

UFRRJ

INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DE
CIÊNCIAS SOCIAIS EM DESENVOLVIMENTO, AGRICULTURA
E SOCIEDADE

Tese de Doutorado

**Compromissos para a qualidade:
projetos de indicação geográfica para vinhos
no Brasil e na França**

Paulo André Niederle



Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ)
Instituto de Ciências Humanas e Sociais (ICHS/DDAS)
Programa de Pós-Graduação de Ciências Sociais
em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade (CPDA)

**COMPROMISSOS PARA A QUALIDADE:
PROJETOS DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA PARA VINHOS
NO BRASIL E NA FRANÇA**

PAULO ANDRÉ NIEDERLE

Sob a orientação do professor

Dr. John Wilkinson

Tese de doutorado apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de **Doutor em Ciências Sociais** no Programa de Pós-Graduação de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade.

Rio de Janeiro, RJ

Janeiro de 2011

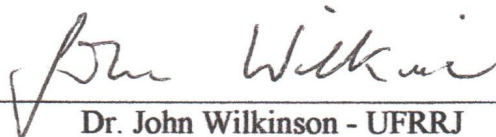
338.1 N666c T	<p>Niederle, Paulo André.</p> <p>Compromissos para a qualidade: projetos de indicação geográfica para vinhos no Brasil e na França / Paulo André Niederle, 2010.</p> <p>263 f.</p> <p>Orientador: John Wilkinson.</p> <p>Tese (doutorado) – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Instituto de Ciências Humanas e Sociais.</p> <p>Bibliografia: f. 233-259.</p> <p>1. Indicações geográficas - Teses. 2. Qualidade – Construção social. – Teses. 3. Mercados agroalimentares - Vinho – Teses. 4. Teoria social – Economia das convenções – Teses. I. Wilkinson, John. II. Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Instituto de Ciências Humanas e Sociais. III. Título.</p>
---------------------	---

**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
EM DESENVOLVIMENTO, AGRICULTURA E SOCIEDADE**

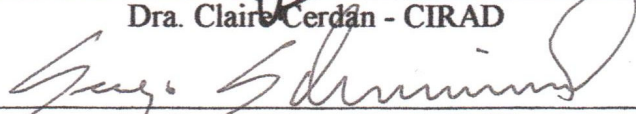
PAULO ANDRE NIEDERLE

Tese submetida como requisito parcial para obtenção do grau de **Doutor em Ciências Sociais** no Programa de Pós-Graduação de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade.

TESE APROVADA EM 18 DE JANEIRO DE 2011.



Dr. John Wilkinson - UFRRJ
Orientador


Dra. Claire Cerdán - CIRAD
Dr. Sergio Schneider - UFRGS
Dra. Lucia Regina Fernandes - INPI
Dr. Renato Maluf - UFRRJ

AGRADECIMENTOS

Certa vez, o poeta Mário Quintana escreveu: “por mais raro que seja, ou mais antigo, só um vinho é deveras excelente: aquele que tu bebes, docemente, com teu mais velho e silencioso amigo”. Ao final deste trabalho tenho muito a agradecer. Sem estes dois elementos inseparáveis, amigos e vinho, esta tese não teria sido imaginável. Nada mais justo, portanto, que a menção a todos aqueles que estão, de algum modo, presentes nesta tese. Posso não recordar de todos os vinhos. Mas, aqui, marca ou origem não possuem tanta importância. O que é realmente relevante são os amigos, os quais citarei mesmo à mercê de lapsos da memória que colocam em risco minhas mais sinceras intenções de todos mencionar.

Quero iniciar agradecendo aos vitivinicultores brasileiros e franceses que cederam um pouco de seu tempo de trabalho para que eu fizesse o meu. Mais que dados para a tese, conheci experiências e modos de vida singulares e observei os muitos valores que uma garrafa de vinho pode conter. Ao mesmo tempo, agradeço as organizações que possibilitaram o contato com estes atores ou forneceram informações preciosas relativas à vitivinicultura. Gostaria de ressaltar minha gratidão: i) à UMR Innovation, ao CIRAD e à Université Lyon II pela acolhida para a realização do doutorado sanduíche, pelo auxílio na pesquisa de campo em vinhedos franceses e pelas várias discussões das quais pude participar; ii) à Embrapa Uva e Vinho pelo acolhimento, informações repassadas e mediação em muitas ocasiões; iii) ao CNPQ pela bolsa para a realização do doutorado e à CAPES pela bolsa do doutorado sanduíche; iv) ao MAPA, INPI, INAO, APROVALE, IBRAVIN, UIVB, Licée Bel Air pela contribuição à realização das entrevistas.

Preciso dividir este trabalho com todos aqueles que contribuíram para a minha formação acadêmica. Agradeço a Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro e ao Programa de Pós-Graduação de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade a oportunidade de realizar o doutorado. Agradeço a todos os professores do CPDA, sejam aqueles com quem tive o prazer de dialogar em sala de aula, sejam aqueles que conheci fora dela. Sou grato de modo especial ao Prof. John Wilkinson pela orientação deste trabalho, pela liberdade que me concedeu para trabalhar e pelo exemplo de competência e serenidade, imprescindíveis nos períodos apreensivos de um doutorado. Destaco também os professores George Flexor, Renato Maluf, Fátima Portilho e Nelson Delgado, os quais contribuíram decisivamente com suas disciplinas, com a discussão do projeto de tese ou com a apreciação final deste trabalho. No CPDA, agradeço ainda os colegas do Núcleo de Pesquisa “Mercados, Redes e Valores” pelas discussões, eventos e convivência. Sou grato especialmente aos amigos Gilberto Mascarenhas, Carla Belas e Miriam Aguiar, com os quais debatemos importantes questões relativas às Indicações Geográficas.

Em relação aos professores e pesquisadores franceses, deixo meu agradecimento particular à Claire Delfosse (*Université Lyon II*) e Jean-Marc Touzard (*UMR Innovation*) que me receberam e me orientaram durante o doutorado sanduíche. Aqui também cito a professora Claire Cerdan que auxiliou e mediou o desenvolvimento desta etapa da pesquisa no exterior e, mais do que isso, tornou-se uma interlocutora freqüente deste trabalho, inclusive na hora de sua apreciação pela banca.

Também sou imensamente grato ao prof. Sergio Schneider com quem tenho a oportunidade de trabalhar há alguns anos. A possibilidade de contar com sua participação na

banca de defesa da tese somente consolidou ainda mais uma trajetória acadêmica que vimos construindo em conjunto com outros integrantes do “Grupo de Estudos e Pesquisas Agricultura Familiar e Desenvolvimento Rural” do PGDR/UFRGS, dentre os quais gostaria de destacar alguns interlocutores mais freqüentes: Marcelo Conterato, Guilherme Radomsky, Marcio Gazolla, Ana Muller, Roni Blume, Flavia Charão Marques e Carol Castilhos.

Uma menção especial a todos os membros da banca examinadora que contribuíram para a qualificação deste trabalho: Lucia Regina Fernandes, Claire Cerdan, Sergio Schneider, Renato Maluf, Mirian Aguiar e Roni Blume.

Compartilho igualmente o desenvolvimento desta tese entre amigos de longa data e mais recentes. Amigos com quem discuti o tema da tese e amigos que, quando necessário, me fizeram esquecer-la. Dentre os “velhos” amigos, estão Maycon, Bruna, Alisson, Fernanda N., Fernanda S., Jacir, Zeti, Rodrigo, Simone, Adinor, Rafael, Cris, Jeremias, Selbach e Andréia. Dentre os “mais novos”, aqueles com os quais compartilhei as angústias e alegrias do doutorado e da vida no Rio de Janeiro: Felipe, Serginho, Terezinha, Junior, Simone, Cesar, Marcos, Everton, Valter e Cristiano. Um reconhecimento especial ao Everton pelas longas discussões e pelo apoio ao longo de uma trajetória de doutorado que iniciamos juntos. Do mesmo modo, ao nosso casal de compadres, Junior e Simone, pelo incentivo e apoio que encontrei cotidianamente. Em Porto Alegre, agradeço a recepção de Felipe e Lorena, assim como ao Luis e à Fabiana pelo empréstimo do apartamento.

Aos amigos feitos em terras estrangeiras: Delphine e Héléne pela hospitalidade, colaboração na pesquisa e grande amizade; Nadine pela ajuda burocrática no CIRAD; Gérard e Manoel pelos momentos divertidos já no final de nossa estadia; Hamilton, Rita, Tobias e Melani pela grande oportunidade de termos encontrado novos grandes amigos além-mar. Uma menção especial à Carolina Velloso pelos momentos nos quais o vinho foi apenas a justificativa para longas horas de ótima conversa.

Por fim, a realização desta tese não teria sido possível sem o apoio incondicional da minha família. Perto ou longe, eles sempre estiveram ao meu lado, me apoiando e acudindo em todos aqueles momentos de intempérie em que parecia que o vinhedo jamais voltaria a produzir bons frutos. Estendo meu afeto e agradecimento à família da minha esposa, sem a qual eu jamais entenderia uma só palavra do dialeto vêneto para fazer parte desta pesquisa na Serra Gaúcha. E para Catia só posso dizer que *se non c'è abbastanza aggettivi per descrivere un buon vino, non ci sono parole che mi permetta di ringraziare tutto quello che avete fatto per rendere questo lavoro più piacevole e la nostra vita più felice. Grazie.*

In vino veritas...

“A verdade é que as indicações geográficas têm desafiado o setor produtivo a produzir qualidade. É um desafio à qualidade. E sabe-se que, historicamente, tem nos faltado volume de produção de qualidade. Nas próprias áreas de IG, talvez o primeiro grande desafio é buscar uma produção qualitativa que possa ser reconhecida pelo consumidor como tal, e fazer isso de uma forma coletiva” (Pesquisador entrevistado).

“Nós temos um compromisso aqui. É verdade que às vezes fica mais difícil fazer todo mundo caminhar no mesmo sentido. Mas, no fim das contas, todos vêem que existe uma coisa mais importante do que o interesse que cada um possui com esse projeto. Nós não estamos somente produzindo um vinho melhor dentro da garrafa, nós estamos criando um novo modelo de vitivinicultura no Brasil” (Produtor entrevistado)

RESUMO

As Indicações Geográficas (IGs) constituem um instrumento de valorização de bens crescentemente utilizado em todo mundo. Pauta recorrente das negociações de comércio internacional, a regulamentação das IGs é um dos temas mais proeminentes nas discussões referentes à organização do sistema agroalimentar, sobretudo porque envolve questões como direito de propriedade intelectual e acesso a mercados. Contrapondo-se a um processo de homogeneização da produção e do consumo alimentar, as IGs procuram valorizar a diversidade e a singularidade de produtos enraizados em territórios específicos, ressaltando os bens imateriais a eles associados (saber-fazer, tradição, costumes, práticas de produção etc.). Não obstante, trata-se de uma noção genérica que faz sentido para diferentes contextos e atores sociais, inclusive para aqueles que estão fora do território. Em cada projeto de indicação geográfica conforma-se uma rede sociotécnica heterogênea, onde concepções de qualidade são negociadas e diferentes valores entram em conflito. A institucionalização de normas e padrões de produção que permitem aos atores transacionar é o resultado deste processo de negociação em que compromissos entre valores heteróclitos são constituídos. No mundo dos vinhos, as indicações geográficas foram, por muito tempo, um conceito que se associava, quase exclusivamente, a um modelo de produção assentado na valorização de *terroirs* distintivos, na institucionalização da raridade e em métodos tradicionais de viticultura e vinificação. No entanto, as transformações em curso no mercado mundial associadas à entrada em cena de novos atores e convenções qualitativas começaram a transfigurar a vida dos *terroirs* e o próprio conceito de indicação geográfica. Sua adaptação a novos contextos tem revelado como este mecanismo pode ser moldado a finalidades diversas. Nesta tese, evidenciamos que o desenvolvimento recente deste instrumento de qualificação no setor vitivinícola exprime um duplo processo de institucionalização. Por um lado, as IGs incitam à valorização dos territórios e de suas identidades e, em alguns casos, criam barreiras às inovações que colocam em risco a tipicidade dos produtos. Por outro, assiste-se a um processo de apropriação setorial por meio do qual elas são ajustadas de modo a servir como um catalisador de inovações técnicas e organizacionais consideradas necessárias para os produtores reagirem às transformações em curso nos mercados. Assim, dentro de um contexto de hibridização de estratégias competitivas no mundo dos vinhos, os projetos passam a conciliar modelos conceituais até recentemente antagônicos. Para que isso se viabilize, mais do que conciliar tradição e inovação, as IGs estão criando novos compromissos entre princípios valorativos (concepções de qualidade), os quais se materializam em uma série de mudanças nas práticas produtivas que envolvem desde a escolha de variedades de uva até a definição dos métodos de vinificação. A pesquisa envolveu sete projetos distintos de IG, no Brasil (Vale dos Vinhedos, Pinto Bandeira, Monte Belo do Sul, Farroupilha, Garibaldi) e na França (Beaujolais, Languedoc), através de entrevistas semi-estruturadas, observação e análise documental.

PALAVRAS-CHAVES: Indicações geográficas; Qualidade; Mercados agroalimentares; Vinho; Convenções.

ABSTRACT

The Geographical Indications (GIs) are tools for valorization of goods increasingly used worldwide. This theme is a persistent agenda of the international trade negotiations. The regulation of GIs is one of the most prominent themes in the discussions relative to the organization of the global food system, especially because it involves issues such as intellectual property rights and market access. Opposed to a process of food production and consumption homogenization, the GIs seek to prize the diversity and singularity of products embedded in particular territories, highlighting the intangible assets as know-how, tradition, customs, practices of production etc. Nevertheless, it is a generic concept that makes sense to different contexts and social actors, including those outside of territory. In each project of the geographical indication is conformed to an heterogeneous sociotechnical network, where the concepts of quality are negotiated and different values are confronted. The institutionalization of grades and standards that enable the actors to transact is the result of this negotiation process in which commitments between heteroclitic values are constructed. In the wine world, the geographical indications were for a long time, a concept which was associated almost exclusively with a style of production that was based in the prize of distinctive *terroirs*, through of institutionalization of rarity and traditional methods of viticulture and winemaking. However, the current changes in the wine global market related with the entrance of new actors and new qualitative conventions began to change the lives of *terroirs* and the concept of geographical indication. The adaptation of GI's in a new context has showed how this mechanism can be molded to different purposes. In this sense has showed how this tool can be molded with an instrument of qualification, in the wine sector where manifest a double process of institutionalization. First, the IGs have incited the valorization of territories and their identities, creating in some cases barriers to innovations that may reflect risk to the product uniqueness. Second, we are witnessing a process of sectorial appropriation where they are adjusted to serve as a catalyst for organizational and technical innovations consider necessary to the producers reacting to the loss of competitiveness in national and international markets. Thus, within a context of hybridization of competitive strategies in the wine market, these projects have reconciled conceptual models once antagonistic. For this to be viable, rather than reconcile tradition and innovation, the IGs are creating new commitments (*compromissos*) between evaluative principles (quality definitions), which manifests itself in a sequence of changes in production practices that range from the choice of varieties of grape until the definition of the methods of winemaking. The present research involved the study of seven different IGs in Brazil (Vale dos Vinhedos, Pinto Bandeira, Monte Belo do Sul, Farroupilha, Garibaldi) and France (Beaujolais, Languedoc), where it was done through semi-structured interviews, observation and documental analysis

KEY-WORDS: Geographical indications; Quality; Food markets; Wine; Conventions.

RÉSUMÉ

Les indications géographiques (IG) sont un instrument de plus en plus utilisé dans le monde entier. Sujet fréquent des négociations de commerce international, la régulation des IG est un des thèmes les plus importants dans les discussions concernant l'organisation du système agroalimentaire mondial, dans la mesure où il concerne un ensemble de questions autour des droits de propriété intellectuelle et de l'accès aux marchés. Opposé à un processus de standardisation de la production et de la consommation alimentaire, les IG cherchent à valoriser la diversité et l'originalité de produits ancrés dans des territoires spécifiques, mettant l'accent sur les biens immatériels (savoir-faire, tradition, habitudes, façon de produire etc.). Pourtant, il s'agit d'un concept générique qui peut être utilisé dans différents contextes et par des acteurs sociaux les plus divers, y compris pour ceux qui sont dehors du territoire. Chaque projet d'indication géographique est composé par un réseau sociotechnique hétérogène, au sein duquel sont négociées différentes conceptions de qualité et où des valeurs sont en conflit permanent. L'institutionnalisation des règles et des modes de production qui permettent aux acteurs d'échanger est le résultat de ce processus de négociation où des compromis entre des valeurs différentes sont constitués. Dans le monde des vins, les indications géographiques ont été pendant longtemps un concept qui était presque exclusivement lié à un modèle de production lié à la valorisation de terroirs distincts, à l'institutionnalisation de la rareté et à des méthodes traditionnelles de viticulture et de vinification. Cependant, les changements en cours sur le marché mondial, associés à l'entrée en scène de nouveaux acteurs et de nouvelles conventions qualitatives, ont commencé à transfigurer la vie des terroirs et la notion même d'indication géographique. Son adaptation aux nouveaux enjeux économiques a révélé la façon dont ce mécanisme peut être adapté à différents objectifs. Dans cette thèse, nous révélons que le développement récent de cet instrument de qualification dans le secteur vitivinicole exprime un double processus d'institutionnalisation. D'un côté, les IG ont incité la valorisation des territoires et de leur identité, avec, dans certains cas, la création d'obstacles aux innovations qui pourraient mettre en péril la typicité des produits. De l'autre, les IG ont été ajustées, dans le cadre d'un processus d'appropriation sectorielle, pour permettre des innovations techniques et organisationnelles jugées nécessaires pour que les producteurs puissent réagir à la perte de compétitivité sur les marchés nationaux et internationaux. Ainsi, dans un contexte d'hybridation des stratégies compétitives sur le marché du vin, les projets concilient des modèles conceptuels autrefois antagonistes. Pour cela, plus que concilier tradition et innovation, les IG créent des nouveaux compromis entre des principes de valorisation (définitions de qualité), qui se matérialisent dans un ensemble de changements des pratiques productives impliquant notamment le choix des cépages ou la définition des méthodes de vinification parmi d'autres composants. Nous avons étudié sept IG distinctes au Brésil (Vale dos Vinhedos, Pinto Bandeira, Monte Belo Sul, Farroupilha, Garibaldi) et en France (Beaujolais, Languedoc) sur la base d'entretiens semi-directifs, d'observation et d'analyse documentaire.

MOTS-CLÉS: Indications géographiques; Qualité; Marché agro-alimentaire; Vin; Conventions.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Percepções científicas da qualidade.....	26
Figura 02: Tipos de Indicação Geográfica de acordo com a legislação brasileira em vigor....	27
Figura 03: Guia Parker à disposição dos consumidores em supermercado francês.....	44
Figura 04: Vinho produzido nos EUA com menção à denominação “Champagne”.....	49
Figura 05: Regiões brasileiras produtoras de vinho e evolução da produção vitícola no Estado do Rio Grande do Sul entre 1995 e 2007.....	52
Figura 06: Área ocupada pelas principais cultivares de uva plantadas no RS em 2007.....	53
Figura 07: Evolução da área plantada com <i>Vitis vinifera</i> entre 1995 e 2007.....	54
Figura 08: Volume comercializado (litros) de vinhos finos no mercado brasileiro segundo a procedência entre 2002 e 2010.....	54
Figura 09: Microrregião da Serra gaúcha com destaque para os municípios onde são desenvolvidos projetos de IG e o Vale dos Vinhedos.....	62
Figura 10: Pluralismo vertical na Economia das Convenções.....	89
Figura 11: A estabilidade dinâmica de um dispositivo convencional.....	103
Figura 12: Dispositivo de Indicação Geográfica, mundos de justificação, instrumentos de verificação da qualidade (gerais e específicos ao segmento vinícola).....	108
Figura 13: “Selos” utilizados pelas Indicações de Procedência Vale dos Vinhedos, Pinto Bandeira, Paraty e Pampa Gaúcho da Campanha Meridional.....	122
Figura 14: Selo de controle da IPVV junto à capsula da garrafa (a) e rótulos com menção ao Vale dos Vinhedos (b,c,d,e).....	123
Figura 15: Logotipos utilizados em documentos da Aprovale em 1997, 2000 e 2007.....	125
Figura 16: Rede de organizações nos projetos de IG para vinhos na Serra Gaúcha.....	130
Figura 17: Fatores que influenciam a qualidade e a tipicidade do vinho.....	141
Figura 18: Marca Vinhos de Montanha, registrada em nome da ASPROVINHO.....	142
Figura 19: Localização das AOCs da região de Beaujolais.....	145
Figura 20: Cartazes promocionais do Beaujolais nouveau (ano 2006, 2008 e 2010).....	146
Figura 21: Cartazes de promoção dos <i>crus</i> do Beaujolais.....	149
Figura 22: Localização da Grande Bourgogne.....	151
Figura 23: AOCs da região do Languedoc-Roussillon.....	156
Figura 24: O sistema europeu de DOP e IGP.....	159
Figura 25: Rótulo de vinho IGP Pays d’Oc.....	160
Figura 26: Marca coletiva do CPEG.....	171
Figura 27: Herança genética da uva Goethe.....	181
Figura 28: Mapa da região de Urussanga, Santa Catarina.....	182
Figura 29: Retirada (<i>arrachage</i>) das fileiras de videiras no Beaujolais.....	201
Figura 30: Presença dos plátanos nos parreirais.....	203
Figura 31: Sistema de condução em espaldeira e ausência dos plátanos.....	204

LISTA DE TABELAS

Tabela 01: Características da produção vitivinícola segundo municípios escolhidos, 2007....	64
Tabela 02: Vinhos aprovados pelo Conselho Regulador da Indicação de Procedência Vale dos Vinhedos (2001-2008).....	197

LISTA DE BOX

Box 01: O Regulamento de Uso	105
Box 02: Indicações geográficas, selos e certificações	122
Box 03: Do modelo francês ao sistema europeu	158
Box 04 : Champenoise ou charmat?	174
Box 05: Os Organismos de Defesa e de Gestão	199
Box 06: IG, urbanização e competências públicas	218

LISTA DE QUADROS

Quadro 01: Sistema agroindustrial vitivinícola.....	61
Quadro 02: Diferentes ordens de grandeza.	78
Quadro 03: Princípios de justificação no mercado vinícola.....	109
Quadro 04: Delimitação da área geográfica.	138
Quadro 05: Diferentes formas de condução das videiras	201

LISTA DE SIGLAS

ACAVITIS – Associação Catarinense dos Produtores de Vinhos Finos de Altitude

AFAVIN – Associação Farroupilhense de Produtores de Vinhos, Espumantes, Sucos e Derivados

AGAVI – Associação Gaúcha de Vinicultores

AOC – Appellation d’Origine Controlée

APPCC – Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle

APROBELO – Associação dos Produtores de Vinho de Monte Belo do Sul

APROMONTES – Associação de Produtores dos Vinhos dos Altos Montes

APROVALE – Associação dos Produtores de Vinhos do Vale dos Vinhedos

ASPROVINHO – Associação dos Produtores de Vinho de Pinto Bandeira

AVAS – American Viticultural Areas

AVIGA – Associação dos Vinicultores de Garibaldi

BJ – Beaujolais

BPF – Boas Práticas de Fabricação

CACCER – Conselho de Associações de Cafeicultores & Cooperativas do Cerrado

CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

CIG – Coordenação de Incentivo às Indicações Geográficas

CIRAD – Centre de Coopération Internationale en Recherche Agronomique pour le Développement

CIVC – Comité Interprofessionnel des Vins de Champagne

CIVL – Conseil Interprofessionnel du Languedoc

CNPq – Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico

COFECUB – Comité Français d’Évaluation de la Coopération Universitaire avec le Brésil

CONAB – Companhia Nacional de Abastecimento

CPDA – Programa de Pós-Graduação de Ciências Sociais em Desenvolvimento Agricultura e Sociedade

CPEG – Consórcio de Produtores de Espumantes de Garibaldi

DO – Denominação de Origem

DOC – Denominação de Origem Controlada

DOP – Denominação de Origem Protegida

EC – Economia das convenções

EMBRAPA – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária

EPAGRI – Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina

EUA – Estados Unidos da América

FAPERGS – Fundação de Amparo à Pesquisa do Rio Grande do Sul

FECOVINHO – Federação das Cooperativas Vinícolas do Rio Grande do Sul.

FINEP – Financiadora de Estudos e Projetos

FLO – Fair Trade Labelling International

FranceAgriMer – Office National Interprofessionnel des Fruits, des Legumes, des Vins et de l’Horticulture

GEPAD – Grupo de Estudos e Pesquisas Agricultura Familiar e Desenvolvimento Rural

GB - Garibaldi

IBRAVIN – Instituto Brasileiro do Vinho

ICMS – Imposto sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação

IFRS – Instituto Federal do Rio Grande do Sul

IG – Indicação Geográfica

IGP – Indicação Geográfica Protegida

INAO – Institut National de l’Origine et de la Qualité

INMETRO – Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial INPI – Instituto Nacional de Propriedade Intelectual

INRA – Institut National de La Recherche Agronomique

INSA – Instituto Nacional do Semi-árido

INSEE – Institut National de la statistique et des études économiques

IRC – Institut des regions chaudes

IRD – Institut de recherche pour le Développement

IP – Indicação de Procedência

IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

IPVV – Indicação de Procedência Vale dos Vinhedos

ISO – International Organization for Standardization

IVDP – Instituto dos vinhos do Douro e Porto

LG – Languedoc

LVMH – Grupo Moët Henessy Louis Vuitton

MB – Monte Belo do Sul

MAPA – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento

MDA – Ministério do Desenvolvimento Agrário

MAUSS – Movimento Anti-Utilitarista nas Ciências Sociais

NEI – Nova Economia Institucional

ODG – Organisme de Défense et de Gestion

OIV – Organização Internacional da Vinha e do Vinho

OMC – Organização Mundial do Comércio

ONG – Organização Não-Governamental

ONIVINS – Office National Interprofessionnel des Vins
ORIGIN – Organization for an International Geographical Indications Network
PB – Pinto Bandeira
PEP – Programa de Escoamento da Produção
PIF – Produção Integrada de Frutas
PIP – Produção Integrada de Pêssego
PGDR – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural
PROGOETHE – Associação dos Produtores dos Vales da Uva e do Vinho Goethe
PROVITIS – Programa de Reestruturação e Desenvolvimento da Vitivinicultura do Rio Grande do Sul
RAC – Regulamento de Avaliação de Conformidade
RS – Rio Grande do Sul
SC – Santa Catarina
SDC – Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo
SDA – Secretaria de Defesa Agropecuária
SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SIG – Coordenação de Incentivo à Indicação de Produtos Agropecuários
SINDIVINHO - Sindicato da Indústria do Vinho no Estado de Santa Catarina
SINER-GI – Strengthening International Research on Geographical Indications
SOBER – Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural
SupAGRO – Centre International d'études Supérieures em Science Agronomique
TRIPS – Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights
UCS – Universidade de Caxias do Sul
UE – União Européia
UFPB – Universidade Federal da Paraíba
UFRGS – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
UFRRJ – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina
UIVB – Union Interprofessionnelle des Vins du Beaujolais
UMR – Unité Mixte de Recherche
UVIBRA – União Brasileira de Vitivinicultura
UVIFAM – União das Vinícolas Familiares e de Pequenos Vinicultores
VA – Vinhos de Altitude
VINIFLHOR – Office National Interprofessionnel des Vins
VV – Vale dos Vinhedos
WIPO – World Intellectual Property Organization

SUMÁRIO

Introdução	18
Qualidade: um debate	22
Seguindo os atores	27
O fio de Ariadne	34
Capítulo 1	38
O novo espírito do mundo dos vinhos	38
1.1 O estatuto da crise	39
1.2 O mundo dos vinhos: rumo a uma economia pós-global	41
1.3 O lugar das Indicações Geográficas no mundo dos vinhos	46
1.4 O segmento vitivinícola brasileiro	51
1.5 Uma breve contextualização histórica	57
Capítulo 2	66
A qualidade como processo de qualificação	66
2.1 Economia da qualidade: um aporte convencionalista	67
2.2 O lugar da qualidade na teoria econômica	68
2.3 A entrada sociológica	72
2.4 O modelo de <i>cités</i>	76
2.5 As reações à teoria convencionalista	81
2.6 Qualificando o enraizamento da ação econômica	85
2.7 Das instituições às interações	90
2.8 Convenções, qualidade e qualificação: uma síntese preliminar	94
Capítulo 3	96
As Indicações Geográficas como dispositivos convencionais híbridos	96
3.1 Uma primeira aproximação conceitual	97
3.2 Uma abordagem interdisciplinar	98
3.3 Inovação, itinerários sociotécnicos e irreversibilidade	100
3.4 Estabilidade, crítica e mudança	102
3.5 As IGs como o resultado de diferentes compromissos convencionais	105
3.6 Princípios de justificação em conflito nos projetos de IG	109
Capítulo 4	116
Construindo notoriedade no mundo dos vinhos	116
4.1 Do Vale Aurora ao Vale dos Vinhedos	117
4.2 Os novos projetos de IG na vitivinicultura brasileira	127
4.3 Uma perspectiva evolucionista?	130
4.4 A delimitação da área geográfica	136
4.5 Construindo reputação no mundo dos vinhos	144
4.6 Languedoc: um desafio de reestruturação organizacional	153

Capítulo 5	163
Estratégias de qualificação no segmento vitivinícola.....	163
5.1 Os espumantes de Garibaldi em busca de qualificação	164
5.2 Um desvio de rota? Marca coletiva para os Vinhos de Altitude	175
5.3 Qualidade, diferenciação e origem no segmento de vinhos de mesa.....	180
Capítulo 6	190
Tipicidade, tecnologia e inovação	190
6.1 Indicações geográficas e tipicidade	191
6.2 A escolha das cultivares para a DO Vale dos Vinhedos.....	192
6.3 Beaujolais: uva, paisagem e inovação	197
6.4 Qualidade da uva, chaptalização e utilização do carvalho.....	206
6.5 Uma justificação ecológica nos projetos de IG?.....	215
Reatando o nó górdio.....	223
Referências	233

Introdução

Em todo o mundo as indicações geográficas (IGs) começam a tornar-se uma das manifestações mais notórias da emergência de uma nova economia de qualidades no sistema agroalimentar. Expressão conceitual de um modelo pós-fordista de produção e consumo alimentar, as indicações geográficas ensejam uma revalorização de tradições, costumes, saberes, práticas e outros bens imateriais associados a uma identidade territorial e origem geográfica específica. Neste sentido, compõem uma estratégia de qualificação que enfatiza o enraizamento sociocultural dos produtos nos territórios onde são produzidos. Ao qualificar ativos intangíveis que são de difícil transposição para outros territórios, elas podem inclusive ser conceitualmente percebidas como catalisadoras de processos de desenvolvimento local ou endógeno.

No entanto, as IGs não emergem necessariamente em oposição às dinâmicas hegemônicas no sistema agroalimentar em termos de globalização, padronização e oligopolização dos mercados. As múltiplas configurações que este mecanismo assume em contextos específicos demonstram que, qualquer que seja seu estatuto particular, ele pode ser apropriado por diferentes atores econômicos e para distintas finalidades (Vandecastela *et al.*, 2009). Em certa medida, isso é decorrência do fato de que a própria lógica de segmentação e diferenciação enfatizada pelo movimento de *quality turn* também tem sido a tônica da competição em toda a economia contemporânea (Porter, 2009). A qualidade tem se tornado a norma mesmo nos mercados de *commodities*. Segmentos como soja, café, arroz e carne também observam a emergência de novos mecanismos de diferenciação, dentre os quais as indicações geográficas começam a ganhar um lugar de destaque.¹

A própria distinção entre mercados de *commodities* e de singularidades tem sido crescentemente interrogada. O caso da produção de vinhos no Brasil é emblemático neste sentido, haja vista o conflito que se estabeleceu entre a produção tradicional de “vinhos de mesa” e o modelo emergente direcionado ao segmento dos “vinhos finos”.² Trata-se de uma situação particular ao mercado brasileiro que dificulta enormemente as análises setoriais.

¹ Dentre as sete primeiras IGs brasileiras reconhecidas, quatro são referentes a este tipo de produto: Café do Cerrado Mineiro, Carne do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional, Couro Acabado do Vale do Sinos e Arroz do Litoral Norte Gaúcho. As outras três são, de algum modo, relacionadas à produção vitivinícola: Vale dos Vinhedos e Pinto Bandeira para vinhos finos e Vale do São Francisco para uva e manga.

² Desde já é importante referir a diferença entre *vinho fino* e *vinho de mesa*. De modo sintético, ela reside nas variedades utilizadas: uvas viníferas (espécie *Vitis vinífera*) para elaboração de vinhos finos e uvas americanas (*Vitis labrusca*, *Vitis bourquina*) ou híbridas (cruzamento de variedades viníferas e americanas) no caso dos vinhos de mesa. Para uma descrição mais detalhada veja a Lei 7.678/88 (Lei do Vinho) e a Lei 10.970/04 (altera a anterior para harmonizá-la ao Regulamento Vitivinícola do Mercosul).

Seguidamente, ela está no centro de confusões conceituais responsáveis por dar sustentação a dicotomias pouco evidentes na realidade. Por exemplo, o setor de vinhos de mesa, muitas vezes considerado expressão máxima de um modelo industrial onde diferenciação de qualidade não faria sentido algum, também conta com a maioria dos vinicultores familiares que trabalham de modo artesanal, nos porões de suas casas, segundo um saber-fazer proveniente de gerações. De outro modo, o segmento de vinhos finos, que procura assumir uma identidade vinculada à diferenciação qualitativa e artesanidade, está à frente das transformações técnicas mais radicais nos métodos de produção, freqüentemente associadas a um processo de homogeneização das preferências de consumo.

No mundo dos vinhos, durante muito tempo as IGs foram a expressão máxima de um estilo de produção assentado na valorização do *terroir*, na institucionalização da raridade e em métodos tradicionais de viticultura e vinificação. Elas constituíram um contraponto a um modelo industrial que procurava superar os “limites” impostos pela natureza, traduzindo a uniformização das técnicas e das variedades de uva em vinhos padronizados, cujas qualidades sensoriais deveriam atender à crescente “uniformização dos gostos” (Lotty, 2010). Uma das expressões mais conhecidas deste conflito foi a emergência dos vinhos chamados “supertoscans”. Eleitos pela revista *Wine Spectator*, uma das mais renomadas publicações sobre vinhos, como os melhores do mundo em 2000 e 2001, esses vinhos encorpados e altamente tecnológicos, produzidos a partir da variedade Cabernet sauvignon, desafiaram a regulamentação italiana para suas *Denominazioni di Origine Controllata*, sobretudo pela presença de uma variedade francesa que, nesta época, começava a tornar-se o maior símbolo do processo de globalização em curso no mercado vinícola.³

Este conflito continua presente tanto nos debates acadêmicos quanto no universo político-econômico. Na maioria das vezes, ele é representado por uma dicotomia básica que expõe, de um lado, “vinhos de *terroir*” provenientes dos países europeus e, de outro, “vinhos tecnológicos” (e varietais) oriundos do novo mundo vitivinícola (Estados Unidos, Chile, Argentina, Austrália, Nova Zelândia etc.). No entanto, o fato é que as “novas invasões bárbaras” representadas pela crescente mundialização dos vinhos tecnológicos redefiniram toda a arquitetura do mercado e transfiguraram a vida de todas as regiões vitivinícolas, produzindo metamorfoses consideráveis na paisagem social e natural.

As mudanças atingem a própria definição das IGs, sobretudo à medida que elas são incorporadas (de formas as mais diversas) aos sistemas jurídicos dos novos países produtores, como é o caso do Brasil. Isto tem originado situações paradoxais. Em alguns casos, o quadro regulamentar instituído pela IG aparece como um freio à evolução das práticas agrícolas e conhecimentos dos produtores, ao passo que seria necessário reconhecer os aspectos dinâmicos dos *terroirs*. Em outros, as exigências do mercado vitivinícola mundial têm tornado as IGs um instrumento de modernização que transfigura a própria noção de *terroir*, a qual passa a ser objeto de reducionismos remarcáveis (Barham, 2003).

No Brasil, o desenvolvimento das IGs apresenta-se em estágio inicial, o que incide em um cenário bastante incerto quanto ao formato específico que este instrumento assumirá. As discussões acerca da criação de um arranjo organizacional e instrumentos institucionais

³ Ainda que incrustada no seio da região do Chianti, o fato de utilizar castas estrangeiras de uva impedia os supertoscans de utilizar a denominação de origem, o que os tornava, segundo a regulamentação italiana, *vino de tavola*, isto é, vinho de mesa. Note-se, portanto, que a definição de vinho de mesa não possui nos países europeus a mesma acepção brasileira (isto é, de vinhos elaborados a partir de variedades não-viníferas).

estáveis estão em curso neste momento. Uma série de questões ainda encontra-se sem respostas ou, ao menos, sem uma definição amplamente reconhecida por todos os grupos sociais envolvidos. Ainda não há um entendimento acerca das atribuições de cada organização (promoção, reconhecimento, controle etc.) e faltam definições a respeito das categorias de bens para as quais “faz sentido” demandar uma IG, sobretudo em virtude da inovação provocada pela legislação brasileira que tornou os serviços passíveis de reconhecimento. No segmento vitivinícola em particular, esta questão envolve basicamente a pertinência de conceder tal distinção qualitativa aos vinhos de mesa, tema ao qual voltaremos no decorrer da tese. Ao mesmo tempo, os atores ainda carecem de normas consolidadas sobre a titularidade do certificado, as exigências para compor o dossiê de demanda, os mecanismos de controle pertinentes. Um dos desafios mais urgentes diz respeito à própria indefinição política referente aos públicos privilegiados. Até agora, as organizações da agricultura familiar, por exemplo, permanecem à margem deste tipo de iniciativa. Nada sugere, porém, que esta situação deva perpetuar-se por longo tempo, haja vista a crescente demanda deste segmento social por mecanismos de qualificação e agregação de valor para seus produtos.⁴

Frente às indefinições normativas com as quais deparam-se, todos os projetos parecem estar sendo arquitetados em areia movediça. Por um lado, os produtores são compelidos a readequarem-se constantemente a novas regras na medida em que elas surgem para suprir as deficiências do marco jurídico em vigor. Por outro, o aumento exponencial da demanda por novas IGs, para regiões e produtos os mais diversos, complica severamente a construção de um arranjo institucional suficientemente estável e flexível às inovações que surgem quase cotidianamente. Se, no âmbito europeu, onde as IGs surgiram, as regulamentações têm sido constantemente questionadas, nos países em desenvolvimento isto é reforçado pelo fato deste instrumento conviver dentro de um contexto mais híbrido e contraditório, coexistindo com outras formas de qualificação ainda largamente predominantes (Cormier-Salem e Roussel, 2009; van de Kop, Sautier e Gerz, 2006; Barham, 2005; Sautier, Bienabe e Sallée, 2005).

Ademais, diferentemente do sistema francês e mesmo europeu, onde as demandas concentram-se no setor agroalimentar (vinhos, seguidos por queijos, cervejas e azeites), no caso brasileiro (assim como na Índia, China e em alguns países africanos) a construção de um sistema de IG tem sido pautada por uma variedade muito mais ampla de bens, envolvendo desde artesanato até serviços.⁵ Isso cria uma situação particularmente complexa, seja para pensar políticas de incentivo e criar mecanismos de financiamento, seja para estruturar uma legislação concernente, por exemplo, aos mecanismos de controle da produção e circulação. Um dos maiores desafios neste sentido é a demarcação das áreas geográficas correspondentes a bens cuja produção é dispersa em territórios amplos, às vezes descontínuos. Isso sem mencionar os casos em que a qualidade diferencial do produto não está diretamente associada às características físicas do ambiente, mas à sua reputação perante os consumidores ou ao *saber-fazer* dos produtores. Enfim, um conjunto de variáveis que tem desafiado produtores,

⁴ Situação que tem incitado alguns diálogos iniciais entre a Coordenação de Incentivo às Indicações Geográficas (CIG), vinculada à Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo do Ministério da Agricultura (MAPA), e o Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA).

⁵ Dentre os pedidos de IG registrados no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) encontramos referência a bens como: facas, tesouras e pinças em aço não ligado; serviços auxiliares de águas minerais e gasosas; equipamentos eletrônicos e de telecomunicação; malhas, hotéis e turismo; artesanato em capim dourado; têxteis de algodão naturalmente colorido; panelas de barro; pedras decorativas e peças artesanais em estanho.

pesquisadores e *policy makers* na definição de um sistema de indicações geográficas adequado à diversidade de situações empíricas com as quais eles se deparam.

As circunstâncias atuais configuram uma espécie de “momento crítico”, no qual os atores diretamente implicados estão sendo levados a construir certos compromissos com vistas a definir os contornos mínimos de um sistema de IG que lhes permita agir. Em diferentes projetos, estes atores são incitados a desenvolver práticas e significações particulares, apropriando-se de uma noção genérica de IG para transformá-la em um mecanismo específico de intervenção social. Esse mecanismo pode ser construído com base em modelos completamente inovadores, ou ser simplesmente importado de outros contextos – ainda que, neste caso, geralmente necessite de adaptação às condições locais.

Quando a Associação de Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos (APROVALE) demandou uma IG para os vinhos locais, a primeira reconhecida no Brasil (em 2002), não havia qualquer estrutura normativa anterior no país que orientasse a construção do dossiê. As normas e regulamentos foram negociados na mesma medida em que o projeto se desenvolvia. Por sua vez, os atores locais buscavam referências nas experiências internacionais, sobretudo francesas, para definir os mecanismos de governança mais adequados e as variáveis-chaves que deveriam estar presentes no Regulamento de Uso. A ação performativa de pesquisadores na construção das normas tornou-se um fato relevante e indicativo de que a formatação de um sistema de IGs no Brasil estaria diretamente associada ao meio acadêmico – o que não difere essencialmente daquilo que se passa alhures. No caso dos projetos relacionados ao setor vitivinícola, essa participação tem sido decisiva nas escolhas normativas que são processadas. Escolhas que revelam uma presença marcante de aspectos técnico-produtivos e trazem à tona um questionamento sobre a possibilidade da própria IG constituir-se como um instrumento de padronização técnica (Morel, 2008) que, em uma situação extrema, poderia levar à perda do vínculo histórico-cultural do produto com o território (Delfosse, 2007; Casabianca e Sainte Marie, 1997; Bérard e Marchenay, 2004). Mas, no momento, essa é apenas uma conjectura para ser reconsiderada ao longo da tese.

Outra hipótese que pode ser formulada neste momento é que, ao longo da construção dos projetos de IG para vinhos, tem ocorrido um “duplo processo de institucionalização”. Ao mesmo tempo em que este instrumento incita a valorização dos territórios e de suas identidades culturais (o destaque para paisagens de montanha, a imagem associada à agricultura familiar e à ruralidade, a ênfase nas tradições e na gastronomia locais etc.), assiste-se a um processo de “apropriação setorial” através do qual ele é ajustado de modo a servir como catalisador de inovações técnicas e organizacionais consideradas necessárias para os produtores reagirem à perda de competitividade nos mercados nacional e internacional (Fensterseifer, 2007). Assim, dentro de um contexto de hibridização de estratégias competitivas no mercado de vinhos, os projetos passam a conciliar modelos conceituais outrora antagônicos. Em suma, pode-se afirmar que os atores locais estão se apropriando de uma noção característica da vitivinicultura do velho mundo, intimamente associada à valorização do *terroir* e dos métodos tradicionais de produção, mas lhe adequando às novas necessidades de modernização da produção vitivinícola.

A especificidade brasileira em relação ao que ocorre em outros países não é exatamente nos aspectos substanciais deste processo, mas no grau e momento em que ele se desenvolve. De modo geral, esta lógica reproduz-se em grande parte do novo mundo vitivinícola, exceto pelo fato de que as transformações técnicas (sistemas de condução,

variedades, insumos, práticas enológicas) e organizacionais (formação de conglomerados econômicos, integração vertical, contratualização) foram anteriores à incorporação das IGs aos seus sistemas regulamentares, ao menos no seu formato atual.⁶ Em relação ao velho mundo, se tomarmos o caso francês como exemplo, a lógica é ligeiramente alterada em função da posição que o país ocupa no mercado mundial e da própria precedência histórica do seu sistema de IG. Trata-se do maior produtor mundial de vinhos e um dos maiores consumidores, que convive há algum tempo com um cenário de crise derivado, dentre outros fatores, da concorrência dos vinhos do novo mundo, da superprodução doméstica e de um consumo interno em forte queda. Neste caso, muitas vezes as IGs assumem um papel fortemente constritor para regular o mercado (vide os limites de rendimento impostos aos produtores através dos *Cahiers des Charges*). Assim, não surpreende que muitos autores sugiram que, neste contexto, a IG constitua um empecilho à inovação, basicamente em virtude do forte enquadramento normativo ao qual os produtores estão submetidos (Chaddad, 1996; Garcia-Parpet, 2004). De outro modo, ao encontro do evidenciado por Fort, Peyroux e Temri (2007), a situação brasileira parece sugerir que a própria IG conforma uma inovação institucional associada a processos de “modernização” produtiva.

Por fim, cabe salientar o quão remoto seria pensar este tipo de inovação como decorrência de processos estocásticos e contingentes, ou como produto das virtudes e capacidades do empreendedor individual. Ao contrário, tratam-se basicamente de inovações incrementais associadas a formas de aprendizagem coletiva e rotinas organizacionais estabelecidas em redes de colaboração que, não raro, se constituem justamente com a finalidade de construir capacidades coletivas e de incrementar as vantagens competitivas dos atores envolvidos (Nelson e Winter, 1982). Estas formas de inovação não se desenvolvem sem objetivos coletivos previamente definidos, ainda que com um grande espaço de incerteza quanto aos resultados. A formação de um acordo para levar os projetos adiante depende de um processo intermitente de construção-desconstrução-reconstrução de uma série de compromissos entre os atores, os quais expressam uma compreensão comum acerca do modo como o projeto será conduzido, quais atores e organizações participarão, quais são suas atribuições, que tipo de resultado será buscado etc. Esses compromissos referem-se a *valores*, ou seja, a uma representação comum sobre aquilo que se espera produzir: “um bom vinho”.

Qualidade: um debate

O que é, afinal, um bom vinho? Que tipo de atributos qualitativos comportam os melhores vinhos do mundo? O que faz uma garrafa de *Romanée-Conti* alcançar um preço de dez mil dólares no mercado americano, enquanto uma garrafa de *Beaujolais nouveau* pode desembarcar no Japão por menos de um dólar, mesmo preço do vinho de mesa da Serra Gaúcha transportado à granel para engarrafadoras sediadas em São Paulo? Seguramente, existem diferentes estruturas de custo envolvidas na produção destes vinhos, mas aqui essa

⁶ Pode-se argumentar que nos EUA, por exemplo, a definição das *American Viticultural Areas* (AVAS) nos anos 1980 teve um papel semelhante àquele conferido às IGs (cf. Capítulo 4)

variável não possui muito poder explicativo. Uma função de produção clássica não tem o menor sentido no mercado de vinhos (Karpic, 2009).⁷

Este não é necessariamente o caso se pensarmos em uma comparação entre os vinhos finos nacionais e os vinhos chilenos e argentinos que, há alguns anos, passamos a encontrar facilmente nas prateleiras dos supermercados e nas cartas de vinho dos restaurantes. Neste caso, o custo de produção pode tornar-se um elemento mais relevante. Mesmo assim, este tipo de variável econômica está longe de explicar integralmente as oscilações dos preços e muito menos o comportamento de consumidores e produtores. Uma experiência relativamente simples demonstra isto: frente a duas garrafas com preços idênticos, o consumidor brasileiro tem optado pelo vinho importado (Ibravin, 2009). Por quê? Segundo os estudiosos, neste caso, a preferência deve-se basicamente à (má) reputação que o produto nacional conquistou ao longo do tempo, decorrência principal de fraudes e adulterações que marcaram determinados períodos da indústria vinícola (Protas, 2008).

Então, qual é a relação entre reputação e preço? Não precisamos nos estender para responder esta questão. Ainda que tenhamos inúmeros problemas para definir precisamente os termos, reputação, imagem, renome, notoriedade e fama são expressões correntes e elementos tão presentes à vida social e econômica que não é difícil perceber suas implicações com comportamento dos consumidores e, portanto, com os preços. Um exemplo talvez seja esclarecedor: em 2008, um grupo de produtores da Cave Cooperativa de Gignac, comunidade da região do Languedoc, sul da França, resolveu inovar com uma estratégia arriscada de marketing: em resposta aos problemas crônicos que os produtores enfrentam no que concerne ao reconhecimento de seus vinhos, eles lançaram no mercado a marca “*vin de merde*”. A demanda aumentou repentinamente e o preço dobrou, passando para sete euros a garrafa, acima de denominações genéricas bastante conhecidas como Bordeaux ou Vale do Loire.

Isso significa que a qualidade do produto melhorou? Embora recorrente em quase todo tipo de relação econômica, assim formulada esta questão incorre em duas imprecisões. Mais facilmente inteligível, a primeira delas diz respeito à pertinência de um juízo de valor acerca do que vem a ser melhor ou pior. Como diz o ditado: “gosto não se discute” (será mesmo?). Por sua vez, a segunda imprecisão está associada ao próprio conceito de qualidade, uma questão mais intrincada do que pode parecer à primeira vista.

A noção de qualidade perpassou distintos sistemas econômicos ao longo da história. Esteve presente nas civilizações antigas, em diferentes formações sociais pré-capitalistas e chegou à modernidade, mas não intacta. Seu significado alterou-se ao longo do tempo. Foi o avanço da revolução industrial que tornou a qualidade um conceito fragmentado, estático e objetivo, tal qual prevalece atualmente (Stanziani, 2005). Uma perspectiva que a concebe como algo inerente ao produto, passível de ser decomposta em diferentes atributos mensuráveis e quantificáveis. A qualidade passa a ser formada por uma “cesta de atributos” a partir da qual os indivíduos escolhem em consonância com preferências exógenas e previamente formadas (ninguém sabe exatamente como!). Sabor, aroma, textura, peso, acidez, aparência compõem uma espécie de função de utilidade qualitativa. Ao fim e ao cabo, essas características não possuem nada de qualitativo. São grandezas naturais passíveis de quantificação.

⁷ É esta constatação que leva Karpic (2009) a analisar o funcionamento dos “mercados de singularidades”, dentre os quais o vinho é o modelo emblemático. Para o autor, estes mercados revelam uma dinâmica específica, pautada mais pela luta entre diferentes formas de julgamento qualitativo do que pela lei da oferta e procura.

Hegemônica no universo industrial, este tipo de definição difundiu-se rapidamente no sistema agroalimentar, sobretudo a partir da consolidação de um regime fordista de produção e consumo (Bonano *et al.*, 1994; McMichel, 2009). No segmento vitivinícola ela foi traduzida para um conjunto de atributos físico-químicos, organolépticos e sensoriais que passaram a distinguir os vinhos com base em índices de graduação alcoólica, coloração, acidez, adstringência e aroma. Neste caso, nada mais adequado para avaliar e garantir a qualidade de um vinho do que as baterias de testes laboratoriais e certificações técnicas amplamente utilizadas pelas empresas do setor.

Uma primeira mudança nesta percepção vai ser produzida em decorrência do crescente interesse das empresas em criar mecanismos de controle dos processos produtivos. Ao invés da qualidade do produto final, o foco direciona-se às diferentes fases da produção, o que possibilita incrementar a qualidade do produto final e reduzir custos com o monitoramento e controle. Para além das medidas tradicionais de grau de álcool e acidez do vinho, a qualidade passa a ser mensurada através do rendimento por planta ou área; quilos de uva por superfície foliar; número de esporões por planta; número de gemas por esporão; comprimento da brotação; média de tratamentos fitossanitários; índices de maturação da uva etc.

Neste sentido também desenvolveram-se sistemas de certificação das práticas e processos de fabricação dentre os quais o padrão ISO (*International Organization for Standardization*) e o método APPCC (Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle) são os mais conhecidos. No entanto, isso não altera fundamentalmente a noção de qualidade tal qual ela é percebida como uma coleção de predicados quantificáveis inerentes ao produto (ou processo), mesmo quando começam a ser desenvolvidos novos sistemas de gestão da qualidade na indústria de alimentos (Toledo, 1997; Feigenbaum, 1994).

Uma concepção um pouco mais refinada surge a partir do momento em que se reconhece que a qualidade não é tão somente inerente aos bens, mas envolve as preferências individuais de consumo. Esta não é exatamente uma perspectiva recente. Porém, ela levou décadas para ser incorporada pela teoria e pelos próprios atores econômicos. A partir dos anos 1980/90, esta noção centrada nas preferências dos indivíduos ganha força no universo industrial e nos estudos de marketing, ocasionando uma revolução na própria idéia de “valor” (Porter, 2009). A qualidade deixa de ser discutida como algo unicamente intrínseco ao bem, para ser associada às múltiplas e variadas formas através das quais pode “proporcionar valor” aos consumidores, isto é, atender diferentes aspirações de consumo: sociais, econômicas, culturais, hedônicas ou de distinção. “Qualidade é tudo aquilo que melhora o produto do ponto de vista do cliente” (Deming, 1993).

Uma mudança mais radical vai surgir no final dos anos 1990 a partir da emergência de experiências inovadoras de reorganização do sistema agroalimentar. Definida por muitos autores como a manifestação de um modelo pós-produtivista em ascensão no meio rural (Ploeg, 2008; Marsden, 1998; Brunori, 2006), estas transformações têm como base o crescimento e a diversificação de uma série de circuitos “alternativos” de produção e consumo, cuja característica primordial é o forte enraizamento sociocultural dos produtos nos territórios.⁸ O crescimento destes mercados particularistas revelou uma demanda por produtos

⁸ Dentre os principais propulsores da crise do modelo fordista está uma “crítica ética e estética” (Boltanski e Chiapello, 1999) à globalização, padronização e artificialização da produção e consumo alimentar. Uma crítica na qual movimentos de consumidores passaram a assumir um papel relevante, contrapondo processos de mercantilização e dessingularização dos alimentos com discursos e práticas inovadoras (Lotty, 2010).

artesanais, tradicionais, orgânicos e agroecológicos. Produtos para os quais as noções correntes de qualidade tornavam-se obsoletas, uma vez que eles fazem apelo a um novo conjunto de valores sociais: origem, saúde, forma de produção, igualdade social, costumes.

Essas mudanças levaram algumas teorias heterodoxas a reposicionar a discussão sobre qualidade, que passa a ser concebida como o resultado de uma construção entre diferentes atores sociais: produtores, técnicos, consumidores e intermediários. Como afirma Stanziani, “a qualidade de um produto é uma construção situada na interseção de ação econômica, inovação técnica, práticas jurídicas, conhecimento científico e debate político” (*apud* Musselin e Paradeise, 2005, p. 118).

As mudanças conceituais são notáveis. Em primeiro lugar, incorpora-se uma perspectiva territorial àquilo que era fortemente dominado por uma definição setorial agroindustrial. Ao mesmo tempo, reivindica-se uma aceção holista e integrada dos diferentes atributos⁹, os quais também passam a referir-se a construções imateriais e subjetivas (nesta perspectiva, a reputação não somente “melhora” a qualidade do vinho, como é parte do conjunto de atributos qualitativos que lhe possibilitam distinção). Por fim, tem-se o reconhecimento de que a qualidade não existe como uma propriedade estática. Uma definição de qualidade é apenas um momento relativamente estável na trajetória social de um produto. Quando este produto muda de mãos, sua qualidade também passa a ser percebida de outro modo. O vinho de mesa que para muitos produtores brasileiros é tratado como “problema qualitativo”, pode ser valorizado entre consumidores japoneses.¹⁰

As discussões mais recentes sobre o tema têm acrescentado uma compreensão de que o processo social de construção da qualidade não pode se desenvolver sem a mediação de dispositivos de julgamento e com um suporte material. A qualidade não é uma construção puramente cognitiva. A interação entre diferentes atores que concorrem à definição de um conceito amplamente aceito de qualidade envolve necessariamente a presença de objetos, utilizados para formar equivalências entre concepções heteróclitas e estabilizar as relações sociais. Isso significa que a qualidade de um vinho não é o simples reflexo das imagens mentais que os indivíduos produzem sobre ele. É necessária uma base material “objetiva” para que essa imagem se sustente. Nenhum consumidor vai associar um vinho à bela paisagem toscana ou da Serra Gaúcha se ela não tiver um fundamento de “realidade”, mesmo que modificada por diferentes repertórios culturais ou simbólicos.¹¹

Em suma, ao longo das últimas cinco décadas o setor agroalimentar presenciou uma mudança substancial na percepção dos produtores e consumidores em relação à qualidade. Como nota Cerdan (2008), esta evolução envolve basicamente quatro fases: (a) *Qualidade do alimento*: a qualidade enquanto um conjunto de características objetivas inerentes ao produto; (b) *Percepção da qualidade do alimento*: a incorporação de um elemento subjetivo/cultural

⁹ “Modelos multi-atributos, que se baseiam na noção de que o consumidor hierarquiza os diferentes atributos associados a um produto (a partir de critérios funcionais ou psicossociais), pecam ao não considerar a interrelação entre esses atributos de forma a integrá-los em uma consideração da qualidade global” (Revillion, *sd.*, p.112).

¹⁰ Em 2008, um grupo de nove vinícolas de Veranópolis, pequena cidade da Serra gaúcha que não se situa entre as mais conhecidas produtoras de vinho, mas é reputada como a “capital da longevidade” no Brasil, exportou 12,6 mil garrafas de vinho tinto de mesa de uva Isabel para o Japão. A qualidade do vinho, vinculada basicamente à imagem de longevidade e saúde, também tinha uma relação evidente com o nível de resveratrol das uvas utilizadas para sua elaboração (Vaccari *et al.*, 2009).

¹¹ É por esta razão que as mudanças associadas à paisagem das regiões vitivinícolas assumem tamanha importância à redefinição da qualidade do produto. Voltaremos a esta questão no Capítulo 6.

relativo à formação das preferências individuais; (c) *Construção social da qualidade*: a qualidade como resultado de um processo social em que diversos atores negociam um conceito comum, e; (d) *Julgamento coletivo*: a qualidade derivada de uma relação entre atores sociais através de diferentes dispositivos coletivos de julgamento (Fig. 01). É importante notar que não existe uma simples substituição de uma percepção por outra ao longo do tempo. Todas elas passaram a coexistir simultaneamente e procuram impor aos indivíduos e organizações um modo particular de ver e relacionar-se com o mundo, revelando-se mais ou menos presentes em diferentes situações ou eventos.

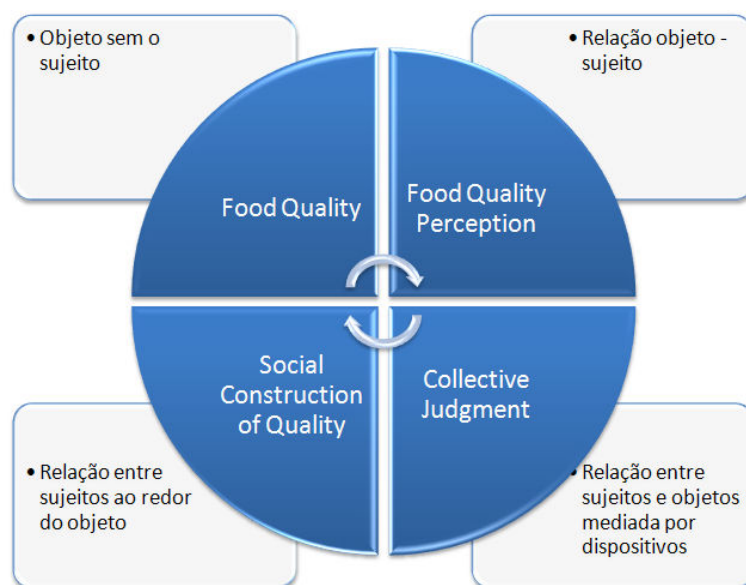


Figura 01: Percepções científicas da qualidade.

Fonte: Adaptado de Cerdan (2008)

No caso das IGs, de qual percepção estamos tratando? Qual é a qualidade que este mecanismo assegura? Constituído enquanto instrumento legal através de normas de proteção à propriedade industrial, por definição este tipo de mecanismo está baseado na existência de atributos que diferenciam uma região ou território na elaboração de um dado produto ou serviço. Segundo a legislação brasileira em vigor, existem duas categorias de IG, cada qual correspondendo a um instrumento jurídico específico (Fig. 02). A *Indicação de Procedência* (IP) refere-se a um *nome geográfico*¹² tornado reconhecido pela produção, extração ou fabricação de determinado produto, ou pela prestação de dado serviço, independentemente de outras características. Logo, ela diz respeito à *reputação* ou *notoriedade*. Por sua vez, a *Denominação de Origem* (DO) designa um *nome geográfico* de uma região ou território no qual um produto ou serviço é peculiar em virtude de qualidades diferenciais que se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos. Neste caso, o acento recai sobre *características qualitativas* (Lei n.º 9.279/1996).¹³

¹² Note-se que, no Brasil, uma IG somente é concedida a partir de um “nome geográfico”. Ademais, a distinção não é conferida ao produto ou serviço, mas a uma região, território ou localidade. Em outros contextos, como na França, as indicações geográficas podem ser concedidas a expressões genéricas que identifiquem uma região (eg. AOC “Moulin-à-Vent” (Moinho de vento) para vinhos no Beaujolais).

¹³ Com variações conceituais que não exploraremos neste momento, essas duas categorias também são encontradas em outros contextos. Na França, as IG vitícolas são compostas por duas categorias: *Appellations*

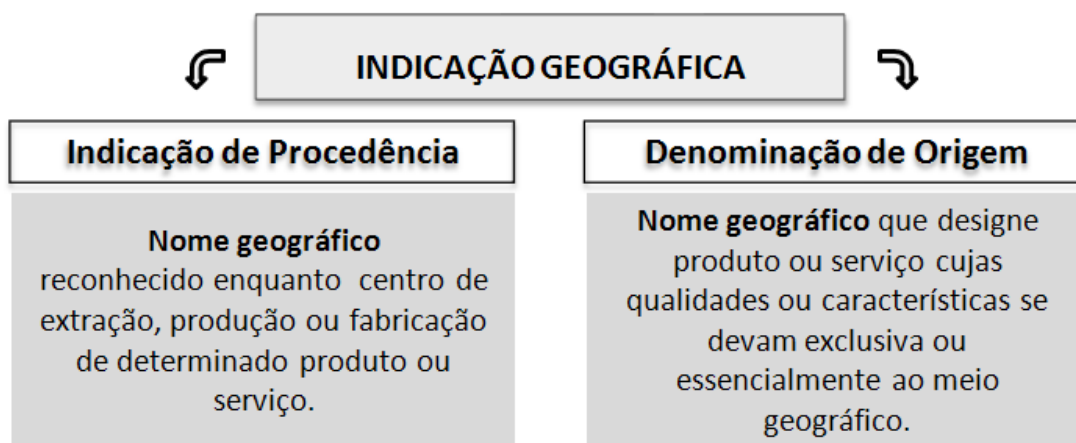


Figura 02: Tipos de Indicação Geográfica de acordo com a legislação brasileira em vigor.
Fonte: Elaboração do autor.

Ora, já argumentamos que a reputação pode ser definida como um atributo qualitativo específico, o que provoca algum contra-senso neste tipo de distinção normativa. De todo modo, o que vamos argumentar no decorrer da tese é que, independentemente do estatuto particular que a IG possa assumir, existe uma hibridização entre diferentes percepções de qualidade, de maneira que é impraticável distinguir uma única dimensão. Ainda que, para critérios de operacionalização e reconhecimento formal, seja imprescindível definir uma lista finita e concisa de atributos que fazem da região/território um espaço peculiar na produção de determinado bem; na prática, a construção de uma IG é um processo de negociação entre diferentes princípios valorativos com vistas, inclusive, a definir as prioridades dessa lista. Na medida em que a lista é “preenchida” ela está, de certo modo, estabilizando uma noção específica de qualidade, válida para aquela “comunidade humana de referência” (Bérard e Marchenay, 2004).

Seguindo os atores

Analisar a construção da qualidade nos termos discutidos acima requer seguir os atores em suas redes, compreender suas interações, os objetos que intermediam as relações, os discursos e argumentos mobilizados e as justificações que estão em jogo. À maneira dos etnógrafos, nesta seção procuramos descrever os principais passos dados ao longo deste percurso. O uso da linguagem descritiva não destoa de uma opção epistemológica que nos aproxima da sociologia interpretativa, para a qual o registro das circunstâncias envolvendo o momento, o lugar, as pessoas e suas interações torna-se o meio mais eficaz de alcançar uma explicação sociológica de processos multicausais e repletos de efeitos indeterminados (Dosse, 2003). Outrossim, a relativa simetria entre a descrição, os princípios explicativos utilizados pela ciência social e a linguagem utilizada pelos próprios atores, sustenta que o trabalho do pesquisador deve centrar-se fundamentalmente na compreensão que os agentes desenvolvem

d'Origine Contrôlée (AOC) e *Vins de Pays*. Doravante, no quadro da harmonização europeia, elas tornam-se, respectivamente, Denominação de Origem Protegida (DOP) e Indicação Geográfica Protegida (IGP) (Veja Capítulo 4, Box 03). As mesmas também são encontradas no quadro jurídico internacional (TRIPS) a partir do qual o Brasil definiu, respectivamente, a Denominação de Origem (DO) e a Indicação de Procedência (IP).

de suas ações, rejeitando, portanto, perspectivas que consideram as “pessoas comuns” incapazes de entender a “verdadeira razão” de suas práticas.

Esta opção incorre na adoção de determinados procedimentos de pesquisa. Desde a construção do projeto que conduziu à realização deste estudo, sustentamos que nosso trabalho consistiria em “seguir os atores e recolher as justificações que estes apresentam para o modo como estruturam suas práticas e discursos”, similarmente, portanto, aos estudos empíricos da sociologia das redes sociotécnicas e da economia das convenções. Ademais, tínhamos clareza de que a lista de indivíduos e organizações que deveriam ser seguidos não estava definida *ex-ante*, e que não apenas os humanos deveriam ser registrados, mas também os objetos que intermediam suas relações e oferecem suporte aos processos de classificação e julgamento. Contudo, sob o efeito de uma ingenuidade característica de quem ainda não havia mergulhado no universo de investigação, naquele momento ainda não havíamos percebido que estas opções metodológicas constituíam escolhas genéricas. Sua operacionalização no decorrer da pesquisa exigiria um esforço cuidadoso e constante de reconciliamento teórico e empírico, readequando a todo instante as ferramentas de investigação.

Os passos iniciais não se alteraram. Sempre que chegamos ao campo de pesquisa buscamos seguir o caminho dos atores mais diretamente envolvidos com a construção dos projetos de IG. Percorrer o mesmo traçado, visualizar as conexões, cartografar as redes, recolher informações, rastrear movimentos, observar os acordos firmados, os litígios, as disputas, os objetos que compõe a cena, os argumentos utilizados a fim de denunciar, acusar e justificar. E degustar alguns vinhos. Neste caso, a relação instituída com o vinho não tem nada de prosaica ou lúdica, ainda que, sem dúvida, proporcione uma satisfação a mais para pesquisadores enófilos. O vinho é o “actante” mais recorrente dentro da rede (Latour, 1984). Um dos elementos materiais a partir do qual estruturam-se e estabilizam-se as interações sociais. Interações que se constituem não porque existem pessoas que compartilham os mesmos paladares, mas porque dividem valores sociais. As confrarias são antes de tudo um lugar onde se comunicam valores e representações. Espaços cercados de simbologias e crenças em que o vinho é o fundamento objetivo. Assim, embora o objeto de análise desta tese nunca tenha sido propriamente o vinho, sequer no que se refere às representações sociais que gravitam em torno dele, fomos desde o princípio obrigados a apreender a linguagem que o cerca. Uma forma de comunicar cuja estrutura semântica confunde e assusta os leigos, conferindo aos enólogos uma autoridade peculiar e, ao produto, uma aura relacionada ao luxo e à distinção (Bourdieu, 2007).

Seguir estes atores sem compreender o mínimo sobre climatologia, fisiologia da videira, edafologia e enologia é uma tarefa quase impraticável. Em que pese uma formação básica em agronomia, a entrada à campo se mostrou mais difícil do que o esperado inicialmente. Dificuldade que se manifestou ainda maior na medida em que nenhuma formação acadêmica permite ao pesquisador acercar-se de outros saberes e conhecimentos tácitos inerentes à produção de vinhos e inscritos na história das pessoas que habitam as distintas localidades que percorremos. São modos de falar, tradições e costumes herdados de gerações e que não podem ser aprendidos através dos manuais. Robert Parker, Hugh Johnson e Jancis Robinson nos ajudam muito pouco nestas horas.¹⁴ No entanto, se, em algumas

¹⁴ Trata-se de três dos principais autores especializados em escrever manuais sobre vinhos para consumidores. Veja o Atlas Mundial do Vinho de Johnson e Robinson (2008) e o Guia Parquer de Vinhos (Parquer, 2008).

situações era necessário demonstrar algum conhecimento sobre as múltiplas e contraditórias opiniões acerca do tema da pesquisa, sem o que muitos informantes relutavam em falar, em outras a opção mais adequada era “o bom emprego da ignorância” (Latour e Woolgar, 1997, p. 29). Isso permitiu desdobrar o significado de noções triviais que foram incorporados ao repertório cultural das pessoas e, aos poucos, passaram a ser reproduzidas como *habitus*. Afinal, como é possível fazer vinho com uvas “não-viníferas”?

A condição de *outsider* também permitiu permanecer em uma posição menos “engajada”, o que talvez seja a principal variável explicativa para algumas diferenças entre as interpretações que propomos nesta tese *vis-à-vis* aquelas que encontramos em muitos estudos conduzidos por investigadores diretamente implicados nos projetos de IG. Trata-se de uma discussão delicada e controversa a respeito de neutralidade científica sobre a qual não temos condições de versar aqui. Na realidade, a maneira mais adequada de analisá-la não é assumindo uma neutralidade perante os fatos, mas reconhecendo que a posição diferenciada na rede social altera o ponto de vista em relação aos projetos que estão sob judice. É neste sentido que falamos em engajamento, em vista da posição periférica que assumimos face a outros pesquisadores que se tornaram nós centrais na estruturação da rede.

A pesquisa empírica iniciou com duas breves incursões à campo na região da Serra Gaúcha, em agosto de 2008 e fevereiro de 2009. A partir da observação *in situ*, da pesquisa bibliográfica (jornais, revistas, relatórios etc.) e da realização de entrevistas não-estruturadas, estas etapas exploratórias possibilitaram um contato inicial com os atores locais e ajudaram na delimitação do escopo do estudo. Desde então, a entrada no universo de investigação foi facilitada pelo estabelecimento de um vínculo formal de pesquisa com a EMBRAPA Uva e Vinho (Bento Gonçalves). Com vistas a reduzir os custos da pesquisa e, principalmente, encontrar um meio de penetrar em uma rede de pessoas e organizações relativamente fechada, como é o segmento vitivinícola local, solicitamos a pesquisadores da EMBRAPA o apoio formal ao desenvolvimento da tese. Esta cooperação possibilitou o acesso a atores e informações que, de outro modo, dificilmente estariam disponíveis.

Ao mesmo tempo, o início da pesquisa foi facilitado pela participação no Curso sobre IGs organizado em maio de 2009 pelo Ministério da Agricultura (MAPA), na cidade de Bento Gonçalves. Como tratava-se de um curso reservado a técnicos e especialistas com alguma interface com a temática e, de modo geral, vinculados aos projetos em desenvolvimento, a presença de um estudante, ao mesmo tempo em que causou estranheza, diferenciou-me frente aos demais e possibilitou uma série de contatos. Mobilizados no decorrer da pesquisa, estes contatos permitiram seguir outros elos da rede de organizações envolvidas com o tema das IGs no Brasil.

Neste período estabelecia-se também uma relação mais próxima com um amplo leque de pesquisadores. A participação em um projeto de cooperação internacional financiado pelo convênio CAPES-COFECUB possibilitou o contato com uma equipe de investigadores nacionais e internacionais que passaram a constituir o núcleo central de uma rede mais vasta de pesquisa sobre indicações geográficas.¹⁵ No Brasil, isto possibilitou adentrar em um circuito de pesquisadores que envolve várias universidades e centros de pesquisa e extensão (UFRRJ, UFSC, UFRGS, EPAGRI, INSA, UFPB etc.). Na França, o contato com

¹⁵ Rede cujas ações já foram divulgadas em alguns eventos, dentre os quais destacam-se dois seminários internacionais sobre IGs, realizados em 2008 e 2010 em Florianópolis-SC e João Pessoa-PB, respectivamente.

pesquisadores da *Université Lyon II*, do *Centre de Coopération Internationale en Recherche Agronomique pour le Développement* (CIRAD) e do *Institut National de la Recherche Agronomique* (INRA), alguns vinculados ao Projeto Siner-GI¹⁶, possibilitou avançar na compreensão dos debates que estavam sendo processados em nível internacional.

Inserido neste circuito de pesquisadores, técnicos e agentes públicos, e seguindo discussões em listas eletrônicas, a publicação de documentos oficiais, artigos acadêmicos e textos de vulgarização científica, conseguimos acompanhar os desdobramentos da temática das IGs em diferentes espaços e momentos ao longo dos três últimos anos. Isso possibilitou refinar nossa percepção acerca das questões relevantes para este conjunto de atores sociais. No entanto, faltava uma compreensão daquilo que se passava no âmbito territorial. Nesta época, o contato com os vitivinicultores e com suas entidades representativas ainda era incipiente. A entrada nesta parte da rede parecia dificultada por algum corporativismo destes atores ou pela sua aversão a novos entrantes, o que era reflexo, dentre outras coisas, da própria saturação de pesquisadores desenvolvendo dissertações e teses na região.¹⁷

Era urgente encontrar meios que permitissem a um doutorando sem qualquer relação prévia com o setor vitivinícola entrar neste circuito, repleto de cisões e disputas à primeira vista incompreensíveis, a começar pelas várias instituições setoriais representando diferentes segmentos econômicos e sociais. Isso ocorreu efetivamente apenas durante a etapa principal da pesquisa de campo realizada em setembro de 2009. Em alguns circuitos, a entrada foi facilitada pelo vínculo previamente construído com a EMBRAPA, instituição articuladora e promotora dos projetos setoriais, em especial no que se refere às IGs. Por mais incipiente e formal que fosse esse vínculo, para muitos entrevistados ele significava por si só um comprometimento com determinadas posições que estavam em disputa e com os rumos que os projetos de Indicação Geográfica vinham tomando.

Mas, existiam outros círculos sociais em que esta referência não contribuía decisivamente. São pessoas e organizações para as quais os projetos de IG têm revelado um efeito excludente, o que os direciona quase automaticamente para uma posição crítica em relação ao conjunto das ações que estão sendo desenvolvidas. O contato com estes círculos ocorreu de forma imprevista. Após a apresentação de um artigo sobre as contradições envolvendo a dinâmica de desenvolvimento do Vale dos Vinhedos no Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural (SOBER), em julho de 2009, fui contatado por um vinicultor local que assim expressava seus argumentos: “Vejo também que todas as demais indicações de vinho ou qualquer outro produto estão seguindo o mesmo exemplo do Vale, (que) não é visto como uma ferramenta de desenvolvimento social, cultural, econômico, ambiental, etc. Todas se preocupam com a identidade de produto, não com a identidade de ser humano, da sua cultura, da sua tradição, história”.¹⁸ A partir deste contato foi possível ter acesso a um segmento distinto da rede que envolve desde vinicultores,

¹⁶ *Strengthening International Research on Geographical Indications* - projeto europeu desenvolvido entre 2005 e 2008, cujo objetivo era produzir análises comparadas de diferentes sistemas de qualificação relacionados à origem dos produtos. Veja www.origin-food.org.

¹⁷ A Serra Gaúcha tornou-se foco crescente de estudos sobre desenvolvimento local/territorial, estratégias de segmentação e diversificação agroindustriais, cooperação competitiva etc. Dentre as pesquisas desenvolvidas recentemente na região a respeito dos IGs pode-se citar Falcade (2005), Polita (2006), Froehlich *et al.* (2008), Bruch, Vitroles e Locatelli (2009), Sacco dos Anjos e Caldas (2010), Zen (2010), entre outras.

¹⁸ Comunicação pessoal. E-mail recebido em 20 de julho de 2009.

técnicos, enólogos e mesmo importadores e donos de restaurantes, alguns dos quais tivemos a oportunidade de entrevistar no Rio de Janeiro.

Nesta fase, a entrada à campo ocorreu em um período bastante propício. Não exatamente porque o trabalho de vinificação estava terminando e, deste modo, as pessoas possuíam mais tempo disponível para conceder entrevistas, mas porque era um momento de intensa discussão envolvendo questões relevantes aos projetos de IG. Dentre os debates em curso, ao menos três mostraram-se particularmente relevantes para os nossos objetivos. Primeiro, os conflitos envolvendo a criação de um Selo Fiscal para vinhos, similarmente ao que já existe em relação a bebidas destiladas. As discussões acerca dos efeitos que o selo possuiria em relação ao controle de fraudes e adulterações, do comércio ilegal e do contrabando de vinhos, além das consequências à exclusão de determinados produtores do mercado como decorrência dos custos de implantação do sistema, ocasionou uma nova cisão no segmento vitivinícola e deflagrou uma reorganização no ambiente institucional, resultando, por exemplo, na criação da União das Vinícolas Familiares e Pequenos Vinicultores (UVIFAM). A necessidade de defender interesses particulares levou os atores a encontrar justificativas diversas não apenas para o selo, mas para a estrutura de produção e circulação de vinhos que ele supunha. Assim, embora o vínculo com o tema das IGs seja fluído, as discussões permitiram compreender o posicionamento de diferentes atores em relação a questões mais amplas, seus interesses, objetivos, formas de organização, interlocutores privilegiados, constituindo um momento decisivo para a cartografia da rede social.

A segunda discussão em voga estava associada à aprovação de um projeto de lei no município de Bento Gonçalves que estabelecia a criação de um loteamento urbano no interior do Vale dos Vinhedos. Neste caso, as divergências foram responsáveis por expor a percepção de atores que estão fora da área delimitada ou do próprio segmento vitivinícola. De modo geral, as discussões revelavam certa indiferença da população citadina, e mesmo de parcela significativa dos habitantes do Vale dos Vinhedos, frente àquilo que o projeto poderia representar em termos de perda da identidade territorial, sempre associada a uma imagem de ruralidade. Por um lado, isto ratificava as preocupações expressas por alguns atores acerca da trajetória de desenvolvimento local, a qual estaria exacerbando um processo de diferenciação socioeconômica e criando um distanciamento insustentável entre quem está inserido e quem está à margem da repartição dos benefícios gerados pela IG. De fato, enquanto as vinícolas e estabelecimentos turísticos procuravam deter o avanço do projeto, os viticultores e demais habitantes da região não visualizavam motivos suficientes para aderir à mobilização. Por outro lado, a reação ao projeto também foi responsável por impulsionar ações conjuntas entre segmentos outrora opostos, articulando em torno desta pauta organizações que divergiam claramente nos debates referentes ao selo fiscal. Este fato revelou que os atores apropriavam-se de justificativas que, em outros espaços, eram objeto de contestação, o que deixava nítida a impossibilidade de conectar de modo rígido cada ator (individual ou coletivo) a uma única forma de justificação. Eles moviam-se com desenvoltura entre diferentes argumentos em vista da situação particular em que se encontravam. A noção de “racionalidade situada” começava a ter um sentido mais evidente (Zaoual, 2006).

Por fim, uma discussão particularmente relevante para os objetivos da tese estava associada às reconfigurações em curso no mundo do vinho. Em pauta, questões como qualidade, tecnologia, padronização, tipicidade, *terroir* e IGs. De modo geral, esta não é uma discussão recorrente. Ela retornou à cena em virtude da publicação, por um jornal

especializado de ampla circulação no segmento vitivinícola local, de uma entrevista com o enólogo francês Michel Rolland (Debon, 2009). Trata-se do mais conhecido *globetrotter* no mundo do vinho, consultor de uma centena de vinícolas em todo o mundo, incluindo a *Miolo Wine Group*, o maior conglomerado do ramo de vinhos finos no Brasil. A capa da reportagem estampava a seguinte afirmação de Rolland: “Não entendo o porquê de uma região estar buscando uma DO”. Um golpe duro nos projetos que estavam em curso.

A posição de Rolland não pode ser considerada uma novidade. Há pelo menos uma década ele vem afirmando que as IGs não passam de um instrumento de protecionismo criado pelos países europeus, cujo impacto no mercado comunitário tem sido reduzido em virtude da crescente vulgarização deste instrumento. Somente na França, são 394 *Appellations d’Origine Controlée* para vinhos e bebidas espirituosas que, somadas aos 140 *vins de pays*, perfazem cerca de 80% da produção nacional em termos de volume (INAO, 2010a). Seja como for, no contexto da Serra Gaúcha, a entrevista criou uma situação paradoxal, aumentando a desconfiança de todos acerca dos interesses de diferentes atores em relação aos projetos de IG. A situação revela-se ainda mais complexa na medida em que Rolland também é considerado um dos principais responsáveis pelo processo referido outrora de padronização e uniformização da produção mundial de vinhos (Schirmer, 2007; Nossiter, 2009).

Estas três discussões emergiram no centro de um momento crítico no qual houve um aguçamento da crítica social, não apenas em relação a estas questões específicas, mas ao próprio modelo de IG que está sendo formatado. Junte-se a isso, o fato de que não ainda existe no Brasil um quadro institucional suficientemente consolidado referente às IGs. Como afirmamos anteriormente, o momento atual é de construção do marco jurídico e de definição das organizações envolvidas e de suas responsabilidades. Por um lado, isso tornou o período particularmente interessante para a análise. Por outro, acarretou um esforço constante de reatualização e contextualização das informações. Novas IGs estão sendo reconhecidas, projetos começam a ser estruturados, atores estão inserindo-se, regulamentos são reescritos... tudo isso deve ser ressaltado para alertar o leitor quanto aos desdobramentos que o tema apresentou após a realização da pesquisa empírica e que deverá apresentar em um futuro muito próximo.

Nesta etapa da pesquisa na Serra Gaúcha realizamos 30 entrevistas com roteiros direcionados à cada tipo de informante. As entrevistas foram gravadas, transcritas e analisadas através do software de análise qualitativa NVivo. Os trechos mais representativos estão incorporados em *itálico* no decorrer da tese, tomando-se o cuidado de manter o nome das pessoas em sigilo, mas identificando o informante por categoria e local: Vit: Viticultor, Vin: Vinicultor, Tec: Técnico, Pes: Pesquisador, Eno: Enólogo/Somellier; VV: Vale dos Vinhedos, PB: Pinto Bandeira, MB: Monte Belo do Sul, GB: Garibaldi, VA: Vinhos de Altitude; BJ: Beaujolais, LG: Languedoc. O objetivo desta convenção não é apenas facilitar a descrição, mas situar minimamente o contexto a partir do qual os entrevistados exprimem-se. Quando as pessoas falam, elas não pronunciam discursos soltos, sem formatação alguma. Existem marcas simbólicas específicas a cada posição. São formas retóricas institucionalizadas que constroem o indivíduo, de modo que seu ponto de vista está sempre associado à sua posição relativa no seio de diferentes coletividades, ainda que não se limite a ela (Boltanski, 2009).

Mas as entrevistas forneceram uma informação apenas parcial, com um alcance que logo se revelou limitado aos objetivos do estudo. As opiniões recolhidas individualmente e fora da ação não permitiam identificar as justificações públicas produzidas pelos atores no curso do processo de negociação. O que interessa é o comportamento dos atores na ação, seus

discursos e suas práticas ao longo do processo de negociação inscrito na construção da IG. A forma mais adequada de buscar estas informações seria através de uma observação participante, acompanhando as reuniões das associações, técnicos e conselhos reguladores. No entanto, esta tornou-se uma opção inviável em virtude da impossibilidade de participar das reuniões das Associações e Conselhos Reguladores. Uma alternativa passou a ser a análise das Atas destas reuniões, o que possibilitava visualizar quem eram os atores envolvidos, suas opiniões e os argumentos que foram mobilizados ao longo das negociações. Na prática, porém, elas mostraram-se uma fonte de pesquisa bastante limitada. Na sua maioria, tratavam-se de atas “burocráticas”, abordando aspectos pontuais de mudança de diretoria, parcerias comerciais e decisões relativas à participação em eventos e feiras.

Outra alternativa foi a pesquisa bibliográfica em jornais e revistas locais, além de *sites* e *blogs* de pessoas envolvidas com os projetos. Estes meios de comunicação revelaram-se interessantes porque eles tornam públicas as opiniões e, portanto, expressam argumentos que necessariamente precisam estar respaldados por justificações legítimas. Dentre uma ampla gama de jornais e revistas, escolhemos aqueles mais diretamente associados ao segmento vitivinícola regional, a saber: os jornais *Bon Vivant* e *A vindima* e a revista *Adega*.

No entanto, demorou um pouco para que percebessemos que a fonte mais preciosa de dados não estava verbalizada ou escrita. As informações mais relevantes estavam inscritas nas coisas. De fato, a objetificação é o centro do processo de institucionalização ao qual nos reportamos. As coisas representam os aspectos visíveis do processo social e cognitivo através do qual ocorre a construção dos projetos. São os artefatos que intermediam as interações sociais tornando a ação coletiva estável e permitindo “ação à distância” (Callon, 1993). Assim, a observação e o registro dos objetos e técnicas tornaram-se instrumentos relevantes de pesquisa. Procuramos identificar os itinerários técnicos que estavam sendo definidos: por que o espumante deve ser produzido pelo método *champenoise*? Por que a cultivar Merlot é a única autorizada? Por que a condução da videira deve ser no formato espaldeira? Ao mesmo tempo, dedicamos maior atenção aos Regulamentos de Uso a partir dos quais estabilizam-se as normas e padrões de produção, definindo os elementos humanos e não-humanos que participam da construção da IG: quais produtores podem demandar o selo? Quais técnicos participam das avaliações? Qual a área geográfica delimitada? Quais instrumentos de análise são utilizados? Este foi basicamente o trabalho de pesquisa que desenvolvemos na Serra Gaúcha, percorrendo cinco áreas onde os projetos de IG estavam em desenvolvimento: Vale dos Vinhedos, Pinto Bandeira, Monte Belo do Sul, Farroupilha e Garibaldi.

Finalizada esta fase da pesquisa de campo, em novembro de 2009 iniciamos um estágio doutoral na França, compartilhado entre o Laboratório de Estudos Rurais da Université Lyon 2 e a UMR-Innovation (CIRAD-INRA-SupAGRO). Havia duas intenções básicas neste estágio. Primeiro, seguir novos atores da rede: pesquisadores que têm teorizado sobre a construção de sistemas de IG e atuado como consultores de organizações governamentais e não-governamentais interessadas na estruturação destes sistemas em todo o mundo, inclusive no Brasil. Segundo, verificar a possibilidade de tornar a tese um estudo comparativo Brasil-França.

Logo percebemos que o contexto vitivinícola francês revelava várias questões similares àsquelas com as quais nos deparamos na Serra Gaúcha. Apesar de histórias agrárias distintas, os dois países possuem um setor vitivinícola com alguns problemas estruturais semelhantes, decorrentes da reorganização do mercado mundial. Desde esta perspectiva, um

estudo comparativo mostrava-se bastante factível. No entanto, também existiam diferenças expressivas, a começar pela posição dos produtores e consumidores na cadeia global de valor, sendo o Brasil um país periférico no mundo dos vinhos. No que se refere especificamente às IGs, ao passo que no Brasil essa noção começa a ser incorporada neste momento pelo setor produtivo, na França ela se traduz em um mecanismo com formato organizacional e arcabouço institucional consolidados desde o início do século XX, quando foram reconhecidas as primeiras AOCs (mesmo que o sistema já tenha passado por diversas reformas).

Essas especificidades tornavam remota um estudo comparativo dos sistemas de IG de ambos os países. Não havia como considerar de modo integrado os diferentes aspectos econômicos, jurídicos, organizacionais e operacionais envolvidos. No entanto, era possível direcionar nossa lente para eventos específicos que permitiam construir interpretações comuns sobre as transformações em curso nas IGs vitivinícolas frente à nova dinâmica do mercado. A idéia de construir uma “análise em perspectiva” destes diferentes eventos parecia mais apropriada ao tipo de problemática que estávamos delimitando. Fizemos isso mantendo o foco da pesquisa nas IGs brasileiras, mas acrescentando elementos de análise oriundos de contextos franceses que vivenciaram transformações similares àquelas que estão em voga no Brasil. O diálogo com pesquisadores de Lyon e Montpellier nos direcionaram aos vinhedos do Beaujolais e Languedoc. Entre abril e maio de 2010, realizamos 17 entrevistas nestas duas regiões com produtores, técnicos e representantes setoriais. O tratamento analítico das informações recolhidas foi o mesmo conferido às entrevistas realizadas na Serra gaúcha: gravação, transcrição e análise qualitativa. A escolha destas regiões não apenas se mostrou oportuna para garantir comparabilidade entre as diferentes áreas de estudo, como abriu novas questões de investigação em relação às IGs brasileiras. Assim, finalizamos a pesquisa com o retorno à Serra Gaúcha para uma última etapa de entrevistas não estruturadas entre setembro e outubro de 2010.

O fio de Ariadne

De acordo com a mitologia grega, o “fio de Ariadne” foi o meio encontrado por Teseu para retornar ao ponto inicial de onde partira para adentrar no labirinto e matar o Minotauro (Brandão, 1993). A metáfora serve para justificar a inserção desta breve seção ao final da introdução. A idéia aqui é definir alguns conceitos básicos que o leitor pode precisar para percorrer o labirinto de “eventos” que construímos para alcançar os objetivos deste estudo.

Para começar, um “evento” representa um conjunto de processos sociais relativamente delimitados no tempo e no espaço e que passam a constituir a unidade fundamental de análise. Cada um dos eventos é uma expressão, mais ou menos articulada, daquilo que Boltanski e Thévenot (1999) definem como “momento crítico”, uma situação em que as instituições sociais, as classificações e as formas de julgamento estabelecidas são questionadas e colocadas à prova por uma nova realidade emergente. São momentos que catalisam a atividade reflexiva dos indivíduos, os quais são impelidos a encontrar mecanismos que lhes permitam sair da situação transitória de incerteza e crise. Nestes momentos estabelece-se um cenário de disputas em relação à definição dos meios que serão utilizados para solucionar o problema e,

à exceção dos contextos de violência aberta, são momentos que exigem um amplo processo de negociação, dentro do qual os atores são obrigados a justificar publicamente seus interesses. Essas justificações precisam fundar-se em princípios legítimos, caso contrário as escolhas operadas serão alvo permanente de novas críticas, até o momento em que um acordo baseado em princípios de ampla generalidade se imponha.

É a partir deste emaranhado de eventos aparentemente dispersos que vamos analisar as transformações em curso em diferentes projetos de IG para vinhos no Brasil e na França. Ao privilegiar esse formato, assumimos claramente os limites que isso impõe à construção de uma interpretação espacial e temporalmente unificada dos diferentes “sistemas de indicação geográfica”. Ao mesmo tempo, não temos a pretensão de realizar um estudo detalhado de cada projeto em questão. Não nos interessa de modo algum a idéia de diagnóstico, isto é, de apreciação sistêmica do conjunto de variáveis responsáveis por apontar o sucesso ou fracasso de diferentes experiências de IG. De outro modo, a análise focaliza uma rede de episódios particulares que se conectam a partir de vínculos multicausais nem sempre evidentes, mas que, tomados em conjunto, oferecem uma interpretação consistente para os processos de qualificação em curso no segmento vitivinícola ensejados pelo desenvolvimento de IGs.

Por sua vez, a noção de “projeto” assume um sentido duplo e combinado. De modo geral, ela refere-se ao conjunto de ações que têm sido articuladas com vistas à criação e sustentação das IGs. Trata-se da noção de projeto tal qual geralmente encontramos em diferentes formas de intervenção social planejada: um plano ou programa de ação. Complementarmente, esta noção também será utilizada como categoria heurística para definir uma lógica de ação, a lógica daquilo que Boltanski e Chiapello (1999) chamam de “*cité por projetos*”. Aqui, o projeto não é um modo qualquer de unir recursos para alcançar um objetivo predefinido. O projeto é a ocasião e o pretexto para a formação de redes sociais. É ele que torna possível a cooperação entre atores com interesses distintos. As redes estruturam-se como decorrência do projeto e para ele. No entanto, sua própria existência está fundamentalmente sujeita à construção de um sistema de valores comuns, ou seja, ela depende da formação de “compromissos” entre diferentes princípios normativos.

Compromissos são composições específicas que emergem do encontro de diferentes ordens de grandeza valorativas. Trata-se de uma chave de leitura que permite interpretar a formação de arranjos convencionais híbridos, nos quais valores, objetos e pessoas aparentemente irreconciliáveis são dispostos de maneira relativamente ordenada. Os compromissos sugerem a emergência de um princípio qualitativo (uma “definição” de qualidade) que torna compatíveis julgamentos que se apóiam em valores distintos (Boltanski e Thévenot, 1991). Assim, uma concepção industrial de qualidade pode “criar um compromisso” com uma concepção mercantil ou mesmo artesanal. O resultado disso é uma nova referência qualitativa, sujeita à crítica, mas relativamente estável enquanto os objetos de disputa forem removidos. A título de exemplo, o compromisso formado entre uma concepção cívica de qualidade (justiça social) e uma concepção patrimonial (valorização do *terroir*), cujo resultado traduz-se na integração entre diferentes circuitos de troca: os produtos de IG passam a circular nos mercados de comércio justo.

Ao tratar de compromissos, alguns leitores podem imaginar que não existem conflitos entre os atores sociais que consideramos aqui ou, o que seria mais provável, supor que fomos nós que esquecemos completamente de considerá-los. Entretanto, é importante salientar, esta tese versa sobre conflitos. Mas, não da maneira mais prosaica que é aquela voltada às disputas

de interesses entre atores e grupos sociais em luta dentro de um determinado campo ou arena. Trata-se de um tipo específico de disputa que diz respeito a valores e às múltiplas formas de justificação que os atores utilizam para empreender suas ações. Um conflito que se processa em um ambiente institucional que não é de guerra e, portanto, que deve ser negociado. Em última análise, um conflito que se desenvolve com vistas à produção de compromissos, ou seja, de um tipo específico de acordo valorativo. Na prática, este acordo diz respeito ao envolvimento coletivo de diferentes atores para estabelecer as normas formais e informais que orientam suas práticas produtivas. Isso não significa negar a existência de outros tipos de conflito, mas reconhecer que podemos tratar de uma categoria específica de conflito, que é aquele centrado em valores.

A tese está dividida em sete capítulos. No primeiro, discutimos as transformações da cadeia global de valor e da vitivinicultura brasileira. Sustenta-se que o atual contexto de crise sugere uma transformação profunda do mercado, a qual se expressa no surgimento de novas convenções qualitativas que colocam em questão as hierarquias e classificações que se institucionalizaram no mundo dos vinhos. Definimos a emergência destas convenções como os contornos iniciais de um “novo espírito” para o mundo dos vinhos, retomando a noção que Boltanski e Chiapello (1999) utilizaram para referir-se à emergência de um novo quadro institucional para o capitalismo contemporâneo. Além disso, o capítulo traz uma breve descrição do setor vitivinícola nacional, buscando situar o contexto a partir do qual estamos falando.

O segundo capítulo define o quadro teórico básico do estudo. Para discutir o processo de qualificação ensejado pelas indicações geográficas lançamos mão de aportes cruzados da economia das convenções, nova sociologia econômica e teoria das redes sociotécnicas. Ao longo do capítulo exploramos os limites das abordagens teóricas prevaletentes nos campos da economia e da sociologia para justificar a necessidade de uma construção heterodoxa e multidisciplinar; um “novo paradigma” (Wilkinson, 1997) para analisar os mercados como construções sociais e a qualidade como o resultado de um amplo processo de negociação com base em princípios valorativos.

O capítulo seguinte também é eminentemente teórico, mas reposiciona o foco da discussão mais diretamente para a temática das indicações geográficas. Argumenta-se que as mesmas podem ser analisadas como dispositivos convencionais híbridos que envolvem três elementos articulados: artefatos técnicos, arranjo institucional e princípios qualitativos. A partir disto, sustenta-se que a estabilização de um sistema de indicações geográficas não pode prescindir de uma conexão precisa destes três elementos. O desencaixe entre as normas de produção e a prática dos atores abre a possibilidade de crítica e torna o dispositivo instável.

No quarto capítulo apresenta-se a trajetória que levou aos projetos de indicação geográfica na Serra Gaúcha e, em seguida, algumas questões centrais que perpassam a construção de todos os projetos, inclusive às IGs francesas. A construção social da reputação e do *terroir*, os conflitos em torno da delimitação da área geográfica, os processos de reorganização institucional, são alguns dos temas abordados.

Nos dois capítulos subsequentes a atenção dirige-se às mudanças em curso na produção de uva e vinho decorrentes dos compromissos para a qualidade gestados no interior de diferentes projetos de qualificação. Analisam-se certos momentos críticos da construção de diferentes Regulamentos de Uso, explorando as interfaces entre tipicidade, tecnologia e inovação. Dentre os eventos em destaque estão: os projetos de marca coletiva dos produtores

de Garibaldi e São Joaquim; as repercussões do projeto de IG para vinhos de mesa nos Vales da Uva Goethe; o processo de escolha das cultivares para o regulamento de uso da denominação de origem Vale dos Vinhedos; as inovações na produção vitivinícola do Beaujolais; a apropriação de determinadas práticas de produção que podem padronizar o vinho e, finalmente; a expressão de uma justificativa ecológica no interior dos projetos.

O último capítulo retoma algumas questões discutidas ao longo da tese e propõe uma interpretação unificada dos diferentes eventos aludidos acima.

Capítulo 1

O novo espírito do mundo dos vinhos

O primeiro capítulo inicia discutindo o estatuto da crise no mercado vitivinícola. Argumenta-se que o contexto atual sugere uma transformação radical do mercado que ocorre não apenas pelo reposicionamento dos atores líderes, mas, principalmente, pelo surgimento de novas convenções de qualidade. A emergência destas convenções define os contornos iniciais de um “novo espírito” para o mundo dos vinhos e desafia suas instituições basilares, colocando em xeque hierarquias e classificações que se estabeleceram ao longo de décadas. Discute-se o modo como, frente à estabilização deste novo contexto, tem sido criado um entendimento comum (compromisso) de que a única alternativa viável para ser competitivo é a “qualificação da produção”. Para tanto, os produtores investem em múltiplas estratégias de diferenciação, dentre as quais as indicações geográficas emergem como uma alternativa proeminente para certas regiões.

1.1 O estatuto da crise

Na última década, uma percepção de crise generalizou-se no mercado vinícola. Em todo lugar, ela constituiu uma explicação genérica e insuficiente para uma confluência de transformações conjunturais e estruturais que integram a superprodução de uva e de vinho, a queda do consumo nos países tradicionais, a emergência de novas regiões produtoras e a concentração das vendas no grande varejo. Na origem deste movimento, mais que o reposicionamento dos atores líderes da cadeia de valor, observa-se um questionamento do conjunto de regras, normas e convenções que, durante anos, definiram uma certa hierarquia entre produtores, vinhedos, regiões e países. O componente comum destas mudanças encontra-se no movimento de globalização, percebido ele mesmo como a emergência de uma nova estrutura institucional que transforma as fronteiras geográficas e semânticas que sustentaram diferentes modelos de produção e consumo.

Dois modelos vitivinícolas principais estavam, até agora, em disputa: os vinhos de terroir e os vinhos tecnológicos (Garcia-Parpet, 2009; Schirmer, 2004; Roese, 2008). A “crise” traduziu-se antes por uma hibridação (sistema de produção, estratégia de qualificação, circuitos de comércio) que por um antagonismo crescente entre estes modelos. O desenvolvimento notável de novas regiões produtoras, com suas grandes empresas agindo segundo uma lógica industrial, colocou em cheque o modelo patrimonialista de produção e classificação dos vinhos, fundado na inscrição em territórios distintivos. No entanto, vários países que haviam rejeitado as indicações geográficas durante anos, começam a desenvolver de maneira acelerada uma abordagem qualitativa que busca reconstruir o vínculo entre o produto e sua origem. A propagação das IGs tornou-se reveladora de dinâmicas contraditórias no sistema agroalimentar, onde a padronização de técnicas produtivas e de hábitos de consumo é contestada por um processo de revalorização da diversidade dos recursos materiais e culturais de cada território (Bérard e Marchenay, 2004; Bowen e Zapata, 2009).

Na França, principal e mais reputado produtor mundial de vinhos, o sistema tradicional de classificação pelas regiões vitivinícolas foi fortemente questionado por novas formas de qualificação, as quais prezam mais pela variedade da uva e técnicas de produção que pelo enraizamento do produto em um território particular. Assim, a supremacia dos grandes *châteaux* de Bordeaux e da Borgonha foi colocada à prova do desenvolvimento acelerado de novas áreas onde, até a década de 1980, a predominância dos vinhos de mesa, de antemão reputados como de baixa qualidade, não lhes permitia fazer frente ao conceito já consolidado pelos vinhos d'*Appellation d'Origine Contrôlée*. Ao mesmo tempo, os produtores franceses não viram apenas as contingências derivadas da emergência de novas regiões produtoras, mas também as próprias gôndolas dos supermercados abarrotadas com vinhos de baixo preço provenientes do chamado “novo mundo”. As novas invasões bárbaras obrigaram os bravos gauleses a introduzir reformas profundas em seus sistemas de produção, certificação e controle, dentre as quais, aquelas processadas desde 2006 no Instituto Nacional da Origem e da Qualidade (INAO) constituem o exemplo mais emblemático.

No Brasil, o discurso da crise destacou, sobretudo, os efeitos da política monetária e fiscal que, em um contexto de crescente liberalização econômica, estaria impossibilitando a concorrência do produto nacional com aquele proveniente de outros países do Mercosul, em especial, os vinhos chilenos e argentinos que, atualmente, ocupam mais da metade do

mercado nacional de vinhos finos. Ao mesmo tempo, a crise acirrou o conflito entre os dois grandes modelos de produção característicos do setor vitivinícola brasileiro. De um lado, um segmento de vinhos de mesa ainda amplamente dominante, mas que também foi seriamente combalido, menos pela concorrência do vinho importado, do que pelo aumento do consumo de bebidas alcoólicas mistas como sangrias e coquetéis. De outro, um setor de vinhos finos que encontra dificuldades para ampliar sua participação no mercado interno em face da própria preferência do consumidor brasileiro por outros tipos de bebidas (Ibravin, 2001).

Na medida em que se torna mais evidente a incapacidade de superar os novos constrangimentos impostos pelo mercado globalizado, no Brasil e alhures o discurso da crise começa a ficar fora de moda, sobretudo aquele que insiste em equipará-la a outras situações similares do passado, o que freqüentemente deriva no adjetivo de “cíclica”. Um novo entendimento tem sido produzido sobre o que começa a ser visto como uma reconfiguração sem precedentes no mundo do vinho, cuja forma final ainda não é totalmente manifesta. Junto a isso, as próprias antinomias que durante a crise se esforçaram em destacar conflitos entre velho e novo mundo vitivinícolas, vinhos de *terroir* e tecnológicos, e mesmo entre estratégias ditas “de preço” e “de qualidade”, também começam a submergir. Na medida em que a globalização não poupou nem mesmo os produtores emergentes dos efeitos da crise, por toda parte o que se percebe são países, regiões e produtores buscando redefinir as maneiras de produzir, criando verdadeiros *assemblages* de normas, padrões e regras de produção.¹⁹

A instabilidade e as incertezas que cercam este período têm levado ao acirramento das críticas aos modelos preestabelecidos, conjugada à necessidade de estabilização de uma nova estrutura produtiva e institucional, o que incorre na formação de acordos entre diferentes atores sociais, alguns até então marginalizados e que entram em cena com lugar privilegiado – a China, por exemplo, vai aparecer como um *player* cada vez mais relevante também no mundo dos vinhos (Niederle, 2009). Ademais, os compromissos emergentes também expressam uma mudança nas formas de competição, a começar pelo fato que, atualmente, manter-se no mercado tornou-se um desafio de toda a cadeia produtiva e não apenas de produtores isolados. Noções como competitividade dinâmica, inovação interativa e eficiência coletiva passaram a constituir o cerne dos novos modelos de competição (Lundvall, 1988; Nelson e Winter, 1982).

Um dos principais resultados produzidos a partir destes compromissos é um conjunto de planos setoriais que, recentemente, emergiu em diversos países. “Wine Vision” nos Estados Unidos, “Vision 2020” na África do Sul, “Strategy 2025” na Austrália, “Visão 2025” no Brasil..., todos esses programas de reestruturação do segmento vitivinícola foram constituídos neste contexto de mudanças da estrutura setorial. De modo geral, todos eles expressam diagnósticos e prospecções similares, ou seja, uma percepção de que a criação de vantagens competitivas sustentáveis depende da capacidade de cada região encontrar, nos recursos específicos que possui (imagem, tradição, técnicas, conhecimento etc.), os diferenciais qualitativos que lhe confira uma espécie de “lucro monopolístico”, para retomar a definição schumpeteriana, associado à especificidade da origem.

Por sua vez, a qualidade é colocada no centro da construção das novas estratégias competitivas e, com ela, os diferentes mecanismos institucionais de diferenciação e

¹⁹ Como nos afirmou um dos diretores técnicos da Organização Internacional da Vinha e do Vinho (OIV), “*não existe mais um novo mundo e um velho mundo. O que existe são pessoas e empresas querendo sobreviver em um mercado competitivo*” (Tec-LG).

segmentação dos mercados. Esta compreensão é fundamental para mostrar porque os projetos de IG podem constituir uma tentativa de resposta à perda de competitividade das empresas frente a um mercado cada vez mais volátil. É basicamente isso que vamos fazer neste capítulo. A discussão inicia com considerações sobre as transformações mais amplas no segmento vinícola, demonstrando algumas razões que levaram ao presente contexto de crise. Em seguida, focalizando mais detidamente o cenário brasileiro, exploram-se interpretações concernentes ao desenvolvimento de uma percepção que encara os projetos de IG como a abertura de uma nova oportunidade de modernização da vitivinicultura nacional. Este processo de modernização teria sido obstruído durante os anos 1980 em virtude do fechamento do mercado nacional, responsável por criar uma situação pouco propícia à inovação. Assim, quando da abertura do mercado, no começo dos anos 1990, isto se tornou um dos principais fatores explicativos da baixa competitividade do setor frente aos demais concorrentes, exigindo investimentos consideráveis para reverter a situação.

1.2 O mundo dos vinhos: rumo a uma economia pós-global?

Há alguns anos, o mercado vinícola assiste a um movimento de fusões e aquisições que está concentrando a produção e circulação em grandes grupos transnacionais de capital aberto, o que não destoa fundamentalmente da dinâmica de outros setores agroalimentares (Coelho e Courdec, 2006). Concomitantemente, existe um processo de desconcentração geográfica da produção e do consumo, com a redução da importância relativa dos países mais tradicionais. Há pelo menos duas décadas, França, Espanha, Itália e Portugal vêm cedendo espaço para países emergentes do “novo mundo vitivinícola”. Entre 1990 e 2009, a Europa reduziu sua participação na produção mundial de 78% para 68%, ao passo que Oceania e Ásia viram sua participação acrescida para 3,6% e 3,5%, respectivamente. Hoje, Estados Unidos, Argentina, China, Austrália, Chile e África do Sul estão entre os doze maiores produtores mundiais de vinho. O Brasil vem logo em seguida, ocupando a 15ª posição no ranking (OIV, 2007). Esta também tem sido a tônica das mudanças referentes às exportações mundiais. No mesmo período acima referido, a Europa também assistiu à redução de sua participação nas exportações de vinho de 95% para 67%, enquanto América e Oceania já representam, respectivamente, 14% e 10% do volume exportado (Anexo 1).

Muitas destas transformações estão associadas à transnacionalização das empresas dominantes e à entrada em cena de novos atores. O evento mais célebre de um movimento acelerado de deslocalização e realocização em curso no setor é aquele referente aos investimentos da empresa americana Mondavi no Languedoc. Retratado no filme *Mondovino* de Jonathan Nossiter e analisado minuciosamente por Torres (2005), “*l’affaire Mondavi*” tornou-se um dos símbolos maiores da contraposição entre uma lógica industrial anglo-saxã e o modelo franco-romano de vitivinicultura familiar enraizada em sistemas locais de produção. Até hoje, a história do empresário do Napa Valley (Califórnia) que desafiou o sistema vitícola da “velha Europa” tem cativado muitos analistas de uma espécie de “guerra ao *terroir*”.²⁰

²⁰ “Nosso sistema da velha Europa com direitos de plantação bem estabelecidos incomoda um pouco o desenvolvimento capitalista de um vinhedo. Entretanto, isso permite sustentar a pequena agricultura tradicional. Se liberássemos isso, ela explodiria” (Tec-LG).

Com efeito, as transformações do mercado vitícola têm sido frequentemente analisadas através de uma ótica de confrontação entre estes dois estilos de produção. De um lado, o modelo europeu baseado na valorização do *terroir* e dos métodos tradicionais de produção e na delimitação de áreas geográficas privilegiadas. De outro, o modelo emergente dos países de tradição anglo-saxã, ancorado na produção industrial altamente tecnificada que procura superar os limites impostos pela natureza e traduzir inovações técnicas em produtos homogêneos, cuja qualidade atende à crescente uniformização dos gostos (Nossiter, 2009; Schirmer, 2007; Aguiar, 2008). No primeiro caso, um modelo em que predominam os pequenos e médios empreendimentos organizados em torno de estratégias de singularização do produto através de denominações de origem. No segundo, um modelo de grandes empresas que apostam em estratégias de marca e na competitividade de preço. Assim, enquanto o velho mundo valoriza o *terroir* e o *savoir-faire* dos vinhateiros, premia as boas safras e descarta aquelas em que a natureza não permitiu a produção de um vinho de qualidade; o novo mundo atua segundo uma lógica de produção agroalimentar com base em “métodos de abastecimento regulares, que eliminem perfeitamente os riscos ligados a toda produção agrícola e com produtores devendo configurar seu vinhedos em relação a objetivos de comercialização previamente estabelecidos” (Garcia-Parpet, 2004).

Em que pese à capacidade de revelar aspectos contraditórios da atual dinâmica de reorganização capitalista no mundo dos vinhos, este tipo de análise dualista carece de uma leitura mais aprofundada. Não é preciso ir muito longe para argumentar que a questão não parece estar associada unicamente à redefinição das empresas líderes no mercado, onde percebe-se uma crescente participação de grupos econômicos sediados em países do novo mundo. O que falar, por exemplo, dos investimentos franceses na Serra Gaúcha e das reticências da filial brasileira da Moët & Chandon em vincular sua marca internacionalmente consolidada à Indicação de Procedência Vale dos Vinhedos?²¹ De fato, a lógica produtiva e os valores que a sustentam parecem menos vinculados ao tipo de empresa que aos vínculos que esta estabelece horizontalmente, no território, e verticalmente, na cadeia de valor.²²

Outro evento particularmente interessante para compreender as transformações recentes refere-se à compra da Almadén pela Miolo Wine Group. Com sede na campanha Gaúcha, a Almadén foi fundada em 1974 por uma empresa norte-americana que buscava novas regiões para a produção de vinhos finos diferenciados a baixo custo. Em 2002, a marca e as instalações foram compradas pelo conglomerado francês Pernot Ricard e, em 2009, revendidas para a Miolo que, nesta época, deixava de ser uma pequena empresa familiar para tornar-se o maior grupo do segmento vinícola brasileiro, com capitais provenientes de diferentes investidores nacionais e internacionais (Mercio *et al.*, 2009). Por sua vez, a Pernot Ricard dirigiu seus investimentos para novos vinhedos na África Subsaariana e, notadamente, na China, um dos países com maior crescimento no mercado mundial (Lee *et al.*, 2009).

Simultaneamente às mudanças em curso na produção, pelo lado da demanda a última década revelou uma redefinição nas preferências dos consumidores e, por conseguinte, nas

²¹ Embora tenha ingressado na Aprovele em 2002, em decorrência das pressões exercidas pela matriz francesa que responde a uma crítica relativa à legitimidade da política francesa de valorização de suas AOCs no comércio internacional, a Chandon não utiliza a Indicação de Procedência em seus espumantes, até mesmo porque eles são elaborados com uvas provenientes de diferentes regiões.

²² A discussão de Zaoual (2006) sobre a racionalidade do *homo situs*, enraizado em diferentes “sítios simbólicos de pertencimento”, pode ser facilmente transposta para o comportamento destas empresas.

estratégias competitivas das empresas. É fato que, em face do complicado sistema europeu de denominações de origem, o qual não é compreendido pela maioria dos consumidores, os países do novo mundo encontraram na elaboração de “vinhos varietais” uma alternativa para conquistar uma parcela expressiva do mercado. Introduzindo nos rótulos o nome das cultivares utilizadas para a elaboração do vinho, o modelo americano baseado em meia dúzia de variedades viníferas, todas de origem francesa (Cabernet sauvignon, Merlot, Chardonnay, Pinot noir, Syrah, Sauvignon blanc), simplificou as opções de escolha e os consumidores viram-se atraídos por um produto cujo gosto mantém-se relativamente constante. Chamadas de *big six*, estas cultivares rapidamente disseminaram-se por todo mundo, acentuando o fenômeno de “McDonaldização” do consumo mundial de vinhos (Revista Veja, 2004).

No entanto, isto não tem se processado apenas nos países emergentes. Vejamos, novamente, o caso dos “supertoscanos”. Na década de 1960, um viticultor da região da Toscana, na Itália, inovou em seus vinhedos com o objetivo de “transformar quantidade em qualidade”, imagem até então pouco associada aos vinhos italianos. Suas inovações concerniram ao uso de tanques de aço inoxidável com temperatura controlada, antecipação da colheita de alguns tipos de uva, engarrafamento esterilizado à frio, fermentação malolática dos vinhos tintos, redução no rendimento dos vinhedos, uso de barris novos de carvalho sloveno e francês e, sobretudo, emprego de castas estrangeiras não permitidas na região, como Cabernet Sauvignon, Chardonnay, Sauvignon Blanc, Merlot e Pinot Noir. A introdução destas cultivares impediu o uso da denominação local (Chianti), obrigando-o a comercializar seus vinhos como vinho de mesa. Por sua vez, consumidores e especialistas ingleses e americanos passaram a se referir a estes vinhos como “supertoscanos” em razão de seus atributos qualitativos. Ao adequar o produto à demanda do consumo internacional, os produtores alcançaram um prestígio até então inédito para os vinhos italianos.

Para Roesse (2008), o resultado de um processo de crescente uniformização das estratégias comerciais e práticas de vinificação é a commoditização de um produto que, até então, carregava consigo uma imagem associada ao luxo e à singularidade. Cabe notar que estas mudanças vieram à tona associadas à emergência de novos atores com expressivo capital político e cultural. Enólogos e consultores estabeleceram-se como “intermediários culturais” frente à necessidade de valorar um bem de crença (Appadurai, 1986). A expansão da literatura especializada e a vulgarização dos concursos internacionais possibilitaram uma posição privilegiada a estes atores, conferindo-lhes poder para influenciar os hábitos dos consumidores e as estratégias dos produtores (Aguiar, 2008; Ali, Lecqoc e Visser, 2010). Criou-se, assim, uma referência de qualidade que ajusta a produção às tendências por eles apontadas. Estes atores tornaram-se verdadeiros “sistemas peritos”, no sentido atribuído por Giddens (1991) – sistemas de excelência técnica e competência profissional que organizam grandes áreas dos ambientes material e social. E isto está longe de ser uma exclusividade do “novo mundo”. Como mostra a imagem abaixo, referente a uma das lojas de Montpellier de uma rede de supermercados francesa, a classificação quantitativa do Guia Parker (que define uma pontuação entre 50 e 100 para os vinhos) está à disposição dos consumidores.



Figura 03: Guia Parker à disposição dos consumidores em supermercado francês.
Fonte: Fotos do autor.

Na medida em que a demanda passou a ter uma influência decisiva sobre as estratégias dos produtores, e as preferências dos consumidores uma referência crescente na crítica especializada, originou-se uma situação em que um seleto grupo de profissionais interfere decisivamente nos rumos da vitivinicultura mundial. Um caso emblemático neste sentido é o do francês Michel Rolland, já referido outrora. Consultor de grandes conglomerados vitivinícolas em todo mundo, este enólogo é um dos responsáveis pela disseminação de processos tecnológicos que permitem aos produtores obter rapidamente características de um vinho que, de outro modo, somente seriam alcançadas após um longo período de envelhecimento (cf. Seção 6.4). Estes processos possibilitam que vinhos de diferentes *terroirs* mantenham características relativamente similares, criando um sabor padronizado. Como nota Saens (2006), através destas técnicas a diversidade entre as regiões vinícolas deixa de ser importante. O que prepondera são as inovações nos métodos de vinificação que abrem espaço para vinhos excessivamente controlados. Ao invés de estar ancorada no saber-fazer tradicional e no conhecimento tácito repassado entre gerações pelas famílias de vinicultores, a produção de vinhos pode tornar-se um ofício aprendido em escolas e faculdades, a partir de práticas formalizadas e padronizadas (Roese, 2008).

Outra característica básica daquilo que Aguiar (2008, p. 44) chama de “realinhamento mundial do mercado vitivinícola” é o crescente controle e concentração das vendas pelo grande varejo. Assim como em outros segmentos alimentares, os supermercados tornaram-se um componente central da cadeia de valor, contribuindo para redefinir as tendências de consumo e produção. Os dados apresentados por Garcia-Parpet (2004) revelam que, na França, 70% dos vinhos de *Appellation d’Origine Controlée* (AOC) são distribuídos por supermercados, os quais adotam em grande parte as distinções estabelecidas pelos guias. No Brasil, estudo do Ibravin (2001), envolvendo consumidores das principais capitais brasileiras, demonstra que 65% deles compram vinhos nos supermercados. Neste caso, porém, ainda não está clara a forma como o setor varejista irá incorporar os produtos de Indicação Geográfica. Até o momento predominam outras formas de identificação, sobretudo através das marcas.

Finalmente, cabe notar que as mudanças em voga não se traduzem exclusivamente no âmbito setorial, mas por uma redefinição da hierarquia dos territórios vitícolas. O caso mais

vastamente referido na literatura é o do Languedoc. Outrora considerada expressão de um “mau terroir” vitícola e caracterizada pela produção de vinhos de mesa (Touzard, 1995), atualmente a região produz vinhos que concorrem com os *crus*²³ das mais reputadas regiões do país. A partir dos anos 1990, empreendedores de outros países e regiões passaram a investir no Languedoc em grandes vinhedos com produção altamente tecnificada. Inicialmente, os vinhos produzidos não foram reconhecidos pelos consumidores franceses, mas obtiveram enorme sucesso nos países anglo-saxões, logo conquistando renome internacional. A citação pelas mais importantes revistas e enólogos trouxe à tona um questionamento em relação à rigidez e ao forte enquadramento institucional do modelo francês que prima pela qualidade do vinho atrelada à região onde este é produzido. O conflito entre os dois sistemas levou a disputas entre o INAO e os produtores acerca da necessidade de novos parâmetros de classificação.

Atualmente, a característica marcante não apenas desta região, mas em todo mundo do vinho é coexistência entre os modelos. “Essa produção mais padronizada coexiste com outra mais preocupada em constituir-se a partir da especificidade do *terroir*, de adegas particulares, mas também de grupos que, movidos por uma concorrência crescente dos produtores de países do novo mundo, investem numa produção mais distintiva” (Garcia-Parpet, 2004, p. 141). Cada região tem encontrado um estilo de produção que, não raro, concilia a elaboração de vinhos varietais com a delimitação de *terroirs* específicos. No Languedoc essa dinâmica é particularmente evidente no caso dos vinhos de Indicação Geográfica Protegida (Seção 4.6). Na Serra gaúcha, os produtores têm buscado harmonizar inovações características dos “vinhos tecnológicos” e estratégias de diferenciação pela origem. E essa também passou a ser a regra em países como Austrália, Nova Zelândia e mesmo nos Estados Unidos, onde a preocupação com a delimitação de áreas específicas de produção vitícola remonta ao começo da década de 1980 (Wine Institute, 2010).

De fato, a dinâmica de transnacionalização das empresas e financeirização dos investimentos no mercado vinícola mundial não tem se dado em prejuízo da construção de vínculos estreitos com os territórios e localidades. Como mostra o recente estudo de Zen (2010) sobre a internacionalização das empresas no setor vinícola brasileiro e francês, os recursos específicos de cada território podem constituir importantes fatores de competitividade para atores econômicos localizados em *clusters* vitivinícolas. Isso não configura exatamente uma novidade teórica. As vantagens de aglomeração são discutidas, pelo menos, desde o trabalho seminal de Marshal (1982) sobre distritos industriais, revisitado por diversos autores que trataram da experiência da *Terça Itália*, uma espécie de tipo ideal do modelo pós-fordista de especialização flexível (Piore e Sabel, 1984; Becatinni, 1992; Bagnasco e Triglia, 1993). No entanto, a novidade da “economia pós-global” reside no reconhecimento de que esta dinâmica deixou de ser periférica ao sistema capitalista, para tornar-se o elemento central da construção de estratégias competitivas: “Assim, paradoxalmente, as vantagens competitivas mais duradoras na economia global serão, quase sempre, locais” (Porter, 2009, p. 289).

²³ Sobre esta definição, veja Seção 4.5.

1.3 O lugar das Indicações Geográficas no mundo dos vinhos

No contexto internacional, as discussões sobre indicações geográficas sempre se apresentaram diretamente associadas a questões de propriedade intelectual e comércio internacional. O debate acerca de sua proteção remonta ao século XIX quando a Convenção de Paris (1883), da qual o Brasil tornou-se signatário em 1884, instituiu uma primeira normatização com vistas a coibir o uso da falsa procedência. Com efeito, as IGs nascem como um direito de repressão ao uso indevido do nome, prática que se tornou recorrente no final do século XIX quando, em vista da queda de produção dos vinhedos europeus mais tradicionais decorrente do ataque de filoxera, comerciantes passaram a importar vinhos de outras regiões e comercializá-lo com a indicação nominativa das regiões mais renomadas.

Desde então, várias revisões e novos acordos internacionais foram formulados, dentre os quais o acordo TRIPS (*Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights*), redigido junto a uma série de acordos que originou a Organização Mundial do Comércio (OMC), é o mais recente e também o mais amplo no que concerne ao número de países signatários: 146 membros que respondem por mais de 95% do comércio internacional.²⁴ No âmbito deste acordo, as IGs são definidas como “indicações que identificam um produto como originário do território de um membro, ou região ou localidade deste território, quando determinada qualidade, reputação ou outra característica do produto seja essencialmente atribuída à sua origem geográfica”. A definição adotada é minimalista e não determina, por exemplo, como a indicação deve ser expressa, sua superioridade ou não em relação a marcas comerciais já estabelecidas e os meios legais de proteção que previnam o uso falso ou enganoso (Dias, 2005). Diante disso, muitos países implantaram sistemas próprios de proteção, com diferentes graus de harmonização à legislação internacional.

Os vinhos são os principais signatários deste tipo de proteção. Na União Européia (UE), dentre cerca de cinco mil indicações geográficas reconhecidas, 85% concerne a vinhos e outras bebidas espirituosas (rum, aguardente, licor, whisky, brandy etc.). Este foi um dos motivos que historicamente levou os países europeus a pressionar pela aprovação de uma proteção adicional para estes produtos nas discussões referentes ao comércio internacional. Aprovada na Reunião Ministerial de Marrakesh em 1994, essa proteção determina que, além de ser impedida a utilização do nome indevido do lugar se o produto não for originário do mesmo, também é vetado o uso de denominações traduzidas e acompanhadas por expressões como *classe*, *tipo*, *estilo*, *imitação* e similares. Esta distinção foi motivo de conflitos acirrados. Alguns países argumentaram que a proteção adicional representava uma “discriminação inaceitável” contra os demais produtos (Dias, 2005).

Assim, frente às pressões contra a proteção adicional exclusivamente aos vinhos, a UE apresentou uma contraproposta de ampliação para todos os produtos e serviços. No entanto, a proposição não foi bem recebida por muitos países em virtude do efeito na proibição de um grande número de produtos comercializados. No Brasil, expressões de uso corrente como *parmesão*, *roquefort* e *mortadela* (IGs já reconhecidas na Europa) seriam automaticamente proibidas com esta medida.

²⁴ Não apresentaremos nesta tese uma revisão detalhada da evolução dos acordos internacionais referentes às Indicações Geográficas. Outros autores já o fizeram com maior propriedade: Dias (2005), Gonçalves (2007), Bruch (2008), Thèvenot-Mottet (2006), Echols (2008), Marie-Vivien (2010), entre outros.

Outra questão importante nas negociações internacionais é o conflito entre IGs e marcas, o qual revela as diferenças entre conceitos legais formulados pelos países baseados nas suas diversidades jurídicas, históricas e condições econômicas. De modo geral, os países de tradição anglo-saxã, com princípios jurídicos mais fortemente centrados no indivíduo, têm dificuldades em reconhecer a legitimidade jurídica das IGs uma vez que se trata de uma propriedade coletiva. De outro modo, países como França, Itália e Espanha (tradição latina) concedem inclusive certo grau de superioridade às IGs *vis-à-vis* as marcas comerciais, o que tem sido motivo de recorrentes desentendimentos nas negociações internacionais, sobretudo com os EUA, onde os nomes geográficos são protegidos através do próprio sistema de *trademarks* (USPTO, 2010).

Um evento recente e particularmente relevante deste debate diz respeito à cerveja Budweiser. Produzida nos EUA pela Anheuser-Busch²⁵, a Budweiser é a marca de cerveja mais vendida no mundo, o que é fruto de um longo investimento tecnológico e comercial da empresa americana. No entanto, a cerveja também é produzida na República Tcheca, de onde advém seu nome. A coexistência entre a marca e a indicação geográfica de origem levou a uma disputa judicial iniciada em maio de 2007, envolvendo vários julgamentos e recursos de ambas as partes. Em 25 de março de 2009, a Corte Européia de Primeira Instância deu ganho de causa aos tchecos, o que significou restrições à entrada do produto americano na UE (Origin, 2009a).

De modo geral, os EUA têm reagido a este tipo de regulamentação, afirmando que o uso das IGs tornou-se uma forma de protecionismo que vai de encontro às tentativas de liberalização do comércio agrícola (Sylvander *et al.*, 2006). “Neste caso, as indicações geográficas são percebidas como estratégias de proteção da Europa, mais do que como estratégias de desenvolvimento territorial aplicáveis em diferentes contextos mundiais” (Cerdan, sd.). Face aos impasses, o que se constata atualmente é a proliferação de acordos bilaterais, principalmente por iniciativa da UE que busca ampliar a proteção para além da base prevista pelo TRIPS.

Em 1994, o bloco europeu firmou um acordo com a Austrália para a regulamentação da comercialização de vinhos e o reconhecimento mútuo das indicações geográficas. Hoje, a Austrália conta com 64 regiões delimitadas reconhecidas legalmente como IGs para vinhos (AWBCa, 2010). Em 1999, acordo similar foi feito com a África do Sul e, dois anos antes, com o México. Neste caso, o acordo tornou-se exemplificador de uma dinâmica desigual de desenvolvimento deste mecanismo entre a Europa e o restante do mundo, posto que 206 nomes europeus passaram a ser protegidos no México, enquanto apenas 2 nomes mexicanos ganharam a mesma proteção no mercado europeu (Dias, 2005).

Desde então, é compreensível que diversos países estejam promovendo o reconhecimento em ritmo acelerado de novas IGs, sob fortes críticas referentes à solidez dos projetos e ao risco de vulgarização deste instrumento. Entre 2003 e outubro de 2010, a Índia registrou 146 indicações geográficas, sendo a maioria referente a produtos artesanais, plantas medicinais e frutas (India, 2010). No caso da China, que também protege as IGs com um sistema de marcas, em 2007 o país firmou acordo com a UE referente a um conjunto restrito de produtos agroalimentares. Ao todo, foram definidas dez IGs de cada lado, nenhuma

²⁵ Em 2008, a cervejaria belgo-brasileira InBev comprou a Anheuser-Busch, dona da marca Budweiser por US\$ 52 bilhões. A nova companhia passou a chamar-se Anheuser-Busch InBev e é uma das cinco principais empresas de bens de consumo mundiais, sendo a principal do setor de cervejarias.

concernente a vinhos (IPR2, 2009).²⁶ Em setembro de 2010, a UE propôs um novo diálogo com a China para incluir vinhos e outros produtos no acordo, o que deverá abrir uma nova rodada de negociações (Nuthall, 2010). Note-se que, em 2009, a China já contava com 857 IGs reconhecidas, 6.031 empresas e organizações autorizadas a utilizá-las e uma variedade de produtos que envolve artesanato, ervas medicinais, condimentos, e cereais (IPR2, 2009).

Em relação aos países do Mercosul, desde 1995 negocia-se um acordo similar em âmbito comunitário. As tratativas estão engessadas em virtude das prioridades assimétricas entre os blocos. De modo geral, os países do Mercosul evitam os termos sugeridos pela UE no que se refere ao tema das IGs. Mas existem posições contraditórias entre os países sul-americanos e, às vezes, dentro do mesmo país – vide o caso do Brasil, único país representado por dois ministérios referentes à agricultura nas reuniões da OMC. Por um lado, estes países buscam desenvolver sistemas de indicações geográficas que reconhecem a importância deste mecanismo para o comércio internacional. Por outro, há quem trate a questão como uma espécie de “moeda de troca” na demanda para que a Europa remova barreiras de comércio e corte subsídios agrícolas, o que possibilitaria a países como Brasil e Argentina exercer suas vantagens comparativas no mercado internacional, notadamente no que tange ao setor do agronegócio. Por sua vez, os países europeus relutam em colocar sua agricultura sob ameaça das commodities do novo mundo (inclusive no caso dos vinhos). Neste sentido, o discurso sobre a multifuncionalidade da agricultura e do meio rural vêm coadunada com a defesa não só da produção agrícola, mas das tradições, identidades e repertórios culturais que estão fortemente identificadas com o meio rural e com as IGs.

Seja como for, cabe perguntar quais são os termos nos quais as negociações têm se processado no que concerne especificamente ao mercado vinícola. Eles variam de um país (ou bloco econômico) para outro, mas, de modo geral, além da proteção das IGs está envolvida uma questão-chave relativa às práticas enológicas. Por um lado, há décadas a União Européia crítica a falta de proteção de suas IGs nos países do novo mundo. Nos Estados Unidos, Austrália, Nova Zelândia, China e mesmo no Brasil, a produção e comercialização de Champagne, Chianti ou Chablis, denominações reconhecidas no âmbito europeu, tornaram-se práticas comuns. Isto gerou disputas judiciais memoráveis, sobretudo no que concerne à tentativa dos produtores de Champagne em barrar a utilização do nome pelas empresas americanas responsáveis pela produção de “*Califórnia Champagne*” (Fig. 04).²⁷

²⁶ IGs européias incluídas na lista: West Country Farm Cheddar, White Stilton Cheese/Blue Stilton Cheese, Scottish Farmed Salmon, Prosciutto di Parma, Grana Padano, Pruneau d'Agen - Pruneaux d'Agen mi-cuits, Roquefort, Comté, Mágina e Priego de Córdoba. IGs chinesas: Pinggu Big Peach, Lixian Yam, Longkou Vermicelli, Longjing Tea, Zhenjiang Vinegar, Shaanxi Apple, Dongshan White Asparagus, Guanxi Honey Pomelo, Jinxiang Garlic e Yancheng Crawfish.

²⁷ Desde 1999, o número de empresas vinícolas nos EUA cresceu 81%, de 2.688 para 4.867. O Estado da Califórnia é responsável por cerca de 90% da produção americana, estimada em 2.44 bilhões de litros em 2007. Ademais, os vinhos californianos representam 61% de todo vinho comercializado no país. Os vinhos de outros estados correspondem a 13%, e os vinhos importados, 26% (USDC, 2008).



Figura 04: Vinho produzido nos EUA com menção à denominação “Champagne”.

Fonte: Fotografia do autor

Por outro lado, Estados Unidos, Austrália, Chile e Argentina atacaram um conjunto de definições em matéria de práticas enológicas que constroem o ingresso dos “vinhos tecnológicos” no mercado europeu. Este debate passou-se entre as negociações da OMC e os diferentes fóruns da Organização Internacional de Vinha e do Vinho (OIV), entidade setorial responsável por estabelecer um arcabouço institucional referente às normas de produção do vinho. Historicamente, a OIV adotou uma posição muito similar àquela defendida pelos países europeus e, em particular, pela França. Essa posição constitui-se, *grosso modo*, na defesa um modelo menos “liberal” de produção vitivinícola que proíbe práticas como adição de água, licores, aspartame, carvalho ou aromas artificiais, passíveis de descaracterizar o vinho enquanto produto oriundo da fermentação natural do mosto uva.

Este tipo posição constituiu um baluarte fundamental para justificativas que visavam impedir a entrada de determinados produtos no mercado europeu. Por sua vez, a contrapartida deste argumento consistiu em afirmar que não há motivos críveis para proibir a adição de produtos que tornam o vinho mais atraente ao consumidor ou menos custoso aos produtores. Segundo esta posição, por que, por exemplo, proibir a adição de água? O consumidor é quem deveria escolher o produto que deseja consumir.

Em decorrência dos conflitos estabelecidos, no ano de 2000 os Estados Unidos solicitaram a saída da OIV. Outros países como Austrália, Argentina e Nova Zelândia permaneceram, mas criaram um intenso movimento de crítica e contestação às convenções vigentes. No decorrer das discussões em diferentes fóruns, os acordos concernentes às normas sanitárias e fitossanitárias realizados no âmbito de OMC estabeleceram um novo marco institucional, o qual autoriza qualquer prática de produção desde que não coloque em risco a saúde dos consumidores. Assim, começou a ser desenhada “uma espécie de troca entre as práticas enológicas e as IGS”, conforme relatou-nos em entrevista um diretor da OIV.

Em setembro de 2005, UE e EUA firmaram um acordo que define os seguintes termos: a UE concorda em aceitar as práticas de vinificação existentes nos EUA que, por sua vez, concordam em continuar aceitando as práticas da UE; a UE simplificará os procedimentos de certificação e os EUA isentarão a UE de novos procedimentos de certificação; os EUA limitarão o uso, por produtores não-europeus, de nomes semi-genéricos nos vinhos importados; a UE aceitará alguns termos nos rótulos dos vinhos importados dos EUA (“*chateau*”, “*vintage*” etc); a UE permitirá o uso dos nomes de certas uvas varietais nos rótulos, sujeitas a 75% de conteúdo e nomes de origem sujeitas ao mesmo limite. Além disso,

ambos os países concordam em reconhecer alguns nomes de origem já existentes e em não exigir rotulagem das técnicas de vinificação não relacionadas à saúde e segurança alimentar (Josling, 2006). Em síntese, o acordo abre o mercado europeu para o produto norte-americano com a exigência de que o país exerça um controle mais rígido em relação ao uso de IGs protegidas.²⁸

O mesmo tipo de negociação tem pautado outros acordos bilaterais, sendo que uma das consequências mais evidentes disto é o desenvolvimento das IGs nos países do novo mundo, os quais começam a considerar que, em um momento dado, também poderão necessitar deste tipo de mecanismo de proteção. No entanto, ao definir um arcabouço institucional menos restritivo, estes países têm preferido liberalizar as práticas enológicas, o que permite elaborar vinhos com toda uma panacéia de técnicas industriais antes fortemente reguladas.²⁹ Nada obstante, em virtude dos próprios acordos firmados, esta também poderá ser a direção para a qual caminham as IGs européias. Ao que parece, é este o tipo compromisso que está sendo estabilizado no mundo do vinho contemporâneo.

Com isso, o cenário atual pode ser resumido em três grandes linhas: (a) um rápido desenvolvimento das IGs no mundo; (b) incorrendo em uma multiplicidade de sistemas jurídicos e normas legais de proteção; (c) e na diversificação dos produtos protegidos, sobretudo nos chamados países “em desenvolvimento”. A diversidade de compreensões à respeito deste mecanismo faz com que acordos bilaterais pontuais, baseados em determinados tipos de produtos, ainda prevaleçam face à possibilidade de um reconhecimento mútuo dos sistemas nacionais. Em virtude dos conflitos por hora estabelecidos, as negociações que poderiam levar a uma espécie de sistema multilateral de notificação e registro de IGs avançam lentamente. Em janeiro de 2011, um primeiro projeto de texto para a criação de um registro multilateral concernente especificamente ao segmento de vinhos e bebidas espirituosas foi apresentado na OMC. No entanto, em vista dos desacordos ainda significativos entre os diferentes grupos de países, não há evidências de que o mesmo constituirá as bases de um entendimento comum que leve à criação de um sistema multilateral de registro.³⁰

É imprescindível mencionar, contudo, a constituição de movimentos internacionais que começam a articular diferentes ações para pressionar pela criação de uma regulamentação multilateral capaz de produzir efeitos jurídicos ou comerciais que forcem todos os países membros da OMC a respeitar à legislação referente às IGs. Dentre estes movimentos, o ORIGIN (*Organisation for an International Geographical Indications Network*) tem sido aquele de maior expressão. Fundada em 2003, trata-se uma ONG internacional sediada na Suíça que representa 85 organizações de mais de 30 países.³¹ A entidade procura atuar tanto na representação institucional dos produtores frente a organizações como OMC e WIPO (*World Intellectual Property Organization*), quanto na articulação de redes de produtores e

²⁸ Veja também os termos do acordo referente ao comércio de vinhos entre EUA e UE. Disponível em <http://www.ttb.gov/agreements/eu-wine-agreement.pdf>. Acesso em 02/12/2010.

²⁹ Vide a descrição apresentada pelo órgão governamental que responde por esta política na Austrália: “A indicação geográfica é uma descrição de zona, região ou subregião vinícola australiana utilizada para proteger o uso do nome regional sob a lei internacional. IG é similar ao sistema Appellation usado na Europa, mas menos restritivo em termos de práticas de viticultura e vinificação. De fato, a única restrição é que o vinho que carrega consigo uma IG deve utilizar ao menos 85% de uvas provenientes desta região” (AWBCb, 2010).

³⁰ Veja notícia publicada no site da OMC em 13 de janeiro de 2011: “Geographical indications talks produce first single draft”. Disponível em: www.wto.org/english/news_e/news11_e/trip_ss_13jan11_e.htm.

³¹ Até o momento, os produtores brasileiros são representados apenas pela APROARROZ, associação responsável por gerir a DO “Litoral Norte Gaúcho” e que se associou à entidade em 2010.

especialistas. Embora sua capacidade de intervenção ainda seja restrita, é possível que nos próximos anos a organização torne-se um ator importante nas disputas políticas referentes às IGs ou mesmo na articulação de mercados para este tipo de produto, à exemplo do que faz a FLO (*Fair Trade Labelling International*) nos circuitos de comércio justo.

1.4 O segmento vitivinícola brasileiro

Apesar de ser o décimo quinto produtor mundial de vinhos, até recentemente o Brasil detinha uma posição praticamente desconhecida no mercado global. No entanto, o processo de reestruturação setorial atualmente em curso revela alguns sinais de que o país poderá estabelecer-se como um ator importante na nova geopolítica do *mondovino*, seja pela participação na exportação de determinados produtos (com destaque para os vinhos espumantes), seja em virtude do potencial de crescimento da demanda interna, o que tem instigado a movimentação de investidores dos países onde o consumo apresenta-se em queda em direção a novas regiões produtoras. Doravante, vamos analisar as principais transformações do mercado e da produção vitivinícola no país com vistas a definir o cenário no qual as indicações geográficas passaram a ser projetadas.

Segundo dados do Instituto Brasileiro do Vinho, a área plantada de uvas no Brasil é de aproximadamente 75 mil hectares, com uma produção de 1,22 milhões de toneladas/ano. Deste volume, 45% destinam-se ao processamento para a elaboração de vinhos, sucos e outros derivados, e 55% são comercializados para consumo *in natura*. Dentre os produtos industrializados, 77% são vinhos de mesa e 9% são sucos de uva, ambos elaborados a partir de cultivares americanas e híbridas. Os vinhos finos, elaborados com castas de *Vitis vinifera*, correspondem a 13%; e o 1% restante refere-se a derivados da uva e do vinho (Ibravin, 2009).

A maior parte da produção está concentrada no Rio Grande do Sul (RS), onde são industrializados cerca de 90% dos vinhos nacionais. No entanto, a participação gaúcha tem decrescido gradualmente na última década em virtude do crescimento em regiões como o Vale do São Francisco, noroeste de São Paulo, Vale do Rio do Peixe e São Joaquim em Santa Catarina (Fig. 05). Enquanto no começo dos anos 90, o RS era responsável por cerca de 70% da superfície vitícola nacional, atualmente, o Estado possui 56% da área plantada no país. Além disso, tem havido um movimento interno de desconcentração da produção. Embora a Serra Gaúcha ainda seja responsável por 60% da produção estadual, desde os anos 1990 importantes áreas vitícolas têm sido ampliadas no Estado, sobretudo nas regiões da Campanha, Serra do Sudeste e Campos de Cima da Serra.

Comparando o Brasil com os países produtores mais tradicionais, Camargo, Protas e Mello (2002) notam a presença de uma estrutura produtiva e mercadológica *sui generis* caracterizada pela existência do que chamam de uma “dualidade estrutural”. A mesma que é percebida por Desplobins (2005) quando este aponta que a característica básica do segmento vitivinícola brasileiro é a coexistência de dois modelos justapostos: de um lado, o segmento tradicional da produção de vinhos de mesa; de outro, o segmento “modernizador” baseado na produção de vinhos finos. São modelos com características bastante peculiares: o primeiro assenta-se em uma racionalidade de máxima quantidade produzida com menor custo, visualizando um mercado consumidor de baixa renda e pouco exigente em termos de

diferenciação qualitativa; o segundo, voltado à produção com alto valor agregado, aposta em uma demanda crescente do mercado por “vinhos de qualidade diferenciada”. Mas, trata-se também de modelos que, embora envolvam circuitos de produção e consumo diferenciados, são altamente relacionais, freqüentemente coexistindo no interior dos estabelecimentos agrícolas e das vinícolas, o que torna o setor particularmente complexo para uma caracterização precisa das estratégias dos atores envolvidos.

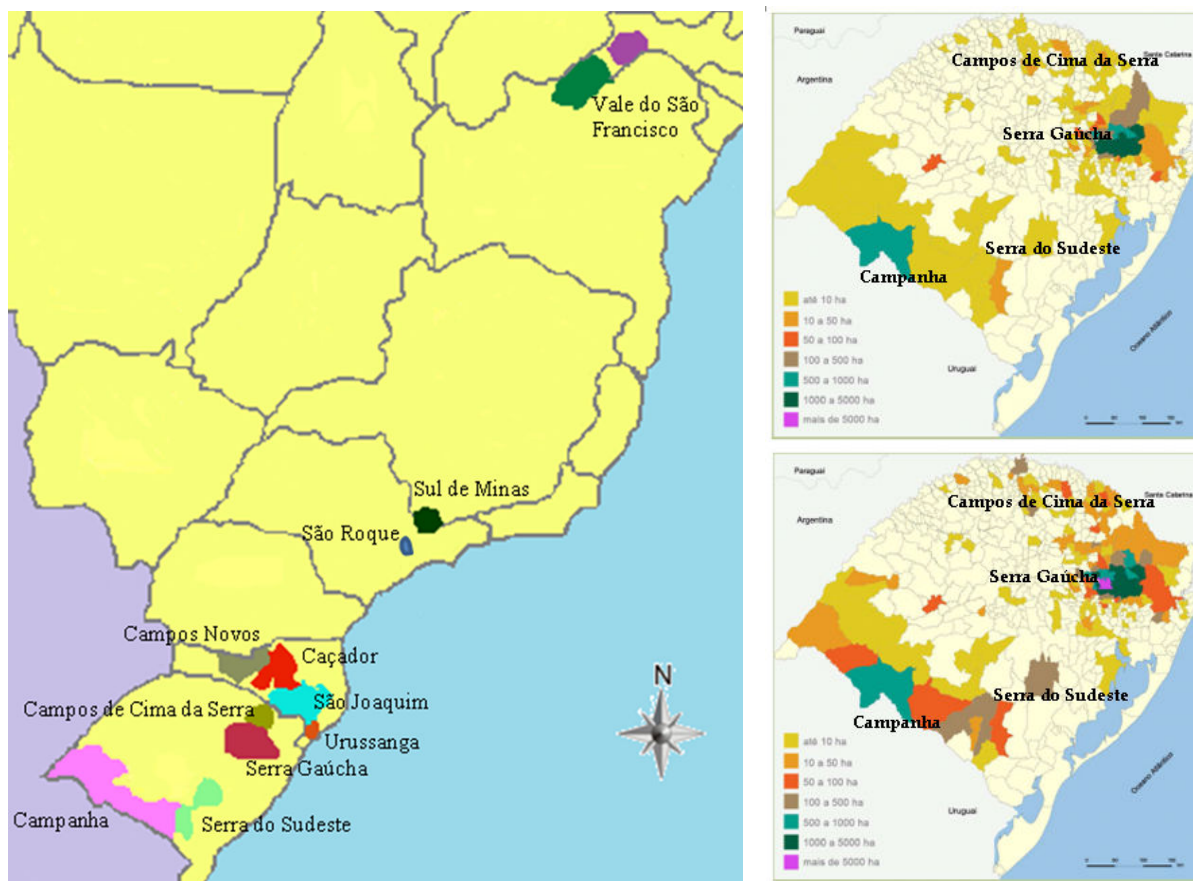


Figura 05: Regiões brasileiras produtoras de vinho e evolução da produção vitícola no Estado do Rio Grande do Sul entre 1995 e 2007.

Fonte: Elaboração do autor a partir de dados do IBRAVIN e Cadastro Vitícola (Mello e Machado, 2008).

O segmento dos vinhos de mesa mostra-se, ainda hoje, largamente predominante no que diz respeito à área cultivada e quantidade produzida. As uvas americanas e híbridas correspondem a 85% das cepas plantadas no país e os vinhos de mesa a quase 90% do mercado nacional em termos de volume comercializado. Os dados do último Cadastro Vitícola demonstram que, entre 1995 e 2007, a área plantada com uvas americanas e híbridas no Rio Grande do Sul aumentou 58%, passando de 19,5 mil para 30,8 mil hectares. Somente na região de Caxias do Sul, a área cresceu de 13,5 mil para 18,2 mil hectares (Mello e Machado, 2008). A cultivar Isabel, uva americana que foi a base do desenvolvimento da vitivinicultura gaúcha desde o período da colonização, ocupa mais de um quarto da superfície vitícola do Estado (10.692 ha), seguida pelas cultivares Bordô (6.725 ha), Niágara (4.340 ha) e Concord (2.477 ha). Dentre as variedades viníferas destacam-se: Cabernet Sauvignon (1.868 ha), Merlot (1.089 ha), Moscato Branco (776 ha), Chardonnay (642 ha), Tannat (421 ha), Cabernet Franc (352 ha) e Riesling Itálico (335 ha) (Fig. 06).

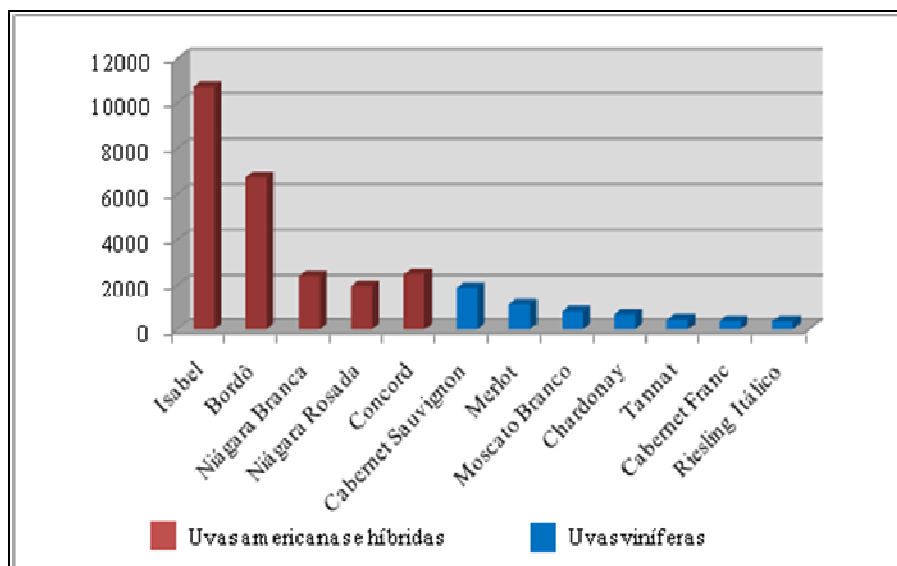


Figura 06: Área ocupada pelas principais cultivares de uva plantadas no RS em 2007.
Fonte: Cadastro Vitivinícola (Mello e Machado, 2008).

Para Desplobins (2005), o predomínio da produção de vinhos de mesa deve-se a uma série de razões técnicas, econômicas e sociais dentre as quais destaca: a) a constituição de itinerários ou rotinas técnicas reproduzidas desde o período de colonização da região e perpetuadas entre as gerações de agricultores; b) o risco relativamente elevado que envolve a reconversão produtiva para sistemas de produção de *Vitis vinifera* frente à inexistência de um aparato institucional que assegure preços e acompanhamento técnico adequado; c) o fato de este modelo possibilitar maior garantia de comercialização da produção em virtude da diversidade de produtos elaborados a partir das “uvas comuns” e; d) o elevado custo fixo de implantação de um vinhedo, aliado ao fato de que, enquanto as vinhas americanas e híbridas permanecem produtivas por diversas gerações das famílias, as cultivares viníferas são rentáveis por períodos que variam entre dez e vinte anos.

Mesmo assim, a produção de *Vitis vinifera* também revela uma trajetória ascendente nos últimos anos. Na Fig. 07 pode-se acompanhar a evolução da área plantada com uvas viníferas no Rio Grande do Sul e nas duas principais regiões produtoras, Serra Gaúcha e Campanha Central. Durante a segunda metade dos anos 90 a área produzida mostrou-se relativamente estável, mas, a partir de 2000, a produção de cultivares viníferas aumentou a uma taxa média de 6,7% ao ano no Estado, atingindo 7.536 hectares em 2007, dos quais 5.025 na região de Caxias do Sul e 917 na Campanha Central.

Um dos maiores desafios para o aumento e qualificação da produção nacional de uvas viníferas pode ser encontrado nas mudanças em curso na demanda. Atualmente, algo em torno de 15% dos 191 milhões de brasileiros consome vinho regularmente (Ibravin, 2001). O consumo *per capita* no país é de dois litros anuais, variando consideravelmente entre as regiões: 5,8 litros no Rio Grande do Sul e 35 na zona vitivinícola serrana; 3,7 em São Paulo; 2,3 no Paraná; 1,8 no Rio de Janeiro; 1,7 em Santa Catarina e menos de 0,6 litros para a média dos outros 22 estados (Desplobins, 2005). Trata-se de uma média muito baixa comparada com outras bebidas como cerveja (35 litros *per capita*) e cachaça (6,7) e com outros países do novo e do velho mundo vitivinícola: França (58,2), Itália (49,3), Argentina (28,6), Uruguai (24,7), EUA (8,2), Austrália (19,6) e Rússia (7,1). No entanto, o mercado doméstico de vinhos finos

tem apresentado sinais de expansão. Como demonstram dados da União Brasileira de Vitivinicultura (UVIBRA), enquanto em 2002 foram comercializados 49 milhões de litros de vinho fino no país, em 2008 esse volume ultrapassou os 70 milhões (Uvibra, 2010).

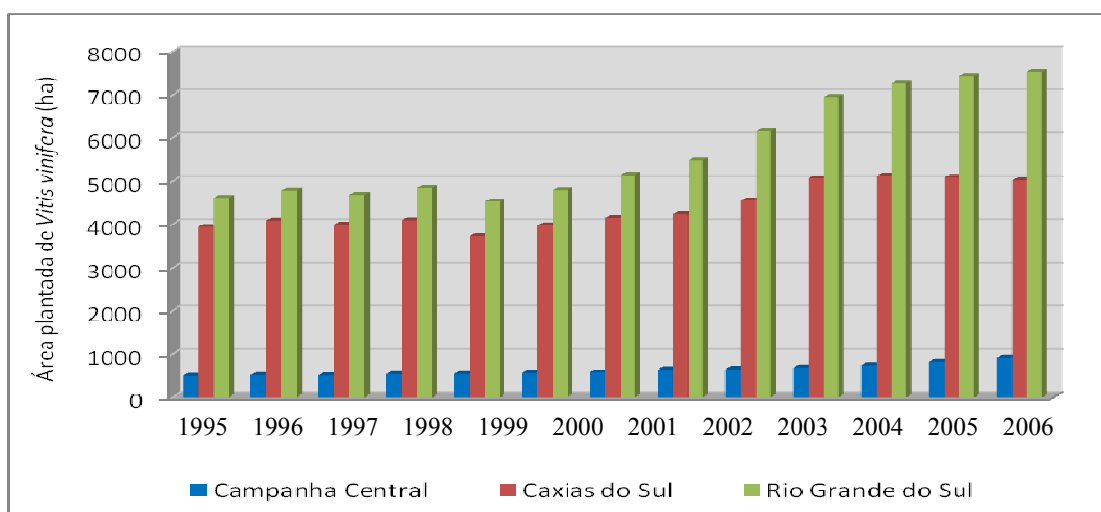


Figura 07: Evolução da área plantada com *Vitis vinifera* entre 1995 e 2007.
Fonte: Cadastro Vitivinícola (Mello e Machado, 2008).

Em grande medida, este fenômeno está associado à “invasão” do mercado brasileiro pelos vinhos importados, sobretudo chilenos e argentinos, mas igualmente franceses, portugueses, italianos, espanhóis e norte-americanos (Fig. 08). Entre 2002 e 2010, triplicou a quantidade de vinhos chilenos e argentinos comercializados no Brasil, representando quase 65% do mercado. Enquanto isso, a venda de vinhos finos nacionais caiu pela metade, passando de 25,3 para 12,9 milhões de litros, representando apenas 21% do volume comercializado no país em 2010. A fatia de mercado ocupada pelos vinhos importados, que era de 48% em 2002, saltou para 79% em 2010.

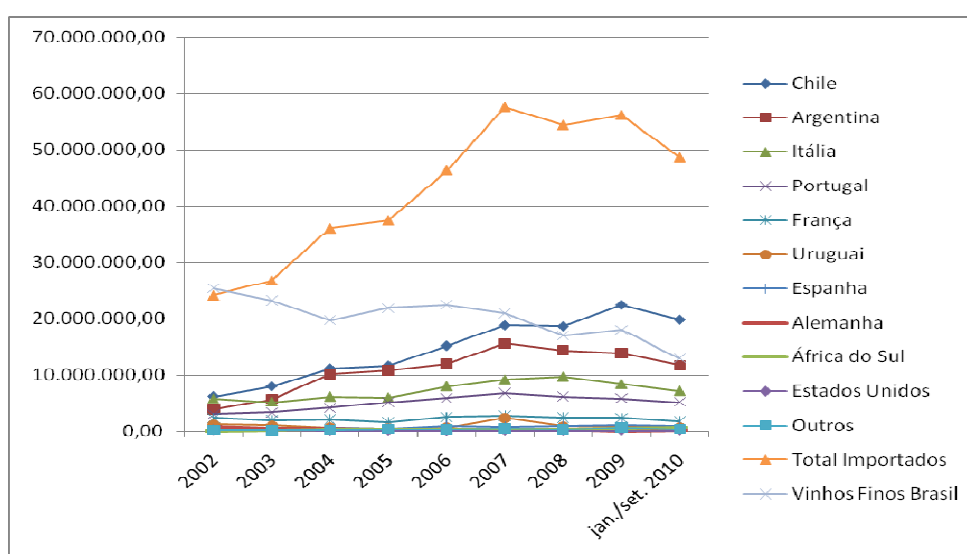


Figura 08: Volume comercializado (litros) de vinhos finos no mercado brasileiro segundo a procedência entre 2002 e 2010.

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de estatísticas da Uvibra (2010).

A valorização cambial da moeda, o aumento do poder aquisitivo da população e estratégias de preço e *marketing* das empresas estrangeiras para conquistar este enorme mercado em potencial foram os principais motivadores da elevação do consumo de vinhos importados. Além disso, a redução significativa dos preços fez com que o vinho deixasse de ser um produto elitizado e começasse a ingressar com mais frequência na mesa da classe média.³² Estas mudanças, sobretudo a redução dos preços dos vinhos finos, começaram também a alterar as preferências de um segmento do consumo relativo às classes de renda média, o qual substituiu os vinhos de mesa por vinhos finos de baixo custo. Com efeito, a comercialização dos vinhos de consumo corrente (vinhos de mesa) sofreu uma redução de 16,13% entre 2005 e 2010 no mercado nacional.³³

A situação é distinta no caso dos espumantes, onde o Brasil mantém sua competitividade com outros países, inclusive no mercado internacional. As importações de espumantes têm sido gradativamente reduzidas: de 36% do volume comercializado no país em 2004; para 22% em 2009 (Uvibra, 2010). Ao mesmo tempo, a produção nacional é crescente. Em 2004, foram elaborados 5,47 milhões de litros e, em 2009, 11,19 milhões de litros, com destaque para os espumantes moscatéis que apresentaram um crescimento de 373,13% (de 0,67 para 2,5 milhões de litros) (Uvibra, 2010; Ibravin, 2010). De fato, o país vem obtendo reputação no mercado de espumantes, sobretudo a Serra Gaúcha que, em virtude de características de solo e clima, tem sido considerada “uma das três melhores regiões do mundo” para produção de uvas destinadas a este tipo de vinho (Sluszz e Padilha, 2008). De todo modo, o tamanho deste mercado ainda é limitado para configurar uma alternativa econômica sustentável para o conjunto do setor vitivinícola brasileiro.³⁴

Em face deste contexto, algumas vinícolas buscaram novos circuitos de comércio no mercado externo. Até agora, os dados referentes à exportação demonstram que as estratégias das vinícolas nacionais convergem no sentido de diversificar os países compradores. Segundo Sato e Ângelo (2007), entre 2002 e 2006, o número de importadores do vinho brasileiro cresceu de 16 para 41 países, sendo que uma parcela significativa deles não possui tradição na produção vitivinícola. Rússia, Paraguai, Estados Unidos, Países Baixos, Japão, Alemanha, Suíça, China, República Tcheca e Reino Unido são, nesta ordem, os dez países que mais importaram vinho nacional entre 2005 e 2009 (Embrapa, 2010). Um dos impulsionadores da internacionalização do setor é o consórcio *Wines of Brasil*. Organizado pelo IBRAVIN, o consórcio reúne 34 grandes e médias vinícolas nacionais, as quais, em 2003, representavam 29,9% das exportações brasileiras de vinhos e espumantes e, em 2007, já eram responsáveis por 57% (*Wines of Brasil*, 2010; Lima e Carvalho, 2008; Sato e Ângelo, 2007).³⁵

Este conjunto de ações permitiu que a quantidade de vinho exportada fosse multiplicada sete vezes entre 2005 e 2009, ainda que o valor comercializado correspondente tenha passado somente de R\$ 3,5 milhões para R\$ 8,9 milhões (Embrapa, 2010). Essa

³² Segundo diretor do grupo Pão de Açúcar, a maior rede varejista do Brasil, aproximadamente 85% das vendas do grupo são de vinhos que custam até R\$ 15 a garrafa (Vieira, 2007).

³³ Dados do Ibravin (2010) mostram que, entre 2003 e 2008, o volume de vinhos de mesa produzidos no Rio Grande do Sul comercializados no mercado interno caiu de 217 para 197 milhões de litros, recuperando-se para 222,14 milhões de litros em 2009.

³⁴ Outro produto que tem desempenho importante nos últimos anos é o suco de uva, considerado por muitas empresas como uma das alternativas mais promissoras para o mercado brasileiro e internacional. Entre 2004 e 2009, houve um aumento de 20,77 para 55,39 milhões de litros comercializados internamente (Uvibra, 2010).

³⁵ O *Wines of Brasil* não atua como uma *trader*. Suas atividades estão atreladas à promoção e divulgação do vinho brasileiro no exterior, bem como à assessoria às empresas associadas que desejam exportar.

diferença deve-se ao grande volume de vinhos de mesa exportado (sobretudo para a Rússia) através do Programa de Escoamento da Produção (PEP) levado à cabo pela CONAB para reduzir os estoques internos. Assim, com uma pauta de exportação ainda ancorada em vinhos considerados de baixa qualidade, o Brasil encontra dificuldades para entrar no pequeno circuito de países exportadores, ocupando, atualmente, a 51ª posição no *ranking*. Hoje, as exportações mundiais estão concentradas em cinco países (França, Itália, Espanha, Austrália e Chile) que controlam quase 80% do mercado. Juntas, França e Itália representam 57% de todo o vinho exportado no mundo (Siqueira, 2007).

Até o momento, o incremento da exportação brasileira não tem sido capaz de responder à perda de espaço no mercado interno. Deste modo, a situação do setor nacional deteriora-se cada vez mais e as vinícolas continuam acumulando estoques em suas caves: em novembro de 2008, um dos momentos mais agudos da crise, as estimativas apontavam para cerca de 300 milhões de litros de vinho estocados, o que corresponderia, aproximadamente, ao volume total de uma safra (Caus, 2008). No que se refere às medidas adotadas pelo governo para conter a crise, estas têm assumido um caráter paliativo. Na realidade, durante muitos anos o setor foi considerado moeda de troca nas negociações do Mercosul, atendendo sobretudo os interesses comerciais de outros ramos industriais que buscavam ampliar sua participação no mercado regional (Santos, 1999). Além disso, acordos bilaterais específicos (com o Chile, por exemplo) previram tarifas de exportação ainda menores que aquelas executadas no âmbito do bloco (13% com o Chile; 27% com os países do Mercosul).³⁶ Finalmente, soma-se a isto os impostos que recaem sobre o vinho nacional. Estudos realizados no âmbito do projeto Visão 2025 revelam que os tributos incidentes sobre a cadeia produtiva chegam a 40% no Rio Grande do Sul e 49% em São Paulo.

Atualmente, existe um entendimento entre estudiosos e representantes do setor que a única alternativa duradoura para o país sair de sua posição desfavorável na cadeia de valor é o investimento em inovações que possibilitem a produção de vinhos de qualidade com custos competitivos. Dentre as estratégias construídas, algumas vinícolas apostaram na implantação de novos vinhedos em regiões como a Campanha Gaúcha e o Vale do Rio São Francisco, buscando vinhos com qualidades diferenciadas e a redução dos custos pela ampliação da escala de produção, mecanização e qualidade sanitária dos solos. Em outra via, há empreendimentos apostando em alternativas locais, tentando beneficiar-se da crescente valorização de atributos territoriais específicos, nomeadamente através da associação dos vinhos com aspectos socioculturais de identidade e tradição, com a natureza e a paisagem, ou ainda, com métodos peculiares de produção.

Nem mesmo o segmento de vinhos de mesa está alheio a este tipo de entendimento. Como mostram Desplobins e Silva (2005), frente à concorrência de vinhos finos com preços cada vez mais competitivos e portadores de uma imagem intrínseca de qualidade, os produtores de vinhos de consumo corrente também buscam novas formas de valorizar a imagem do produto. “Com estratégias centradas em um vinho comum e de preço baixo, e interessado basicamente em quantidade, o setor produtivo só recentemente reagiu à segmentação do mercado brasileiro de vinhos, com uma nova demanda focada na qualidade” (Desplobins e Silva, 2005, p. 399). Referindo-se ao caso do Vale do Rio do Peixe em Santa

³⁶ Sem uma ação estrutural para tornar a produção brasileira competitiva ou aumentar o consumo, as ações governamentais estão principalmente baseadas em prêmios de exportação e na compra para destilação, medidas que reduzem os estoques momentaneamente, mas que no longo prazo reforçam o problema (Protas, 2008).

Catarina, os autores demonstram os investimentos em formas alternativas de qualificação através de selos que destacam o enraizamento sociocultural do produto, símbolo da formação de uma vitivinicultura diretamente associada à agricultura colonial. Assim, similarmente aos queijos e embutidos, a denominação “vinho colonial” ou “vinho artesanal” apresenta-se como uma diferenciação qualitativa em relação ao vinho “industrial”, ainda que, a exemplo do que também ocorre em relação aos demais produtos, aqui também exista a apropriação desta estratégia pelo segmento industrial (Dorigon 2008).

Seja como for, o fato é que, apesar de envolverem configurações sociotécnicas distintas, tanto o segmento “tradicional” de vinhos de mesa, quanto o segmento “modernizante” de vinhos finos, tem convergido em um aspecto: a reorientação para estratégias de qualificação e de diferenciação pela origem geográfica e social³⁷, cada um ao seu modo e com seus atributos.

1.5 Uma breve contextualização histórica

Tonietto (2003) sugere uma subdivisão da trajetória vitivinícola brasileira em quatro gerações ou períodos históricos. O primeiro corresponde à implantação da viticultura na região da Serra gaúcha, com a chegada de imigrantes italianos no final do século XIX, e se estende até o final da década de 1920. O segundo situa-se entre os anos 1930 e 1960, uma fase de diversificação de produtos, com a consolidação do espumante, e a melhoria qualitativa dos vinhos associada aos avanços tecnológicos de processamento. Entre o início da década de 1970 e o final da década de 1990, tem-se o terceiro período, marcado pelo aumento significativo da área plantada com *Vitis vinífera* e o desenvolvimento dos vinhos finos varietais. Finalmente, o período atual caracterizaria uma fase de transição em direção a uma quarta geração distinguida pela introdução de certificações de qualidade, buscando consolidar identidades regionais para os vinhos brasileiros.

Mas, o que marcou estas mudanças geracionais? Quais são os elementos de continuidade e ruptura entre estes diferentes períodos? Vamos dedicar alguns parágrafos para compreender esta trajetória de um modo dinâmico. O objetivo é colocar em evidência que, mais do que configurar uma nova geração evolutiva, o período atual é particularmente interessante porque trás à tona as contradições decorrentes do “problema mal resolvido” que foi o processo de modernização do setor.

Inicialmente, cabe ratificar que a Serra Gaúcha continua sendo a principal região vitivinícola brasileira. A produção vitícola baseia-se na ampla participação da agricultura familiar, a qual é representada por aproximadamente 12 mil pequenas propriedades rurais que cultivam 31 mil hectares de vinhedos. A produção vinícola deve-se à cerca de 600 produtores entre grandes empresas, cooperativas e cantinas familiares que, conjuntamente, industrializam mais de 300 milhões de litros anualmente (Niederle, 2009).

O surgimento da vitivinicultura na Serra Gaúcha ocorreu no final do século XIX com a chegada de imigrantes italianos às colônias Conde D'Eu e Dona Isabel, as quais

³⁷ A “origem social” pode ser a base de uma justificativa patrimonial que apela para os vínculos com a agricultura familiar, vide, por exemplo, o slogan da Cooperativa Vinícola Aurora: “grandes vinhos feitos por pequenas famílias”.

correspondem, atualmente, aos municípios de Garibaldi e Bento Gonçalves (Caprara e Luchese, 2005). Nas áreas demarcadas pelo Governo Imperial, os colonos³⁸ estabeleceram um sistema de policultura-pecuária altamente diversificado, onde a produção de uva cumpria um papel secundário frente a outros cultivos e criações destinados à sobrevivência do grupo familiar: basicamente, trigo, milho, feijão e suínos.

As famílias trouxeram consigo diversas variedades de *Vitis vinífera* de suas regiões de origem no norte da Itália (Trento e Vêneto), como a San Giovese, Nebbido, Barbera, Bonarda, Peverella e Bernaccia. No entanto, face às condições edafoclimáticas desfavoráveis, estas cepas logo foram abandonadas. A expansão da produção de uva e vinho só ocorreu com a chegada de variedades americanas e híbridas. Introduzida no Brasil nas décadas de 1830-40 por colonos alemães situados nas proximidades dos municípios de São Leopoldo e São Sebastião do Caí, a cultivar Isabel foi a grande responsável pelo desenvolvimento da produção, de modo que sua importância econômica e cultural ainda fazem dela a principal variedade cultivada na região e no Estado (Donazzolo *et al.*, 2007). Até hoje denominam-se “coloniais” os vinhos de consumo corrente procedentes desta e de outras cultivares híbridas.

Embora o comércio de vinho em pequena escala estivesse presente desde o começo da produção, este era basicamente restrito às fronteiras regionais; exceção feita a alguns “carreteiros” que transportavam o produto em animais para revendê-lo em regiões mais distantes, inclusive São Paulo. É somente a partir da década de 1920 que começam a aparecer os “negociantes”, responsáveis pela construção de uma cadeia de produção e comercialização estendida para outras regiões do Estado, o que foi facilitado pela chegada do transporte ferroviário à região da Serra gaúcha em 1910 (Falcade, 2005). Provenientes de famílias tradicionais como Salton, Valduga, Perterlongo e Mônaco, estes comerciantes estabeleceram as primeiras cantinas comerciais e foram responsáveis por um processo de qualificação dos vinhos. Em alguns casos, foi no entorno das cantinas que se formaram os núcleos de povoamento, os quais, posteriormente, deram origem a vilas e cidades. A partir de então, a atividade vinícola começou a impulsionar uma economia nascente, surgindo ofícios de suporte ao desenvolvimento de um segmento industrial. O caso mais notável é o das tanoarias que passam a fornecer os barris para o transporte e armazenamento (De Paris, 2006).

Organizadas em torno do Sindicato do Vinho (criado em 1928 por iniciativa do Governo estadual), as cantinas privadas obtiveram apoio político e econômico para acentuar as mudanças qualitativas na produção. O sindicato transformou-se em um instrumento de regulação e intervenção direta sobre preços e qualidade. Nesta época também é criada a Sociedade Vinícola Rio-Grandense (1929), órgão comercial fundado por 49 cantinas privadas e vinculado ao Sindicato. A Sociedade foi responsável por ampliar o mercado vinícola com a venda de vinhos de “melhor qualidade” ao centro do país, estimulando a capitalização das cantinas e à formação de um setor industrial mais consistente (Jalfin, 1991).

Frente ao poder do Sindicato e às exigências legais e sanitárias cada vez mais rigorosas, as quais praticamente impossibilitavam a produção artesanal, os agricultores investiram na organização cooperativada. As primeiras experiências de cooperativas surgiram

³⁸ A categoria “colono” expressa uma identidade social que possui um duplo significado: identifica um conteúdo étnico que distingue os imigrantes europeus e seus descendentes que ocuparam áreas de terra em algum projeto de colonização e, explicita uma “condição camponesa” (Ploeg, 2008) fundada em costumes, modos de vida e valores ímpares relacionados à especificidade da relação com a terra, às formas de organização do trabalho, de transmissão do patrimônio, ao tipo de habitação etc. (Tavares dos Santos, 1978; Seyferth, 1991).

nos anos 1920, no entanto, elas fracassaram em virtude da pressão econômica e política das cantinas privadas e de conflitos internos às associações. Somente a partir da década de 1930 constituem-se cooperativas com capacidade de fazer frente ao poder econômico das vinícolas privadas. As principais cooperativas que surgem neste período são a Cooperativa Vinícola Aurora de Bento Gonçalves (1933), a Cooperativa Agrícola Alfredochavense (1936) de Veranópolis e a Cooperativa Vinícola Garibaldi (1931) com sede neste município. Estas constituíram-se nos atores líderes do segmento, uma vez que, pela crescente associação dos agricultores, conseguiam produção em escala à baixo custo, o suficiente para controlar um mercado onde a diferenciação qualitativa ainda era um aspecto secundário.

Buscando retomar capacidade competitiva e, insatisfeitas com as ações centralizadoras do Sindicato, muitas empresas começaram a fortalecer suas próprias unidades produtivas. A extinção do sindicato (posteriormente substituído como agência reguladora pelo Instituto Riograndense do Vinho) rompeu com a tradição paternalista que caracterizava as relações entre as vinícolas e o Estado e um novo cenário de concorrência impeliu a dinamização do setor industrial, criando uma cultura empresarial que perdura até hoje (Flores, 2007).

A partir dos anos 1950-60, o interesse do governo brasileiro em desenvolver uma indústria vinícola moderna também catalisou um processo abrupto de transformações técnicas e econômicas no setor, favorecendo a emergência de um segmento industrial de grande porte. Inicialmente, a estruturação deste segmento privilegiou a formação de diversos tipos de contratos entre empresas brasileiras e estrangeiras, sobretudo com importadoras que, frente às dificuldades estabelecidas pelo programa de substituição de importações, começaram a investir diretamente no setor industrial brasileiro. A Cooperativa Vinícola Aurora, por exemplo, firmou um acordo comercial com a importadora francesa *Bernard Taillan*, o qual agiu como dinamizador de um amplo processo de inovações técnicas que levou a vinícola a constituir-se na maior cooperativa do setor no Brasil.

A partir deste período a maioria dos agricultores passa à condição de fornecedor de uvas, conservando a produção de vinho quase exclusivamente para o autoconsumo familiar. Se, como afirma Jalfin (1993), até os anos 50 o setor caracterizava-se pela subordinação do processo de vinificação à necessidade de escoar a produção agrícola, a partir da década de 60 a lógica se inverte, e é a indústria, a partir de sua necessidade de conquistar novos mercados, que passa a introduzir de forma sistemática mudanças na organização da produção a partir de exigências basicamente orientadas para a melhoria da qualidade.

A década de 1960 marca ainda uma mudança fundamental na medida em que uma parcela dos produtores começa a direcionar seus esforços para entrar no mercado de vinhos finos, efetivando uma série de alterações técnicas com vistas à qualificação da produção (Jalfin, 1993). No entanto, é nos anos 1970 que a entrada de empresas multinacionais como Chandon, De Lantier, Martini & Rossi e Forestier altera o cenário do ponto de vista dos atores líderes do mercado, levando ao enfraquecimento das vinícolas locais, sobretudo das cooperativas que vivenciaram grave crise neste período. Este momento também marca o início da estruturação de uma cadeia produtiva de vinhos finos. Como afirma Tonietto (2003, p. 2), trata-se do “período de produção de vinhos finos com uma filosofia similar àquela dos países produtores do Novo Mundo, centrada nos vinhos varietais”.

Porém, apesar das inovações na vinificação terem sido processadas de modo relativamente rápido e bem sucedido, no âmbito vitícola as mudanças eram pouco animadoras (Camargo, Protas e Mello, 2002). Mesmo com um processo gradual de reconversão de

vinhedos para cultivares viníferas (e a conseqüente introdução massiva de agroquímicos mantida até hoje), os padrões de qualidade da uva ainda estavam longe de tornar o produto brasileiro reconhecido e competitivo no mundo dos vinhos.

Durante os anos 1980, a maior parte das indústrias locais sobreviveu em virtude das medidas de fechamento do mercado brasileiro às importações. Ademais, cabe enfatizar que, neste período, uma grande parte da produção vinícola estava destinada à produção de vinagre ou à destilação para a produção de “conhaque”. Este cenário criou uma situação nefasta à “modernização” do setor, posto que a indústria nacional possuía uma demanda considerável e relativamente estável de “vinhos de baixa qualidade” e não defrontava-se com qualquer concorrência que tornassem imperativos os processos de inovação e qualificação da produção.

Esta situação alterou-se repentinamente a partir dos anos 1990. O setor de vinhos de mesa viu a demanda pelo produto despencar em função da autorização da produção de “conhaque” a partir da maceração do gengibre, e da substituição do vinagre por Agrin, o qual possui apenas 10% de vinho na sua composição. Ademais, desde então tem sido crescente a substituição do consumo destes vinhos por derivados como coquetéis e sangrias, os quais são constituídos por uma pequena porcentagem de vinho. No que se refere ao setor de vinhos finos, a crise foi decorrente da perda de espaço no mercado interno em virtude do novo contexto de integração regional e da abertura ao comércio internacional, obrigando os produtores a concorrer com produtos mais competitivos em qualidade e preço (Santos, 1999; Lapolli *et al.*, 1995).

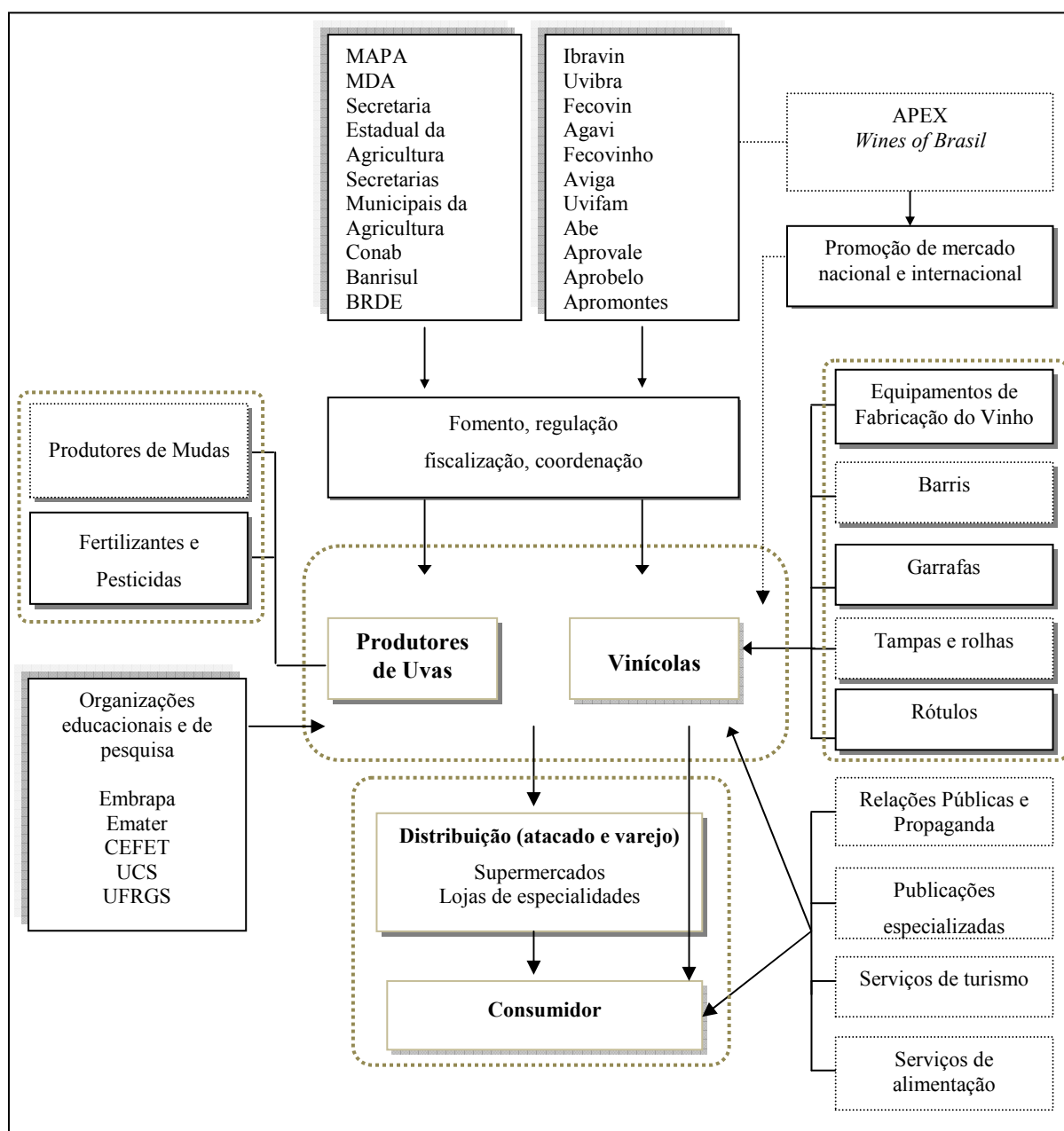
Disto decorre uma redefinição dos instrumentos regulatórios e o reposicionamento dos atores na cadeia, em especial pela diminuição da força das empresas multinacionais instaladas no país, o que se tornava, ao mesmo tempo, mais uma expressão da perda de competitividade da vitivinicultura brasileira. De modo geral, o fechamento destas empresas reduziu bruscamente a demanda de uvas. Assim, as cooperativas e indústrias que permaneceram ativas viram-se, por um lado, diante de uma enorme oferta de matéria-prima antes destinada àquelas empresas e; por outro, com uma demanda decrescente pelos vinhos nacionais. A conseqüência imediata foi a redução dos preços pagos aos agricultores pela uva, colocando-os frente a um contexto de forte vulnerabilidade econômica e social.

No plano institucional, as ações que marcaram esse período foram a criação do Programa de Reestruturação e Desenvolvimento da Vitivinicultura do Rio Grande do Sul - PROVITIS (1993), da Subcomissão Mista da Vitivinicultura na Assembléia Legislativa do Estado (1995) e do Instituto Brasileiro do Vinho - IBRAVIN (1998). No entanto, a multiplicação de entidades públicas e privadas somente revelava as dificuldades de governança coletiva entre os múltiplos setores produtivos dentro de um mesmo segmento vitivinícola. Dificuldade revelada, por exemplo, no conflito estabelecido em torno da criação do Selo Fiscal. Como referimos outrora, a discussão sobre a necessidade do selo, seus efeitos práticos na inibição do comércio ilegal e do contrabando e as conseqüências que o mesmo traria em termos de exclusão de determinados atores do mercado, ocasionou uma nova cisão, resultando na criação da UVIFAM, uma entidade que procura representar um conjunto de atores (viticultores e cantinas familiares) até então invisíveis na colcha de retalhos que representa o arranjo setorial (Quadro 01).

Mesmo a criação IBRAVIN não foi capaz de resolver o problema associado à falta de mecanismos de governança. Instituído “de cima para baixo” pelo governo estadual para ser o braço operacional do Fundovitis (criado em 1997 para destinar recursos provenientes do

ICMS recolhido pelo Estado a projetos setoriais), o Instituto ainda busca consolidar-se como um mecanismo de governança das diferentes cadeias produtivas que compõem o setor. A disputa pelos recursos do fundo levou inclusive à saída da UVIBRA do conselho deliberativo da entidade. Deste modo, os acordos têm sido processados, cada vez mais, no âmbito da Câmara Setorial da Uva e do Vinho, órgão instituído pelo Ministério da Agricultura como fórum legítimo de discussão das demandas do setor. No entanto, a Câmara constitui mais um espaço de concertação social entre atores com interesses distintos do que um mecanismo de intervenção e, menos ainda, a evidência de uma ação planejada de desenvolvimento do setor produtivo que lhe permita recuperar capacidade competitiva.

Quadro 01: Sistema agroindustrial vitivinícola.



Fonte: Elaboração do autor a partir de Ibravin (2001)

Alguns esforços de intervenção coletiva coordenada começam a ser produzidos a partir do programa *Visão 2025*, desenvolvido por um amplo espectro de organizações que buscam estabelecer os parâmetros para uma reorganização profunda da cadeia produtiva. O Programa prevê um conjunto de ações que visam, entre outras coisas, alterar a imagem e a reputação dos vinhos brasileiros; buscar a criação de uma identidade regional para os diferentes produtos; promover melhorias nos vinhos nacionais em aspectos como qualidade, pureza, unicidade, tipicidade e diversidade; criar os fundamentos para a constituição de uma estratégia de internacionalização das empresas e; definir padrões de orientação para os viticultores especificando o que, quando, como e onde plantar (Protas, 2005).

O maior desafio deste tipo de governança coletiva é, contudo, reverter a trajetória histórica de diferenciação das estruturas produtiva, econômica e institucional que deu origem a múltiplos estilos de produção dentro da mesma região. A diferenciação mais ressaltada é aquela que se estabeleceu a partir dos anos 1980 entre os municípios de Bento Gonçalves e Garibaldi, este firmando uma imagem associada à produção de vinhos espumantes e aquele aos vinhos finos tranqüilos. Mas existem inúmeras outras diferenças que demonstram a heterogeneidade do desenvolvimento histórico do segmento vitivinícola na Serra Gaúcha, as quais envolvem, por exemplo, os sistemas de produção agrícola, o agrupamento espacial das empresas, a capacidade de organização cooperativada e a concentração de capital econômico e político. São características diferenciais que constituirão o fundamento empírico das principais justificativas utilizadas quando da definição dos projetos de IG e que merecem algumas considerações preliminares focalizando, desde já, os contextos sociais onde estes projetos estão em desenvolvimento (Fig. 09).

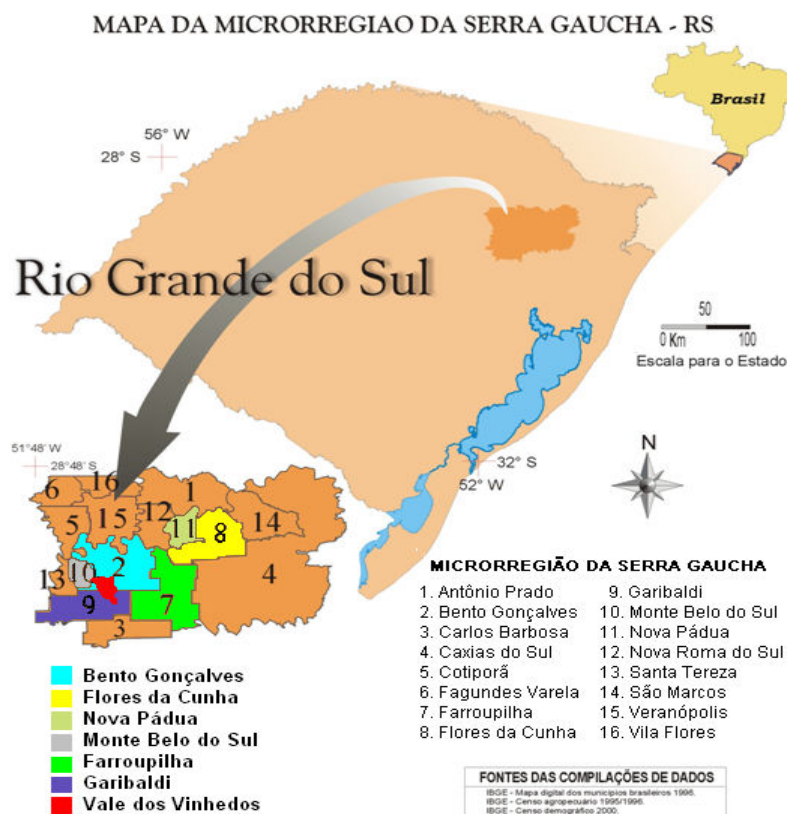


Figura 09: Serra Gaúcha com destaque para os municípios com projetos de IG.

Fonte: Elaboração do autor.

De modo geral, além da concentração do setor industrial, Bento Gonçalves também centraliza capital econômico e político. O município não possui somente um grande número de vinícolas, mas também abriga as maiores indústrias do setor, bem como grande parte das organizações públicas e privadas relacionadas com o segmento vitivinícola: EMBRAPA, IFRGS, UVIBRA, IBRAVIN, ABE etc. Este conjunto de organizações constitui uma rede cuja proximidade espacial facilita a circulação de informações e conhecimentos essenciais à inovação, tornando-se um fator-chave para a formação de um setor empresarial inovador e a qualificação da produção vinícola local, reforçando a imagem de Bento Gonçalves como produtor de vinhos finos (Gollo, 2006). Diferentemente, Nova Pádua, Caxias do Sul e Flores da Cunha também são municípios com uma longa tradição vitivinícola, mas com uma imagem mais solidamente vinculada à presença da agricultura familiar e à produção de uvas americanas e híbridas (embora estas também sejam predominantes nos demais municípios).

Na Tab. 01 é resumido um conjunto de informações acerca dos municípios selecionados. De modo geral, todos apresentam características similares quanto à área ocupada pela produção vitícola. No entanto, Monte Belo do Sul, Bento Gonçalves e Flores da Cunha destacam-se pelo maior nível de especialização na atividade, a qual ocupa, respectivamente, 35,69%, 26,39% e 26,02% da área total dos estabelecimentos agrícolas. Por sua vez, a área média com vinhedos por estabelecimento também é maior nestes casos, chegando a 3,7 hectares em Monte Belo do Sul e 3,26 hectares em Bento Gonçalves. Todavia, Monte Belo do Sul apresenta tão somente um terço do número de propriedades com vinhedos em comparação com Bento Gonçalves, proporção que também se reproduz em relação à quantidade produzida.

Em relação ao tipo de cultivar utilizada, observa-se que a produção de *Vitis vinifera* é, proporcionalmente, mais relevante em Monte Belo do Sul (cerca de 40% da área e 15% da produção) e Bento Gonçalves (25% da área e 15% da produção). Os municípios de Flores da Cunha, Caxias do Sul e Nova Pádua destacam-se pelo predomínio mais acentuado da produção de uvas americanas e híbridas.

No que se refere à idade dos vinhedos, uma referência importante em relação à sua produtividade potencial, a mesma tabela demonstra que, enquanto Caxias do Sul e Nova Pádua possuem vinhedos mais antigos (teoricamente, menos produtivos), Monte Belo do Sul possui vinhedos relativamente jovens; revelando os investimentos que foram realizados no município nos últimos 15 anos para torná-lo referência na produção de uvas viníferas. Por sua vez, enquanto Bento Gonçalves possui mais da metade dos seus vinhedos com menos de 15 anos, Flores da Cunha detém a mesma proporção de vinhedos com mais de 20 anos.

Enfim, os dados referentes à participação proporcional de cada município no sistema agroindustrial vitivinícola demonstram uma concentração do processamento em Flores da Cunha e Bento Gonçalves, os quais abrigam, respectivamente, 34% e 22% do conjunto das vinícolas presentes na Serra Gaúcha. Porém, Flores da Cunha e Bento Gonçalves apresentam modelos de viticultura bastante distintos. Como notam Jalfin e Grando (1990), enquanto o primeiro consolidou uma participação expressiva na produção de vinhos de mesa, o segundo procurou desenvolver uma vitivinicultura mais voltada para vinhos finos. Atualmente, Flores da Cunha é responsável por 37% da produção de vinhos de mesa e somente 7% da produção de vinhos finos, ao passo que as vinícolas de Bento Gonçalves produzem 56% do vinho fino industrializado na região e somente 17% do vinho de mesa.

Tabela 01: Características da produção vitivinícola segundo municípios escolhidos, 2007.

Município		Bento Gonçalves	Caxias do Sul	Farroupilha	Flores da Cunha	Garibaldi	Monte Belo do Sul	Nova Pádua
Nº propriedades c/vinhedos		1.816	1.806	1.365	1.492	1.213	606	475
Área (ha)	Total	22.430	26.148	19.661	18.122	14.119	6.282	6.858
	Com vinhedos	5.920	3.943	3.892	4.716	3.178	2.242	1.440
	Média estab.*	12,35	14,48	14,40	12,15	11,64	10,37	14,44
	Vinh/estab.**	3,26	2,18	2,85	3,16	2,62	3,70	3,03
Cultivares	Ameri- canas	Área (ha)	1.805	2.198	1.740	2.230	1.136	736
		Produção (t)	33.197	32.196	28.628	34.408	16.507	17.179
	Híbridas	Área (ha)	2.601	1.513	1.332	2.197	1.526	718
		Produção (t)	63.721	29.564	28.759	48.916	35.734	16.536
	Viníferas	Área (ha)	1.507	227	812	276	511	778
		Produção (t)	20.235	1.588	13.382	2.274	4.734	6.332
Idade do vinhedo (%)	01 a 03 anos	8,93	5,51	9,92	6,00	11,45	10,17	6,54
	04 a 10 anos	30,67	21,60	31,07	30,72	30,14	38,61	32,19
	11 a 15 anos	13,10	6,46	9,30	7,40	10,85	18,28	4,18
	16 a 20 anos	9,18	7,45	6,94	5,73	8,58	9,08	4,50
	21 a 50 anos	25,05	39,89	31,37	34,51	22,35	14,87	38,80
	51 a 100 anos	11,94	17,67	10,43	14,83	15,41	8,76	12,85
	Mais de 100	1,12	1,41	0,98	0,81	1,22	0,23	0,95
Vinho (%)	Vinho fino	56,00	4,00	10,00	7,00	20,00	0,00	1,00
	Vinho de mesa	17,00	11,00	7,00	37,00	7,00	1,00	3,00
	Total	22,00	10,00	7,00	34,00	9,00	1,00	2,00
Vinícolas (%)***		22,00	10,00	7,00	34,00	9,00	1,00	2,00

*Área média dos estabelecimentos com produção vitícola;

**Área média de vinhedos por estabelecimento;

***Porcentagem de vinícolas instaladas no município em relação ao total de vinícolas no Estado.

Fonte: Cadastros Vitícola e Vinícola.

Esta diversidade de trajetórias reflete a existência de condições técnicas e geográficas distintas. Mas é possível afirmar que ela confirma uma diferenciação nos vinhos no que tange às características qualitativas do produto? A heterogeneidade estrutural apresentada acima define a existência de diferentes *terroirs* no seio da mesma região vitivinícola? Ainda não é possível responder estas questões. Todavia, pode-se afirmar que o reconhecimento de múltiplos estilos de vitivinicultura tem sido utilizado pelos atores locais como justificativa da potencialidade da Serra gaúcha para abrigar diferentes IGs.

Em 1995, um levantamento regional identificou uma lista de 250 topônimos referentes a nomes de lugares (comunidades, distritos, vilas, povoados, capelas etc.) que constituíam potenciais indicações de origem (Falcade e Tonietto, 1995). Obviamente, nem todos os nomes são passíveis de reconhecimento. Em tese, isto é facultado apenas àqueles que comprovadamente caracterizem um espaço geográfico diferenciado. Sendo assim, o passo seguinte consistiu na construção de um projeto de reterritorialização da produção vitivinícola regional, cujo objetivo consistia em definir zonas específicas com potencial para sustentar um processo de qualificação relacionado à origem. No entanto, isto não dependia apenas da notoriedade do nome geográfico ou da presença de condições edafoclimáticas particulares, mas da própria capacidade de organização e cooperação entre os atores locais, uma variável que se mostrará indispensável para compreender a dinâmica de diferentes projetos de IG.

Por um lado, a perspectiva de construir um processo de ordenamento territorial da produção confluía com o crescente apelo que as IGs experimentavam no cenário nacional e internacional. Por outro, ela também adequava-se às necessidades de reestruturação técnica e organizacional da cadeia produtiva. Com isso, a emergência dos projetos foi facilitada por uma confluência de interesses entre produtores e pesquisadores: as IGs poderiam atuar como um instrumento de regionalização e catalisar um processo de qualificação da produção, alçando o segmento produtivo (ou parte dele) para a “quarta geração” da vitivinicultura brasileira (Tonietto, 2003; Falcade, 2007). Como este processo se desenvolveu? Antes de responder a esta questão será necessário explorar questões teóricas e conceituais que nos permitam precisar o uso dos termos “qualidade” e “qualificação”, bem como seus vínculos com o mecanismo de indicação geográfica.

Capítulo 2

A qualidade como processo de qualificação

Neste capítulo propomos um quadro teórico para analisar o tema da *qualidade* na perspectiva de sua construção social. Inicialmente, exploramos os limites da economia neoclássica para tratar desta problemática, assim como as deficiências da chamada sociologia crítica. Em seguida, argumentamos que os processos de qualificação podem ser compreendidos a partir do intercruzamento de algumas teorias heterodoxas que vêm revelando uma crescente confluência na construção de um novo paradigma de análise dos fatos econômicos. A partir de um diálogo profícuo entre economia das convenções, nova sociologia econômica e teoria das redes sociotécnicas, apresentamos alguns dos principais conceitos e categorias heurísticas que serão utilizados ao longo da tese: mercados, valores, convenções sociais, redes, enraizamento, instituições e compromissos.

2.1 Economia da qualidade: um aporte convencionalista

As ciências sociais têm assistido um esforço renovado de elaboração teórica acerca das instituições econômicas. Na origem deste movimento está o reconhecimento de uma nova dinâmica dos mercados associada à diferenciação qualitativa dos bens. Nas cadeias agroalimentares, no mercado de trabalho, nos sistemas de gestão e informação ou no universo das finanças, em toda parte o chamado *quality turn* tem exposto um problema insolúvel dentro do quadro analítico da economia neoclássica, expresso na sua incapacidade de explicar como os atores podem coordenar suas transações frente a um contexto de “incertezas avaliativas radicais” (Goodman, 2003; Allaire, 2004). A expressão cada vez mais evidente de uma nova “economia de qualidades” passa a exigir novos instrumentos analíticos para compreender o funcionamento dos mercados e a lógica dos atores econômicos (Karpic, 1989; Callon, Méadel e Rabéhariosa, 2002). Assim, ao mesmo tempo em que se renova o interesse pelas teorias institucionalistas, refinam-se as abordagens interacionistas desenvolvidas em torno de diferentes noções de redes sociais, dando origem a uma ampla variedade de abordagens heterodoxas. O diálogo entre elas passa a constituir o maior desafio teórico àqueles que se propõem a construir um novo modelo de análise dos fatos econômicos.

Dentre as convergências teóricas recentes mais notáveis pode-se destacar o profícuo intercruzamento de temáticas, referências e publicações entre a nova sociologia econômica, a sociologia das redes sociotécnicas e a economia das convenções (Steiner e Vatin, 2009; Allaire, 2009; Eymard-Duvernay, 2009; Wilkinson, 2006; Musselin e Paradeise, 2005; Biggart e Beamish, 2003).¹ Mesmo partindo de problemáticas distintas, estas correntes convergem em uma crítica similar ao irrealismo unitário da economia neoclássica, que reconhece exclusivamente o mercado como forma de coordenação das relações sociais e o preço como sistema de equivalência universal. Não obstante, os desdobramentos desta convergência crítica revelam que ainda há um longo caminho a percorrer no que diz respeito à construção de uma leitura positiva, capaz de integrar essas vertentes em torno de um quadro comum de análise das instituições econômicas. De fato, construir uma arquitetura suficientemente sólida a partir de diferentes componentes teóricos e ontológicos, sem que um comprometa a estabilidade do outro e, enfim, de toda a estrutura, tem revelado-se uma tarefa muito mais árdua do que foi, até então, a crítica da economia padrão.

As dificuldades devem-se principalmente à proliferação de categorias heurísticas cuja conexão pode revelar incompatibilidades. Os usos múltiplos e repetidos de termos como mercados, redes, *embeddedness*, instituições, convenções, dispositivos etc. geram desentendimentos e fragilizam este tipo de construção. O objetivo principal deste capítulo é avançar em direção a um entendimento entre estas diferentes perspectivas com vistas à formulação de uma estrutura teórica que possa conciliar a flexibilidade da noção de rede social com a estabilidade dos dispositivos institucionais. Para tanto, sugerimos focalizar o desenvolvimento dos debates convencionalistas acerca dos fenômenos econômicos, situando transversalmente as convergências e as tensões e em relação às abordagens de alguns dos principais autores da nova sociologia econômica (Granovetter, White, Fligstein, Zelizer) e da sociologia das redes sociotécnicas (Callon, Latour).

¹ A este coletivo seria conveniente acrescentar um conjunto de autores reunidos em torno do MAUSS (Movimento Anti-Utilitarista nas Ciências Sociais). Veja Caillé (2006) e Niederle e Radomsky (2007).

A escolha de tornar a economia das convenções (EC) o fio condutor deste intercruzamento teórico possui duas razões principais. A primeira provém do fato de que o debate sobre *qualidade* e *qualificação* desenvolveu-se de modo privilegiado no interior das discussões convencionalistas. A segunda deriva de uma avaliação de que, no Brasil, esta convergência teórica tem sido parcialmente obstruída em virtude da dificuldade da EC cruzar os muros parsonianos que ainda cercam e dividem sociologia e economia.² De um lado, a forte herança crítica da sociologia brasileira levou muitos pesquisadores a acolher, sem o mínimo de “vigilância epistemológica”, algumas opiniões que atribuíram à EC um viés antibourdiano, caricaturado em uma suposta incapacidade de tratar questões de poder e conflito social. De outro, nos limites ainda mais estritos da economia, a abordagem convencionalista teve pouco espaço frente ao desenvolvimento simultâneo e vigoroso de abordagens transacionais associadas à economia dos contratos e custos de transação.

Após reconstituir alguns eventos da trajetória teórica da EC, situando as origens e a evolução dos principais conceitos e as críticas que lhe foram direcionadas, o capítulo discute a complexificação de seu quadro analítico, demonstrando como o mesmo passou de uma microsociologia de regras coletivamente compartilhadas para uma interpretação da ação social institucionalmente situada. Em seguida, argumenta-se que, ao mesmo tempo em que o pluralismo de “ordens de grandeza” sugerido pela EC permite qualificar a noção de enraizamento da ação econômica, sua concepção moral do mundo possibilita constituir um complemento institucionalista às abordagens de redes sociais e sociotécnicas. Em outras palavras, os diferentes valores que definem os mundos de justificação constituem a substância dos laços sociais que unem os atores em redes. Para tanto, sustenta-se que a solidez desta arquitetura teórica depende do reconhecimento de diferentes níveis convencionais (um pluralismo vertical) e da necessidade da EC “levar à sério” o papel das instituições, redefinindo seu estatuto ontológico no seio de uma estrutura analítica que continua privilegiando a interação socialmente situada e reconhecendo a incerteza como componente irrevogável da ordem social (e natural).

2.2 O lugar da qualidade na teoria econômica

Desde os anos 1970, reconhecidos economistas tem se esforçado para incorporar uma “variável qualitativa” nos modelos econômicos.³ Algum destaque pode ser conferido ao americano George Akerlof (1970), cujo estudo sobre o mercado de carros usados reconsiderou o modo como a dinâmica do mercado é afetada pela assimetria de informações decorrente de problemas relacionados à valoração dos produtos. Ao demonstrar que os vendedores possuíam mais informações que os compradores à respeito das condições qualitativas do produto, Akerlof inferiu que isto resultava em subvalorização, cuja consequência imediata refletia no fato de que os veículos de boa qualidade eram retirados do mercado, restando somente os *lemons*⁴.

² Dentre algumas importantes exceções, podem-se citar os trabalhos de Wilkinson (2006, 1997), Vandenberghe (2010, 2006), Flexor (2010) e Dequech (2009, 2008).

³ Na realidade, na década de 1930, Chamberlin (1933) já havia cunhado o termo “*product differentiation*” para analisar formas de competição monopolística associadas à diferenciação qualitativa dos produtos.

⁴ A tradução correta do inglês é “limões”, mas o significado do termo pode ser equiparado a “abacaxis”.

Este tipo de diferenciação qualitativa colocou um problema particularmente difícil para a economia ortodoxa, onde os bens são homogêneos, as informações igualmente distribuídas e a qualidade expressa-se claramente através do mecanismo de mercado em preços diferenciados. A dúvida sobre a objetividade do preço, colocada por Akerlof, mas também por Stiglitz (1987), Karpic (1989) e outros, altera os preceitos da teoria do equilíbrio geral. A máquina marginalista concebida por Walras (1936) não funciona se em seu interior aparecessem elementos de incerteza qualitativa que não podem ser integrados dentro de uma função de utilidade. Assimetrias informacionais relativas à qualidade são necessariamente exógenas à teoria econômica *standard* (Orléan, 1991).

O surgimento da Nova Economia Institucional levou um conjunto de estudiosos a reconsiderar a questão. A solução proposta passou por uma endogeneização parcial das instituições no modelo econômico, as quais formam-se como soluções eficientes para resolver o problema da cooperação entre os agentes econômicos, ou, antes disso, para reduzir as *falhas de mercado* e permitir que eles transacionem. Centrando-se no contexto informacional (Laffont, 1991), a diferenciação entre os bens é tratada como um problema de assimetria de informações que aumenta os custos de transação, isto é, os custos envolvidos na construção de mecanismos que minimizem os comportamentos oportunistas (Williamson, 1985).

Com efeito, juntamente com a racionalidade limitada, o “oportunismo” aparece como um dos pressupostos comportamentais basilares da Economia dos Custos de Transação. Ele está associado basicamente à manipulação de assimetrias de informação, visando a apropriação de lucros monopolistas (Fiani, 2002). Esse pressuposto foi criticado por diferentes autores, inclusive Simon (1980), para quem o comportamento individual dentro das organizações seria caracterizado mais adequadamente pela lealdade e cooperação. Por sua vez, Williamson (1985) sustenta que, para a efetividade deste argumento, os indivíduos não precisam ser inerentemente oportunistas, basta a possibilidade da ação oportunista para que se justifique a introdução de mecanismos de salvaguarda.⁵ Assim, para permitir o bom fluxo das transações econômicas frente à uma crescente propensão ao oportunismo, seriam necessários arranjos institucionais cada vez mais complexos que desencorajassem os agentes a tirar proveito do acesso privilegiado às informações. Contratos e sistemas de integração vertical aparecem como as principais soluções para reduzir esses riscos que permeiam às trocas econômicas (Foray, 1995; Zylbersztajn, 1995).

Seguindo esta lógica, multiplicam-se os sistemas de certificação e controle que definem a conformidade dos produtos a determinadas normas e padrões (BPF, ISO, APPCC), evitando ou reduzindo as possibilidades de fraude e oportunismo. Para tanto, os atributos qualitativos são tomados como um sistema homogêneo de medidas objetivas passíveis de codificação e mensuração. A qualidade passa a ser percebida como uma característica intrínseca ao bem e, ao fim e ao cabo, transformada em uma quantidade (tempo para consumo, peso, volume, produtividade, teor de açúcar etc.). Como afirma Eymard-Duvernay (2009, 138-9), “essas qualidades não tem nenhuma conotação moral; na verdade, nenhuma

⁵ “Do ponto de vista metodológico, no entanto, essa resposta a Simon não é inteiramente satisfatória. Em termos de formulação de um modelo teórico, assumir um pressuposto comportamental implica considerar que qualquer agente é uma expressão desse pressuposto. Assumir oportunismo e admitir que a maioria das pessoas age eticamente seria equivalente a assumir racionalidade limitada e assumir que a maioria das pessoas é ilimitadamente racional, o que permitiria uma série de contratos completos entre elas. Em suma, essa resposta é inadequada por ser *ad-hoc*” (Farina, Azevedo e Saes, 1997, p. 80).

qualidade. Elas são somente grandezas naturais que podem ser objeto de mensuração pelas ciências da natureza”. Por sua vez, as incertezas qualitativas são transformadas em *riscos* calculáveis e passíveis de incorporação em uma matriz quantitativa, a qual permite aos atores definir *probabilidades* para guiar suas escolhas (Karpic, 2009, Biggart e Beamish, 2003).⁶

É desse modo que opera o clássico estudo de Lancaster (1966), para quem todos os produtos são compostos de características mensuráveis, independentes e combináveis entre si. A qualidade do produto, e seu preço, resultariam da adição dos atributos desta “cesta de características”. Como demonstram Valceschini e Nicolas (1995), esta representação da qualidade como um agregado de propriedades inerentes ao produto, preponderante no domínio das ciências e das técnicas industriais, ainda revela-se amplamente prevalecente em diversos setores econômicos, inclusive no sistema agroalimentar.

Não obstante, há pelo menos duas décadas, abordagens alternativas têm conquistado terreno. A ruptura mais evidente com o modelo padrão foi produzida a partir do final dos anos 1980, quando um conjunto de pesquisadores reunidos em torno do que posteriormente veio constituir a Economia das Convenções aportou contribuições inovadoras para o debate. Organizados a partir da publicação de um número especial da *Revue Économique* (1989), esses autores reposicionaram a questão dentro de um contexto de “incerteza radical”. Para a economia convencionalista, as dificuldades dos atores econômicos transacionarem não dizem respeito unicamente à falta ou assimetria de informações, mas, sobretudo, ao fato de que as informações são diferentemente percebidas pelos agentes envolvidos nos processos de qualificação (Thévenot, 1986; Eymard-Duvernay, 1989; Karpic, 1989).⁷ Em outras palavras, trata-se de um problema de incertezas *avaliativas* associadas à existência de diferentes sistemas de julgamento. Assim, as dificuldades de escolha dos atores econômicos deixam de estar fundamentalmente relacionadas à falta de informações necessárias para otimizar um cálculo de utilidades preconcebido teoricamente, mas ao imperativo de eleger, frente a uma pluralidade de mecanismos de escolha, o melhor procedimento de “cálculo”.

Nesta perspectiva, o funcionamento do mercado depende menos da criação de contratos e mecanismos de codificação e mensuração de atributos qualitativos do que de um *acordo* entre os atores acerca da constituição de um quadro valorativo comum, ou seja, uma forma unificada de cálculo (Eymard-Duvernay, 2002; 2001). O contrato é a superfície dos elementos morais que estão na base de um acordo mais amplo. Existem elementos não-contratuais associados a conhecimentos tácitos e representações coletivamente compartilhadas (que envolvem o respeito a regras morais) que garantem a própria existência dos contratos – retomando a formulação clássica de Durkheim (1977). A existência de uma regra, seja ela formal ou informal, não dispensa os atores de interpretá-la, o que sempre ocorre em uma “situação” determinada. Como afirmam Batifoulier e Thévenon (2001, p. 237), a regra não se aplica mecanicamente, é preciso dotá-las de um sentido: sua aplicação necessita de um “enriquecimento semântico”. São dispositivos convencionais (princípios normativos, modos de avaliação) que permitem aos atores interpretá-las e chegar a um acordo sobre uma definição de qualidade.

⁶ Para as preocupações da economia dos custos de transação, as diferenciações qualitativas passam a ser incorporadas em uma variável referente à “especificidade dos ativos” que, juntamente com incerteza e frequência das transações, torna-se uma chave analítica para definir estruturas organizacionais para cada tipo de transação.

⁷ “Deve-se examinar as situações onde, mesmo dotados de todas as informações disponíveis, os atores não poderiam chegar a um acordo geral sobre a definição de qualidade” (Dupuy *et al.*, 1989, p. 144).

É nestes termos que somos introduzidos ao programa convencionalista. Em que pese diferenças conceituais ainda significativas no interior desta escola, seus autores convergiram na definição da qualidade como um *valor* socialmente compartilhado e, na demonstração da inexistência de uma compreensão universal deste valor, posto que ele é diversamente percebido em virtude de diferentes noções de “justiça” e “bem comum”.⁸ Assim, por um lado, a EC re-moraliza a economia⁹, retomando o programa de pesquisa iniciado propriamente por Adam Smith em sua Teoria dos Sentimentos Morais (1999 [1759]) e prosseguido por Hirschman (1979) e Sen (1987) e; por outro, rompe com o objetivismo lancasteriano encaminhando-se para um paradigma cognitivo e valorativo da qualidade.

Como afirma Allaire (2004), o reconhecimento do caráter holista da qualidade e, principalmente, de sua configuração imaterial, demonstra que um produto somente adquire qualidades pela mobilização de imagens mentais proporcionadas pelas redes sociais onde ele circula e ganha vida. Nesta perspectiva, a EC aproxima-se da leitura cultural proposta por Appadurai, para quem é a trajetória social das coisas que determina e transforma suas qualidades: “Temos de seguir as coisas em si mesmas, pois seus significados estão inscritos em suas formas, seus usos, suas trajetórias. Somente pela análise destas trajetórias podemos interpretar as transações e os cálculos humanos que dão vida às coisas” (Appadurai, 2008, p. 17). A qualidade associada à origem de um alimento, por exemplo, não é reduzida às suas características físicas, decorrentes do fato da produção ter ocorrido segundo condições edafoclimáticas peculiares. São atributos naturais, sociais, culturais e econômicos do território, atuando através de imagens socialmente construídas, que tornam a identidade do produto reconhecível (*immaterialising of food*). Além do controle de técnicas de produção, sua qualidade envolve a manipulação de signos e significados culturais (Lash e Urry, 1994). Como já afirmava Schumpeter (1983, p. 183), “uma coisa é bela porque ela agrada, ela não agrada porque ela é objetivamente bela”.

Um preceito deste raciocínio é que a qualidade é uma “*network-based property*” (Allaire, 2004, p. 63), o resultado de um julgamento coletivo socialmente situado. Assim, ao mesmo tempo em que supera a concepção naturalizada da economia tradicional, a EC faz questão de destacar que as dimensões cognitivas, valorativas e mesmo emotivas tem como origem a interação social. Se o *homo oeconomicus* é um ser dotado de crenças e representações, estas não se formam fora da ação situada. Sua racionalidade é restringida tanto pelos limites da capacidade cognitiva humana (DiMaggio, 1997), quanto pelo contexto dentro do qual os atores estão *enraizados* (Granovetter, 1985). Portanto, a definição de uma noção coletivamente aceita de qualidade envolve um processo de negociação para a formação de um acordo sobre a constituição de um quadro avaliativo comum. Justamente ao contrário da versão de Stigler e Becker (1977), aqui *de gustibus est disputandum!* (gosto se discute!)

Não obstante, cabe salientar que, mesmo conferindo um lugar central a configuração imaterial da qualidade, a EC também procura distanciar-se de uma postura “*over-symbolized*” (Thévenot, 2006b) que olvida o suporte material das representações cognitivas. Diferentemente da visão mais corrente de construtivismo social (Berger e Luckmann, 1995), a

⁸ “A qualidade está para os produtos manufaturados como a justiça está para os homens ou, mais precisamente, a qualidade diz respeito a interrelações entre homens e produtos manufaturados, enquanto a justiça concerne diretamente a interrelações entre os homens” (Favereau, Biencourt e Eymard-Duvernay, 2002, p. 240).

⁹ “Nossa abordagem consiste, dizemos mais uma vez, a endogenizar o comportamento moral dos indivíduos” (Eymard-Duvernay, 2006a, p. 18).

perspectiva “realista” da EC sustenta que as representações devem ser vistas a partir de sua inscrição em um ambiente material que municia os indivíduos de ferramentas para a ação. Estamos diante de uma noção de “humanidade equipada” (Thèvenot, 2002) que coloca em evidência o modo como os atores conectam-se através de redes que não são formadas exclusivamente por humanos, mas que dependem do intermédio de objetos – como há algum tempo insistem os teóricos da *actor-network theory* (Callon, 1986, Latour, 1984).

2.3 A entrada sociológica

Dialogando no interior da economia, a teoria convencionalista ocupou-se de dotar os indivíduos de valores e racionalidade procedural¹⁰ (Favereau, 1989), rompendo com a natureza interesseira e calculista que transforma o *homo oeconomicus* em um “idiota racional” (Sen, 1977). Deste modo, construiu uma nova abordagem dos mecanismos institucionais que reduzem as “falhas de coordenação” presentes nos mercados. Os desequilíbrios nas transações econômicas não se devem aos obstáculos informacionais que se impõem à capacidade de cálculo otimizador do agente econômico. Antes, ao fato de que este agente não apenas calcula; ele fala, interpreta, resiste e reage às qualificações que procuram lhe enquadrar em um modelo de comportamento universal (Eymard-Duvernay, 2009).¹¹ A possibilidade de coordenação de suas ações passa pela capacidade de, frente a um determinado contexto institucional, negociar normas e regras de modo a alterar este mesmo contexto. O mercado não é o resultado do encontro despersonalizado de indivíduos egoístas guiados pelo interesse, mas o produto de convenções, de representações socialmente compartilhadas sobre o mundo.

À primeira vista esta crítica à economia ortodoxa não acrescenta muito àquelas que já vinham desenvolvendo-se em outras disciplinas. A sociologia bourdiana, por exemplo, já havia atacado a natureza utilitarista e atomizada do agente econômico, advogando a necessidade de compreender seu comportamento a partir de *disposições* estruturantes (e estruturadas) individualmente interiorizadas pelo *habitus*. Disposições que refletiriam a primazia de uma razão prática sobre o cálculo racional (Bourdieu, 1980). Neste caso, contudo, a reivindicação de uma especificidade à Economia das Convenções provém de sua filiação a um amplo movimento de ruptura com a “teoria crítica”, seja ela a própria perspectiva bourdiana, seja sua vertente marxista ortodoxa (Boltanski, 2009). Construído a partir de uma “virada pragmática” em curso nas ciências sociais (Schatzki, Knorr-Cetina e Savigny, 2001), este movimento reúne perspectivas heterodoxas que advogam uma espécie de “humanização

¹⁰ A noção provém de Herbert Simon (1980) que antes já havia cunhado o conceito de “racionalidade limitada”, também encontrado na Nova Economia Institucional (NEI). No entanto, como aludem Biencourt, Chaserant e Rebérioux (2001), este conceito era apenas uma caracterização negativa da racionalidade. Reconhecidos os limites cognitivos, era preciso ainda determinar como se davam os processos de deliberação. Assim, em oposição ao modelo de *racionalidade substantiva*, onde o que importa é o objeto da decisão em si, Simon propõe o conceito de *racionalidade procedural*, evidenciando que a lógica das decisões não pode ser interpretada sem as regras e procedimentos seguidos pelos atores para alcançar uma decisão. Para uma discussão sobre o modo como a EC retoma o conceito, veja Koumakhov (2006), Postel e Sobel (2006), Laville (2000), Batifoulrier (2001).

¹¹ Como afirmam Lazega e Favereau (2002, p. 7), o ator econômico da EC, “se ele é menos racional, ele é mais inteligente” que o *homo oeconomicus* standard.

das ciências humanas” (Dosse, 2003). No centro do debate, a necessidade de “levar à sério as críticas e as justificações desenvolvidas pelas pessoas” (Boltanski, 2002, p. 283).

Acrescentando uma epistemologia pluralista e pragmatista dentro do rigor interpretativo da entometodologia, a EC contribuiu para uma “crítica da sociologia crítica” (Vandenbergue, 2006). Assim, a postura compreensiva deste movimento rejeita a posição isolada e dominante na qual a sociologia crítica mantém as ciências sociais, inapta a reconhecer que as “pessoas comuns” são capazes de construir interpretações sobre o mundo e agir em acórdância com elas. Trata-se, portanto, de um rompimento com a divisão artificial criada entre o conhecimento acadêmico e o saber ordinário (Corcuff, 2001; Boltanski, 2002).¹² Divisão que leva a teoria crítica a adotar uma postura segundo a qual é necessário explicar às pessoas o sentido oculto (e supostamente verdadeiro) que se esconde atrás da *illusio* que lhes prende às regras do jogo (Bourdieu, 1996).

Mesmo tendo o mérito de reconhecer as desigualdades, relações de força e injustiças sociais associadas às transações econômicas, a teoria crítica frequentemente equivoca-se ao retirar dos atores sociais a capacidade de reflexividade e julgamento (Favereau, 2001; Boltanski e Thèvenot, 1999). Seu *homo sociologicus* torna-se completamente determinado pelas estruturas sociais. Trata-se de um indivíduo “sobresocializado” – para retomar o termo empregado por Granovetter (1985) em sua apreciação análoga – a quem cabe unicamente aplicar um modelo de ação ou uma regra que lhe é pré-existente. De fato, não existe ator social racional como na economia *mainstream*, mas um indivíduo que “limita-se a expressar os valores de sua cultura, cumprir as funções sociais determinadas ou colocar em prática as regras envolvidas na lógica da estrutura de que dependem” (Caillé, 1998, p. 14).

Para a EC, a compreensão da interface entre os processos de qualificação e o contexto social exige não apenas a endogeneização de um arranjo institucional complexo dentro do modelo teórico (ausente na economia *mainstream*), mas também o reconhecimento da capacidade reflexiva (e, portanto, política!) dos atores, capazes de interpretar os *constraints* estruturais e criar mecanismos para alterá-los. Caso contrário, eles restam reféns de uma construção ontológica totalmente exterior (o mercado), cuja lógica acaba sendo voluntária (escolha racional) ou involuntariamente (*habitus*) assimilada (Thèvenot, 2001a). Neste caso, não existe um processo social de qualificação nos termos de uma negociação ou de um acordo social. Há apenas a incorporação individual de significados e representações que são totalmente exteriores, isto é, de uma noção de qualidade que provém de forças exógenas cuja origem precisa ninguém consegue identificar.

Alguns autores viram nesta rejeição ao estruturalismo a prova cabal de uma filiação da EC ao individualismo metodológico (Amable e Palombarini, 2005)¹³. Contudo, o fato é que mesmo o “individualismo metodológico complexo” inicialmente reivindicado pela escola das convenções em nada se assemelha aos modelos transacionais da escolha racional (Dosse, 2003). A capacidade de cálculo dos atores é limitada e fortemente constrangida pelo contexto

¹² “... que conduziu a criar uma assimetria radical, e (...) insuportável, entre as pessoas ditas “comuns” iludidas e alienadas e o sábio sociólogo, único lúcido” (Boltanski, 2002, p. 181).

¹³ Não só o individualismo, mas o *subjetivismo* também caracterizaria a EC: “a recusa da estrutura leva à intersubjetividade e, na verdade, o esquecimento das estruturas ao seio das quais as intersubjetividades se situam. Se as estruturas são os produtos dos sujeitos, poder-se-ia, no limite, se concentrar sobre a coordenação dos indivíduos passando à etapa intermediária das estruturas. Para uma redução completa, tudo pode tornar-se intersubjetivo” (Amable e Palombarini, 2004, p. 10).

social.¹⁴ Trata-se de uma racionalidade *situada* (Thèvenot, 1989), *interpretativa* (Batifoulie e Larquier, 2001) e *crítica* (Boltanski, 2002), de modo que os componentes do “cálculo” alteram-se conforme o posicionamento dos atores no espaço e no tempo, e as escolhas fundamentam-se em uma noção de “julgamento” que descreve uma forma de cálculo mais ampla e contingente, integrando a linguagem. Como afirma Eymard-Duvernay (2009), se o indivíduo da economia somente calcula e o da sociologia somente fala, “*l’homo conventionalis calcule et parle*”.

É incontestável, todavia, que os próprios fundadores da EC fizeram questão de ressaltar um vínculo com o individualismo metodológico, notório no seu manifesto de lançamento: “Os autores estão de acordo sobre o fato de que o lugar admitido a uma convenção não deve conduzir a renunciar os preceitos do individualismo metodológico” (Dupuy *et al.*, 1989, p. 143). Porém, neste momento específico, a reivindicação deve ser vista, antes de tudo, como uma refutação de tradições funcionais e/ou estruturalistas, seja aquela associada à filosofia moral durkheimiana de análise das instituições sociais, seja o estruturalismo histórico da teoria marxista. Posteriormente, mesmo que a referência ao individualismo retorne com alguma frequência, o desenrolar das discussões demonstra que pouco restou da reivindicação presente no programa fundador de 1989, especialmente a partir do momento em que a EC passa a afirmar o papel determinante dos valores na configuração de uma racionalidade cada vez mais interpretativa do que cognitiva (Caillé, 2006).

Aqui cabe um breve parêntese para tratar do vínculo entre a EC e a Teoria da Regulação. Como já sublinharam diversos autores, a emergência da EC também ocorreu no interior dos debates regulacionistas (Boyer, 2006; Bessis, 2008; Dosse, 2003; Wilkinson, 2008; Théret, 2003, entre outros). Fortemente marcados por um estruturalismo do tipo keynesiano-marxista, a teoria da regulação concentrou suas análises no desenvolvimento histórico-institucional em nível superestrutural, com um foco privilegiado no vínculo entre Mercado e Estado. Como decorrência, seu arcabouço analítico sempre apresentou alguma dificuldade em abordar as ligações entre estas mudanças institucionais em larga escala e os comportamentos individuais e coletivos dos atores sociais. Ademais, a herança braudeliana das análises regulacionistas acarretou uma desvalorização da ação situada e das seqüências curtas em prol do posicionamento dos atores na história longa.

Deste modo, inicialmente a EC estabeleceu-se como uma espécie de complemento da Teoria da Regulação no nível micro. Enquanto esta ocupava-se das evoluções institucionais através de sistemas agregados mais amplos, aquela seguia um modelo de observação centrado diretamente nos atores (Eymard-Duvernay, 2006b). Com o avanço das discussões e a origem de um profícuo intercruzamento de referências e publicações, um processo de fecundação mútua entre estas duas perspectivas levou a algumas convergências importantes: de modo geral, os convencionalistas dirigiram-se de um individualismo metodológico complexo para uma caracterização institucionalmente situada da ação individual, enquanto os regulacionistas buscaram superar os resquícios de uma interpretação funcionalista para abordar o modo como as instituições vinculam-se às rotinas e ao comportamento coletivo (Wilkinson, 2008; Boyer, 2006; Bessis, 2008).

¹⁴ Defalvard (1992, p. 139) chega mesmo a sugerir que “os economistas das convenções adotam um holismo funcional, em razão do tipo de individualismo morfogenético que eles desenvolvem”.

O resultado disto não foi, todavia, uma “fusão institucionalista”. A partir de um determinado momento, esta divisão do trabalho intelectual resultou na concorrência entre duas escolas heterodoxas que passaram a construir interpretações integrais conectando diferentes níveis estruturais (Boyer, 2006; Amable e Palombarini, 2005; Postel e Sobel, 2006). Exemplo disso são as interpretações convencionalistas mais recentes acerca da dinâmica macroinstitucional do capitalismo e da globalização (Boltanski e Chiapello, 1999; Eymard-Duvernay *et al.*, 2006).¹⁵ De fato, como alude Dosse (2003, p. 303), há algum tempo “a maior ambição da economia das convenções consiste em superar a oposição clássica entre holismo e individualismo metodológico”. A conjunção de categorias analíticas que visa suplantar a oposição sociológica entre ator e estrutura foi feita a partir da noção de “convenção”, um termo ambivalente que será responsável por associar o comportamento individual aos constrangimentos institucionais da ação situada.

A origem da noção de convenção é comumente atribuída ao filósofo americano David Lewis, cujo trabalho analisou a natureza estratégica do comportamento dos indivíduos em pequenos episódios da vida cotidiana. Baseado em uma noção de *common knowledge*, Lewis (1969) construiu uma noção instrumental, completamente desprovida de caráter normativo e moral. Para ele, uma convenção é o resultado de uma “regularidade comportamental” que deriva de um saber compartilhado entre os agentes: um reflexo de cada indivíduo ao que ele espera ser o comportamento dos demais baseado na suposição de seu próprio comportamento. Fundadora de uma vertente que dialoga estreitamente com os modelos matemáticos da teoria dos jogos (veja Batifoulier, 2001), esta perspectiva estratégica das convenções foi objeto de crítica de Dupuy (1989), para quem a noção, tal qual desenvolvida por Lewis, é radicalmente a-social, uma vez que o “espelhamento infinito dos agentes” (cada um sabe que cada um sabe que todos são perfeitamente racionais) leva a um individualismo metodológico extremo.

De outro modo, a vertente francesa da EC apropriou-se do termo, mas lhe acrescentou um caráter pragmático e interpretativo, definindo sua construção a partir de um contexto de comunicação verbal (Dosse, 2003).¹⁶ Nesta perspectiva, uma convenção configura um quadro normativo cuja mobilização pressupõe um engajamento moral. Trata-se de uma visão compartilhada do mundo que orienta os atores no desenvolvimento de suas práticas. Não é simplesmente uma rotina ou um hábito, haja vista que ela somente tem sentido dentro de um coletivo social. É um esquema de interpretação construído através da interação social e da ação comunicativa, mas que se apresenta aos atores de forma objetivada e implícita, como um preceito de ordem moral, de modo que ela se impõe arbitrariamente aos indivíduos sem que eles questionem a possibilidade de comportamentos alternativos. Assim, a convenção prescreve uma forma de ação a ser adotada sem precisar, para isso, constituir um regulamento formal, mesmo que às vezes possa institucionalizar-se em uma regra ou norma escrita. Ademais, diferentemente de uma lei, por exemplo, uma convenção não necessita de uma ameaça explícita de sanção. Se os indivíduos seguem-na é em virtude da possibilidade de desaprovação social de um comportamento anacrônico, cujos efeitos podem ser ainda mais

¹⁵ “O capitalismo é atravessado por uma oposição fundamental, menos de interesses que de valores” (Eymard-Duvernay *et al.*, 2006, p. 35). “A globalização é a emergência de novas convenções constitutivas ao nível mundial” (Ibidem, p. 32).

¹⁶ Economistas de modo geral associaram esta redefinição à discussão de Keynes sobre o tema em sua *Teoria Geral* – capítulo 12 (Salais, 1989; Orlean, 1989; Batifoulier, 2001). Não obstante, esta referência poderia ser completada por autores como Hume, Weber, Durkheim e Wittgenstein.

sentidos que aquele decorrente de uma coerção por instrumentos jurídicos (Batifoulier e Larquier, 2001).

Este entendimento é fruto de uma construção recente e ainda não totalmente estabilizada no seio dos debates convencionalistas. Em que pese à polifonia do termo em sua origem, ora descrito como um “sistema de conhecimentos compartilhado” (Salais, 1989), ora como um “sistema de representações” (Eymard-Duvernay, 1989), o fato é que sua primeira acepção esteve mais próxima àquela reivindicada por Orléan (1989) e Favereau (1989) que a associa a um “dispositivo cognitivo coletivo”. Após alguns anos de discussão emerge uma noção mais refinada vinculada à idéia de um “princípio normativo” fundado sobre julgamento de valor moral. Segundo Batifoulier e Larquier (2001), a maior diferença entre a “pequena convenção” componente da racionalidade dos atores e a “grande convenção” normativa é que esta comporta um imperativo de justificação.¹⁷ Ou seja, ela precisa ser publicamente legitimada com base em um “princípio superior”, o que a torna, finalmente, “um mundo comum justificado”.¹⁸ De fato, é a partir de então que a idéia de “mundo” ou “*cité*” se tornará central nessa acepção valorativa do termo. Não é por acaso que doravante o desenvolvimento da teoria das convenções vai receber um impulso fundamental do trabalho seminal de Boltanski e Thèvenot (1991) - *De la justification: les économies de la grandeur* -, cujo modelo passará a constar nos principais debates convencionalistas até presentemente.

2.4 O modelo de *cités*

O ponto de partida de Boltanski e Thèvenot (1991) situa-se nas diferentes operações de qualificação levadas à cabo pelos indivíduos em suas atividades cotidianas de classificação e julgamento. Essas atividades são responsáveis por lhes propiciar um mundo social inteligível, constituindo uma condição *sine qua non* para a coordenação de suas ações. O processo de classificação está na base da formação de acordos e da criação de *princípios de equivalência* que permitem aos atores se entenderem e conduzirem as trocas sociais, inclusive aquelas que se processam fora do universo estritamente mercantil. A própria possibilidade de cálculo dos atores depende desta referência a um princípio comum de equivalência. O que reduz as incertezas que cercam as transações econômicas são os “investimentos” (Thèvenot, 1986) que os indivíduos fazem para criar dispositivos convencionais que lhes “rendem” certa estabilidade frente a um espaço de múltiplas possibilidades. Em resumo, a coordenação depende fundamentalmente da construção de mecanismos de julgamento através dos quais as pessoas constroem equivalências e passam a atribuir qualidades às outras pessoas e às coisas.

Comumente, as interações sociais transcorrem com base em equivalências estabelecidas no curso de um processo histórico de construção de sistemas de classificação. A maior parte da vida segue seu curso sem a necessidade de as pessoas estabelecerem um novo acordo a cada instante que precisam intercambiar bens, gestos, palavras, mercadorias etc. Esse é basicamente o papel das instituições enquanto um meio de recursos objetivos e normativos que permite às pessoas e organizações coordenar suas atividades de produção de valores

¹⁷ Como afirmam Bessy e Favereau (2003, p. 131), “há uma preocupação de ascensão em generalidade e publicidade na argumentação ao nível das “*cités*” que não se reencontrará necessariamente ao nível das convenções que permitirão administrar um problema local”.

¹⁸ Para uma visão didática do “*glissement du cognitif vers l'éthique*” e sua implicação à EC, veja Boyer (2006).

monetários e culturais. Como argumenta Mary Douglas (1998), estas situações de estabilidade revelam uma verdadeira “naturalização” das classificações e princípios de julgamento social de modo que “o grande triunfo do pensamento institucional é tornar as instituições completamente invisíveis” (p. 104).

Porém, existem “momentos críticos” em que as classificações estabelecidas são objeto de contestação (Boltanski e Thévenot, 1999). Nos termos de Douglas (1998), são nestas circunstâncias que ocorrem profundas perturbações nas analogias naturalizadas fundantes da ordem social institucionalizada. São momentos nos quais encontram-se situações particularmente interessantes para a análise social, posto que há um aguçamento da capacidade crítica dos atores (reflexividade).¹⁹ Em um contexto de disputa acerca da definição de um novo sistema de equivalências que re-estabilize as relações de troca, os atores são obrigados a justificar seus discursos e práticas. Esta justificação precisa se referir a um princípio superior comum e legítimo²⁰. Embora cada ator tenha seus próprios interesses, ele não pode simplesmente retirar daí uma justificativa para que todos adotem uma determinada técnica ou aprovelem uma determinada norma. Os interesses serão justificados sob outras bases que não aquelas do próprio interesse, ou seja, fundados em princípios valorativos que remetem a “ordens de grandeza” mais amplas, associadas a distintas noções sobre o que é “justo” (e, portanto, diferentes definições de *qualidade*).

Mas, como os atores podem coordenar suas ações entre várias maneiras possíveis de formar equivalências? Aliás, e esta talvez seja a questão realmente relevante, quantas são as maneiras de estabelecer quadros comuns de julgamento? Como defini-los sem cair nas armadilhas tanto do unitarismo da economia tradicional que reconhece somente o preço como sistema de equivalência, quanto do relativismo pós-modernista que, como expressam Boltanski e Thévenot (1991, p. 26), torna o mundo um confronto anárquico de concepções heteróclitas afrontando-se em um diálogo de surdos?

Fundamentando-se em diferentes noções de justiça buscadas nos escritos clássicos da filosofia política, Boltanski e Thévenot (1991) propõem um modelo fundado em seis *cités* ou mundos de justificação, cada um deles organizado sob diferentes modos de qualificação: 1. Inspiracional (criatividade); 2. Doméstico (lealdade/confiança); 3. Opinião (reputação); 4. Cívico (representação); 5. Mercado (competitividade/preço); 6. Industrial (produtividade/eficiência).

Cada um destes mundos constitui uma gramática que estrutura as argumentações dos atores e que é dotada de sua própria coerência e legitimidade. Rompendo com o determinismo econômico e tecnológico que marca grande parte dos estudos sobre mercados e qualidade, estes mundos são vistos de modo não-hierárquico, todos representando formas igualmente legítimas de qualificação. No entanto, existem hierárquias no interior de cada mundo, uma vez que algumas pessoas e objetos são percebidos com mais “valor” que outros (*les grands* e *les petits*), dependendo, obviamente, da ordem de grandeza à qual se faz referência. “No mundo da inspiração, as pessoas relevantes são, por exemplo, espíritas, loucas, artistas,

¹⁹ De outro modo, como afirma Boltanski (2008, 2009), nos “momentos práticos” em que as equivalências estão estabelecidas, as pessoas buscam se distanciar da inquietude provocada pelas críticas, minorando as diferenças e “fechando os olhos” para elementos que podem introduzir incertezas. Nestes momentos reina a “tolerância” sobre tudo aquilo que é diferente. Procura-se agir de modo que as coisas se acomodem, retardando a disputa o tanto quanto for possível.

²⁰ Para uma visão do que conformaria um princípio ilegítimo veja a discussão de Boltanski e Thévenot (1991, p.103-106) sobre “valores eugênicos”.

infantis. Estas pessoas são respeitáveis e importantes quando são peculiares, maravilhosas e emocionais. Seus modos típicos de ação são o sonho, a imaginação, a rebeldia ou experiência vivida” (Boltanski e Thévenot, 1999, p. 370).

Quadro 02: Diferentes ordens de grandeza.

Mundos	Modos de Avaliação	Forma das Informações	Relação elementar	Qualificação humana	Tempo	Espaço
Inspirado	Criatividade	Emocional	Paixão	Criativo	Ruptura	Presença
Cívico	Interesse coletivo	Formal	Solidariedade	Representativo	Estável	Homogêneo
Opinião	Fama	Semiótica	Reconhecimento	Famoso	Tendência	Visibilidade/ Comunicação
Doméstico	Tradição	Oral/ Exemplar	Confiança	Confiável	Habitual	Proximidade
Industrial	Produtividade /Eficiência	Mensurável	Ligação funcional	Profissional/ Perito	Longo prazo/ Planejado	Cartesiano
Mercado	Preço	Monetária	Troca	Interessado	Presente / curto prazo	Global

Fonte: Elaboração do autor a partir de Eymard-Duverney *et al.* (2006).

Ademais, diferentes ordens de grandeza não supõem apenas múltiplas visões de mundo, mas também distintos modos de conhecê-lo, formatos de conhecimento e autoridades relevantes. Pesquisas monográficas que procuram encontrar na memória das experiências passadas um testemunho da realidade, compõem basicamente uma forma de conhecimento associada à ordem doméstica. Aqui, a “verdade” terá como fundamento a opinião de pessoas respeitáveis em virtude de sua posição hierárquica no grupo familiar ou comunidade. De outro modo, cálculos estatísticos que permitem produzir provas e encontrar probabilidades baseadas em objetivos previamente padronizados, estão na base de uma forma de generalização industrial, cujos juizes são os experts técnicos (Boltanski e Thévenot, 1991). Cada forma de engajamento define um modo específico de “acesso à realidade” (Thévenot, 2001b).²¹

Similarmente à sociologia experimental de Latour e Callon, a teoria interpretativa de Boltanski e Thévenot também adota um “princípio de simetria” que destaca o papel dos *artefatos* (coisas) na intermediação das interações sociais. Esta apreensão é particularmente importante na medida em que supera a dicotomia copernicana entre sociedade e natureza, demandando atenção sobre o modo como os elementos naturais e humanos combinam-se em processos de co-produção da realidade (Conein, Bernard, Dodier, 1993; Goodman, 1999). A questão fundamental é analisar como são construídas diferentes ligações entre humanos, entre humanos e objetos ou entre diferentes objetos. No mundo industrial este vínculo é funcional, sendo que os objetos relevantes são aqueles que incrementam eficiência produtiva. No mundo inspirado o vínculo constitui-se de uma relação afetiva e privada, independente da opinião coletiva (do grupo, da comunidade ou da sociedade) e, portanto, diferente do mundo de opinião onde o que conta é o julgamento das pessoas que estão fora da relação instituída.

Por sua vez, o *tempo* não é um dado exterior aos atores e uniforme. Diferentemente do tempo cronológico de que trata a história, aqui admite-se uma “pluralidade de

²¹ Cabe ratificar que estes mecanismos de produzir conhecimento não são monopólios dos pesquisadores. As “pessoas comuns” também fazem uso deles para produzir suas visões de mundo e suas justificativas.

temporalidades” (Dosse, 2003). Para compreender a questão, talvez seja oportuno retomar a noção de *tradição* de Lenclud (1987, p. 111), para quem “não é o passado que produz o presente, mas o presente que formata seu próprio passado”. Ora, esse passado, assim como o futuro, pode ser formatado de diferentes modos. São interpretações construídas acerca do tempo que definem seus conteúdos. O tempo do mundo industrial é aquele da estabilidade sobre um futuro planejado; no mundo de mercado, é a estantaneidade do ato da troca e; no mundo inspirado, é uma espécie de ruptura com a própria noção de tempo, um isolamento individual do decurso das ações coletivas, uma ligação pessoal com o *extra-ordinário*.

O fato da Teoria das Convenções centrar-se em sequências curtas, momentos específicos de conflitos normativos, não significa, contudo, uma rejeição de temporalidades mais longas (históricas?), conforme a crítica que lhe foi dirigida por Lepetit (1995). Trata-se de uma tentativa de “redistribuir o estatuto de diferentes temporalidades” (Dodier, 1991, p. 455). Assim, são os próprios atores envolvidos em disputas por justiça que encontram nos eventos passados, mais ou menos longínquos, um repertório de provas sobre as quais eles podem apoiar-se para justificar suas ações. “Eles remontam, às vezes, para além do próprio nascimento, buscando pontos de partida que, por mais longínquos que sejam, parecem as verdadeiras origens do presente” (*Ibidem*, p. 455). O tempo da análise não é uma duração definida *à priori* em termos de séculos, décadas ou anos. A maneira como o passado (e o futuro) está presente depende do regime de justificação no qual as pessoas estão engajadas. O sociólogo “assume os cortes que faz na rede de histórias descrevendo as sequências de ação. É o preço a se pagar para dizer alguma coisa sobre as ações” (*Ibidem*, p. 455).

Por sua vez, o espaço não é uma unidade geográfica determinada, no sentido de localidade, região ou Estado-nação. Cada *fórum* onde uma disputa sobre critérios de justificação se estabelece é conformado por um emaranhado de redes operando em distintas escalas espaciais. O mundo doméstico valoriza as relações de proximidade, o vínculo direto entre atores e objetos. O mundo de mercado é aquele das cadeias globais de valor em que os atores interagem à distância mediados por tecnologias de comunicação e informação cada vez mais dinâmicas, e que lhes permitem comportar-se de acordo com a instantaneidade exigida pela sua temporalidade específica.

Estes mundos existem em estado de tensão, uns resistindo a invasão dos outros e tentando impor sua forma de justificação, sua representação qualitativa e seu modo de coordenação. A *citê* inspirada, cuja expressão exige renunciar à glória e ao reconhecimento dos outros, é lugar de conflito permanente com a *citê* de opinião. As tensões opondo os projetos pessoais e a necessidade de seguir as regras estabelecidas por um coletivo (associação, cooperativa) expressam dificuldades de integração dos mundos doméstico e cívico. Por sua vez, o conflito entre os mundos domésticos e industrial é amplamente pronunciado quando da emergência de uma inovação tecnológica que incrementa eficiência mas coloca em risco o vínculo com um saber-fazer tradicional.

Outro aspecto a ser considerado é a possibilidade de novos mundos surgirem. As ordens de grandeza são historicamente construídas e “a lista destes princípios não está fechada” (Boltanski e Thévenot, 1991, p. 92). De fato, muitos dos debates ocorridos no interior da economia das convenções posteriores ao modelo sugerido em *De la Justification* deu-se em torno do reconhecimento de novas ordens de grandeza. Um verdadeiro movimento foi iniciado à “procura da sétima *citê*”, retomando os termos de Latour (1995) quando este discute a pertinência da ecologia constituir uma ordem própria em vista da impossibilidade

dela ser dissolvida dentro daquelas seis até então apresentadas, algo já antes analisado por Lafaye e Thèvenot (1993). O mesmo Thèvenot que, alguns anos depois, aponta para a formação de uma “*information worth*” (Thèvenot, 1997) e que, de certo modo, antecipa a formulação de Boltanski e Chiapello (1999) acerca da “*cit   por projetos*”, uma ordem conexionista que caracterizaria a nova dinâmica do capitalismo contemporâneo.

De acordo com a Boltanski e Chiapello (1999), os seis princípios originais esboçados acima são insuficientes para compreender “o novo espírito do capitalismo” que emerge a partir dos anos 1990, sobretudo com o novo discurso do *management* no interior das empresas e corpora  es. Uma reconfigura  o profunda do capitalismo passa a reivindicar novos pontos de apoio normativos para justificar formas de ordenamento da vida social e econômica absolutamente singulares. Assim, a “*cit   por projetos*” procura exprimir mecanismos de equivalência e qualifica  o até então inusitados, permitindo criar posi  es relativas dentro de um “mundo reticular” (Granovetter, 2005). O *projeto*    a ocasião e o pretexto da conexão. Ele cria vínculos ativos e coloca em evidência pessoas e objetos até então isolados, estabilizando e criando “trajetórias irreversíveis” (cf. capítulo 3). Estas trajetórias não se devem exclusivamente a conforma  o da rede. Um novo sistema de valores constitui-se, no qual os indivíduos buscarão apoiar-se para fazer julgamentos, discriminar comportamentos desviantes e qualificar pessoas e objetos. Assim, o projeto    mais do que a rede. Ele supera a idéia de uma *cit  * conexionista ou reticular, posto que “certo número de constrangimentos deve pesar sobre o funcionamento da rede. [...] Em um mundo todo em rede nenhum fechamento    possível. A rede estende-se e modifica-se sem parar [...]    a razão pela qual a rede não pode constituir, em si, o suporte de uma *cit  *” (Boltanski e Chiapello, 1999, p. 159).

A no  o de projeto pode ser compreendida como uma forma  o de “compromissos” (Boltanski e Th  venot, 1991). Como definidos anteriormente, os compromissos referem-se a composi  es unificadas de valores heteróclitos, cujo resultado    um novo arranjo organizacional, sustentado em princípios valorativos *sui generis*. A nosso ver, dois tipos de compromissos podem ser distinguidos. Primeiro, uma espécie de *compromisso proibitivo* que designa um tipo de composi  o entre diferentes ordens de grandeza que procura suspender as controvérsias sem resolvê-las. Os atores buscam um acordo que lhes permita evitar os objetos que postulam diferença. Os seres relevantes no interior de cada mundo são mantidos, mas suas presenças ocorrem sem que elas se transformem em motivos para disputas. Neste caso, contudo, não se trata exatamente de um diálogo entre percep  es heteróclitas – questão crucial ao modelo das *cit  s* que abordaremos na próxima se  o –, mas da suspensão do elemento de divergência, de conflito.

O segundo tipo de compromisso diz respeito    constru  o de um arranjo em que o objeto se referencia a um novo princípio comum até então não especificado. Neste caso “o compromisso sugere a eventualidade de um princípio capaz de tornar compatível julgamentos que se apoiam em objetos provenientes de mundos diferentes” (Boltanski e Th  venot, 1991, p. 338). No entanto, o fato deste tipo de *compromisso constitutivo* não se vincular a um bem comum específico de uma *cit  * pode lhe tornar frágil, passível de denuncia  o. Para que ele se estabilize,    necessário “dotá-lo de uma identidade própria, de modo que sua forma não seja mais reconhecível se substra  mos dele um ou outro dos elementos de origem diferentes dos quais ele se constituiu” (Boltanski e Th  venot, 1991, p. 339). Esta idéia    central    toda argumenta  o ao longo da tese, haja vista que o argumento sustentado nos próximos capítulos afirma a imposs  bilidade de compreender os valores que sustentam os projetos de IG para

vinhos se desconsiderarmos o fato de que eles derivam de um compromisso entre ordens de grandeza diferenciadas, cuja composição engendra um universo particular.

Neste sentido, os próprios fundamentos teóricos da “*cit   por projeto*” podem nos auxiliar a compreender quais valores estão sendo gestados, assim como a posi  o de diferentes atores sociais. Nesta configura  o, o princípio de equivalência que funda as classifica  es e a grandeza das pessoas e das coisas    a *atividade* que elas desenvolvem. A *grandeza* na *cit  * por projetos não diz respeito a uma propriedade inerente ao actante (conhecimento, compaixão, beleza, riqueza etc.), mas a uma forma de “saber engajar-se”. Estar implicado na aço coletiva, ser capaz de entusiasmar outros atores e reunir esforços em prol de um objetivo comum são as marcas do “estado de grande” (Boltanski e Chiapello, 1999, p. 168). Os atores relevantes aqui são aqueles capazes de responder a um mundo em constante movimento. Pessoas e objetos flexíveis, polivalentes e adaptáveis, que podem mover-se de uma situa  o    outra. Pessoas com capital social e informacional que atuam como “pontes” preenchendo os “buracos estruturais” (Burt, 1992) entre mundos dispersos e que se tornam passagem obrigatória de recursos (Callon, 1993). Por sua vez, o “pequeno”    aquele que não pode se engajar, não    acolhido dentro do projeto coletivo, ou    incapaz de mudar de projeto.

2.5 As rea  es    teoria convencionalista

Críticas    economia das conven  es foram proferidas a partir de diferentes matrizes teóricas e abordando questões as mais variadas. Neste momento, vamos nos concentrar sobre três delas, a saber: a concep  o de indivíduo desinteressado, associada    inexistência de diferenciais de poder entre os atores e, a dificuldade de interligar as diferentes *cit  s*.

Herdeiros de uma tradi  o bourdiana e marxista da economia política, Amable e Palombarini (2004, 2005) estiveram entre os autores que dirigiram as críticas mais ácidas    EC, não exatamente pela irrefutabilidade de suas afirma  es, mas pelo fato que, diferentemente de outros críticos que focaram aspectos específicos da constru  o teórica convencionalista, eles decidiram proliferar um ataque frontal    estrutura teórica em seu conjunto. No âmago desta ofensiva está aquilo que os autores consideram o problema basilar da teoria convencionalista: uma concep  o de indivíduo moral desinteressado, reflexivo e motivado pela procura do bem comum. Qual seria o problema desta concep  o de indivíduo? Ela retrataria a incapacidade da EC em tratar das rela  es de fôrça e diferenciais de poder entre os agentes, o que, enfim, expressaria uma espécie de preferência pelo consenso vis-  -vis a lógica do conflito (veja também Livian e Herreros, 1994; Ramaux, 1996; Perin, 2005).²²

Uma dentre as muitas réplicas e tréplicas deste debate foi feita por Bessis (2007), para quem “a EC não exclui a busca do agente por seu interesse pessoal, mas lhe acrescenta um senso de justiça” (p. 3). De acordo com o autor, não se trata de substituir o interesse pela procura do bem comum, mas integrá-lo dentro de uma explica  o mais abrangente que reconhece outras lógicas de aço que não o simples cálculo egoísta. Desde esta perspectiva, o

²² Mesmo dentre autores que dialogam com a EC esta crítica tem feito eco. Como afirmam Postel e Sobel (2006, p. 140), comparando os *approches* da Teoria da Regula  o com a EC: “Conflito sem ator de um lado, uma teoria de ator sem conflito verdadeiro de outro”.

que a EC sugere é uma noção de racionalidade situada em que o comportamento dos indivíduos associa-se fundamentalmente às relações que este estabelece com seu contexto social e natural, de modo que, quando estas relações se alteram, a lógica da ação também transforma-se. Sendo assim, seguir o “interesse” seria fundamentalmente um tipo de racionalidade associada à ordem mercantil.

Em última análise, trata-se de reafirmar que os indivíduos movem-se entre diferentes mundos e, portanto, exibem a presença, simultânea ou não, de distintas lógicas de ação.²³ Em todo caso, há um senso de justiça que pressupõe a busca do bem comum, ou melhor, de diferentes percepções de bem comum. Se, no mundo do mercado, o vínculo entre os atores pode ser medido pelo interesse, é porque esta é lógica moral da ação. Acredita-se que é perseguindo individualmente este interesse que os atores podem realizar o interesse coletivo: o bem comum nada mais é do que o próprio bem particular de cada indivíduo. Nos termos de Callon (1998), pode-se afirmar que o interesse existe assim como o *homo oeconomicus*: não como uma realidade a-histórica que descreve a natureza do ser humano, mas como o resultado de um processo de configuração de atores que criam formas de “*calculative agencies*”.²⁴

A inovação radical da EC é o imperativo de justificação. Ainda que os agentes econômicos persigam interesses, a constituição de um *acordo* obriga-os a justificar suas práticas com base em princípios valorativos: “o interesse não é transparente a ele mesmo” (Boltanski, 2002, p. 281). Se o interesse assume um papel menor na Economia das Convenções, é somente em relação ao papel central concedido aos valores e, neste aspecto específico, Amable e Palombarini (2005) têm razão: o indivíduo da EC é, essencialmente, um ser moral. “No lugar de seres transparentes ou de seres reduzidos aos interesses, dos quais eles eram julgados ser a expressão transfigurada, os valores morais voltam diante da cena sociológica como motivos de ações desenvolvidos pelas pessoas” (Boltanski, 2002, p. 282).

Então, toda ação desenvolve-se com vistas a um acordo? O conflito é realmente inexistente para os teóricos convencionalistas? Tudo ocorre como se os atores agissem para esclarecer as desavenças e eliminar as incertezas?

Em primeiro lugar, é preciso aludir que o foco aqui são os “regimes de justificação”, os quais requerem um espaço público de contestação e crítica. Existem “mundos de ação” (Corcuff, 2001) onde a lógica é distinta, podendo constituírem-se estados de amor (regimes de violência ou agápe) ou formas de coordenação baseados em “conveniências pessoais” ou “utilização convencional” (Thèvenot, 2001b). Nestes casos, não existe uma dinâmica de crítica que dê acesso aos valores morais que as pessoas reclamam para justificar suas ações com base em princípios comuns. Particularmente em regimes de extrema violência, onde a crítica é praticamente impossível, as justificações desaparecem (Boltanski, 2002).

Os regimes de justificação podem envolver dois momentos: “disputas por justiça” e “paz com justiça”. Os momentos críticos envolvem disputas em que os atores mobilizam recursos para construir um acordo que lhes permita instituir um novo momento de paz.

²³ Como afirma Dodier (1991), geralmente é observando o encadeamento de seqüências de ação que se pode observar a passagem de um regime de ação para outro. A simultaneidade deles é uma questão complexa uma vez que depende da convergência entre ordens de grandezas estranhas. Discutimos esta questão reportando-nos à noção de “compromisso”.

²⁴ Porém, a EC insiste que a formação de “*calculative agencies*” depende da construção de formas de equivalência, de modo que a construção puramente cognitiva proposta por Callon precisa ser complementada por uma abordagem que remeta ao universo dos valores (Thèvenot, 2001a). “A possibilidade de fazer referência ao princípio de equivalência é também um pré-requisito para cálculo mínimo” (Boltanski e Thèvenot, 1999, p. 361).

“Ninguém pode viver constantemente em um estado de crise” (Boltanski e Thèvenot, 1999, p. 360). A noção de coordenação não se opõe à idéia de conflito, mas coloca em evidência um tipo de conflito que se realiza a partir de críticas que portam sobre justificações legítimas (Eymard-Duvernay *et al.*, 2006). Diferentemente da sociologia mais prosaica, este conflito não ocorre entre grupos ou classes sociais em luta dentro de um determinado campo ou arena (Boltanski, 2008). Trata-se de um tipo específico de disputa que se processa em um ambiente social e institucional que não é de guerra; um conflito que diz respeito ao universo dos valores, mas que não se restringe a ele. Como destacam Batifoulie e Larquier (2001), dotar os indivíduos da capacidade de interpretação significa dotá-los de representações políticas sobre o mundo. A mudança de um modelo de avaliação implica a redefinição da hierarquia de valores e, portanto, a recomposição da ordem social.

Aqui cabe ainda um comentário sobre a noção de *épreuve* (prova) que Boltanski e Thèvenot (1991) tomam emprestado de Latour (1984). Segundo os autores, a exposição de valores e idéias não é a única forma de negociar e, principalmente, não é a maneira mais sólida de validar um argumento. Para tanto, é preciso mobilizar infraestruturas sociotécnicas que funcionam como *dispositifs d'épreuve*. É no mundo objetivo das coisas que as pessoas buscam suporte para suas justificações (Thèvenot, 2006a). Os objetos desempenham um papel central na construção das provas no curso de uma disputa, constituindo uma ligação concreta com a realidade e permitindo testar as pretensões argumentativas dos atores, que podem ser “*mentirosas ou ilusórias*” (Boltanski, 2002).²⁵ Diferentemente, portanto, de perspectivas que se dedicam exclusivamente ao significado simbólico do universo material, a EC adota um “realismo dinâmico” (Boltanski e Thèvenot, 1991, p. 31) que coloca em primeiro plano o papel dos não-humanos na constituição das ordens de grandeza. Isso refuta, por fim, a crítica de Amable e Palombarini (2005), segundo a qual a EC “coloca em primeiro plano o subjetivismo”, de um modo que lhe conduz a “uma impossibilidade total de objetivar a sociedade”.²⁶

Finalmente, a última das três críticas que destacamos nesta seção diz respeito à dificuldade de conexão entre as diferentes *cités*, reconhecida pelos próprios teóricos convecionalistas: “as *cités* são um modelo onde há uma pluralidade de unidades de cálculo, não traduzíveis umas nas outras (...). Pode-se perfeitamente calcular em uma *citée*, e não de uma *citée* à outra. Não há linguagens fora daquelas que são instituídas para cada *citée*” (Eymard-Duvernay, 2009, p. 158). Nesta perspectiva pode-se afirmar que uma disputa se regra apenas com as provas de grandeza específicas a cada mundo. As provas características de uma *citée* não podem ser utilizadas para refutar argumentos que portam sobre outra ordem de grandeza.

Se, por um lado, há certo entendimento de que os indivíduos movem-se por diferentes mundos e as organizações exibem sua presença simultânea (Thèvenot, 2001a); por outro,

²⁵ “A objetividade daquilo que existe entre as pessoas permite a estas demonstrar que suas pretensões não se constituem em puro arbítrio, e que elas estão prontas a inclinar-se frente a uma realidade que vale para todos” (Dodier, 1993, p. 80).

²⁶ “A atenção às ligações entre as razões e os objetos relacionados ao apoio, entre os modelos de justiça e a pragmática, permite de não pesar a coordenação das condutas nem exclusivamente sobre as crenças ou representações unificadas, nem sobre sistemas ou leis que colocariam todas as potencialidades de ordem do lado da regularidade das escolhas, segundo uma oposição recorrente nas ciências sociais entre cultura e sociedade, representação e morfologia, ou comunicação e sistema, na síntese habermasiana” (Boltanski e Thèvenot, 1991, p.30).

ainda não há uma compreensão clara de como esses mundos dialogam entre si. Afinal, como os indivíduos podem coordenar suas ações se eles não partilham dos mesmos valores? Como é possível um acordo quando uma concepção de qualidade é irreduzível à outra? Como uma justificação pode ser aceita e a coordenação efetiva se vários princípios de justiça estão disponíveis e cada um é suposto universalmente válido?

Cercada de controvérsias, uma solução evocada com alguma frequência diz respeito à possível existência de uma “*super-cité*”, capaz de estabelecer um meta-princípio comum a partir do qual todas as demais são reguladas. Não raro, este papel é conferido à *cité* cívica em virtude do seu caráter generalizante advindo da característica peculiar de que o valor fundamental que nela opera refere-se ao “bem público”. Assim, “do fato de seu caráter englobante, a *cité* cívica não seria uma *cité* como as outras. Ao mesmo tempo, a *cité* cívica é uma *cité* entre as outras” (Bessi e Favareau, 2003, p. 144). No entanto, a existência de uma *super-cité* tornaria inúteis as demais, uma vez que o pluralismo de concepções de justiça seria novamente dissolvido em uma concepção universal.

Outro tipo de argumento, associado ao viés habermasiano da EC, coloca em evidência a ação comunicativa enquanto um mecanismo de mediação destes mundos. Resumidamente, o diálogo entre os atores ocasionaria esta interação em virtude da capacidade da linguagem de transpassar os muros que circundam cada *cité*. Este destaque conferido à linguagem decorre do fato absolutamente primordial de que, sem ela, evidentemente não haveria *crítica* e *justificação*. A linguagem é simplesmente uma pedra indispensável à arquitetura teórica convencionalista. É através dela que os atores expõe pretensões criticáveis a fim de constituir um entendimento sobre uma determinada situação que exige coordenação. Para Eymard-Duvernay (2009), quem mais recentemente sustentou essa solução, a incorporação da linguagem permite superar a idéia de mundos separados e incomensuráveis, ou seja, de concepções de qualidade absolutamente estranhas. “As palavras têm, pela sua polissemia, a possibilidade de incorporar, de condensar valores ligados a vários mundos” (*Ibidem*, p. 160). O caráter “escorregadio” das palavras permitiria operar passagens entre os mundos, redefinindo suas fronteiras.

Mas, o que exatamente confere esse caráter às palavras? Aqui é importante retomar o conceito habermasiano de “*mundo vivido*”, o qual configura-se como uma entidade depositada “atrás” do indivíduo, isto é, uma entidade que detém um saber não questionado, do qual o indivíduo não toma consciência. Isso não significa que ele não possa questionar reflexivamente o “mundo vivido”, mas este jamais se apresentará a ele de modo completo. Assim, “a introdução do mundo vivido permite introduzir a *linguagem natural* (a língua?), distinta da *linguagem instituída*” (*Ibidem*, p. 160). O indivíduo não controla completamente esta linguagem, de modo que as palavras demonstram sempre uma perda de precisão em relação aos números que fundam o cálculo economicista. “A linguagem é, então, a forma de coordenação adaptada a um mundo pluralista” (*Ibidem* p. 161).

Agora, na medida em que as pessoas “precisam apoiar-se sobre dispositivos materiais que lhe permitem difundir as mensagens” (*Ibidem*, p. 150), seria preciso reconhecer que os objetos também podem cruzar as fronteiras aparentemente impenetráveis de cada mundo. Essa é uma realidade que, com outra perspectiva teórica, Zelizer (1994, 1992) interpreta ao focalizar o movimento contraditório de mercantilização e monetização dos laços de intimidade e solidariedade como uma interpenetração de “mundos hostis”. Para tanto, os objetos mudam de significado ao cruzar as fronteiras de cada mundo. Nos termos de

Appadurai (1986), quando uma coisa sai do mundo mercantil ela sai também do seu “estado de mercadoria” e assume um significado distinto nos demais mundos que percorre ao longo de sua trajetória social.

Aparentemente, reconhecer a fluidez dos objetos coloca um problema para a construção teórica da EC, uma vez que esta assume que “as pessoas podem ser qualificadas em todos os mundos, enquanto que os objetos estão *mais facilmente* fixados a um único mundo” (Thévenot, 2002, *itálico nosso*): mercadorias no mundo de mercado; jóias de família no mundo doméstico; obras artísticas e religiosas no mundo inspirado; máquinas no mundo industrial..., enfim, cada objeto coerente com uma forma de coordenação, e cada mundo equipado com seu próprio repertório de objetos relevantes. Sem refutar esta idéia, podemos, no entanto, admitir que interpenetrando estes mundos de maneiras complexas existe um conjunto de “objetos desordenados” (*échévelées*) que escapam deste tipo de *attachment*, retomando os termos de Latour (1999).

Reconhecer que os humanos não possuem um controle incondicional sobre a trajetória dos objetos, significaria mesmo ratificar o princípio de simetria e a incerteza como ingrediente inevitável da ordem social. Para citar um único exemplo, é suficiente retomar uma referência corrente na literatura acerca das especificidades da agricultura enquanto setor econômico decorrentes do caráter biológico da produção agropecuária. Ainda que processos de “apropriação/substituição”, conforme relatados por Goodman, Sorj e Wilkinson (1990), aumentem o controle humano sobre os processos produtivos, ainda resta um amplo espaço de incerteza decorrente de interações ecológicas *relativamente* autônomas.

A mudança de trajetória dos objetos pode dinamizar as *épreuves* de grandeza no interior de cada mundo, denunciar a legitimidade de um acordo fundado sobre uma ordem de grandeza que lhe é estranha ou estar na base da formação de uma forma composta de justificação. A introdução de um elemento estranho pode reativar as críticas, as denúncias e recolocar em pauta a disputa entre diferentes mundos. É assim que interpretamos a discussão de Batiffoulier e Thévenon (2001, p. 249) sobre o papel dos objetos como *activateurs du jugement* (ativadores do julgamento). Porém, nem sempre isso acontece. O objeto em questão pode ser simplesmente incorporado no interior de um mundo diferente daquele ao qual ele originalmente pertencia, sem que isso produza um novo contexto de disputa.²⁷

2.6 Qualificando o enraizamento da ação econômica

Para a Economia das Convenções a racionalidade dos atores não é somente limitada, mas também situada no contexto social e material que lhes circunda (Laville, 2000). Assim, similarmente à Nova Sociologia Econômica, a idéia de *embeddedness* também pode assumir um lugar de destaque na arquitetura teórica convencionalista. Todavia, como veremos doravante, a perspectiva pluralista da economia das convenções procura requalificar esta noção incorporando elementos institucionais ausentes nas análises estruturais constituídas em torno da noção de rede social, como é justamente o caso do estudo clássico de Granovetter (1985) que recolocou em cena a discussão acerca do “enraizamento” da ação econômica.

²⁷ Neste sentido, veja a discussão do próximo capítulo sobre as dinâmicas de apropriação de valores ecológicos e patrimoniais nos mercados alimentares.

Como os convencionalistas de modo geral, ao formular a noção de *embeddedness*, Granovetter também buscou afastar-se da visão sobressocializada portata por algumas análises institucionalistas que priorizam disposições e esquemas de percepção que encapsulam os atores por meio de regras e normas generalizadas. Contudo, ao fazer isso, o autor dirigiu-se a uma leitura que acabou tornando as instituições reflexos da conformação de redes interpessoais (Nee e Ingram, 1998). Disto resultou um conjunto de críticas ao que Zelizer (2003) denomina “absolutismo socioestrutural” das abordagens de redes sociais, incapazes de apreender outras formas de enraizamento da ação econômica: cognitiva, política, cultural etc. (Zukin e DiMaggio, 1990). Segundo Beckert (2007), o principal equívoco de Granovetter foi realizar uma “grande transformação” no conceito de *embeddedness* retirando o componente político-institucional que o mesmo continha na formulação original de Polanyi e isolando unicamente o aspecto reticular das relações sociais. Assim, o fundador da nova sociologia econômica teria negligenciado completamente as estruturas institucionais de modo que resta ausente de sua teoria uma explicação para como os mercados emergem e para as configurações específicas que diferenciam as redes sociais.

Ademais, o reconhecimento de que a racionalidade é socialmente situada representa apenas o primeiro passo de rompimento com o universalismo utilitarista. O *embeddedness* constitui uma resposta excessivamente genérica para problemas de coordenação que são de cunho mais específico. É necessário qualificá-lo e alterar substancialmente o modo como a questão é abordada. Analisar, por exemplo, o processo social de qualificação dos bens, requer um foco mais detido sobre as classificações em jogo e suas formas de justificação. O objeto de investigação é a atividade valorativa e cognitiva de categorização e classificação. O *embeddedness* é a condição necessária para que esta atividade seja possível, mas não permite conhecer como ela se processa.

Aqui adentra a contribuição convencionalista, para quem este tipo de atividade depende da formação de acordos e da criação de princípios de equivalência. Como afirma Eymard-Duvernay *et al.* (2005), a dimensão sociocognitiva associada às abordagens centradas em redes não é suficiente para considerar operações de julgamento que dependem crucialmente de uma leitura política centrada em valores. Para o autor, o processo de qualificação não pode ser dissolvido na noção “excessivamente flexível” de rede, deixando de incorporar ferramentas analíticas que dêem conta de interligar as habilidades cognitivas dos atores com processos de justificação que se remetam a grandezas mais amplas. Caso contrário, não há nenhum princípio comum que ordene os julgamentos, de modo que as mediações simbólicas/valorativas são dissolvidas em um “tecido sem costura e sem fim” (Vandenbergue, 2006, p. 315).²⁸

As discussões de Boltanski e Chiapello (1999) à respeito da *citée* por projetos também são reveladoras a este respeito. Como já referimos outrora, a noção de projeto busca precisamente incorporar elementos institucionais que são ausentes à uma abordagem puramente connexionista. Como aludem os autores,

²⁸ “A noção de rede é muito atraente em virtude do seu poder de abraçar na sua descrição uma lista potencial de entidades, as quais são muito mais amplas que as oferecidas pelos modelos de ação e prática. Mas esta noção tende a negligenciar a heterogeneidade de laços para o benefício de uma imagem unificada de entidades interconectadas” (Thévenot, 2001a, p. 408).

Sobre o tecido sem costura da rede, os projetos desenham uma multitude de mini-espacos de cálculo, no interior dos quais ordens podem ser engendradas e justificadas. [...] Os projetos são um entrave à circulação absoluta porque eles reclamam certo engajamento, mesmo que temporário e parcial, e supõe um controle, pelos outros participantes, das qualidades que cada um utiliza. [...] A *cit  * por projetos constriange a rede para submetê-la    uma forma de justiça (Boltanski e Chiapello, 1999, p. 160-1).

   nestes termos que se admite a necessidade de uma abordagem institucional que permita examinar a “substância dos laços sociais que unem os atores em redes” (Biggart e Beamish, 2003). Um *approche* que comporte um movimento de generaliza  o em dire  o a estruturas ideais (as *cit  s*) que integrem os elementos valorativos e simbólicos que dão sentido    aço. Para que um mercado, por exemplo, se constitua de modo perene,    preciso que os atores entrem em acordo sobre um conjunto de normas que definem como as rela  o  es de troca serão levadas adiante. Normas e regras são necessárias    estrutura  o das redes porque elas definem uma orienta  o cognitiva e moral, atuando como sinais de reconhecimento e pertencimento (Favereau, Biencourt e Eymard-Duvernay, 2002).

A tarefa que se coloca, então,    compreender como precisamente formam-se as regras. Para interacionistas de modo geral, elas são o produto (*a posteriori*) da aço situada; o resultado de uma ordem de intera  o negociada localmente. A coordena  o se estabelece no nível mais elementar da associa  o entre atores no interior da rede social. De outro modo, a EC acrescenta que as regras também devem ser *interpretadas*, de onde advém a necessidade de ascender    estruturas institucionais mais amplas que conformam um quadro valorativo onde os atores buscam ferramentas para interpretá-las (Postel e Sobel, 2006). A constru  o do modelo de *cit  s* pressupõe este movimento de *mont  e en g  n  ralit  * que visa reconhecer ordens de grandeza comuns a partir das quais pode-se estabelecer parâmetros mínimos de coordena  o. Neste caso, a própria forma  o de uma rede social depende da possibilidade dos atores entrarem em acordo sobre o que os une.

Aqui cabe um parêntese para distinguir duas concep  o  es de mercado presentes nesta tese. Similarmente    Granovetter (1985) e outros autores da nova sociologia econômica, podemos considerar o mercado como uma forma de coordena  o de ampla generalidade capaz de acolher em seu interior diferentes princípios de qualifica  o. O mercado    a própria rede social constituída, onde se cruzam atores com diferentes concep  o  es de justiça. Outra forma de abordar a questão, aquela mais recorrente dentre os autores convencionalistas,    “reservar a no  o de mercado a uma convenço de avalia  o específica. O mercado está, então, em debate com outras formas de coordena  o, outras conven  o  es de avalia  o” (Eymard-Duvernay, 2006b, p. 14). A no  o de rede social continua tendo sua validade, mas ela não    mais o equivalente do próprio mercado, o qual    apenas um entre vários modos de coordena  o que os atores podem acessar. O mercado “   visto como um entre uma pluralidade de modos de avalia  o igualmente envolvidos na coordena  o da aço” (Th  venot, 2002, p. 3).²⁹

Neste caso, como manter a no  o de rede social um instrumento teórico adequado às exigências de uma compreensão institucionalmente situada da aço dos atores? Em outros

²⁹ Quanto a esta pluralidade de modos de coordena  o, podemos notar uma aproxima  o entre a EC e o “paradigma da dádiva” tal qual formulado por Godbout e Caillé (1992), os quais acentuam o papel da reciprocidade enquanto mecanismo de coordena  o das trocas sociais.

termos, como construir uma abordagem institucional sem perder de vista os indivíduos? Sem ser excessivamente globalizante? – como geralmente as correntes transacionalistas consideram a EC (Gautié e Gazier, 2006). Como ascender às alturas ideais das *cités* sem desconsiderar os mecanismos cognitivos horizontais e menos diretamente constrangidos por justificações generalizantes, de modo a não se perder “dentro das alturas nebulosas da abstração”? (Batiffoulier e Thèvenon, 2001, p. 249).

Desde a perspectiva da sociologia econômica estrutural, algumas considerações à esse respeito são encontradas no modelo proposto por White (2001), o qual, inclusive, tem sido marcado por um crescente intercruzamento com as análises convencionalistas.³⁰ Reconhecendo os limites de um modelo construído exclusivamente a partir da noção de redes, White procura incorporar noções estruturantes que “disciplinam” as ações individuais, a saber: “instituições” e “estilos”, ambos diferenciados pelo seu nível de generalidade e formalização. Disto deriva uma tipologia de “*systems of markets*” que reúne diferentes arranjos reticulares e distintas formas de coordenação, estas associadas à idéia de mecanismos de controle de maior generalidade.³¹

Por sua vez, no interior da EC esta discussão desenvolveu-se a partir do reconhecimento de um segundo tipo de pluralismo relacionado aos múltiplos níveis convencionais existentes entre as formas de coordenação públicas legitimadas e aquelas mais localizadas e mesmo personalizadas. Resultado de um aprofundamento analítico mais recente, este pluralismo “vertical” (os diferentes mundos sendo o “horizontal”) acena à necessidade de reconhecer diferentes graus de generalidade ou publicidade das convenções. É uma tentativa de diferenciar a noção genérica de convenção, enquanto mundo comum justificado, de formatos locais de coordenação (Thèvenot, 2001a; Eymard-Duvernay *et al.*, 2006). Assim, entre a ação localmente situada e as *cités* existem níveis de registro intermediários que conectam dispositivos cognitivos a princípios valorativos mais abrangentes (Fig. 10).³²

É isso que demonstra o estudo de Eymard-Duvernay e Marchal (1997) sobre o julgamento de competências no mercado de trabalho. Ao invés de conectar os argumentos dos atores a um nível mais alto de princípios extraídos da filosofia política, tal qual o fizeram Boltanski e Thèvenot (1991), os atores interpretam as ações em relação a diferentes “teorias sociais”. De maneira similar procedem Allaire *et al.* (2005) ao analisar o desenvolvimento de dispositivos de qualificação no sistema agroalimentar. Os autores propõem um quadro de justificações para explicar as mudanças históricas no desenvolvimento das políticas públicas de promoção de sinais distintivos de qualidade que se assenta nos múltiplos impactos potenciais destes instrumentos para a reorganização dos mercados e territórios concernentes. E é basicamente isso que apresentaremos no final do próximo capítulo quando nos referirmos a distintas justificações relativas aos projetos de indicação geográfica.

³⁰ Veja, por exemplo, Favereau, Biencourt e Eymard-Duvernay (2002), Chiffolleau, Laporte e Touzard (2006), Lazega e Mounier (2002).

³¹ Diferentemente da economia *standard*, White (2001) desenvolve um modelo onde, além do cálculo econômico, o comportamento dos agentes envolve a observação dos “sinais” emitidos pelos concorrentes e a busca pela estabilização de uma posição no mercado. Assim, os agentes observam-se uns aos outros e procuram estabilizar-se em um nicho específico (volume x qualidade) onde podem ser competitivos.

³² “Às formas de coordenação repousando sobre princípios de ação gerais, permitindo o cálculo (sem excluir a interpretação), é necessário adicionar formas de coordenação mais locais, que mobilizam os laços de proximidade. Elas permitem conhecer singularidades que escapam às codificações gerais e de se ajustar o mais próximo das pessoas” (Eymard-Duvernay, 2006a, p. 20).

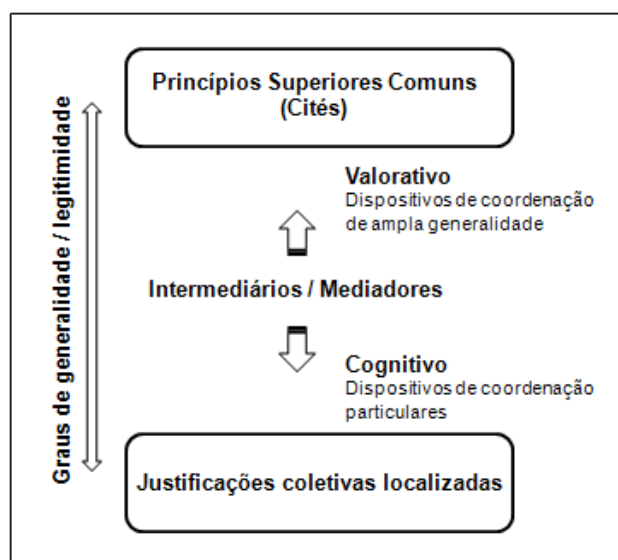


Figura 10: Pluralismo vertical na Economia das Convenções

Fonte: Elaboração do autor.

Nestes termos, “a questão é precisamente articular os dois níveis da coordenação” (Eymard-Duvernay, 2006a, p. 20). Descer até os dispositivos de coordenação particulares à cada contexto buscando acercar-se dos aspectos mais tácitos ou informais e reascender a um plano macro que permita construir uma abordagem unificada dos dispositivos de coordenação e julgamento. Este movimento traz para o primeiro plano da análise uma discussão sobre o papel dos “intermediários” ou “mediadores”, humanos e não-humanos hábeis para circular entre vários níveis de coordenação (Boltanski e Chiapelo, 1999).

Mediadores são “actantes” (atores e objetos) que se encontram de modo cada vez mais evidente em distintos espaços e, talvez de modo mais pronunciado, nos chamados “mercados de singularidades” (Karpic, 2007)³³, dentre os quais o segmento vinícola emerge como caso paradigmático. Trata-se de circunstâncias onde as relações de troca e a formação de valores são mediadas por um amplo conjunto de dispositivos de julgamento, os quais mediam percepções cognitivas e emotivas individuais e justificações coletivas de ampla generalidade. Estes dispositivos restituem o mundo tal qual interpretado por intermediários culturais, como guias e revistas especializados, concursos, enólogos, consultores etc. As lutas concorrenciais entre distintos dispositivos de julgamento mostram como, na atividade ordinária de classificação, os atores desvalorizam uma forma de justificação para valorizar outras e, assim, construir trajetórias diferentes de qualificação (Boltanski e Thévenot, 1991, p. 24).³⁴

³³ Segundo Karpic (2009, p. 166-7), “as singularidades são bens e serviços estruturados, incertos e incomensuráveis [...], que não podem ser confundidos com os bens “determinados” do modelo da concorrência perfeita”. Suas formulações acerca das especificidades destes bens têm conformado uma vertente particular do debate convencionalista, cercada de polêmicas. Não vamos nos dedicar a revisar suas considerações teóricas aqui. Uma crítica as suas formulações pode ser encontrada em Eymard-Duvernay (2009), autor com o qual compartilhamos a idéia de que “a singularidade não é uma propriedade substancial do bem, mas da forma de julgamento” (p. 154). Deste modo, por mais que a definição de singularidade tenha sido o aspecto mais amplamente apropriado da teorização de Karpic, o que nos parece especialmente relevante em sua obra é o modo singular como analisa os intermediários sociais e dispositivos de julgamento.

³⁴ No caso dos vinhos, Garcia-Parpet (2009) demonstra minuciosamente como o peso de novos dispositivos está ocasionando uma transformação radical deste “mercado da excelência”, uma situação sobre a qual teremos condições de retornar nos capítulos seguintes.

Na *cit  * por projetos, os mediadores assumem o papel de formadores de laços sociais. Mais do que uma atividade específica dentre tantas outras, aqui a mediação    o próprio valor. O “homem conexcionista”    um mediador por natureza (Boltanski e Chiapello, 1999). Sua grandeza advém de sua capacidade de estabelecer mediações, permitindo reduzir as distâncias entre os diferentes mundos e níveis de coordenação.

As pesquisas de Cochoy e Dubuisson-Quellier sobre o marketing e o papel dos “profissionais do mercado” apontam justamente para o modo como passamos de produtos para bens através de uma série de mediações que constituem diferentes fases de valoração. Próximo às formulações de Kopitoff (1986) acerca da “traj  t  ria social das coisas”, os atores demonstram como, para ser “transportado”, um produto precisa de “porta-vozes”. Sua trajetória revela que não existe uma cena final (o mercado) antes da qual o produto não possuía nenhum valor. O que existe    um conjunto de movimentac  es – geográficas e simbólicas – em que o produto ganha vida, desenvolve-se e transforma-se qualitativamente (Cochoy, Dubuisson-Quellier, 2000; Barrey, Cochoy, Dubuisson-Quellier, 2000).

Em um artigo seminal acerca da emergência de uma economia de qualidades, Callon, Méadel e Rabeharisoa (2002) apresentam uma perspectiva similar, no interior da qual propõem uma diferenciação entre “bens” e “produtos”. Segundo os autores, um produto pode ser visto como um momento específico da trajetória de qualificação de um bem, ao passo que um bem    um produto cujas qualidades estão estabilizadas em um dado conjunto de características. “No primeiro caso, a lista de qualidades está aberta; no último está (temporariamente) fechada” (p. 200). A partir desta diferenciação, os autores destacam porque qualidade e qualificação são dois lados da mesma moeda. A qualidade    obtida ao longo de um processo de qualificação-requalificação, e todo processo desenvolve-se com vistas a estabilizar um conjunto de características *attached* ao produto.

2.7 Das instituições às interações

O reconhecimento de um pluralismo vertical no interior da economia das convenções também encaminha para uma discussão sobre a construção do vínculo teórico entre convenções e instituições, as quais são frequentemente distinguidas pelo seus respectivos graus de generalidade.

Já referimos anteriormente o caráter polif  nico do termo *convenção*, aludindo que foi justamente sua pluralidade de significados que possibilitou a aglutinação de diferentes pesquisadores em torno de uma nova corrente teórica. No entanto, não tivemos condições de discutir suficientemente o “custo” disto para as ambições da Economia das Convenções de “reunificação das ciências sociais” (Eymard-Duvernay *et al.*, 2006). Para muitos autores, de ambos os espectros do debate institucionalista,    justamente aí que reside o “calcanhar de Aquiles” da proposta convencionalista. Ménard (2006) sustenta que o maior “obstáculo epistemológico” da EC prov  m de sua dificuldade em definir um conceito forte e unificado de convenção, o que incorre na incapacidade de construir um modelo capaz de portar predições para a ação econômica, tal qual seria o caso da economia dos custos de transação. De outro modo, regulacionistas como Boyer (2006, p. 55-6) acentuam a dificuldade de comparação analítica. Segundo o autor, cada pesquisador parece ter desenvolvido uma concepção própria

de convenção, o que “torna difícil a comparação dos resultados com suficiente precisão analítica” e incide mesmo em uma espécie de “balcanização” das análises empíricas.

A nosso ver, a dificuldade de construir uma definição *forte* de convenção decorre da própria confusão que o termo sempre ocasionou em relação às definições, também cercadas de controvérsias, de *instituição*. Embora autoproclamada uma perspectiva *institucionalista*, a EC sempre apresentou alguma dificuldade em definir as instituições (Boltanski, 2008). De modo geral, os primeiros trabalhos evitaram a noção em virtude de seu apelo holista. Boltanski e Thévenot praticamente não a referem em *De la Justification*. Tratava-se de uma entidade “estruturada” que poderia trazer dificuldades para a construção de uma teoria que preferia sublinhar o papel ativo dos atores sociais *vis-à-vis* a mão invisível de entidades supra-individuais.

O termo irá ganhar maior evidência a partir da obra ulterior de Boltanski e Chiapello (1999), na qual os autores reabilitam as instituições para analisar as transformações do “espírito do capitalismo” desde uma perspectiva macro-histórica. Foi exatamente este movimento de ascensão em direção a um nível macro de análise que levou alguns dos principais teóricos convencionalistas a engajarem-se na construção de uma leitura mais refinada das instituições e da mudança institucional. No entanto, na maior parte das vezes, o que se percebe é uma equiparação entre convenções e instituições, com variações referentes ao grau de normatividade ou legitimidade: “as instituições repousam sobre as convenções mais legítimas” (Eymard-Duvernay *et al*, 2006, p. 39). Em outros casos, reproduz-se uma diferenciação, já encontrada na nova economia institucional de North (1991), entre regras formais (instituições) e informais (convenções) que não explica a imbricação entre elas (Bessy, 2002). De fato, o lugar exato das instituições continua sendo uma incógnita à economia das convenções (Théret, 2003). O que não impede, todavia, avançarmos nesta discussão para definir uma posição operacional às nossas necessidades analíticas.

Bessy e Favereau (2003) aportam uma contribuição interessante delimitando as fronteiras entre instituições e convenções a partir da ontologia popperiana dos três mundos: objetos físicos, experiências subjetivas e conteúdos objetivos do pensamento. Segundo os autores, as convenções pertencem ao segundo mundo, aquele associado aos estados mentais (sensações, crenças, medos) responsável por interligar o primeiro mundo, dos objetos materiais e elementos naturais, com o terceiro mundo, onde situam-se as instituições. Esta ligação é de responsabilidade da linguagem, através da qual os indivíduos expõem suas idéias ante um espaço coletivo de julgamento. Novamente aqui, “*l’homo oeconomicus* reencontra a palavra” e a teoria convencionalista o fundamento da crítica social: “simplesmente não é possível falar de instituições sem esta instituição não mais única, mas primeira: a linguagem” (Bessy e Favereau, 2003, p. 129).

Às convenções caberia o papel dinâmico de motor das transformações que se processam entre os mundos, mas isso não significa que elas atuam independentemente dos dispositivos institucionais. Enquanto as convenções constituem representações coletivas de um mundo comum, as instituições provêm os recursos necessários para que os atores estruturem estas representações: “as convenções dão vida às instituições, as instituições dão forma às convenções” (Bessy e Favereau, 2003, p. 135). É nas instituições, enquanto conjunto de regras pré-existentes e objetiváveis (referências para a ação, mas não determinantes diretas do comportamento), que os atores se apóiam para resolver seus conflitos de coordenação e reprodução (Thévenot, 1986). As instituições oferecem uma síntese coerente de elementos à

disposição dos atores para coordenar suas atividades. Sem elas, as disputas de justificação continuariam *ad-infinitum*.

Neste sentido, pode-se dizer que a Economia das Convenções caminha ao encontro de uma idéia bastante generalizada segundo a qual *processos de institucionalização* são movimentos em direção à formação de “ordens estáveis” para os atores transacionarem (Piore, 2006, p. 118). No entanto, diferentemente, por exemplo, da sociologia econômica de Fligstein (2001)³⁵, para a EC este processo parece revelar-se mais contingente e flexível, de modo que o “equilíbrio” é uma situação de estabilidade sempre precária de diferentes dispositivos de coordenação cuja legitimidade pode ser colocada em questão. Esta perspectiva torna-se particularmente importante frente à dinâmica de uma sociedade pluralista, conformada por múltiplos movimentos de “dialética sem síntese”.

Como afirma Thèvenot (2001a, p. 406), “nós precisamos de uma noção de coordenação que seja muito mais aberta à incerteza, tensões críticas e arranjos criativos do que as idéias de ordens estabilizadas e reprodutivas”. As instituições não podem simplesmente ser equiparadas a tudo aquilo que, em meio ao fluxo contínuo de mudanças sociais, permanece como relativamente duro ou estável, incorruptível pelo tempo à diferença de indivíduos falíveis à mercê de uma força que lhes é exterior (Boltanski, 2008). As próprias instituições devem continuamente ser objeto de um processo de re-institucionalização, se elas quiserem manter seus contornos e não se desfazer frente a uma realidade dinâmica.

Para tanto, é preciso ir além da proposição de Bessy e Favereau (2003), haja vista que ela define as fronteiras, mas acaba sem explicar como as instituições podem ser efetivamente incorporadas na ação social sem encapsular os atores em *explanans* que predizem suas ações, retomando a expressão cunhada por Hempel e Oppenheim (1948). A linguagem seguramente possui um papel fundamental, mas, na formulação de Bessy e Favereau não sabemos qual é exatamente seu estatuto ontológico, posto que ela seja considerada, ao mesmo tempo, uma instituição entre as demais à qual cabe o papel de interligar diferentes mundos, papel antes conferido às convenções!

Ao mesmo tempo, cabe voltar à questão sobre a possibilidade de compreender como estas lógicas institucionalizadas podem operar a partir de noções mais flexíveis como aquela de *redes*, retomando, assim, o programa de pesquisa lançado por Lazega e Favereau (2002).

Em sua obra mais recente, *De la critique*, Boltanski (2009) reconhece as dificuldades que a sociologia pragmática historicamente apresentou no que se refere às instituições, ignoradas ou definidas negativamente em virtude de seu apelo estruturalista. Reconhecendo esta falha, o autor propõe discutir os marcos iniciais de uma análise que reposicione as instituições no centro da arquitetura teórica convencionalista, para o que busca apoio na antropologia linguística. Para Boltanski (2009), as instituições podem ser definidas como um “ser sem corpo” capaz de oferecer um significado comum para os pontos de vista individuais que cada ser humano possui sobre o mundo.

³⁵ Fligstein (2001) desenvolve uma noção similar de “mundos estáveis”, a partir da qual propõe uma abordagem macro-institucional baseada em uma definição político-cultural do comportamento dos atores sociais. Aqui, a estabilização do mercado, condição necessária para a coordenação, está associada a quadros interpretativos e concepções de controle estrategicamente criados pelos próprios atores para sobreviver e prosperar em um ambiente competitivo.

Tendo um corpo, cada indivíduo é necessariamente situado. (...) Ele tem desejos, pulsações, gostos, desgostos, uma experiência de sua própria carne etc. Segue-se que, desde a posição original, cada indivíduo somente pode ter um ponto de vista. Nada, a priori, autoriza a conceber estes pontos de vista como partilhados ou como suscetíveis de convergir sem dificuldade. Nenhum indivíduo está em condições de dizer aos outros, a todos os outros, *ce qu'il en est de ce qui est* (Boltanski, 2009, p.96).

Este é o papel conferido às instituições, as quais estabelecem um acordo semântico mínimo incapaz de emergir da troca de pontos de vista individuais. Assim, as instituições classificam o mundo tal como ele será apreendido pelos atores sociais, definindo códigos, definições, exemplos, imagens, memórias, rituais que permitem estabelecer relações em situações de incerteza. Ao mesmo tempo, elas atuam como “instâncias de confirmação”, repetindo sem cessar mesmo as informações mais peremptórias e reafirmando a todo momento a realidade que sustentam; afastando, assim, outras possibilidades e confrontando sistematicamente a ameaça da *crítica*. Enfim, exercendo à seu modo aquilo que a sociologia crítica chama de dominação e que aqui poderíamos definir como “violência institucional”³⁶.

Mas, como fazer falar um ser sem corpo? Como as instituições são “incorporadas” na vida social? Para Boltanski (2009), as instituições não podem se exprimir sem a intermediação “de seres de carne e osso como o somos todos nós” (p. 131), tais como juízes, padres, magistrados, professores, policiais, pesquisadores etc. Dotados de marcas simbólicas específicas à sua posição (objetos materiais e formas retóricas), estes porta-vozes são autorizados a falar em nome das instituições. No entanto, eles são necessariamente seres ordinários cercados de interesses, desejos e angústias próprios, condenados a exprimir um ponto de vista. Nenhum mecanismo permite saber se o enunciado proferido é exatamente aquele da instituição e não o ponto de vista individual. Esta seria, segundo o autor, uma “contradição hermenêutica” intransponível que evidenciaria a ambivalência das instituições, sendo mesmo inerente às incertezas que cercam a vida social.

De um lado, portanto, confia-se nas instituições, acredita-se nelas. Como fazer de outro modo, pois sem sua intervenção a inquietude sobre o que é somente poderia crescer, ao mesmo tempo em que os desacordos. Mas, de outro lado, cada um sabe que estas instituições são apenas ficções e que os únicos reais são os seres humanos que as compõem, que falam em seu nome e que, sendo dotados de corpo, desejos, pulsações etc. não possuem nenhuma qualidade particular que lhe oferecem confiança (Boltanski, 2009, p. 132).

E é justamente esta contradição que abre a possibilidade da crítica.³⁷ Caso contrário, ou as pessoas restam sob o império de formas institucionais que lhe são totalmente exteriores, ou são obrigadas a desconfiar ceticamente de toda e qualquer opinião. De outro modo, a crítica incidirá exatamente sobre essa relação sempre contestável entre as opiniões corruptíveis dos indivíduos e a necessidade de que elas tenham suporte em princípios

³⁶ “À violência, verbal ou física, que se desprende quando a disputa ganha amplitude, a instituição opõe, assim, uma violência alicerçada aos dispositivos semânticos e administrativos que justificam sua existência” (Boltanski, 2009, p. 144).

³⁷ “A possibilidade da crítica é derivada de uma contradição, colocada no centro das instituições, que descreve-se como contradição hermenêutica. A crítica é, portanto, direcionada na sua relação dialógica com as instituições” (Boltanski, 2009, p. 13)

normativos mais amplos. A estabilidade de um arranjo institucional, assim como a emergência de uma nova configuração, dependerá de um jogo entre “confirmação” e “crítica” travado, sobretudo, em momentos reflexivos (“meta-pragmáticos”) nos quais os atores são obrigados a justificar suas escolhas. A conveniência de um enunciado ou de uma ação será colocada em questão através dos diferentes tipos de *épreuves* que, fundadas no mundo dos objetos (*épreuves de réalité*), nas experiências vividas (*épreuves existentielles*) ou puramente no jogo semântico de confirmação de uma coerência entre diferentes dimensões simbólicas (*épreuves de vérité*), submetem os argumentos a testes que possam elucidar interesses dissimulados pela subjetividade de cada indivíduo (Boltanski, 2009).

Nesta perspectiva é impossível falar de instituições sem a presença de atores, conectados em um círculo de interação e interdependência mútuas. Elas não são vistas como simples *constraints* estruturais que, dispostos no interior dos indivíduos de maneiras um tanto obscuras, determinam a ação individual. De fato, conforme Defalvard (1992), a economia das convenções recusa-se a emprestar aos objetos coletivos desejos e interesses próprios, sem, no entanto, reduzir a dinâmica social ao somatório dos comportamentos individuais. São quadros de referência compartilhados entre os indivíduos ao longo de um percurso de ação comunicativa, reencontrando o pensamento de Habermas (1989). Aqui as instituições não são encarnadas dentro das pessoas, como sugere a noção bourdiana de *habitus*, mas uma decorrência necessária da interação socialmente situada e somente existe a partir do momento em que ela se instaura. Como alude Zaoual (2006, p. 103), “a dinâmica do *homo situs* [de que trata a economia convencionalista] está no lado oposto ao da estática do *habitus*”

Em outros termos, esta definição nos leva a reaproximar a proposta convencionalista da definição de “agenciamento” sugerida por Callon (2008), segundo a qual, o poder de agência não reside nos atores em si, mas nas múltiplas e heterogêneas interações que estes desenvolvem com o mundo – as quais, como já tratamos, são mediadas por diferentes objetos. A consequência direta disto é reconhecer que o mais importante à análise não é a substância mesma dos atores sociais, mas de tudo aquilo que circula entre as redes que eles conformam. O foco passa a ser o processo de “tradução”, correspondente ao deslocamento daquilo que faz com que um ponto se ligue a outro e estabeleça um vínculo mais ou menos estável.

As pessoas são indissociavelmente “atores” que conduzem ações e “intérpretes” que elaboram significações sociais, repassando-as aos demais através de “sinais”. Esses sinais são a forma que se reveste a ação quando ela é tomada dentro do fluxo de “eventos” ao qual ela procura oferecer um sentido. Regras, objetos, normas, formas de conduta também são sinais que devem ser objeto de interpretação dentro da interação social. No lugar de tratá-las como propriedades substanciais derivadas de estruturas nebulosas, deve-se considerá-las como propriedades relacionais, haja vista que é no interior das interações situadas que elas se tornam objeto de interpretação, ou seja, que as qualidades são preenchidas de significado.

2.8 Convenções, qualidade e qualificação: uma síntese preliminar

Neste capítulo buscamos evidenciar uma crescente convergência entre teorias sociais heterodoxas e como ela tem produzido uma interpretação inovadora acerca dos fatos econômicos. Seguramente, os avanços que buscamos empreender neste sentido ainda são

parciais e limitados. Não tivemos condições de discutir, por exemplo, as recentes sinergias que vêm sendo processadas entre algumas abordagens que talvez tenham sido consideradas de modo excessivamente dicotômico. Este é um custo que muitas vezes somos obrigados a arcar para buscar uma exposição mais sintética.

Este parece ser o caso do intercruzamento entre as teorias de redes, a economia das convenções e a economia dos custos de transação. Embora a última vertente ainda situe-se em um espectro distinto do debate teórico sobre a natureza dos fenômenos econômicos, geralmente muito mais próximo à economia *mainstream*, são notórias as interseções entre conceitos e autores. Como nota Wilkinson (2006), a crescente incorporação dos debates sobre economia de qualidades no âmbito da nova economia institucional tem levado uma “segunda geração” da teoria dos custos de transação a incorporar a noção de rede e centralizar suas atenções em formas mais híbridas de coordenação (veja Ménard, 2004; Brousseau e Codron, 1997; Farina e Zylbersztajn, 2007). Isso é particularmente notório nos estudos desenvolvidos em torno da noção de *netchain*, como aqueles empreendidos por Lazzarini, Chaddad e Cook (2001) e Hofstede (2003).

Seja como for, à nosso ver as convergências exploradas até aqui avançam consideravelmente no desenvolvimento de um quadro teórico mais realista ao estudo dos processos sociais de qualificação do que aquele encontrado na economia neoclássica ou na sociologia crítica. Para analisar estes processos, lançamos mão de aportes recentes da economia convencionalista, os quais foram complementados com elementos provenientes de teorias de redes sociais e sociotécnicas. Argumentamos que enfoques interacionistas e institucionalistas podem dialogar, e constituir uma base consistente à análise dos mercados de qualidade, na medida em que se consiga integrar no mesmo corpo analítico a estabilidade preconizada pelos mecanismos institucionais e a flexibilidade das formas organizacionais reticulares.

Ao longo da discussão argumentamos que qualidade e qualificação são duas faces da mesma moeda. A qualidade existe apenas enquanto momento específico de um processo de qualificação. A estabilização de determinados atributos qualitativos no tempo e no espaço permite que um grupo social estabeleça princípios de equivalência, sem os quais as trocas sociais e econômicas são impraticáveis. Assim, representações e classificações institucionalizam-se e passam a operar sem que os atores tenham plena consciência daquilo que ocorre. No entanto, nos momentos críticos esses princípios são questionados e novos valores podem entrar em cena, redefinindo a percepção que as pessoas possuem sobre os objetos em questão. Uma nova definição de qualidade somente será instaurada após um amplo processo de negociação em que os atores sociais precisam recorrer a valores para legitimar suas representações qualitativas e as transformações sociais, econômicas, culturais e técnicas que elas trazem consigo.

Capítulo 3

As Indicações Geográficas como dispositivos convencionais híbridos

Neste capítulo propomos um quadro analítico que define as Indicações Geográficas como dispositivos convencionais. Primeiro, discute-se o processo de inovação subjacente à construção de uma IG. Revela-se que este tipo de inovação depende fundamentalmente da formação de uma rede heterogênea que facilita a circulação de informações não-redundantes. Em seguida, argumenta-se que as IGs conformam um dispositivo híbrido que envolve três elementos: um conjunto de artefatos técnicos, um arranjo institucional multi-escalar e diferentes valores qualitativos. Finalmente, apresenta-se a IG como resultado de “compromissos convencionais” entre diferentes princípios valorativos.

3.1 Uma primeira aproximação conceitual

Uma definição preliminar do que são Indicações Geográficas precisa colocar em evidência o modo como este instrumento enseja operar a valorização de um conjunto de bens imateriais associados a uma identidade territorial e origem geográfica (Bérard e Marchenay, 2008; Cerdan *et al.*, 2009). As IGs podem ser concebidas como uma forma de qualificação que enfatiza o enraizamento sociocultural do produto no território onde este é produzido. Ao valorizar ativos intangíveis que são de difícil transposição para outros territórios, elas são, inclusive, definidas como uma ferramenta de “desenvolvimento territorial”, estabelecendo-se como um contraponto à dinâmica mais geral do sistema agroalimentar (Allaire e Sylvander, 1997; Cerdan e Vitrolles, 2008).

Não obstante, esta percepção genérica precisa ser reavaliada à luz da dinâmica particular de cada sistema de IG localmente constituído. As pesquisas realizadas no âmbito do projeto Siner-GI demonstraram a enorme heterogeneidade desses sistemas em todo o mundo, os quais envolvem diferentes redes de atores, mecanismos de governança, formatos institucionais de mercados, políticas de suporte e, enfim, distintos impactos na dinâmica de desenvolvimento dos territórios concernentes (Vandecastelaere *et al.*, 2009; Allaire *et al.*, 2007; Sylvander e Allaire, 2006). Uma conclusão plausível destas pesquisas pode afirmar que as IGs constituem uma noção genérica que faz sentido para diferentes contextos e atores sociais. De fato, sua fortaleza reside no modo flexível com que permite aos indivíduos e organizações mobilizarem os recursos materiais e simbólicos peculiares de cada território.

O modo como as IGs vinculam-se à dinâmica dos territórios depende do formato específico que esse mecanismo assume após um amplo processo negociação acerca dos seus aspectos conceituais e normativos. As IGs constituem uma inovação construída em um contexto híbrido, no qual diferentes atores e artefatos interagem para constituir um novo regime sociotécnico, estabelecendo um conjunto de normas e padrões de produção que passam a orientar as ações coletivas. Como a economia das convenções tem esforçado-se em demonstrar, no curso deste processo os atores mobilizam distintos valores visando justificar discursos e práticas consoantes com o sistema de reconhecimento/certificação/classificação que almejam arquitetar. Estes valores associam-se a diferentes princípios de justiça que orientam o engajamento das pessoas com o mundo e associam-se a diferentes formas de qualificação dos produtos, das pessoas e do próprio território (Thévenot, 2006a).

Em outras palavras, a construção de uma IG é um processo dinâmico de inovação técnica, organizacional e institucional que acontece em um contexto social determinado, onde negociam-se normas e padrões qualitativos que, posteriormente, são institucionalizados em um Regulamento de Uso (*Cahier des Charges*) responsável por especificar os aspectos sociotécnicos relacionados à produção, monitoramento e controle. Este processo envolve basicamente a delimitação de uma área geográfica e a definição de normas de produção, conjugando os aspectos sanitários, as cultivares ou raças permitidas, os padrões sensoriais e organolépticos do produto, os métodos de produção etc. Conjuntamente, estes elementos conformam um formato específico para um “sistema de indicação geográfica”.

A idéia de “sistema” tenta definir uma visão integrada dos diferentes componentes de um projeto de IG. Os estudos que têm feito uso desta noção revelam que a construção e manutenção deste instrumento dependem de estruturas organizacionais e arranjos

institucionais complexos e, na maioria das vezes, do suporte de políticas públicas específicas, sobretudo em países onde as IGs começaram a difundirem-se mais recentemente, como é o caso brasileiro. Sem recusar esta noção completamente, neste estudo analisamos o formato específico que as IGs assumem nos contextos locais a partir da noção de “dispositivo convencional”. Para além dos aspectos estritamente regulamentares/institucionais, esta noção busca agregar o universo material, revelando que a sustentação de uma IG está sujeita à interconexão precisa entre os artefatos técnicos (objetos) e o arranjo institucional em termos de regras, normas e leis. Por sua vez, esta interconexão depende da formação de compromissos específicos. Para que o dispositivo se estabilize é preciso que haja certa coerência com princípios valorativos de ampla generalidade, os quais, nos termos em que opera o debate, podem ser definidos a partir de diferentes concepções de qualidade.

3.2 Uma abordagem interdisciplinar

Em consonância com o recente desenvolvimento de inúmeros projetos de IG no Brasil, nos últimos anos tem sido crescente a quantidade de estudos dedicados ao tema. As IGs entraram na agenda de trabalho de diversas instituições, notadamente universidades, que têm produzido conhecimentos de suma importância para orientar as ações públicas e privadas na implementação dos projetos e na avaliação de seus impactos. O envolvimento direto da pesquisa, sobretudo nos campos das ciências agrônômicas e sociais aplicadas, tem revelado seu papel performativo no desenvolvimento deste mecanismo.

De modo geral, dois tipos de estudos estão sendo desenvolvidos em relação aos aspectos mais operacionais da criação de IGs no Brasil. Por um lado, existe um amplo conjunto de pesquisas que focaliza de modo prioritário o universo das técnicas e métodos de produção. No caso do setor vitivinícola, elas estão voltadas para áreas como edafoclimatologia, fitomelhoramento, tecnologias de vinificação, fenologia da videira etc. (Tonietto, 2008; Tonietto *et al.*, 2008; Hoff *et al.*, 2007). São pesquisas que procuram oferecer subsídio às escolhas técnicas que os atores precisam processar em relação, por exemplo, às cultivares e métodos de produção autorizados. Elas dizem respeito a todo um universo de artefatos relevantes que serão incorporados (ou excluídos) aos projetos.

Por outro lado, há também um número crescente de estudos voltados à natureza jurídica das IGs. Estes estudos exploram questões relativas à construção de um aparato legal para este instrumento no seio da legislação vigente sobre propriedade intelectual e a adequação dos diferentes projetos às normas e regulamentos concernentes. Este tema tem revelado-se de suma importância face à própria debilidade da legislação brasileira que versa sobre o assunto. Aspectos referentes à titularidade do registro, ao tipo de proteção concedida, à sobreposição das IGs em relação a outros sinais distintivos (em especial, marcas), às exigências para reconhecimento, entre outros, tornaram-se as questões de primeira ordem neste tipo de pesquisa (Pimentel, 2009; Bruch, 2008; Locatelli, 2007; Gonçalves, 2007).¹

¹ Ainda faltaria referir um amplo conjunto de estudos que tem focado o tema das IGs em sua interface com processos de desenvolvimento (Cerdan *et al.*, 2008; Cerdan, Souza e Flores, 2007; Gollo, 2006; Gollo e Castro, 2007; Blume, 2008; Malafaia, 2007; Chaddad, 1996; Zylbersztajn e Miele, 2005; Fröhlich *et al.* 2008; Sacco dos Anjos e Caldas, 2010; entre outros).

Abordando diferentes faces da problemática que envolve as IGs, estes estudos produziram relevantes conhecimentos que orientam a pesquisa e as políticas destinadas à promoção deste instrumento no Brasil. No entanto, eles deixam uma importante lacuna em aberto decorrente do recorte disciplinar que são obrigados a operar. A nosso ver, é remoto compreender a dinâmica das IGs sem reconhecer que as definições no âmbito jurídico podem caminhar de encontro às decisões produtivas que estão sendo operadas pelos próprios atores, e *vice-versa*. Sem operar este tipo de entendimento, ao invés de um sistema estável cria-se uma situação de conflito que obriga os atores a renegociarem novas regras a todo instante.

Uma situação particularmente reveladora desta dinâmica pode ser encontrada nas discussões referentes à adequação das práticas produtivas às normas sanitárias, notadamente para o segmento dos queijos derivados de leite cru. Além de um incremento nos custos de produção, a exigência da pasteurização do leite é vista pelos produtores (e alguns consumidores) como uma ameaça à descaracterização o produto, visto que o processo altera propriedades organolépticas básicas. Assim, muitos relutam em adequar-se a este tipo de legislação, preferindo manter-se em mercados informais. Até o momento, as mudanças nos sistemas de inspeção sanitária e as discussões que daí derivaram não conseguiram avançar para um entendimento (Wesz Junior, 2009). Diferentemente de outros países onde as normas e práticas foram paulatinamente ajustadas ao longo de um processo de negociação não menos conflitivo, no Brasil, o sistema permanece sob litígio (Ploeg, 2008; Brunori, 2006).

Analisar a constituição das IGs a partir de um enfoque estritamente disciplinar incorre necessariamente em uma leitura parcial e fragmentada. Um modo de solucionar esse impasse é lançar mão de abordagens multidisciplinares que permitam uma interpretação mais integrada. É isso que tem levado o INAO, na França, a constituir Comitês de Avaliação dos projetos de IG com os mais diversos tipos de especialistas, incluindo antropólogos e sociólogos que, outrora, estavam à margem do processo. No entanto, apesar do avanço notável, a diversificação da equipe não é evidência de uma compreensão menos fragmentada. O Comitê de Avaliação pode simplesmente reproduzir as visões compartimentalizadas que existem no próprio universo acadêmico. Sendo assim, o desafio essencial é apreender um conjunto variado de dimensões sociais, técnicas, econômicas e culturais em um único corpo analítico, rompendo com o determinismo tecnológico e econômico que ainda marca grande parte das análises sobre o tema. Um modo de fazer isso é interpretar quais são os elementos comuns que conectam e dão sentido tanto às normas e regras que conformam o arranjo institucional, quanto aos artefatos técnicos que os atores utilizam em suas práticas produtivas.

A formação das normas depende de um acordo entre os atores em relação a princípios mais amplos, os quais referem-se a valores. A escolha dos objetos relevantes não decorre apenas de suas especificidades técnicas, mas de princípios valorativos que definem a própria preferência por uma ou outra técnica. Uma leitura integrada destes elementos pode ser feita a partir da interpretação do modo como as normas e os objetos vinculam-se a diferentes concepções de qualidade. Essas concepções definem um quadro valorativo que dá sentido ao projeto, tornando-se o pano de fundo dos acordos que formatam um sistema de indicação geográfica. Este tipo de abordagem cria um emaranhado de vetores multicausais entre instituições e artefatos técnicos difícil de ser decomposto. Analisar todas essas interações é impraticável. É preciso definir um número limitado de *eventos* sobre os quais é possível ajustar o foco da pesquisa para compreender como as relações se processam em situações particulares de conflito entre diferentes princípios qualitativos.

3.3 Inovação, itinerários sociotécnicos e irreversibilidade

A construção de uma IG pode ser subdividida em cinco fases, seguindo a proposição de Eymard-Duverney (1999). Inicialmente, existe um período de “engajamento” no qual os indivíduos e as organizações decidem investir em uma ação de cooperação, cada um estando mais ou menos consciente de que a mesma será benéfica para si. Nesta fase, a forma como a cooperação vai ocorrer não está claramente determinada, mas o indivíduo está disposto a cooperar. A seguir, há um momento de “intercompreensão” no qual os atores manifestam suas intenções e começam a definir objetivos comuns. Disto decorre uma terceira fase de “explicitação e extensão”, a partir da qual o engajamento começa a ser materializado em dispositivos convencionais que fixam as formas como as relações vão ocorrer. Uma rede vai conformando-se e solidificando-se à medida que esses dispositivos são estabelecidos. A quarta fase é de “crítica”: as ações são julgadas e, à medida que aparecem problemas a resolver, surgem contestações e os atores começam a questionar os acordos até então instituídos. Por fim, existe uma fase de “revisão”, na qual os dispositivos são reajustados e uma nova configuração é construída.

Deste processo devem ser retidas três considerações fundamentais. A primeira delas é que esta divisão é apenas uma ferramenta analítica. Geralmente as fases sobrepõem-se e originam dinâmicas bastante complexas. Em segundo lugar, a “crítica” é vista como o motor das transformações. Sem a possibilidade de crítica, simplesmente não há mudança. E, finalmente, as redes formam-se como resultado de um engajamento prévio e se estabilizam com a criação de dispositivos convencionais. Este ponto é crucial para compreender a dinâmica de inovação concernente à criação das IGs. Vamos nos deter um pouco mais nele.

A construção de uma IG é uma inovação que ocorre em um contexto interativo. Isso significa que, ao invés do foco no empreendedor individual, a formação deste mecanismo exige uma abordagem em termos de redes sociais ou sociotécnicas. Em ambos os casos, a análise volta-se para as ligações entre distintos atores, a circulação de recursos, os processos de tradução e o modo como este tipo de estrutura favorece a inovação. Mesmo assim, existem ao menos duas maneiras de interpretar esse processo. Seguindo Granovetter (1985, 1973), poderíamos afirmar que a inovação está condicionada a existência prévia de uma rede de atores e, para além disso, à constituição de “laços fracos” que permitam a circulação de informações não-redundantes dentro da rede, isto é, informações relativamente inéditas provenientes de outras redes, capazes de catalisar o processo de inovação. Neste caso, os atores relevantes podem ser aqueles que se encontram em posições mais periféricas na rede, conectando-a com outras redes.

Uma perspectiva um pouco distinta é aquela encontrada nos estudos de Callon (1986) acerca das redes sociotécnicas. Além do princípio de simetria em relação aos não-humanos, o qual já mencionamos anteriormente, a abordagem de Callon difere daquela de Granovetter em, pelo menos, um sentido básico: enquanto para este as redes sociais são interpessoais, homogêneas e estáveis; para aquele as redes sociotécnicas são heterogêneas, instrumentais e conjunturais, isto é, construídas a partir da existência de um projeto comum. A implicação disto é que, enquanto Callon concebe a rede como um meio para implementar inovações, Granovetter vê a inovação como a decorrência de interações em redes sociais já constituídas.

Embora ambas as redes possam confundir-se em algum momento, no caso das IGs a dinâmica parece mais diretamente relacionada àquela descrita por Callon. Trata-se de uma inovação em que o engajamento é condição prévia para que se estruture uma rede sociotécnica com vistas à implementá-la. Isso não significa a inexistência de redes sociais anteriormente constituídas. No entanto, elas não coincidem com a articulação mais ampla e heterôgenea que se forma a partir do projeto de IG.

Não obstante, as abordagens de redes sociotécnicas dizem muito pouco à respeito de como o engajamento ocorre e, sobretudo, não explicam como as redes se estabilizam. É neste sentido que o processo passa a receber atenção dos autores convencionalistas, os quais vão sustentar que são princípios convencionais que definem o formato da rede e estabilizam os vínculos sociais (Boltanski e Thevenot, 1999). A inovação não é um processo aleatório e infundável de troca de informações, ainda que contenha um grau elevado de incertezas e consequências impremeditadas. É um processo relativamente convencionalizado com base em acordos mínimos que estabelecem a pertinência das pessoas, dos objetos e das normas em face daquilo que se espera obter.

Ao mesmo tempo, a inovação representada por uma IG envolve a construção de determinados “itinerários sociotécnicos”. Esta noção define dois aspectos importantes. Em primeiro lugar, revela que a inovação não incide sobre um componente específico e isolado do processo de produção, mas sobre um conjunto articulado de práticas que conformam um itinerário. Em segundo lugar, define um grau de “irreversibilidade” às escolhas processadas, ou seja, para a trajetória de qualificação do produto (Callon, 1991; Wilkinson, 1996).²

Existem basicamente duas formas de irreversibilidade envolvidas. Uma “irreversibilidade técnica” segundo a qual determinadas escolhas técnicas não podem ser desfeitas sob o risco de comprometer a eficiência de todo o sistema, ao menos no curto prazo. No caso da produção vinícola, pode-se perceber como, após definir um método de vinificação como adequado às exigências da IG, substituí-lo pode incorrer na necessidade de alterar toda a disposição física dos equipamentos, inviabilizando os investimentos que foram realizados. Ao mesmo tempo, existe uma “irreversibilidade econômica” decorrente da existência de um momento a partir do qual os custos de mudança são considerados irreversíveis (Herscovici, 2004; Dosi e Metcalfe, 1991). Por exemplo, após definir uma cultivar base, os custos decorrentes da implantação dos vinhedos podem inviabilizar futuras alterações nos Regulamentos de Uso no que tange a este critério. Assim, a noção de irreversibilidade é basilar para compreender porque muitas das escolhas dos atores não maximizam lucro ou utilidade. Tratam-se de “escolhas razoáveis” que se revelam muito mais inteligentes que as escolhas racionais.

Este tipo de processo gera alguns problemas na construção de mecanismos que permitam estabilizar um dispositivo convencional. Vejamos a questão na seguinte perspectiva: as IGs que estão sendo reconhecidas atualmente no Brasil são construídas com base em um arranjo institucional sabidamente incompleto. A lei n. 9.279/96, complementada pela Resolução n. 75/00 do INPI, é um instrumento que assegura condições mínimas de reconhecimento e proteção. É justamente por esta razão que existe um Projeto de Lei mais amplo em discussão no âmbito governamental. O problema das IGs estarem sendo definidas

² O exemplo mais generalizado de irreversibilidade talvez seja aquele referente ao padrão QWERTY dos teclados (veja David, 1986).

com base em um arcabouço regulatório muito aquém do necessário é que os atores locais são levados a tomar decisões importantes com base nas suas próprias necessidades operacionais (ou interesses econômicos). Operando deste modo, os projetos podem estar criando uma situação particularmente complicada à própria discussão e aprovação do referido Projeto de Lei. A definição das normas poderá ser contestada pelas escolhas técnicas que foram processadas ao longo destes anos, criando trajetórias dentro dos projetos que exibem algum grau de irreversibilidade. As definições que forem processadas deverão pressionar tanto por ajustes nos projetos quanto na própria legislação caso almeje-se construir um sistema de indicação geográfica relativamente estável (isto é, cujas normas não sejam objeto de críticas intermitentes visando sua reformulação).

Seja como for, o grande desafio para a análise das IGs é compreender quais são os fatores essenciais de irreversibilidade, que podem ser considerados cruciais à definição da trajetória dos projetos. Em outras palavras, trata-se de identificar quais compromissos institucionalizaram-se em procedimentos técnicos e normas que não podem ser desfeitos sem um elevado risco de desestruturar todo o sistema. São compromissos básicos que, justamente pela sua importância para a manutenção do sistema, tornam-se mais duráveis e resistentes às críticas que poderiam porventura questionar sua legitimidade. Deste modo, a formação de itinerários sociotécnicos também pode ser vista como uma forma de consolidar (estabilizar) determinadas definições de qualidade.

3.4 Estabilidade, crítica e mudança

A estabilidade de um sistema de indicação geográfica depende da constituição de uma arquitetura complexa envolvendo artefatos técnicos, instrumentos institucionais e princípios qualitativos (Fig.11). Esta estabilidade não tem absolutamente nada a ver com uma situação hipotética de equilíbrio, tal qual encontramos na formulação econômica *mainstream* sobre o funcionamento do mercado. A estabilidade aqui é uma situação sempre provisória em que os atores sociais exibem um grau relativamente elevado de concordância com as regras do jogo. Como afirma Joas (1987), “cada acordo apresenta caráter condicional e transitório”. Um acordo estabelecido pode ser questionado pela introdução de um novo objeto, de um ator externo ou de um argumento inédito, cuja presença pode obstar o movimento sistemático da engrenagem. Um elemento estranho pode catalisar um movimento de crítica radical aos compromissos que sustentam determinado projeto.

No entanto, não é qualquer *outsider* que impulsionará esse movimento de crítica. A introdução de uma nova técnica pode ser simplesmente apropriada pelo sistema sem que isto produza uma contestação capaz de desestabilizá-lo. Existem momentos, porém, em que ela se torna o motor de transformações radicais. Para tanto, é preciso desafiar os preceitos valorativos sobre os quais o sistema está constituído. Neste caso, a crítica não vai se referir apenas à necessidade de adequação das regras vigentes, mas à urgência de uma reforma profunda de todo o aparato institucional. E o contrário também é verdadeiro: a aprovação de uma nova regra, amparada por um princípio legítimo (uma definição de qualidade amplamente aceita), pode dinamizar mudanças substanciais nas práticas produtivas, suprimindo, por exemplo, determinados insumos químicos cuja utilização tornou-se

ecologicamente ilegítima. Em qualquer um dos casos, a legitimidade da mudança não é aquela pronunciada pela lei ou pela técnica em si mesmas, mas pela grandeza valorativa na qual elas apóiam-se para justificar a necessidade de transformações.



Figura 11: A estabilidade dinâmica de um dispositivo convencional.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Vejamos brevemente dois exemplos desta dinâmica de crítica, apropriação e mudança. Na década de 1990, o modelo agroalimentar fordista viu-se diante de uma forte “crítica estética” que condenava a padronização, artificialização e industrialização da produção e consumo alimentar. O surgimento dos movimentos de “agricultura alternativa”, as crises alimentares associadas à segurança dos alimentos (“vaca louca” e “gripe aviária”) e o desenvolvimento de novos sistemas de produção baseados nos preceitos da agricultura orgânica foram definidores da introdução de um amplo questionamento sobre os limites do modelo vigente (Murdoch, Marsden e Banks, 2000; Knowles, Moody e Mceachern, 2007). A reação dos “impérios alimentares” (Ploeg, 2008) ocorreu pela tentativa de endogeneização dos valores que sustentavam esta crítica, sendo talvez o caso mais emblemático aquele dos produtos orgânicos. Originalmente associados a circuitos diretos estabelecidos entre agricultores familiares e consumidores, estes produtos foram rapidamente incorporados no setor de agricultura empresarial (Wilkinson, 2008; Hinrichs, 2003). Sua circulação passou para redes controladas pelos grandes distribuidores que determinam normas e padrões de produção cada vez mais estritos, levando os produtos a perderem sua associação com o local e com as práticas tradicionais. Por sua vez, em resposta a esta situação, ganha força uma “crítica ética” que denuncia este movimento de apropriação. No caso aqui examinado, ela emerge associada aos valores da “agroecologia”, os quais fundamentam um movimento mais amplo de reconstrução dos vínculos entre as práticas específicas de produção (aspectos técnicos), a localidade (aspectos socioculturais) e o ambiente (aspectos ecológicos) visando demonstrar que a indissociabilidade destes componentes impede um novo processo de apropriação pelos circuitos industriais (Almeida, 2003; Sevilla Guzmán, 2007).

Um segundo exemplo pode ser encontrado em um movimento similar de apropriação e hibridização de valores, mas que ocorre em um segmento onde tal dinâmica é relativamente recente, qual seja, nas principais cadeias de restaurantes *fast food*. Em 2008, a maior rede de

restaurantes do mundo passou a apostar no apelo mercantil da “nova estética dos alimentos” (Murdoch e Miele, 2004). Na Itália, diferentes *franchisings* do McDonalds começaram a comercializar um hambúrguer com o queijo Parmegiano-Reggiano.³ Trata-se de um dos queijos mais reputados do mundo. Elaborado em uma região demarcada pertencente à Emília-Romana e Lombardia, o Parmegiano-Reggiano é um produto fortemente associado a um modo de produção e um saber-fazer tradicional, cujo vínculo com a região lhe conferiu uma *Denominazione di Origine Controllata* (Roest e Menghi, 2000). Por isso, a união entre a rede americana de *fast food* e a associação de produtores de Parmegiano-Reggiano, antiga financiadora do Movimento Slow Food, tem gerado contestação entre alguns grupos de consumidores que consideram tal estratégia uma afronta aos valores e à identidade cultural que definem o produto.⁴

O que estes exemplos revelam é que as instituições podem ser colocadas “à prova” de mudanças que se processam em âmbitos os mais variados. O principal desafio à construção de sistemas de indicação geográfica é definir um arranjo institucional suficientemente estável e rigoroso para garantir que o vínculo do produto com sua origem seja resguardado, mas flexível às inovações que se processam nas técnicas, formas organizacionais, marketing, consumo etc. e que não comprometem a identidade do produto e do território (Ver Box 01). Um sistema flexível às próprias mudanças que ocorrem nos agroecossistemas. Um regulamento que, por exemplo, proíba decisivamente a irrigação, considerando que a mesma coloca em risco a tipicidade dos vinhos associada às condições ecológicas de produção da uva, será objeto de um questionamento que pode se apoiar tanto em uma justificativa econômica (o risco de perder a produção em razão da seca ou a necessidade de elevar o rendimento para ser competitivo), quanto em uma justificativa ecológica (as atuais mudanças climáticas exigem uma revisão das normas, posto que foram definidas com base em outro contexto ecológico).

A perspectiva que nos foi delineada por um especialista do INAO da região de Languedoc resume a questão de modo bastante adequado:

Após muitos anos trabalhando com indicações geográficas, o que eu tenho notado é que, quando se criam regras excessivamente rígidas, em um momento dado tudo explode. É melhor ter várias pequenas regras que flexibilizam um pouco, do que uma regra excessivamente rígida. É preciso compreender o que se passa em cada indicação geográfica (Tec-LG).

Finalmente, é preciso ratificar que a constituição de uma IG depende da formação de um arranjo no qual instituições e objetos integram-se de modo coerente – entre eles e em relação a uma concepção valorativa mais ampla. No entanto, cabe retomar uma discussão

³ O restaurante tem apostado na valorização de ingredientes tradicionais de cada país, como fica evidenciado na criação de hambúrgueres que remetem a países de origem, como são os casos do McArabia e do McGreek, que empregam em sua elaboração principalmente ingredientes oriundos das regiões que dão nome aos hambúrgueres. Na Itália, além do Mc Parmegiano-Reggiano, o McDonalds também oferece o McItaly, hambúrguer elaborado com carne italiana, alface, creme de alcachofras e queijo asiago.

⁴ Para mais detalhes veja Niederle e Cruz (2010). Neste artigo os autores também exploram o exemplo da rede Quick. Em fevereiro de 2010, alguns dos restaurantes franceses desta cadeia de *fast food* passaram a oferecer hambúrgueres de carne hallal, ou seja, aquela proveniente de animais abatidos segundo normas islâmicas. Em meio a um acirrado debate sobre identidade nacional, a estratégia de qualificação perseguida pelo restaurante visando um público consumidor de crescente importância no país gerou um debate público nacional acerca da legitimidade deste tipo de “justificação religiosa”.

acerca da compatibilidade entre concepções valorativas diferenciadas, sem o que é remoto compreender este vínculo entre distintas normas e técnicas. Em outras palavras, é preciso voltar à questão da formação de compromissos entre diferentes mundos de justificação. Sem compreender como os compromissos formam-se no interior dos projetos de IG é remoto imaginar que um dispositivo convencional relativamente estável possa ser constituído.

Box 01: O Regulamento de Uso

O Regulamento de Uso (*Cahiers des Charges*) refere-se a um conjunto de normas de produção negociadas entre os produtores e, em alguma medida, sancionadas pelos órgãos responsáveis conforme a IG torna-se oficialmente reconhecida. É um elemento normativo que institucionaliza as relações sociais e estabelece as condições para a ação coletiva. A partir dele são estabelecidos padrões e normas que devem ser adotados desde a produção da uva até a certificação do vinho. Ele define quem poderá fazer uso da IG e de que forma, afetando as estratégias dos indivíduos e organizações.

O nível de exigência varia de acordo com o tipo de sistema de IG que se quer estabelecer. Normas de qualidade muito rígidas são geralmente utilizadas quando o número de produtores é grande e acabam criando uma espécie de barreira à entrada (Letablier e Delfosse, 1995). A IG Pampa Gaúcho da Campanha Meridional para carne e derivados é exemplificadora: embora a área geográfica delimitada seja relativamente extensa, a rigidez das normas excluiu grande parte dos produtores locais (Cerdan *et al.*, 2008). O resultado é a pequena escala da produção que, até o momento, atende somente lojas de especialidades regionais, colocando o empreendimento em risco. O problema é particularmente relevante no caso dos pequenos produtores, sobretudo na agricultura familiar. Quanto mais alto o nível das exigências, mais oneroso é o processo de adequação dos sistemas produtivos e o estabelecimento de mecanismos de avaliação e controle, de modo que isto elimina uma parcela significativa daqueles produtores que não obtêm escala de produção que compense os custos.

O fato é que, por mais desejável que seja a garantia de um “alto padrão de qualidade” para os produtos de IG, é necessário considerar que regulamentação não deve inviabilizar a iniciativa ou, o que é mais recorrente, não se transforme em um mecanismo de exclusão (Thiedig e Sylvander, 2000). Nesta perspectiva, alguns autores têm afirmado a necessidade de pensar a evolução dinâmica das normas e padrões, compreendendo que a formação de uma IG envolve um processo de aprendizado coletivo em que é possível elevar gradativamente o nível de exigências (Dias, 2008; Wilkinson, 2008).

3.5 As IGs como o resultado de diferentes compromissos convencionais

Em artigo recente, Ponte (2009) discute diferentes mecanismos de qualificação no mercado vitivinícola associando as IGs àquilo que a economia das convenções nomeia “mundo doméstico”. Ao fazê-lo, o autor ratifica uma idéia mais ou menos recorrente em outros estudos, segundo a qual a IG está, de alguma forma, associada à resistência ao processo de commoditização em curso no mercado vitivinícola e no sistema agroalimentar como um todo. Nesta perspectiva, a construção de um projeto de IG derivaria de um esforço coletivo e localizado, definido através de um mecanismo central: a confiança, responsável por assegurar a longevidade do projeto e a estabilidade das relações sociais e econômicas. Ao mesmo tempo, o vínculo com o local faria da IG um instrumento de defesa contra a apropriação

indevida do nome, de oposição aos processos de deslocalização do produto e de deterioração de sua qualidade, de defesa do saber-fazer tradicional e de sustentação uma identidade coletiva.

Neste caso, à semelhança dos mercados diretos baseados em circuitos curtos, as IGs constituiriam uma forma de coordenação onde os mecanismos de verificação da qualidade passariam basicamente pela recorrência das relações entre produtores e consumidores, envolvendo vínculos de confiança e respeito aos costumes (Brodhag, 2000).⁵ De fato, o apelo à origem e ao *terroir* pode preconizar este tipo de vínculo. Conceitualmente, as IGs podem ser dispostas na base de um amplo conjunto de signos distintivos que sustentam a criação de um novo “mundo de produção” (Salais e Storper, 1992). Fora dos grandes circuitos de produção e consumo massificados, as IGs estariam diretamente associadas ao crescimento de um mundo de produção relativo aos mercados marshalianos de produtos especializados e particulares.⁶

Neste mesmo sentido, as IGs são freqüentemente concebidas como ferramentas potenciais de desenvolvimento rural ou territorial. Dentre os argumentos discriminados em favor desta compreensão cita-se o estímulo à ação cooperada; proteção dos produtores contra a competição desleal; agregação de valor e aumento da renda dos produtores; valorização dos conhecimentos tradicionais; competitividade e ampliação dos mercados; valorização econômica das propriedades rurais; preservação da biodiversidade; estímulo à multifuncionalidade do meio rural; transformação das áreas rurais em locais de consumo; crescimento de serviços associados ao turismo etc. (Lagares; Lages; Braga, 2005; Sautier, 2006; Mascarenhas, 2008; Tonietto, 2005; Barjolle e Thévenot-Mottet, 2004; entre outros).⁷

No entanto, não é evidente uma relação causal direta entre os projetos de IG e a conformação de uma dinâmica territorial. Ainda que ela possa perenizar este tipo de dinâmica, é o formato específico e socialmente construído de uma IG que determina se ela atuará como um aglutinador das estratégias dos diferentes atores sociais, contendo um apelo sobre o patrimônio coletivo e o bem público, ou, de outro modo, se ela constituirá uma espécie de

⁵ “A avaliação da qualidade não repousa nem sobre o preço como na coordenação de mercado, nem no respeito a normas e na submissão a padrões como na coordenação industrial, mas sobre a origem que confere excelência e distinção. A origem é ao mesmo tempo espacial e temporal, ao mesmo tempo proximidade geográfica e fidelidade ao costume e à tradição” (Letablier e Delfosse, 1995, p. 100).

⁶ Ainda que originalmente desenvolvida para sistemas industriais (indústria automobilística), a abordagem convencionalista dos “mundos de produção” de Salais e Storper foi amplamente utilizada na análise dos mercados agroalimentares (Straete e Marsden, 2005; Murdoch *et al.*, 2000; Ponte e Gibbon, 2005). Segundo a proposição, pelo lado da oferta os produtos podem ser classificados como “padronizados” ou “especializados”, dependendo da base de conhecimento envolvida na sua produção. Produtos padronizados são produzidos a partir de tecnologias amplamente difundidas e são qualificados fundamentalmente em termos de preço. De outro modo, produtos especializados envolvem tecnologias e conhecimentos restritos e, neste caso, a qualidade do produto constitui um elemento de competitividade tão ou mais importante que seu preço. Já pelo lado da demanda, os produtos podem ser “genéricos” ou “particulares”, dependendo se circulam em mercados de consumidores anônimos ou específicos. Produtos genéricos possuem padrões de qualidade amplamente conhecidos, podendo ser vendidos diretamente em mercados que dispensam relações diretas entre produtores e consumidores. Diferentemente, os produtos particulares são orientados para um conjunto específico de consumidores, circulando em mercados onde predominam as relações interpessoais destes com os produtores (mercados locais). A partir desta diferenciação, os autores propõe quatro mundos de produção: (a) o mundo dos mercados marshalianos de produtos especializados e particulares; (b) o mundo dos mercados em rede de produtos padronizados e particulares; (c) o mundo dos mercados de inovação de produtos especializados e genéricos e; (d) o mundo dos mercados industriais de produtos padronizados e genéricos.

⁷ Touzard (2010) menciona a contribuição das indicações geográficas à criação de um “modelo agroalimentar patrimonial”, baseado nos investimentos que produtores e consumidores estão dispostos a fazer para gerar uma “renda territorial” através da qualificação dos recursos locais.

“bem de club”, podendo conter um forte efeito de exclusão (Thiedig e Sylvander, 2000). Em si mesma, “uma IG não garante a instauração de um clima de confiança e de comportamentos cooperativos” (Fournier, 2008, p. 547).

Existem inúmeros estudos que mostram o processo de apropriação setorial e industrial que ocorreu em relação às IGs há pelo menos duas décadas. A lógica de contrapor o modelo territorial e patrimonialista das IGs àquele dos mercados agroalimentares globais não possui, atualmente, o mesmo poder explicativo. As IGs foram largamente incorporadas ao regime sociotécnico dominante, talvez de modo ainda mais destacado no caso dos vinhos. A própria certificação que alguns sistemas preconizam revela uma tentativa de extrapolar os circuitos locais de produção e consumo. O objetivo é acessar mercados mais amplos transferindo a um selo o reconhecimento de tradições, costumes e práticas que caracterizam o enraizamento sociocultural dos produtos. Assim, a valorização dos ativos territoriais preconizada não ocorre em oposição a uma dinâmica global e setorial, mas associada a ela.

Isto não significa que esse mecanismo é meramente apropriado pelo Império⁸. Frente ao processo de commoditização encontrado em alguns mercados, estruturam-se formas de resingularização dos produtos através da valorização dos bens imateriais presentes nos territórios rurais (Conterato *et al.*, 2011). Isso cria um contexto de hibridização entre mercados universalistas de *commodities* e mercados particularistas de produtos diferenciados, tal qual discutimos na Introdução. Em ambos os casos, a IG pode tornar-se um instrumento relevante às estratégias dos atores econômicos.

Tal situação faz com que coexistam justificativas variadas no interior dos projetos, algumas atendendo a lógicas territoriais de desenvolvimento, outras construídas com base em uma governança setorial. Ao invés de um mecanismo associado estritamente ao mundo doméstico (valorização do *terroir* e das tradições locais), as IGs revelam, ao mesmo tempo, um vínculo estreito com o mundo mercantil (busca de um preço prêmio), industrial (conformidade do produto a padrões técnicos), cívico (valorização do patrimônio coletivo), da opinião (construção de notoriedade) e inspirado (singularização do vinho) (Fig. 12).⁹

Mas, como um projeto de indicação geográfica pode conviver com princípios qualitativos díspares em seu interior? Já respondemos a esta questão no capítulo anterior. A conformação de um dispositivo convencional nestes termos passa pela criação de “compromissos” entre grandezas valorativas diferentes. Por um lado, os projetos buscam suspender os objetos de conflito. Neste caso, o compromisso é fundado na exclusão de todo humano ou não-humano que possa ser causa de instabilidade para o dispositivo. Ao longo da construção do Regulamento de Uso os atores esforçam-se em deslegitimar determinadas

⁸ “Império” é um dispositivo heurístico que Ploeg (2008) e Friedmann (2004) utilizam para caracterizar a “nova superestrutura” dos mercados agroalimentares. Trata-se de um agregado de mundos ou regimes sóciotécnicos personificados por uma variedade de expressões específicas (grupos de agronegócio, grandes varejistas, mecanismos estatais, mas também leis, modelos científicos, tecnologias) agindo à distância para controlar partes da produção e consumo de alimentos em escala global. Segundo Ploeg (2008, p. 256 e 279), “o Império, como realidade empírica, representa uma mistura impressionante e confusa de novos elementos. [...] O Império não diz respeito primeiramente a produtos, pessoas, serviços, recursos, lugares, e assim por diante, nem é composto por esses elementos. O Império é, acima de tudo, um conjunto complexo, multifacetado e em expansão cada vez mais monopolista de *ligações* (isto é, uma rede coercitiva) que coloca processos, lugares, pessoas e produtos em contato de uma forma específica”.

⁹ Isto é ratificado pelos estudos de Marescotti (2000) que vincula as IGs a formas de justificação do mundo cívico: defesa do bem comum e do interesse coletivo, e Malafaia (2007) que demonstra como os projetos exibem uma composição variada de valores que envolvem princípios mercantis e industriais.

cultivares, métodos de cultivo, técnicas de vinificação, componentes da paisagem etc. que possam incitar interpretações desviantes. Esse processo gera exclusões, mas permite solidificar os acordos entre aqueles atores que permanecem vinculados ao projeto, fortalecendo-os em face das críticas que possam incidir sobre o mesmo.



Figura 12: Dispositivo de Indicação Geográfica, mundos de justificação e instrumentos de verificação da qualidade (gerais e específicos ao segmento vinícola).

Fonte: Elaborado pelo autor

Por outro lado, o compromisso pode fundar-se na emergência de uma concepção integrada de valores que fundam um novo tipo de princípio qualitativo. É isto que observamos na “*cit*é por projetos”. Neste caso, o “projeto” é a própria expressão de uma concepção singular do mecanismo de IG em relação ao processo de qualificação ao qual ele está atrelado. Produtores, técnicos e pesquisadores definem uma concepção de qualidade que integra valores de mundos distintos, de modo que o projeto se torna legítimo apenas na presença de cada um e do conjunto de valores. Enquanto a IG estiver, por exemplo, agregando valor, incrementando qualidade organoléptica e melhorando a notoriedade do produto, é possível manter um compromisso entre estes princípios. Um compromisso transitório que poderá ser desconstituído na medida em que não se produzam os resultados esperados ou, se novos princípios forem introduzidos. O objetivo daqueles atores que se encontram fora do projeto é, justamente, introduzir novos princípios com vistas a fundar um novo tipo de compromisso. Isto depende da capacidade de dinamizar um movimento de crítica e de legitimá-la perante o conjunto de atores.

3.6 Princípios de justificação em conflito nos projetos de IG

Nesta seção apresentamos algumas justificações que aparecem de modo mais relevante no contexto dos projetos que serão analisados. Elas compõem um “nível intermediário” entre as formas de coordenação de ampla generalidade (as *cités* ou mundos) e os dispositivos cognitivos particulares a cada indivíduo ou coletividade (cf. Seção 2.6). À critério analítico, as justificações foram subdivididas em três grupos, cada um correspondendo à um princípio específico de qualificação (Quadro 03). Primeiramente, aborda-se um conjunto de argumentos que destacam valores mercantis associados aos possíveis impactos das IGs à agregação de valor e acesso aos mercados. Em seguida, destaca-se o vínculo funcional entre qualificação do produto e desempenho técnico, respaldado por um princípio industrial. Por fim, analisam-se valores domésticos e cívicos que destacam a defesa do patrimônio, da identidade coletiva e do saber-fazer. Esta lista não é fechada e a cada instante assistimos argumentos diferentes (re)surgindo no interior dos projetos. Contudo, a análise destas três grandes justificações já permite avançar na compreensão de alguns valores que estão em discussão em relação à apropriação deste instrumento em diferentes contextos sociais.

Quadro 03: Princípios de justificação no mercado vinícola.

Princípio de Justificação	Instrumentos de política	Contexto de emergência	Ordem de Grandeza
Performance técnica	Propriedade industrial	Regime agroalimentar fordista	Lógica industrial
Agregação de valor e acesso ao mercado	Diferenciação e segmentação do mercado	Superprodução e emergência de novos concorrentes	Lógica mercantil
Preservação do patrimônio cultural e natural	Multifuncionalidade e diversificação	Novos modelos de desenvolvimento	Lógicas doméstica e cívica

Fonte: Elaborado pelo autor.

I - Agregação de valor e acesso a mercados

Agregação de valor e acesso aos mercados são frequentemente considerados os principais mecanismos propulsores de desenvolvimento econômico associados às IGs (Glass e Castro, 2009). De fato, existem estudos demonstrando que muitos produtores conseguem um “preço prêmio” pelos produtos de origem reconhecida, o que lhes garante um ganho considerável em termos de valor adicionado, cobrindo os custos adicionais de implantação do sistema e garantindo a sustentabilidade econômica do projeto (Barjolle, Allaire e Tisenkopfs, 2008; Burrone, 2008).¹⁰

No entanto, como notam Van de Kop, Sautier e Gerz (2006), o mesmo não é evidente nos países em desenvolvimento, onde a maioria dos consumidores ainda desconhece o significado de qualificações desta natureza. Ademais, neste contexto o baixo poder aquisitivo

¹⁰ Dados apresentados por Gonçalves (2007) aludem que, dentre os consumidores europeus, 43% estariam dispostos a pagar até 10% a mais pelo produto com indicação de origem; 8% até 20% a mais e; 3% até 30%.

dos consumidores é um dos principais empecilhos à obtenção de uma “renda de qualidade” pelos produtores (Touzard, 2010a). Esse poderia ser o caso dos vinhos do Vale dos Vinhedos, em que, segundo Mascarenhas (2008), até o momento as vantagens econômicas proporcionadas pela Indicação de Procedência estão mais relacionadas à suplementação da demanda pela inserção em novos mercados e a maior estabilidade dos preços dos produtos se comparados àqueles não certificados.¹¹

No Brasil, o uso das IGs como mecanismos de agregação de valor também foi abordado a partir de uma literatura sobre cadeias produtivas e custos de transação. Autores como Chaddad (1996), Zylberstajn e Miele (2005) e Miele (2000) alegam que, no caso do Vale dos Vinhedos, a agregação de valor pode vir não necessariamente da obtenção de um preço-prêmio, mas das mudanças na estrutura de governança setorial. Segundo os autores, as IGs acarretam uma elevação dos custos de transação em virtude da alta especificidade locacional do ativo (a dificuldade de obter informações claras acerca da origem da uva). Para reduzir esses custos, as vinícolas optariam por formas de integração vertical em detrimento dos contratos formais e informais com os viticultores, o que permitiria ganhos de qualidade e agregação de valor ao produto final. Em outras palavras, a agregação de valor adviria indiretamente das respostas minimizadoras dos custos de transação decorrentes de novos arranjos organizacionais entre os agentes da cadeia agroindustrial.

Uma vez se confirmando esta trajetória de integração vertical, a IG leva a uma situação em que o valor é retido entre poucos atores da cadeia, ficando excluído um grande número de produtores especializados no fornecimento de matéria-prima (cf. Seção 4.1). Ademais, o tamanho e poder de barganha das empresas afetariam diretamente o valor agregado capturado por cada grupo (Schmidt, 2010). Para os pequenos produtores um dos maiores limitantes à agregação de valor é o alto custo de manutenção da IG, o qual envolve o controle dos processos produtivos, avaliação dos produtos por comitês de degustação, certificação e investimentos consideráveis em marketing.¹² Assim, por maior que seja o valor agregado ao produto final, nem sempre este é garantia de uma margem de ganho considerável. A situação é particularmente revelada nas cantinas de menor porte, onde a falta de escala faz com que os custos de implementação da IG componham uma proporção mais significativa na formação do preço do produto. A situação é reveladora de uma intrincada discussão envolvendo qualidade e escala em produtos de IG. Para muitos produtores as restrições de produtividade tornam a utilização da IG desinteressante (Belletti e Marescotti, 2006).

Não obstante, é necessário ir além da dinâmica setorial e analisar os possíveis efeitos da IG sobre os demais produtos do território. Dois cenários devem ser considerados. Por um lado, a ênfase da IG no produto e não no sistema pode possuir um efeito negativo sobre os demais bens do território na medida em que os atores elejam a IG como objeto privilegiado do esforço coletivo. Neste caso, a agregação de valor concentra-se no nível setorial e os demais atores não obtêm benefícios desta inovação. Por outro lado, a IG pode atuar como um

¹¹ No caso da IP Cerrado Mineiro para café, Mafra (2008) afirma que o produto tem entrado no circuito de cafés especiais alcançando preços 2% a 5% superiores àqueles praticados nas bolsas de valores internacionais.

¹² Como aludem Thiedig e Sylvander (2000), as IGs podem gerar “ganhos de monopólio coletivo” na medida em que sua delimitação exclui todos que ficam de fora da área definida. Ademais, mesmo dentre aqueles que participam do *club* há notáveis assimetrias na distribuição dos ganhos, visto que nem todos podem arcar com os altos custos de registro e de “exclusão”, isto é, os custos de controle para assegurar que não haja usurpação e uso indevido do selo, o que é particularmente problemático quando a inspeção é privada (quando ela é pública, o Estado arca com parte dos custos de exclusão).

elemento potencializador da “cesta de bens” do território (Pecqueur, 2000). Neste caso, ao invés de um consumidor do produto, temos um “consumidor do território” (Cerdan, 2008), o qual cria uma associação mais forte com o repertório cultural que sustenta a identidade e a singularidade dos bens que consome.

Em outras palavras, mesmo na ausência de significativa agregação de valor em nível setorial, as “externalidades positivas” sobre o território podem fazer da IG um fator dinamizador do desenvolvimento econômico, abrindo novas oportunidades para os atores que não participam ou foram excluídos da cadeia produtiva. Para que isto se concretize, no entanto, a cooperação geralmente é um fator primordial à melhoria das capacidades produtivas e do acesso aos mercados a outros atores. A cooperação social localizada e a troca de conhecimentos daí decorrente impulsionam um processo dinâmico de inovações que extrapolam o nível setorial. A discussão sobre propriedade intelectual apresentada por Moran (1993) é ilustrativa. Como mostra o autor, a construção da identidade de um produto nos termos de uma IG envolve um amplo processo de aprendizagem coletiva no qual o capital intelectual produzido, sobretudo na forma de conhecimentos tácitos, é disponibilizado para os demais atores do território de modo que estes se utilizam deste conhecimento para promover outros produtos e serviços em associação com o produto original.

Neste caso, o projeto supera uma justificação puramente mercantil (agregação de valor no âmbito setorial) para estabelecer um compromisso entre valores mercantis e cívicos, haja vista o apelo mais evidente em relação aos bens coletivos do território. A IG conecta o “vinho” com outros produtos e serviços de uso comum, notadamente com a paisagem, os costumes e a gastronomia local, impulsionando um processo de (re)valorização destes elementos, inclusive no âmbito do mercado.

II - Qualificação do produto e performance técnica

Outro conjunto de argumentos que tem sido recorrente como justificativa aos projetos de IG está relacionado à performance técnica do processo produtivo. Neste caso, as IGs são concebidas como um instrumento para modernização e padronização das práticas de produção com vistas a criar um vinho com dois atributos essenciais: *tipicidade* associada à *identidade enológica*. O objetivo é elaborar um vinho que, independentemente do local onde seja produzido (desde que no interior da região delimitada pela IG), possa exprimir um conjunto de características organolépticas e sensoriais relativamente uniformes.

Este tipo de argumento transparece, por exemplo, na citação reproduzida abaixo, relacionada ao processo de qualificação dos vinhos na Serra gaúcha. Publicado na revista *Acta Horticulturae* (note-se que os actantes relevantes também são específicos a cada forma de justificação), o artigo sublinha a ampla gama de “aplicações práticas” associadas às IGs no que tange à possibilidade de tornar mais eficientes os recursos técnicos a fim de obter qualidade e tipicidade para os produtos.

Embora a viticultura tenha evoluído historicamente de modo empírico, nós estamos cada vez mais confrontados com uma viticultura caracterizada pela *technicality*. (...) Indicações geográficas para uvas – solo, clima, adaptação de variedades de uva – constituem uma das maiores contribuições ao zoneamento vitivinícola, o qual possibilita uma ampla gama de aplicações

práticas. Sua importância é crescente seja ampliando os recursos técnicos que se tornam mais eficientes e tornam possível o desenvolvimento de um zoneamento cada vez mais integrado, consistente e útil, seja em relação a um mercado cada vez mais globalizado. O artigo aponta a importância de indicações geográficas (...). O artigo trata da produção vitivinícola, qualidade e tipicidade dos produtos em relação a suas características enológicas. Alguns aspectos da contribuição do zoneamento são detalhados: seleção de locais, administração agrovitícola e enológica, a delimitação de territórios vitícolas e o zoneamento das regiões com potencial vitivinícola, incluindo particularidades da produção de uva em regiões tropicais. (...) Um novo conceito para alguns vinhos tropicais é apresentado: *the just-in-time quality* (Tonieto, 2008).

Predominante em um universo técnico onde os atores relevantes são os agrônomos, enólogos e bioquímicos, este tipo de justificativa carrega consigo uma representação de qualidade intrínseca ao produto, ainda dominante no sistema agroalimentar (Valceschini e Nicolas, 1995). Para esta representação, a qualificação do produto decorre dos investimentos que são processados para a alteração das práticas de produção e vinificação. A eficiência técnica constitui uma justificativa recorrente para introduzir inovações que “melhoram” a qualidade: novas técnicas de vinificação com a utilização de tanques de inox, tecnologias de separação e desengasse da uva, sistemas informatizados para controle de temperaturas, barricas de carvalho novas, entre outras.

No entanto, é importante relativizar esta sinergia entre IGs e inovações técnicas. Em determinados contextos, as IGs são vistas como um empecilho à inovação. Chaddad (1996) demonstra a existência deste tipo de conflito em regiões vitivinícolas francesas onde produtores que adotaram o modelo AOC estão descontentes com as restrições ao uso de novas cultivares e técnicas de produção. Segundo o autor, “ao especificar as variedades à disposição do viticultor para a produção de vinho com AOC, o INAO restringe sua capacidade de adaptação e aperfeiçoamento do processo produtivo. O resultado da regulamentação é o baixo incentivo à inovação nas principais regiões produtoras.” Deste modo, “o agricultor se vê preso às normas impostas e sem autonomia para experimentação e inovação que poderiam levar a uma melhor qualidade do produto final.” (Chaddad, 1996, *passim*).

Este não parece ser o caso brasileiro. Ainda que alguns produtores estejam insatisfeitos com as restrições relativas à redução das variedades autorizadas, o nível de *enforcement* normativo ainda é muito pequeno se comparado ao sistema francês. Aqui, as IGs revelam um componente de inovação mais presente. “A gente tem um desafio de melhoria da qualidade de nossos produtos e essa melhoria da qualidade passa por reestruturações no padrão de produção. A gente navega entre a tradição e a inovação. Diferentemente, talvez, do que uma vitivinicultura clássica européia, onde se falava de tradição, aqui a gente está sempre se redescobrando... no novo mundo a gente vai sempre ter a vertente da inovação muito forte” (Pes-VV). De fato, uma justificativa recorrente nos projetos da Serra Gaúcha tem sido a possibilidade que está sendo aberta para o aprofundamento dos conhecimentos técnicos à respeito da produção e do ecossistema. Os projetos articulam a organização dos produtores com vistas a incrementar competitividade no mercado com ações de pesquisa que visam estabelecer parâmetros técnicos que definam o melhor sistema de produção para cada região.

III - Patrimônio, identidade e saber-fazer coletivo

Os espaços rurais são povoados por homens e mulheres, eles não são somente espaços naturais ou conservatórios. Se tomarmos a simples questão do patrimônio, o essencial do que consideramos como elementos do patrimônio rural são os patrimônios vivos que podem ser transmitidos somente pelos homens e não por uma simples proteção jurídica de um lugar. O que seria um produto de *terroir* sem os homens que o fazem, sem aqueles que o administram, sem esquecer aqueles que o apreciam? (Delfosse, 2003)

O terceiro conjunto de argumentos aos quais será feita menção diz respeito a uma justificativa patrimonial (doméstica e cívica), dentro da qual as IGs são percebidas como mecanismos de valorização do saber-fazer coletivo, das tradições e dos costumes locais. Existem muitas formas de considerar esta questão. Neste momento não interessa adentrar em profundidade no debate teórico envolvendo as distintas definições em jogo. O que importa aqui é trazer à tona as principais justificações identificadas em um vasto leque de estudos que comungam a preocupação de vincular as IGs com comunidades humanas e o saber coletivo por elas gerado, sublinhando que este instrumento não se refere somente a um conjunto de técnicas produtivas, mas, sobretudo, a um produto cultural (Cerdan, Souza e Flores, 2007; Casabianca *et al.*, 2005; Bérard e Marchenay, 2007; Delfosse e Prost, 1998; Ray, 1998).

Nesta perspectiva, mais do que “produtos locais” que podem igualmente ter sua origem em determinado espaço geograficamente delimitado, os produtos de IG associam-se ao *terroir* – ou a uma concepção específica dele – estando, portanto, condicionados à existência de uma relação histórico-cultural com o território. A diferença reside na precedência histórica e no conhecimento acumulado, repassado e transformado ao longo das gerações (Crenn e Techoueyres, 2004). Neste sentido, não são exatamente produtos que são registrados, mas *patrimoines vivants* compartilhados no interior de comunidades humanas e sustentados para fora destas como expressões de identidade.

No Brasil, principia-se uma discussão sobre IGs e patrimônio imaterial. Com vistas a constituir um diálogo sobre as questões aqui colocadas, tem-se buscado uma aproximação entre as organizações envolvidas com a promoção das IGs (INPI, MAPA, SEBRAE etc.) e o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). Iniciativas conjuntas estão sendo construídas para o registro de produtos com reconhecido apelo sociocultural e ecológico (Belas, 2008; Emperaire, 2005; Almeida *et al.*, 2009).

No entanto, existe uma série de tensões estabelecidas nesta relação, visto que, não raro, o uso da IG colide com a perspectiva de salvaguarda do patrimônio imaterial. Isto é particularmente evidente na introdução de técnicas “industriais” que, ao procurarem a homogeneização do produto com vistas a obter tipicidade e, ao adequarem os processos de produção às exigências sanitárias, sistemas de rastreabilidade e normas ambientais, podem descaracterizar o modo de produção tradicional e colocar em risco a diversidade das práticas culturais. É isso que referem Bérard e Marchenay (2007) em relação a determinados produtos de indicação geográfica na França:

Qualificar produtos para protegê-los torna-se parte de um sistema lógico de suporte e supervisão baseado em uma mentalidade de zero-defeitos que coloca as condições sanitárias em primeiro lugar. Habilidades e práticas tradicionais são frequentemente monitoradas e analisadas por técnicos que não possuem outro tipo de experiência que a sua mesma. Na França, a proteção de Indicações Geográficas tem feito crescer

excepcionalmente os constrangimentos normativos aos produtores [...]. Com efeito, muitos produtores estão agora relutantes em incluir especificações baseadas no saber-fazer que distingue os produtos locais e os tornam especiais. Neste contexto, geralmente observamos que os produtores preferem não nomear aquelas habilidades e práticas familiares que eles consideram evidentes e que lhes parecem sem lugar dentro de uma abordagem descritiva normativa (Bérard e Marchenay, 2007).

O conflito entre o mundo doméstico ressaltado pelas tradições e costumes locais e o mundo mercantil é, talvez, a característica mais recorrente neste tipo de projeto. De todo modo, uma questão que deve ser explorada diz respeito à possibilidade de construir sinergias entre estas diferentes ordens valorativas. A IG protege o patrimônio cultural a partir da construção de um sinal identitário do território. Em face das pressões do mercado sobre a preservação deste patrimônio, a constituição deste “sinal” requer que ela implique uma valorização econômica dos bens imateriais utilizados na fabricação do produto (ou melhor, de sua imagem). Algumas pesquisas sustentam que o meio mais eficaz de proteger um produto tradicional é conferindo-lhe valor econômico. Se o produto obtém um diferencial de valor no mercado, ele consegue reproduzir-se e o saber-fazer mantém-se. Caso contrário, a IG dificilmente constitui um instrumento suficiente para defender esse patrimônio intangível.

A associação entre a política de salvaguarda de bens imateriais e as IGs pode constituir um mecanismo fundamental para a valorização das tradições. Tendo em vista que o registro de um produto como patrimônio cultural não o protege contra uso e cópia, qualquer pessoa pode aproveitar-se da reputação deste patrimônio para fins mercantis. Sendo assim, as IGs constituem uma possibilidade de proteção deste patrimônio uma vez que garantem a exclusividade do nome geográfico para uso de determinada comunidade. Por mais que a IG não proíba ninguém de produzir peças artesanais de capim dourado – produto cujo reconhecimento (preço) no mercado nacional e internacional cresce exponencialmente –, ela pode restringir o uso do nome Jalapão (principal região de extração do capim) àqueles produtores que se adéquam as normas do Regulamento de Uso, protegendo as comunidades locais contra usurpação e uso indevido da origem (Belas, 2008).

Mas é preciso reconhecer que esta aparente sinergia também pode ocultar formas de apropriação que ocorrem localmente. À medida que o apelo à produção tradicional e natural torna-se uma estratégia de *marketing*, a “qualidade artesanal” é apropriada pelos atores com maior portfólio de recursos. O patrimônio cultural é mercantilizado e artificializado. Nos termos de Appadurai (2008), os bens imateriais são desviados de suas rotas tradicionais de circulação para tomar novas trajetórias sociais, assumindo formas e usos diferenciados, e passando para um novo regime de valor, expressão econômica de uma lógica política de consumo.¹³

Isso não significa que as tradições devem ser “protegidas” contra todo e qualquer tipo de inovação. Porém, a inovação só é aceitável “*quand le produit continue de faire sens*” (Crenn e Techoueyres, 2004), isto é, quando a comunidade continua reconhecendo no produto aqueles saberes e práticas socialmente compartilhados que estiveram na base de sua origem. As tradições e os conhecimentos não são estanques, eles evoluem dinamicamente junto às

¹³ Appadurai (2008) analisa os “desvios” que ocorrem durante a trajetória social das mercadorias trazendo como um dos exemplos mais emblemáticos a “arte turística”, onde “objetos produzidos para usos estéticos, cerimoniais ou suntuários em pequenas comunidades de contato direto são transformados cultural, econômica e socialmente pelos gostos, mercados e ideologias de economias maiores” (p. 67).

inovações que se processam no território. O problema que está posto aqui diz respeito à ruptura que formas específicas de inovação podem significar em relação à identidade local. Nos próximos capítulos, estas interfaces entre inovações e tradições serão revisitadas à luz de diferentes eventos. Em todos eles vamos ver emergir não apenas uma referência patrimonial, mas o conjunto de justificações acima referido, além de novos princípios valorativos que podem expressar-se localmente, situados em cada contexto social que será analisado.

Capítulo 4

Construindo notoriedade no mundo dos vinhos

Reforçar uma estratégia de distinção qualitativa pela origem pode ser uma maneira de inserção no mercado que diferencia e legitima produtos territorializados. Neste caso, setor e território estão articulados de maneira a aferir vantagem competitiva tanto para os produtores, quanto para as regiões. Este tipo de estratégia visa reconstruir a imagem do produto e do território através da realocação das atividades de produção e consumo, destacando elementos potenciais relacionados à cultura, paisagem, identidade, patrimônio etc. Embora apresentem histórias agrárias bastante singulares, Serra Gaúcha, Beaujolais e Languedoc revelam uma vitivinicultura cuja crise estrutural possui determinantes relativamente similares. Como veremos neste capítulo, essas regiões comungam de um anseio de (re)construir uma reputação no mundo dos vinhos, para o que as IGs assumem um papel central.

4.1 Do Vale Aurora ao Vale dos Vinhedos

A década de 1970 marcou o início da estruturação de um segmento de vinhos finos varietais no Brasil. Mas foi sobretudo a partir da década seguinte que o produto começou a ganhar o mercado externo. Em 1983, a Cooperativa Vinícola Aurora, sediada em Bento Gonçalves, iniciou um trabalho sistemático para exportação de vinhos varietais aos Estados Unidos através de distribuidores especializados e operações de marketing direto no país (Jalfin, 1993). No entanto, o maior esforço para entrar no cobiçado mercado norte-americano foi de outra natureza.¹ Nesta época, o país começava a definir suas *American Viticultural Areas* (AVAs), conceito precursor do que pode ser considerado o sistema norte-americano de IGs para vinhos (TTB, 2010). A partir de então, além de regulamentar a produção internamente, o governo estabeleceu condições gerais para a importação de vinhos, dentre as quais a indicação de sua origem geográfica em termos similares àqueles utilizados pelas AVAS. Com isto, passava-se a requerer a demarcação geográfica da zona de produção; evidências de que o nome definido para esta zona era localmente conhecido como correspondente àquela parcela do território; comprovação histórica ou atual de que as fronteiras eram legítimas e; distinção das condições de clima e solo.

Em 1985, a Cooperativa Aurora embarcou uma carga de vinhos varietais da linha Marcus James com destino ao porto de Nova Yorque. No entanto, o Departamento do Tesouro Americano, responsável pelo controle de bebidas alcoólicas e tabaco, não autorizou o desembarque do produto. O vinho já havia sido vendido, o produto estava no local definido para a entrega, mas não podia ser descarregado porque o governo exigia documentação que comprovasse sua origem nos termos acima descritos.² Mais do que um caso de conflito comercial, este episódio esteve na origem do que pode ser considerado o primeiro projeto de IG para vinhos no Brasil.

Em vista do impasse comercial em que se encontrava, a Cooperativa Aurora decidiu contratar uma geógrafa para realizar o trabalho de cartografia e descrição da área de produção da uva. É neste momento que a professora Ivanira Falcade, da Universidade de Caxias do Sul, entra em contato pela primeira vez com a questão e passa a desenvolver um projeto de mapeamento da vitivinicultura local, cujo objetivo era produzir um documento passível de aprovação pelo governo norte-americano.

Embora a cooperativa contasse com sócios de diferentes localidades da Serra Gaúcha, sempre houve uma concentração particularmente importante da produção em uma área específica do município de Bento Gonçalves que, posteriormente, viria a ser reconhecida e regulamentada como “Vale Aurora”, nome decorrente do modo como era conhecida entre os produtores em referência direta aos sócios da cooperativa que residiam no local. Conforme um dos entrevistados nos relatou, “*como a maioria era de sócios da Aurora, o Vale da Aurora virou o Vale Aurora. Mas ele não tinha um nome assim. Tinha o nome da localidade, da igreja e tal. Mas, na realidade, nem o nome da igreja era uma referência para todos. O que todo mundo conhecia era o Vale da Aurora*” (Pes-VV).

¹ Os Estados Unidos ainda são um dos principais consumidores mundiais. Entre 2002 e 2007, as importações americanas de vinho cresceram 74% em valor e 53% em volume, alcançando 4,57 bilhões de dólares e 837 milhões de litros. Os vinhos franceses (31%), italianos (28%), australianos (17%), espanhóis (5,8) e chilenos (4,5) lideram o ranking entre os importados (USDC, 2008).

² Informação recolhida em entrevistas realizadas na Serra Gaúcha (Tec-VV).

A atividade básica do projeto consistiu em definir uma área geográfica e registrar os produtores localizados em seu interior. Além disso, foram realizados estudos complementares sobre aspectos agrônômicos e climatológicos. Na época, pesquisadores da Embrapa de Bento Gonçalves haviam instalado microestações meteorológicas na região, a maioria delas em propriedades dos sócios da cooperativa. Os dados daí oriundos permitiram uma caracterização climática básica que, associada a um levantamento dos solos realizados pelos técnicos da cooperativa e pesquisadores, resultou em uma descrição relativamente avançada em face das condições técnicas das quais dispunha-se à época.³

Com o término do projeto e os objetivos alcançados, as discussões acerca de novas delimitações foram temporariamente suspensas. Não havia recursos para continuar este tipo de trabalho, nem interesse de outras empresas ou cooperativas. Todavia, acumularam-se conhecimentos essenciais que, mais tarde, seriam relevantes para o desenvolvimento de novos projetos.

Em 1993, por iniciativa da Embrapa, novas discussões foram conduzidas com vistas à criação de uma IG “Serra Gaúcha”. Ainda hoje existe certo entendimento de que a notoriedade do vinho local estava associada a esta denominação regional. No entanto, como afirmou um pesquisador entrevistado, o projeto regional não avançou dificultado pelos desacordos crescentes entre diferentes atores do setor produtivo, a começar pela própria dualidade que se estabelecia de modo cada vez mais evidente entre o segmento de vinhos de mesa e aquele referente aos vinhos finos.

Por que “Serra gaúcha” não foi adiante? Primeiro, porque eu tenho realmente uma diversidade e uma característica muito peculiar desta região que é do ponto de vista das relações de poder, do ponto de vista da organização setorial. Essa falta de organização, ou melhor, essa individualização, que é bem importante para entender todo o processo histórico de constituição desta região (Pes-VV).

Com isso, os esforços foram direcionados para ações mais localizadas. Em 22 de agosto de 1995, reuniu-se uma comissão de produtores e pesquisadores da Embrapa para discutir os termos de um projeto de cooperação técnica cujo objetivo era a construção de uma “Denominação de Origem” para uma nova área de produção, a qual começava a concentrar um pequeno grupo de cantinas familiares com foco na elaboração de vinhos finos: iniciava-se o projeto do Vale dos Vinhedos. No relatório que resultou deste encontro, além de definir os procedimentos iniciais para a formalização do acordo de cooperação, delinearam-se algumas das primeiras ações, dentre as quais, a constituição de uma equipe técnica para realizar os estudos que posteriormente resultariam nas normas do Regulamento de Uso. Neste momento, retoma-se, por exemplo, o contato com a professora Ivanira Falcade para os estudos de delimitação da área que se fariam necessários (Anexo 2).

³ “O que eu fiz? Eu peguei um mapa e fui a campo com uma bússola, carta topográfica e duas ou três fotografias aéreas. No escritório eu tinha as curvas de nível, naquela maravilhosa distância de 20 metros. Eu transformei isso, graças a possibilidade de acessar um equipamento da geodésia da UFRGS, para uma escala de 1:10.000. O que me permitia desenhar... Mas, olha os meus materiais, meus métodos para desenhar, para fazer uma cartografia! E havia ainda os croquis de toda parte agrônômica que eu trabalhei junto com o pessoal do departamento agrícola da Aurora, que tinha uns dez técnicos. [...] Eu selecionei todos do Vale e eu tinha um cadastro e um croqui. Aí, eu registrei todas as famílias, todos os vinhedos, nesta escala de 1:10.000” (Pes-VV).

Dentre o conjunto de pesquisadores que se envolveu no projeto, o Dr. Jorge Tonietto, da Embrapa Uva e Vinho, assumiu sua coordenação. No entanto, tão logo as atividades foram iniciadas, o mesmo partiu para Montpellier com o objetivo de realizar seu doutorado. Tonietto passou quatro anos trabalhando sob a orientação de Alain Carbonneau, um dos principais pesquisadores em agroclimatologia do Instituto Nacional de Pesquisa Agronômica (INRA) e especialista junto aos comitês de avaliação do INAO. Assim, por um lado, sua saída atrasou o desenvolvimento do projeto, mas, por outro, foi fundamental à estruturação de um modelo de IG para vinhos no Brasil que possui muitos pontos de encontro com a experiência francesa. Com seu retorno ao Brasil e reinserção no projeto, os estudos técnicos que já estavam em curso foram complementados por novas informações e definições conceituais. A noção de *terroir*, por exemplo, começou a ganhar uma atenção mais evidente dentro dos projetos de IG e no próprio segmento vitivinícola brasileiro (Tonietto, 2007).

Os estudos técnicos resultaram em uma publicação específica com dados detalhados de zoneamento climatológico e pedológico (Falcade e Mandelli, 1999). Esta publicação serviu de referência para a demanda da IP, cuja solicitação junto ao INPI ocorreu em julho de 2000, e o reconhecimento, em novembro de 2002. Com isso, “Vale dos Vinhedos” tornou-se a primeira IG registrada no Brasil e uma espécie de modelo conceitual e organizacional para outras regiões e mesmo para novos produtos.

O interesse nesta experiência e, por conseguinte, no próprio instrumento de IG, foi capitalizado pela pujança econômica que o Vale dos Vinhedos obteve ao longo da última década. Muitos produtores começaram a ver na IG uma forma de seguir a “trajetória de sucesso” das pequenas cantinas familiares que se tornaram empreendimentos industriais vultosos. Deste modo, antes de continuar a analisar os projetos de IG para vinhos no Brasil, é importante compreender alguns elementos desta trajetória.

O Vale dos Vinhedos foi uma das primeiras zonas da Serra Gaúcha a receber imigrantes italianos, os quais ali estabeleceram-se a partir de 1875. Trata-se da mais tradicional e reputada zona vitivinícola do país. Reputação conquistada em virtude de uma trajetória histórica que imprimiu ao local uma identidade sociocultural diretamente vinculada à produção vinícola e, talvez de modo ainda mais decisivo, pela recente construção de uma nova “marca identitária” que procura expressar sua excelência na produção de vinhos finos.

Para tanto, foram necessários investimentos significativos na reconstrução do *terroir*. Em uma leitura bastante particular destas transformações, Oliveira, Ducatti e Bettu (2008) sustentam que foram fatores socioculturais e, em especial, uma mudança nas representações sociais acerca do território, do trabalho e da ruralidade que fizeram a região deixar de ser considerada um “mau *terroir*” vitivinícola para ganhar notoriedade no mundo dos vinhos. Segundo os autores, a “cultura” vitivinícola dos imigrantes italianos “era mais do que discutível”, uma vez que, “vítimas da pobreza e degradação das relações de trabalho agrícola em suas regiões de origem, em sua maioria já não eram mais portadores da cultura da vinha de seus ancestrais.”⁴ Portanto, essa teria sido uma cultura reconstruída em solo brasileiro e com características peculiares impostas pelas próprias condições da produção e do trabalho em face de um ambiente hostil. Os primeiros colonos desenvolveram em solo brasileiro uma visão negativa da viticultura, posto que ela representava “uma dimensão do trabalho visto

⁴ Cabe ressaltar que esse argumento contrasta com grande parte das explicações sobre a formação histórica da região, as quais tendem a ressaltar a cultura da vinha e o espírito de cooperação como os fundamentos do desenvolvimento da vitivinicultura na região (De Paris, 2006; Falcade e Mandeli, 1999).

como imposição e motivado pela obsessão em vencer as adversidades naturais”. Imagens estas que “compunham um *terroir* altamente negativo” (Oliveira, Ducatti e Bettu, 2008).

Assim, teria sido necessária mais de uma geração para mudar esta representação. Sem romper totalmente com as tradições e costumes de outrora, novos vitivinicultores implementaram inovações que revolucionaram a qualidade do produto e, principalmente, provocaram uma mudança na “cultura do trabalho”. Esta mudança esteve associada ao crescimento do setor vitivinícola e ao desenvolvimento econômico da região, que gradativamente favoreceram a melhoria dos padrões de vida e das condições de trabalho. Da sujeição pela necessidade de sobrevivência, o trabalho na vinha passou a ser visto com a satisfação da realização de uma arte, ou como uma profissão para uma nova geração de agricultores, enólogos e técnicos que começava a ser formada.

Atualmente, o Vale dos Vinhedos revela uma identidade híbrida, que mescla os componentes valorativos de uma formação cultural introduzida pela colonização italiana, com um novo sentido de pertencimento que se formou associado às transformações na organização social e econômica local (Cappellin, 2008). Segundo Flores (2007, p. 192), uma identidade que valoriza os componentes mercadológicos do território “deixando para trás muitos aspectos significativos do patrimônio cultural que tinha origem nas famílias dos imigrantes e seus primeiros descendentes”. O resultado é a constituição de uma identidade que é cada vez mais o fruto de investimentos empreendidos hodiernamente pelos atores sociais e econômicos no plano simbólico para projetar o Vale dos Vinhedos e seus vinhos para fora do território (Dullius, Froehlich e Vendruscolo, 2008).

Não é simples definir os fatores que possibilitaram a consolidação da região como uma das economicamente mais dinâmicas do sul do país. As razões são variadas e envolvem desde os aspectos identitários aludidos acima, até o alegado empreendedorismo e “espírito de cooperação” dos atores locais (Gollo, 2006), passando por aspectos conjunturais e com efeitos aparentemente contraditórios, como é o caso das pressões impostas ao setor vitivinícola brasileiro pelas transformações do mercado mundial. De todo modo, três motivos talvez possam ser colocados em relevo.

Primeiramente, o protagonismo dos atores locais deve-se à constituição de um aglomerado de vinícolas, em especial pequenos e médios empreendimentos, que facilitou ações coletivas e cooperadas, favorecendo o surgimento de oportunidades inovadoras de desenvolvimento (Caloête, 2007; Gollo e Castro, 2007). Como destacam Silva *et al.* (2005), os atores locais souberam tirar proveito da constituição de uma espécie de “*knowledge cluster*” conformando uma rede de atores e organizações que permitiram a geração e disseminação de conhecimentos associados à vitivinicultura e que se tornaram chaves para a obtenção de vantagens competitivas e para o próprio desenvolvimento das IGs.⁵ Para a formação desta rede, além da presença de instituições de pesquisa, foi fundamental a formação de enólogos e técnicos em vitivinicultura. Se os “nós” centrais da rede são as cantinas familiares, os “laços fracos” que dinamizaram o processo de inovação somente constituíram-se em virtude de uma geração de jovens enólogos que, nesta época, estava sendo formada no Brasil e no exterior.

⁵ É preciso atenção, contudo, para não acentuar excessivamente o componente cooperativo deste processo, omitindo o fato de que a geração e apropriação de conhecimentos também envolvem uma dinâmica de competição e disputa dentro dos *clusters* (veja Giuliani, 2007).

Em segundo lugar, não há como separar a recente trajetória econômica e cultural do Vale dos Vinhedos do desenvolvimento do enoturismo. Além da concentração de cantinas, a presença de museus, restaurantes, hotéis, queijarias etc. ajudou a fazer do local um dos principais destinos turísticos do sul do Brasil, recebendo cerca de 150 mil pessoas anualmente (Milan, 2008). Como nota Valduga (2007), o crescimento do enoturismo na região já era observado antes mesmo da criação da IG e foi determinante para o sucesso desta. Seu reconhecimento, todavia, facilitou a comunicação com os turistas, institucionalizando a identidade do território (Niederle, 2009).

Finalmente, esta trajetória alvitra uma resposta dos atores locais às transformações em curso no segmento vitivinícola. A constituição de uma rede de pequenas e médias cantinas, e o foco no enoturismo como estratégia de mercado, foram os meios encontrados pelos atores locais para enfrentar o cenário de descapitalização e crise na agricultura que marcou os anos 1980 e início dos 1990 (Flores, 2007). Com vistas a encontrar uma alternativa frente ao poder das empresas e cooperativas, as quais ditavam as condições de produção e os preços pagos pela uva aos viticultores, algumas famílias mais capitalizadas investiram na construção de cantinas próprias e apostaram na diferenciação de mercado. Direcionando-se a um público consumidor específico que busca produtos de qualidade ligados às tradições e valores que identificam a região, essas cantinas levaram à cabo um intenso processo de transformações produtivas e institucionais, o qual iniciou com a criação da Aprovale e teve seu momento decisivo com a obtenção da Indicação de Procedência Vale dos Vinhedos (IPVV).

Criada em 1995 por seis cantinas⁶, atualmente a Aprovale conta com 31 vinícolas associadas e 28 sócios não-produtores, entre hotéis, pousadas, restaurantes, artesanatos, queijarias e outros. Desde sua constituição, a associação teve como propósito atuar na construção da IG. O projeto envolveu atores de diversos segmentos sociais e, segundo Flores (2007), foi responsável pelo surgimento de um “novo ambiente institucional”. Para o autor, a rede de atores e organizações públicas e privadas articuladas em torno do projeto alterou o jogo de poder existente no território, em particular pela importância assumida pela Aprovale. Apesar de não contar com todas as vinícolas locais associadas, e do grau de cooperação entre os associados ser relativamente pequeno, a associação tornou-se um dos mais importantes atores no território (Niederle, 2009). Isto é decorrência da presença de algumas das principais vinícolas regionais, o que permitiu à associação transformar o capital econômico destas empresas em capital político e, com isso, obter influência sobre outras esferas sociais, notadamente no que tange à destinação de recursos públicos.

Outra instituição que merece destaque nesta rede é a Embrapa, a qual teve seu leque de ação ampliado pela instituição da IPVV. De fato, a proposição inicial da IG parece mesmo ter partido da Embrapa. Em busca de alternativas no mercado de vinhos, as vinícolas apostaram em um conceito que estava sendo proposto pelos pesquisadores. Como afirma Tonietto (2005, p. 146), “a idéia de indicação geográfica para vinho foi, conceitualmente, estimulada pela Embrapa Uva e Vinho”. Seu papel-chave pode ser notado em dois momentos. Antes do reconhecimento da IG, ela esteve diretamente envolvida com os estudos técnicos para a construção das normas. Em seguida, tornou-se a principal responsável pela organização das avaliações físico-químicas e sensoriais dos vinhos.

⁶ Vinícolas fundadoras da Aprovale: Casa Valduga, Vinícola Dom Cândido, Laurindo Vinhos Finos, Casa Cordelier, Vinícola Miolo e Vinhos 15 da Graciema.

Além de um novo ambiente institucional, a IP também introduziu um conjunto de inovações e exigências técnicas/produtivas. Elas envolvem certas restrições em relação às variedades de uva e máximo rendimento por área, padrões de qualidade química e identidade organoléptica, tratos culturais e procedência da matéria-prima, entre outras determinações. Para a obtenção do “selo”, as vinícolas demandantes devem encaminhar solicitação específica para cada tipo de vinho ao Conselho Regulador da IP (estabelecido em 2001 com a função de “gestionar, manter e preservar a IG”). Na solicitação deve constar a comprovação da origem da uva (no mínimo 85% deve ser oriunda da área demarcada) e das condições de elaboração do vinho e engarrafamento. O vinho é submetido a testes sensoriais e organolépticos e a um Comitê de Degustação. Depois de avaliados aspectos da qualidade e tipicidade do vinho, o Conselho Regulador concede um selo que identificará as garrafas (Veja Box 02).

Box 02: Indicações geográficas, selos e certificações

É recorrente encontrar artigos, teses, reportagens e entrevistas que tratam as IGs como um tipo de certificação. Geralmente, é assim que os produtores consideram este instrumento, como também os pesquisadores o analisam. De fato, em determinadas situações, as normas concernentes a uma IG podem estabelecer processos de controle e avaliação que resultam em algum tipo de certificação e, não raro, na presença de um “selo” comprovando que o produto está em conformidade com o Regulamento de Uso. Como afirmam Letablier e Delfosse (1995, p. 108), o selo é o “meio de comunicação com os clientes e materialização da prova. O selo é o suporte material da reputação justificada”.

A utilização destes selos tornou-se recorrente nas IGs brasileiras, sendo que, geralmente, ele vem acompanhado de algum tipo de numeração de controle que permite a rastreabilidade do produto, isto é, a identificação do produtor, safra e lote. No caso da IP Carne do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional, por exemplo, o consumidor pode digitar este número de controle no site da associação de produtores e verificar todas as informações concernentes ao produto.

Entretanto, como instrumento de propriedade industrial, uma IG constitui um sinal distintivo específico para nomes geográficos reconhecidos através de um “registro” (Anexo 3). A proteção do nome pode ser apenas nominativa (caso da “Região do Cerrado Mineiro” para café) ou envolver uma apresentação gráfica semelhantes a estas referidas abaixo (Fig. 13).



Figura 13: “Selos” utilizados pelas Indicações de Procedência Vale dos Vinhedos, Pinto Bandeira, Paraty e Pampa Gaúcho da Campanha Meridional.

Fonte: Site das associações de produtores.

No Brasil, a “certificação” dos produtos de IG não é uma prática corrente. Ao menos não nos termos definidos pelo INMETRO, para quem a certificação está condicionada à existência de uma “terceira-parte”, isto é, uma entidade externa que executa a certificação a partir da avaliação de conformidade (casos especiais são aqueles referentes à “certificação participativa”). Na Europa, o processo de unificação da regulamentação entre os países do bloco estabeleceu a exigência de um

controle externo dos produtos (o que, no futuro, poderá gerar dificuldades ao reconhecimento das IGs brasileiras uma vez que este tipo de prática ainda não é previsto aqui). No entanto, o controle externo também não incorre necessariamente em procedimentos de certificação.

Outra diferença importante entre os sistemas brasileiro e europeu diz respeito à presença de selos que identificam o sinal de qualidade ao qual o produto se conforma. Na Europa, o mesmo processo de unificação dos sistemas nacionais em uma norma comunitária resultou na criação de selos específicos para identificar “Denominação de Origem Protegida” e “Indicação Geográfica Protegida” (Ver Seção 4.6). A utilização obrigatória destes selos visa padronizar a distinção do produto face aos consumidores e tem servido para promovê-los através de estratégias de *marketing* diretamente relacionadas ao sistema de qualificação, isto é, estratégias que buscam tornar as IGs um instrumento reconhecido pelos consumidores.

No Brasil, este tipo de identidade visual não possui similar. Alguns produtores e técnicos argumentam que ele poderia facilitar a comunicação com os consumidores e ajudar a desenvolver as IGs no país, na medida em que institucionaliza e torna público um sistema de qualificação ainda desconhecido dos consumidores. No entanto, discussões a este respeito estão pouco presentes à pauta das organizações governamentais e das associações de produtores. Cada associação tem optado pela utilização de representações gráficas próprias, o que contribui para fortalecer uma imagem territorial, mas pode confundir o consumidor que ainda não reconhece seu significado. Exemplo disso pode ser encontrado nos conflitos que foram produzidos em torno da utilização do selo de controle na IP Vale dos Vinhedos. De acordo com o Regulamento de Uso da IPVV somente podem utilizar-se da indicação de procedência os produtos elaborados dentro da área delimitada e submetidos aos procedimentos de controle (independente do produtor ser sócio ou não da Aprovale). Os vinhos aprovados utilizam a expressão “VALE DOS VINHEDOS – Indicação de Procedência” no rótulo e recebem um selo junto à cápsula da garrafa (Regulamento de Uso IPVV - Cap. III) (Fig. 14a).

No entanto, muitos produtores continuaram a utilizar o nome Vale dos Vinhedos no rótulo de garrafas de vinhos que não passaram pelos procedimentos de controle e, portanto, não estavam aprovados pelo Conselho Regulador da IP. Em alguns casos, omite-se a expressão IP para colocar apenas o nome do distrito Vale dos Vinhedos, justificando que o mesmo refere-se ao endereço da vinícola (Fig. 14b). Outros utilizam expressões como “produzido e engarrafado no Vale dos Vinhedos” (Fig. 14c). Há casos em que a uva sequer é elaborada no interior da área delimitada ou a cultivar não está autorizada pelo Regulamento, como é o caso da variedade Marselan (Fig. 14e).



Figura 14: Selo de controle da IPVV junto à capsula da garrafa (a) e rótulos com menção ao Vale dos Vinhedos (b,c,d,e).

Fonte: Site das vinícolas respectivas.

Este tipo de prática deslegitimou o selo enquanto instrumento de controle. Muitos produtores que tinham seus vinhos aprovados para a IP nunca o utilizaram, outros pararam de fazê-lo sob o argumento de que o consumidor não percebe a diferença entre os produtos. Assim, o uso do selo foi excluído do projeto de Denominação de Origem. O controle será feito diretamente na impressão dos rótulos das garrafas, as quais ganham um *desing* padrão para tornar o produto mais claramente discernível pelo consumidor.

Atualmente, o Vale dos Vinhedos é responsável por cerca de 20% da produção brasileira de vinhos finos. Segundo Caloête (2007), do total desta produção, 80% está concentrado nas três grandes empresas locais, assim definidas aquelas onde o volume ultrapassa 500 mil litros anuais: Miolo, Chandon e Casa Valduga. De certo modo, a divisão do mercado expressa uma parte da heterogeneidade de modelos de empresa existentes no interior do Vale. Enquanto as maiores empresas têm ocupado um espaço crescente dentro de segmentos mais tradicionais de mercado ligados ao grande varejo, e ampliado suas estratégias comerciais para atingir o mercado europeu, as pequenas vinícolas apostam em estratégias diferenciadas, mantendo a venda direta ao consumidor, sobretudo associada ao turismo, como o principal meio de comercialização. Nesta perspectiva de mercados diretos, uma estratégia que também tem adquirido importância é a comercialização via Internet.

A concentração e diferenciação do mercado também se refletem na dinâmica do território, revelando aspectos contraditórios de sua trajetória socioeconômica. O fato de o protagonismo empresarial estar associado à conformação de *cluster* vitivinícola fez desta experiência o laboratório de diversas pesquisas abordando a constituição de uma dinâmica endógena/territorial de desenvolvimento, baseada em confiança, capital social, empreendedorismo e inovação coletiva (Roese e Neis, 2007; Gollo, 2006; Caloête, 2007). Alguns destes estudos exaltam as qualidades do território, destacando como a cooperação foi capaz de produzir inovações sem afetar valores, tradições e costumes herdados de um passado quase idealizado (Valduga e Valduga, 2008).

Em outra perspectiva, Flores (2007) aponta os limites desta cooperação e as desigualdades que foram geradas ou acentuadas dentro do território. O estudo argumenta, por exemplo, que os investimentos em qualificação e reputação associados à criação da IG podem obedecer exclusivamente a interesses econômicos derivados da tentativa das vinícolas locais de obter competitividade no mercado de vinhos. Assim, o êxito de algumas vinícolas estaria levando à formação de uma nova elite econômica e a um processo de estratificação social cada vez mais intenso.

O aumento do preço das terras, que em alguns casos ultrapassa 500%, é um exemplo desta dinâmica. Apontado como uma das expressões do dinamismo econômico local (Tonietto, 2005), este fato é visto com apreensão entre alguns atores. A sobrevalorização fundiária acarreta a elevação do custo de oportunidade da exploração agrícola, tornando mais atrativo aos agricultores deixar a atividade e a zona rural, o que descaracterizaria o universo sociocultural e a paisagem; processo este já desencadeado pela expansão de empreendimentos imobiliários na região. Dentre os empreendimentos em curso, Valduga (2007) destaca o impacto proveniente da construção de um condomínio de luxo (Alto das Videiras) que possui parte dos seus 40 hectares de extensão no interior do Vale dos Vinhedos.

Outro evento alusivo do mesmo problema é relativo ao projeto de urbanização referido na introdução da tese. Empreendido com vistas a expandir a área do zoneamento urbano de Bento Gonçalves, o projeto começou a tramitar na câmara de vereadores em setembro de 2009, prevendo a utilização de 3,1 ha no interior do Vale dos Vinhedos para a construção de moradias populares. Duramente criticado pelas empresas locais, o projeto foi aprovado pelos vereadores, vetado pelo prefeito, mas, novamente deferido pela derrubada do veto no legislativo (atualmente o projeto encontra-se sob apreciação do Ministério Público). Ao longo de sua discussão evidenciou-se, por um lado, uma crítica cívica ao processo de apropriação privada dos recursos materiais e simbólicos do território pelas vinícolas e empreendimentos turísticos. A gradativa perda do vínculo social das empresas com os demais atores do território, sobretudo com os agricultores, fez com que esta crítica fosse proferida inclusive entre os atores locais, muitos dos quais permaneceram inertes face às mudanças que estão planejadas. Por outro lado, as vinícolas buscaram deslegitimar o projeto apelando não exatamente para as externalidades econômicas que se produziram no Vale dos Vinhedos nos últimos anos, mas, para justificativas domésticas, patrimoniais e cívicas relacionadas à defesa de uma paisagem vitícola e das tradições socioculturais que ela carrega consigo.

Para Flores (2007), o predomínio de uma perspectiva setorial com um forte sentido competitivo voltado para o mercado vinícola, está desgastando o “sentido de cooperação” entre os atores locais, sobretudo no que concerne aos agricultores, os quais são os principais ausentes das decisões e aqueles que menos se beneficiam das transformações em curso no território. À margem dos resultados econômicos, muitos agricultores estão, inclusive, optando pela produção de uvas americanas ou híbridas, o que colide frontalmente com a expectativa das vinícolas. Estas defendem que a região deve voltar-se prioritariamente (senão, exclusivamente) à produção de vinhos finos, uma vez que o “vinho comum” estaria comprometendo a imagem do território.

Em alguma medida, a corrosão do vínculo com a agricultura familiar pode ser percebida pela própria evolução dos símbolos utilizados pela APROVALE (Fig.15). Coletados em documentos públicos de diferentes períodos históricos, estas representações gráficas revelam como a Associação passou de uma referência explícita ao vitivinicultor (1997) para uma mais diretamente relacionada ao produto (2000) e à paisagem (2007). Neste caso, a serra, os vinhedos (em espaldeira!) e os plátanos conformam os elementos figurativos de destaque, conformando uma paisagem característica, cuja conservação está à prova das transformações econômicas e técnicas em curso na região (cf. Seção 6.3).



Figura 15: Logotipos utilizados em documentos da Aprovele em 1997, 2000 e 2007.
Fonte: APROVALE.

Ademais, mesmo que o vínculo com a viticultura familiar ainda seja reivindicado, ele é crescentemente questionado por uma “prova de realidade” decorrente do processo de integração vertical em curso em quase todas as empresas que estão se especializando em vinhos finos. O caso da Miolo é emblemático. Há uma década a empresa trabalhava com cerca de 80 fornecedores de uva da região, representando 450 hectares de vinhedos. Grande parte da produção era destinada à linha “Miolo Seleção”, um dos vinhos da categoria “básico luxo” elaborados pela empresa. Por sua vez, as categorias “ícone”, “ultra-premium” e “super-premium” eram produzidas com uvas provenientes basicamente de vinhedos próprios.⁷ Assim, quando a vinícola transferiu toda a linha “Miolo Seleção” para a Campanha Gaúcha, os fornecedores de uva tornaram-se dispensáveis. Hoje, a unidade do Vale dos Vinhedos trabalha com menos de dez fornecedores, visando, nos próximos anos, completar o processo de integração vertical.

No Vale dos Vinhedos, a Miolo pretende focar na produção de vinhos “mais qualitativos”, aptos à nova regulamentação da DO. Este também é o caso da maior parte das vinícolas, as quais justificam a integração vertical pela impossibilidade de obter uvas de qualidade no mercado *spot* ou através de mecanismos contratuais com fornecedores específicos. De fato, os contratos formais são preteridos por ambas as partes, decorrência principal de um histórico de conflitos concernentes à remuneração da uva.⁸ Ademais, dado o alto investimento em um novo vinhedo e seus retornos no longo prazo, um contrato incentivando, por exemplo, a reconversão de cultivares híbridas para viníferas, teria que cobrir várias safras, o que aumenta consideravelmente as incertezas e os custos de transação. Em outras regiões vitivinícolas, como no Languedoc, este tipo de reconversão foi possível em virtude da forte presença estatal, o que não ocorre no Brasil, onde o Estado reluta em assumir um papel ativo, avalizando e regulando contratos privados no setor de vinhos finos.

Hoje, a viticultura é um aspecto totalmente a resolver. Os “vinhedos exemplares” das vinícolas convivem com um sistema de produção de uvas que não atende aos requisitos da IG. Por sua vez, a compra de terras pelas empresas, alternativa possível para ampliar o processo de integração vertical, é obstada pela valorização fundiária. Com o preço do hectare entre 100 e 400 mil reais, o uso da terra torna-se mais atraente para investimentos turísticos: hotéis, pousadas, restaurantes, condomínios etc. colocando em risco a imagem que vincula o território à produção vitícola. As negociações referentes à produção da uva e ao uso da área

⁷ A vinícola Miolo desenvolveu um sistema interno de diferenciação qualitativa piramidal que envolve sete categorias ou linhas de produtos, as quais vão do “básico popular” ao “ícone”. Esta classificação é diretamente comunicada ao consumidor, atuando como uma estratégia de segmentação de mercado (vide site da empresa). Diversas outras empresas têm utilizado expressões similares (ícone, premium, super-premium etc.), as quais, até o momento, não possuem nenhuma regulamentação específica. Assim, dois vinhos “ícones” de empresas diferentes podem possuir diferenças qualitativas consideráveis, seja no que se refere ao preço, seja organolepticamente. Mais do que uma referência inerente ao produto, esta diferenciação de qualidade tem sido definida no mercado onde, como mostra White (2001), os competidores (empresas) observam-se uns aos outros para qualificar seus próprios produtos e definir suas estratégias.

⁸ Trata-se de um caso típico de desregulamentação do mercado. No final dos anos 1990, com a demanda por vinhos finos em alta e produção de uvas viníferas escassa, o preço pago ao agricultor chegou a custar R\$ 3,00 para as vinícolas. Além disso, dada a escassez, a matéria-prima era de baixa qualidade em vista de um rendimento excessivo dos vinhedos (cf. Seção 6.4). Nestas condições, as vinícolas viram-se obrigadas a ampliar a área de vinhedos próprios, buscando redução de custos e maior qualidade. Nos anos recentes, com a demanda pelo vinho fino brasileiro em queda, o preço pago pela uva vinífera despencou, aproximando-se daquele referente à uva comum, cerca de R\$ 0,60, cujos custos de produção são consideravelmente menores e o rendimento mais elevado.

para os vinhos da IG permanecem, portanto, na pauta das organizações locais, e poderão tornar-se ainda mais relevantes se a demanda pelo produto aumentar para além da capacidade atual das empresas no que se refere à produção vitícola.

4.2 Os novos projetos de IG na vitivinicultura brasileira

No primeiro capítulo observamos que a trajetória de desenvolvimento da Serra Gaúcha levou à formação de múltiplos “estilos de vitivinicultura”, seja em decorrência do modelo de produção adotado, seja em virtude da diversidade topográfica, edáfica e climática. Tal situação implica na existência de condições técnicas e geográficas distintas, resultando na possibilidade de obter-se uma diferenciação em nível das características e da tipicidade dos vinhos elaborados a partir de diferentes *terroirs*. Com base nesta constatação, nos últimos anos construiu-se um entendimento de que a Serra Gaúcha possui grande potencial para o crescimento do número de IPs para vinhos.

Seguindo a experiência do Vale dos Vinhedos, uma série de projetos de IGs para vinhos está em desenvolvimento. Dentre eles, o único que já resultou em um novo registro é o de “Pinto Bandeira”, nome reconhecido em julho de 2010 como IP para vinhos finos e espumantes.⁹

A diferenciação desta área de produção está associada a uma trajetória peculiar de desenvolvimento da vitivinicultura, a qual foi marcada pela presença de grandes empreendimentos vinícolas desde a década de 1930, quando se instalou no local um posto de vinificação da Companhia Vinícola Rio-grandense, e quando surgiu a Cooperativa Vitivinícola São João. Estes empreendimentos contribuíram decisivamente para disseminar variedades de *Vitis vinifera* e novas técnicas de produção, tornando a viticultura de Pinto Bandeira mais diretamente voltada à produção de vinhos finos (Flores *et al.*, 2005).

Em 1935, a criação do município de Farroupilha fez com que o mesmo anexasse a área onde encontra-se a sede da Cooperativa São João. Exatamente três décadas depois, 59 viticultores de Pinto Bandeira decidiram fundar a Cooperativa Pompéia utilizando as instalações da extinta Companhia Vinícola Rio-grandense. Por sua vez, em 1978, a Cooperativa Aurora adquiriu uma propriedade no distrito, onde fundou seu Centro Tecnológico de Viticultura. Ambos os eventos marcaram um novo salto tecnológico para a vitivinicultura local, o qual possibilitou à região contribuir para o que Tonietto (2003) definiu como início da terceira geração evolutiva da produção vitivinícola brasileira (incremento de qualidade e vinhos varietais).

A região de Pinto Bandeira distingue-se pela topografia e relevo acidentados, encostas íngremes e topos relativamente planos. O cultivo dos vinhedos ocorre em áreas com declividades superiores a 20% e em altitudes relativamente elevadas (entre 500 e 770 metros). As condições de solo e clima também tornam a fenologia da videira diferenciada. De modo geral, a colheita da uva ocorre até 30 dias após outras regiões vitícolas da Serra Gaúcha, o que influencia na obtenção de uvas e vinhos com características próprias. Segundo Flores *et al.* (2005), comparativamente ao Vale dos Vinhedos e outras regiões adjacentes, o microclima e

⁹ Pinto Bandeira é um distrito do município de Bento Gonçalves. Foi elevado à categoria de município em 2001, mas extinto por decisão do Supremo Tribunal Federal em 2002.

as condições de solo atribuem aos vinhos de Pinto Bandeira maior conteúdo tartárico e menores índices de acidez e cinzas (Flores *et al.*, 2005).

Os investimentos para a criação de uma IP remontam a formação da ASPROVINHO - Associação dos Produtores de Vinhos de Pinto Bandeira, em 2001. O Conselho Regulador foi instituído em 2004 e a elaboração dos primeiros vinhos de acordo com as normas estabelecidas para a IG, em 2005. O lançamento no mercado dos primeiros vinhos portando o selo da IP ocorreu em 2010, juntamente com o reconhecimento da IG. Atualmente, a Asprovinho conta com cinco vinícolas associadas, dentre as quais duas cooperativas de grande porte (Aurora e Pompéia) e três cantinas de pequeno e médio portes (Dom Giovanni, Cave de Amadeu e Valmarino).

O reduzido número de empresas talvez seja um dos maiores desafios para a sustentabilidade do projeto. Hoje, apenas as três cantinas particulares estão em condições de atender às normas do Regulamento de Uso da IP, vide os vinhos aprovados em 2010. Para adequarem-se às normas, as cooperativas ainda enfrentam problemas decorrentes da inexistência de estrutura para vinificação no interior da área (caso da Aurora) ou da disponibilidade de uvas viníferas aptas à vinificação (Pompéia). Em 2009, a vinícola Aurora iniciou uma reestruturação do Centro Tecnológico com vistas a readequá-lo à produção de vinhos espumantes, produto principal dentre os quatro aprovados pelo regulamento: espumante fino, espumante moscatel, tinto fino seco e branco fino seco. A intenção é reconverter os sistemas de produção vitícola e criar uma estrutura de elaboração no local (hoje, os vinhos são elaborados na sede da cooperativa no centro de Bento Gonçalves, fora da área demarcada). Note-se que, neste caso, mesmo a maior cooperativa vitivinícola do Brasil tem apostado em uma estratégia de integração vertical para a produção dos vinhos da IG.

Um segundo projeto em fase avançada de desenvolvimento é aquele referente aos produtores de Monte Belo do Sul, município na divisa com o Vale dos Vinhedos. O projeto é coordenado pela Associação dos Produtores de Vinho de Monte Belo do Sul (Aprobelo). Em 2004, um ano após a criação da Associação, foi instituída a Comissão Técnica responsável por elaborar a minuta da futura normativa de produção da IG (Tonietto *et al.*, 2008). Em 2005, já sob acompanhamento do Conselho Regulador, foram elaborados os primeiros vinhos em harmonia com as exigências técnicas estabelecidas. Atualmente, o projeto é acompanhado pelo INPI com vistas a cumprir as exigências necessárias para a solicitação de uma IP.

Monte Belo do Sul possui um desenvolvimento relativamente recente da produção vinícola. Historicamente, o município foi caracterizado por uma viticultura especializada na produção de uvas vinificadas por indústrias localizadas em outros municípios da região, sobretudo em Bento Gonçalves.¹⁰ Sendo assim, apesar da viticultura remontar ao período da colonização, a produção vinícola em escala comercial não tem mais de três décadas. Dentre as onze vinícolas associadas à Aprobelo nenhuma possui mais de 30 anos de existência.

Todas as vinícolas envolvidas no projeto são consideradas micro ou pequenas empresas. Trata-se de um universo com menor disparidade entre os agentes econômicos, com maior inserção da agricultura familiar e com uma estrutura de governança coletiva mais evidente, sobretudo em relação às estratégias de produção e inserção no mercado. Exemplo disto é a construção de uma unidade coletiva de elaboração e engarrafamento de vinhos. As

¹⁰ Desde sua formação Monte Belo do Sul integrou a área da Colônia D. Isabel. A partir de 1900, passou a ser considerado distrito de Bento Gonçalves, do qual se emancipou somente em 1992.

cantinas apostam na adoção de uma única embalagem por todas as empresas como forma de diminuir custos de produção e criar uma identidade em torno do produto.

Por sua vez, o projeto dos “Vinhos dos Altos Montes” é uma proposição da Apromontes (Associação de Produtores dos Vinhos dos Altos Montes) e congrega dez vinícolas localizadas nos municípios de Flores da Cunha e Nova Pádua. A associação foi formada no início de 2002 com objetivo de construir a IG. Juntamente com Farroupilha, este é um projeto em fase inicial, necessitando ainda de estudos referentes à caracterização e delimitação da área correspondente à futura IP, a criação do conselho regulador e a definição das normas e padrões de produção. A assinatura do termo de cooperação técnica entre a Apromontes e a Embrapa para a condução dos estudos foi feita em junho de 2009.

Nova Trento, como era denominada Flores da Cunha até 1935, possui longa tradição vitivinícola. Identificada pela presença da agricultura familiar e pela preservação dos valores, costumes, traços arquitetônicos e gastronomia dos imigrantes italianos, a cidade destaca-se por ser a maior produtora de vinho do país. No entanto, a produção sempre foi quase exclusivamente de variedades híbridas. Desde o final dos anos 90, tem havido um movimento para desenvolver o segmento de vinhos finos, expresso basicamente na formação da Apromontes e no projeto de IG. Os vinhedos de *Vitis vinifera* são jovens, tendo sido implantados a partir de variedades com “alto padrão tecnológico” (Tonietto *et al.*, 2008).

Por fim, o projeto da Associação Farroupilhense dos Produtores de Vinhos, Espumantes, Sucos e Derivados (AFAVIN) busca explorar a particularidade do município associada à concentração da produção de cultivares da uva moscato, a partir da qual são elaborados vinhos e espumantes moscatéis. O convênio entre a Associação, que representa 17 vinícolas locais, e a Embrapa para a elaboração dos estudos concernentes à IP foi assinado em maio de 2009, sendo que os mesmos deverão ser finalizados até 2012, resultando na demarcação da área e na definição das normas de produção e controle. Em outubro de 2010 foi realizada a primeira avaliação dos vinhos com vistas a identificar produtos potenciais para a IG. Isto passa pela identificação de um padrão sensorial que especifica os atributos recorrentes nos produtos, os quais passam a conformar um conceito relativamente integrado em relação ao qual deve-se tentar reduzir o “desvio padrão” qualitativo dos produtos.

Todos os projetos são coordenados pela Embrapa Uva e Vinho (Tonietto e Zanús, 2007). Como afirmamos acima, a proposição inicial das IGs para o setor vitivinícola brasileiro parece ter partido da entidade. Em busca de alternativas para retomar a competitividade no mercado, as vinícolas apostaram em um conceito que estava sendo proposto pelos pesquisadores (Tonietto, 2005). Assim, a Embrapa passou a coordenar e articular em torno de si um amplo conjunto de atores e organizações (Fig. 16), constituindo uma espécie de “ponte” através da qual circulam recursos e informações elementares para a constituição dos projetos.

É através da Embrapa que se articulam instituições públicas e privadas de pesquisa (UCS, UFRGS, IFRS) para formar um corpo de técnicos e especialistas responsáveis por formular projetos integrados de pesquisa e extensão. Os projetos são utilizados para angariar recursos financeiros (CNPq, Fapergs, Finep) para o desenvolvimento de estudos técnicos, através dos quais obtêm-se as informações básicas para subsidiar a construção das normas da IG em questão. Ao mesmo tempo, a Embrapa integra as associações de produtores em torno de um objetivo comum de valorização e regionalização da produção vitivinícola, definindo coletivamente qual produto estará à frente da identidade de cada território (espumantes em Pinto Bandeira; vinho tinto no Vale dos Vinhedos; moscatel espumante em Farroupilha etc.).

Por fim, a Embrapa também possibilita a ampliação da rede social, intermediando o contato entre os atores locais e organizações envolvidas com este tipo de certificação em nível nacional (MAPA, INPI, SEBRAE) e internacional (OIV). Aos poucos, uma fina sinergia de ações da Embrapa com o Instituto Brasileiro do Vinho (Ibravin) também tem feito com que o tema adentre na pauta das entidades setoriais (Uvibra, Fecovinho, Sindivinho etc.) e da própria Câmara Setorial do Vinho, órgão colegiado consultivo do Ministério da Agricultura. Em suma, a Embrapa constitui o ator relevante (*le grand*) desta *cit  * por projetos (Boltanski e Chiapello, 1999).

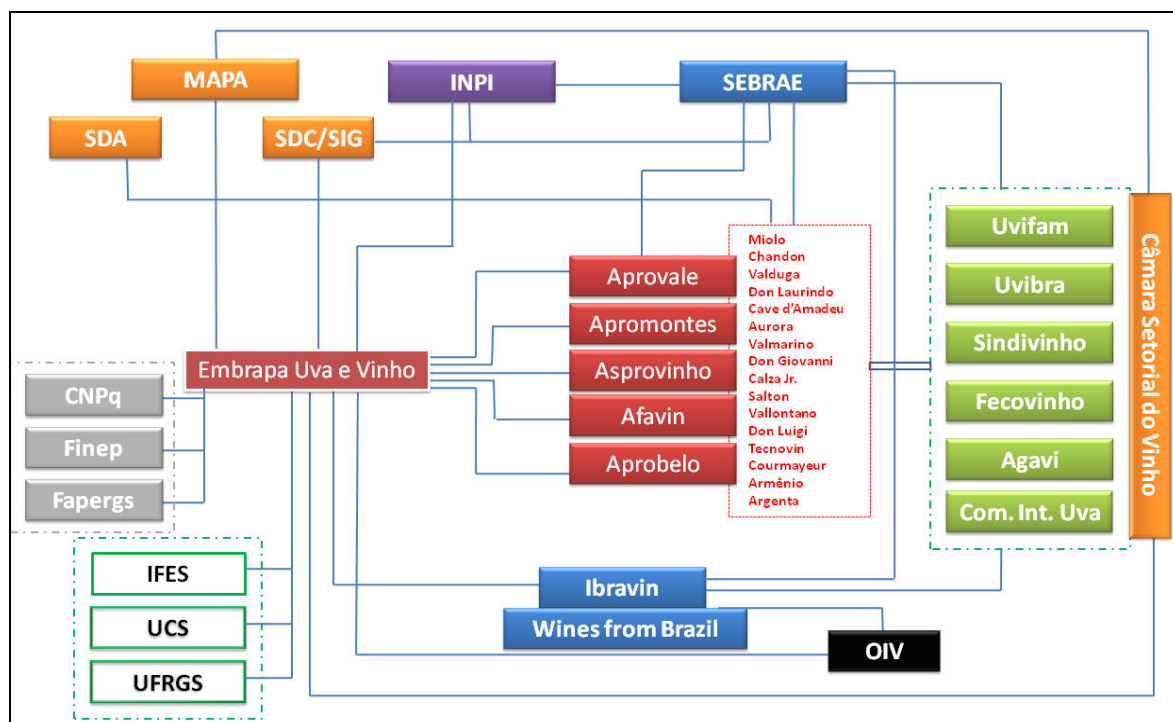


Figura 16: Rede de organiza  es nos projetos de IG para vinhos na Serra Gaúcha.
Fonte: elaborado pelo autor.

Além destes aqui referidos, existem outros projetos de IG para vinhos no Brasil que não discutiremos neste momento, mas que são oportunamente abordados no decorrer do estudo (eg. Vales da Uva Goethe, Vinhos de Altitude, Vale do São Francisco). São projetos que envolvem atores e organiza  es distintas e que, em alguns casos, trazem consigo uma crítica ao modelo de IG que vem sendo gestado no âmbito dos projetos até aqui apresentados. Antes de abordá-los cabe discutir algumas características gerais deste modelo.

4.3 Uma perspectiva evolucionista?

Desde sua forma  o, as a  es da Aprovale pautaram-se na constru  o de uma “Denomina  o de Origem” para o Vale dos Vinhedos, o que    evidente pela própria ata de constitui  o da entidade, que data de 04 de julho de 1994. Segundo o documento, a Associa  o “visa a promo  o do desenvolvimento da região de mesmo nome, explorando seus potenciais turísticos, de produ  o de vinhos de qualidade e futuramente a cria  o de uma

zona de Denominação de Origem”.¹¹ No entanto, em 2000, os associados definiram que a primeira demanda a ser encaminhada ao INPI concerniria a uma “Indicação de Procedência”. Somente em 2010, oito anos após o reconhecimento da IP Vale dos Vinhedos, os produtores retomaram o projeto original e solicitaram uma DO. Qual razão levou-os a agir neste sentido?

São vários os fatores que devem ser ponderados para responder esta questão. Em primeiro lugar, deve-se notar que, em 1994, não existia um aparato legal no Brasil em relação a este instrumento de propriedade industrial. A lei que define as IGs e as subdivide em IP e DO foi criada dois anos depois (Lei n. 9.729/96). Portanto, os produtores não poderiam definir de antemão qual mecanismo seria mais adequado aos seus objetivos. Considerando-se que, no mundo dos vinhos, as Denominações de Origem são mais renomadas, é natural que os produtores fizessem menção a este tipo de proteção. Em seguida, houve uma apreensão gerada pelo indeferimento do primeiro pedido de DO para produtos nacionais, protocolado junto ao INPI pelo Conselho das Associações dos Cafeicultores do Cerrado (CACCER), em 1998.¹² Por fim, e talvez de modo ainda mais relevante, os pesquisadores envolvidos na construção do Regulamento de Uso da futura IP consideravam que o projeto não continha informações suficientes para o pedido de uma DO, sobretudo no que diz respeito ao vínculo do produto com o *terroir*. Isso é particularmente evidente nas considerações apresentadas por um destes pesquisadores:

Quando se começou o projeto, a idéia sempre foi a Denominação de Origem. O projeto inicial era para DO. Mas logo no início do projeto, em função de mudanças na equipe, eu já tinha claro que não se atingiriam os resultados necessários para uma Denominação de Origem. [...] Ficou evidente para mim que nós não tínhamos a informação suficiente para uma DO porque dentro das IGs a DO exige, do ponto de vista legal, no Brasil, a vinculação do produto com o terroir (Pes-VV).

Outro pesquisador alude para um receio de que o conceito de IG não estivesse suficientemente “internalizado” entre os produtores. A IP deveria, em primeiro lugar, servir como um instrumento de organização dos produtores, incitando-os a avançar coletivamente em um projeto de qualificação do produto. Nesta época, os dois maiores desafios eram, de um lado, sedimentar um conceito ainda nascente no Brasil e, de outro, organizar um grupo de produtores dentro de um setor onde as ações coletivas esbarravam em um histórico de conflitos entre os diferentes atores da cadeia produtiva, vide as discussões referidas acima sobre o preço da uva. Deste modo, decidiu-se que o melhor caminho seria “galgar etapas”. Aproximou-se o projeto o tanto quanto possível das exigências de uma DO, mas a demanda foi encaminhada para uma IP que, na visão dos atores locais, é um instrumento mais flexível e com menos exigências.

De saída, a gente achou que era melhor ir galgando etapas para sedimentar bem e, principalmente, internalizar esses conceitos entre os associados. Seria uma etapa de construção de certas coisas para não pleitear diretamente uma DO. Na concepção das Indicações de Procedência a gente

¹¹ Apesar da reunião de constituição da Aprovale ter ocorrido em 1994, seu estatuto foi registrado oficialmente somente no dia 10 de agosto de 1995.

¹² Um ano depois a entidade entrou com o pedido de uma IP, a qual foi reconhecida em maio de 2005. Em novembro de 2010, o CACCER retomou o projeto da DO, protocolando novo pedido no INPI.

vê lá que elas podem – com alguma coisinha a mais – elas já podem ter a DO. Então, todo o processo foi feito neste sentido. Não necessariamente a coisa tenha que ser assim, mas, à princípio, a intenção era essa (Pes-VV).

Este tipo de construção permitiu ampliar a APROVALE e fortalecê-la enquanto fórum de debate e construção de instrumentos de coordenação coletiva. Ao mesmo tempo, foi gestado um compromisso entre os atores locais, cujo pressuposto básico sustentava que a IP deveria ser utilizada como catalizador de transformações técnicas que aprimorassem a qualidade do produto, sem o que a futura demanda da DO estaria comprometida.

Sendo assim, também era imprescindível definir o rumo que estas transformações deveriam tomar, visto que elas afetariam diretamente a tipicidade do produto e, portanto, seu vínculo à origem. O período entre o reconhecimento da IP e a solicitação da DO foi utilizado para uma série de estudos que aportaram os elementos essenciais às decisões de cunho “técnico”: escolha das cultivares, métodos de produção da uva e vinificação, formas de controle etc. À medida que os estudos geravam resultados, as técnicas eram aprimoradas, e *vice-versa*.¹³ O objetivo era encontrar o vinho que melhor expressasse as condições do *terroir*:

Quando começaram as reuniões do Conselho Regulador, quando se elaboraram as normas e tal, eu disse na primeira reunião: nós precisamos de dados, porque não se tem nada até agora. E ficou provado que nós não podíamos fazer a denominação de origem porque nós não tínhamos informação. Estas variáveis de avaliação organoléptica, por exemplo, tudo isso tem que ser armazenado. E, depois de 7-8 anos, o que isso evidenciou? Isso mostrou qual o vinho que sai de lá. Mas aí não sou eu quem diz. Ali você tem uma avaliação específica, técnica, do vinho. Você tem descritores que vão dizer qual é a característica técnica do produto, do vinho, que estão relacionadas com este território, este terroir (Pes-VV).

O mesmo princípio foi traduzido aos demais projetos: ASPROVINHO, APROBELO, APROMONTES, AFAVIN. Em um dado momento, todas as associações vivenciaram discussões similares à respeito do tipo de distinção que seria requerido. Alguns produtores avaliaram que, em face do novo contexto em que os projetos se inseriam, já era plausível pensar na demanda de uma DO. Na base deste argumento encontravam-se justificativas alegando que (1) as IGs já haviam se tornado um instrumento reconhecido no Brasil; (2) os produtores e técnicos já se apropriaram dos conceitos-chaves e; (3) já existiam estudos com resultados suficientes para comprovar a existência de características qualitativas diferenciadas no produto como decorrência dos aspectos geográficos da área em questão.

Na IP Pinto Bandeira, o dossiê encaminhado ao INPI conta com uma caracterização relativamente detalhada das características físicas do *terroir*, as quais permitiram, inclusive, uma demarcação de área que define limites mínimos de altitude para a elaboração de “vinhos típicos”. O item 3 do documento intitulado “Descrição dos Produtos e Características dos Vinhos”, apresentado junto ao referido dossiê é emblemático em definir que “as condições específicas de clima, relevo e solo (...) atribui aos vinhos e espumantes uma tipicidade peculiar quando comparados aos de outras regiões vitícolas do Brasil e do mundo” (p. 2). De fato, a argumentação apresentada recai, recorrentemente, na definição de uma DO.

¹³ Para uma análise global das inovações que foram processadas neste período, veja Gollo (2008) e Gollo e Castro (2007).

Um dos técnicos que participou da construção do projeto manifesta sua discordância, à época, em relação à demanda da IP. Segundo o mesmo, as condições para o reconhecimento de uma DO já estavam atendidas (e preliminarmente reconhecidas pelo INPI).

Eu queria isso, solicitar uma DO. (...) Porque, legalmente, não precisaria necessariamente uma para ter a outra. Foi o que eu pressionei. Eu disse: olha, o que nos interessa é a DO. Mas, não sei porque cargas d'água eles preferiram... acharam que era necessário primeiro fazer uma IP para depois passar para a DO. Eu, particularmente, teria ido diretamente para a DO porque a gente já estava com todo o projeto da DO pronto e os documentos, até onde eu tenho conhecimento, da IP são os mesmos. A própria senhora do INPI questionou isso. Ela disse: olha, por que vocês não partem para a DO? (Tec-PB).

Em outro sentido, uma série de justificativas foi apresentada em prol da Indicação de Procedência. Em primeiro lugar, argumentou-se que, assim como no caso da APROVALE, as novas associações não exibiam nível de organização suficiente para sustentar um projeto de DO. Cabe lembrar que, em Pinto Bandeira, no primeiro ano após reconhecimento da IP, somente três vinícolas tiveram seus vinhos aprovados. É possível que um regulamento mais restritivo efetivamente inviabilizasse a Denominação de Origem enquanto projeto coletivo. No caso de Monte Belo do Sul, há um problema em relação ao pequeno número de cantinas com capacidade de elaborar e engarrafar os vinhos, o que também poderia tornar-se um obstáculo a um projeto de DO que exija que todos os processos sejam realizados no interior da área delimitada.¹⁴

Um segundo argumento diz respeito aos conflitos que o reconhecimento de uma DO para alguns destes novos projetos poderia suscitar em relação às empresas do Vale dos Vinhedos. Estas empresas sempre reivindicaram para si os méritos da “primeira” IG para vinhos no Brasil, tal qual os produtores de arroz do litoral norte gaúcho começam a fazer em relação à primeira DO nacional, registrada em 2010. Isto significa que houve um enorme investimento econômico, político e simbólico para levar o projeto adiante. Muitos produtores do Vale dos Vinhedos foram convencidos de que não havia condições para a demanda direta de uma DO. Se isto ocorresse nas novas regiões, um movimento de crítica e contestação poderia começar a desgastar a rede que foi construída em torno dos projetos e, sobretudo, a posição da Embrapa enquanto coordenadora dos mesmos.

Por fim, ainda havia um argumento segundo o qual, embora mais detalhadas do que outrora, as informações produzidas acerca destas novas áreas continuavam insuficientes para atender as exigências de uma DO. Partindo geralmente dos pesquisadores, esta consideração carregava consigo um argumento de autoridade que não era facilmente desconstituído. Afinal, quem poderia dizer se os resultados dos estudos técnicos eram ou não satisfatórios?

Ao fim e ao cabo, prevaleceu um entendimento de que todos os projetos deveriam passar por uma etapa preliminar (a IP) antes de alcançar a almejada DO, mesmo que, cada vez mais, os dossiês encaminhados ao INPI contenassem um amplo conjunto de informações que dizem respeito especificamente às exigências de uma DO. Este entendimento é presente no

¹⁴ “Em Monte Belo há uma indústria muito incipiente ainda. Como propor um projeto de uma DO, que cria todo um aparato, toda uma exigência, um custo muito superior ao de uma IP, se você não tem ainda certeza? E, socialmente, para eles, criar uma expectativa... Eu, pessoalmente, acho que é pertinente não se dar o passo maior do que a perna” (Pes-VV).

discurso de vinicultores e pesquisadores, como revelam os estratos reproduzidos abaixo, os quais também deixam transparecer outros elementos importantes, a saber: uma compreensão particular acerca do vínculo entre DO e reputação (2); uma visão da proteção aferida pela DO diretamente associada a um sistema normativo mais restritivo (3 e 4); a importância concedida à comprovação técnica das variáveis de diferenciação qualitativa (5).

Indicação de Procedência é o caminho para a denominação de origem, é o caminho inicial (Vin-GB). (1)

Eu sempre digo para o pessoal: uma DO? Por que não começar por uma IP? Começar certinho, desde a base, da Indicação de Procedência... sair bem da indicação, fazer um nome. Quando o pessoal começar a conhecer e dizer: olha, vinhedos de Monte Belo! Aí sim, virou uma denominação de origem (Vin-MB). (2)

Toda essa parte de conscientização leva um tempo e tem que ser muito divulgada. A sociedade tem que conhecer isso. Então, o primeiro passo que se fez, é uma indicação de procedência. A migração de uma indicação de procedência para uma denominação de origem é muito simples. É só tu estreitar um pouco mais algumas normativas e você já tem uma denominação de origem (Vin-PB). (3)

Na verdade, a IP funciona aqui no Brasil, mas lá fora, na Europa, não é uma coisa que chama a atenção como uma DO. A DO é um pouco mais fechada. A IP é uma coisa mais abrangente, não é tão... Se bem que nós fizemos uma IP que parece uma verdadeira DO, é uma verdadeira DO. Só faltaria praticamente trocar o nome, porque as exigências que são feitas é de uma DO (Vin-PB). (4)

Olha, da forma que a gente fez o projeto, segundo especialistas, a gente poderia até tentar uma DO direto. Poderia. Mas, dizem que tem que ter todo um estágio que seria a Indicação de Procedência em que primeiramente você vai trabalhando e vai se adequando e vai chegando numa sintonia fina, se aprimorando cada vez mais para chegar em uma Denominação de Origem. Até porque, para você saber qual a melhor variedade, qual o comportamento... não existe isso hoje. Então, a gente tem que ter alguns anos de experiência, várias safras, para conseguir dizer (Vin-PB). (5)

Este tipo de compromisso possui implicações diversas sobre o desenvolvimento das IGs, dentre as quais a principal diz respeito à própria concepção dos sinais distintivos relacionados à origem. 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. Elas protegem aspectos de propriedade imaterial diferenciados: reputação ou características qualitativas específicas (cf. Introdução).

Mas, para serem efetivas, as leis estão à mercê de um imperativo de interpretação por atores situados em contextos específicos. Nenhuma norma é transparente a si mesma. Elas são apreendidas em situações particulares. Assim, questões que hoje permanecem em aberto na legislação, são respondidas com base em concepções valorativas negociadas dentro das redes correspondentes aos projetos. A reputação de um nome geográfico é uma exigência apenas

para o reconhecimento de Indicações de Procedência? Quais características qualitativas podem definir uma Denominação de Origem? Tradição e saber-fazer podem ser considerados características qualitativas distintivas? Quais são os instrumentos de prova desta distinção? Estas indagações estão tornando-se cada vez mais presentes ao cotidiano das organizações que trabalham com IGs e, embora muitas delas possuam definições construídas, um entendimento coletivo ainda está sendo negociado.

Esta não é, todavia, uma especificidade ao recente sistema brasileiro de IGs. São questões com as quais produtores e técnicos do “velho mundo” continuam se defrontando, sobretudo com as mudanças decorrentes da harmonização do sistema IGP/DOP no âmbito comunitário. Em setembro de 2010, uma discussão entre pesquisadores franceses trouxe à tona alguns aspectos desta temática. Debatendo questões relativas à pertinência de fundar o reconhecimento de uma região e de um produto apenas em sua reputação ou em um saber-fazer tradicional, três especialistas em IGs revelaram diferentes interpretações sobre o estatuto destes signos de qualidade e origem.¹⁵

Sim, parece-me desejável reconhecer a força dos fatores humanos, mas então (...) trata-se de conferir um nível de proteção diferente para AOC e para IGP. E explicar ao consumidor que as matérias-primas podem vir de alhures, mas que o saber-fazer de fabricação (que deve de qualquer modo ser sofisticado) é localizado e único! (Pesquisador A).

De fato, parece-me que o saber-fazer deve ser - sofisticado (...), compartilhado dentro de um coletivo de atores, transmitido, localizado, nomeado, reputado. A avaliação e a validação destes critérios coloca problemas, evidentemente! Poderemos, então, proteger (eu não compreendi ainda no que a proteção do uso do nome pode ter vários níveis???) o nome de todos os produtos artesanais (e não industriais posto que o saber-fazer deve ser compartilhado), alimentares ou não, cuja matéria-prima provirá de qualquer parte (Pesquisador B).

Ele [em referência ao pesquisador A] lamenta que, entre IGP e AOP, o nível de proteção seja o mesmo, enquanto que a natureza do vínculo à origem/ao lugar é diferente. O nível de proteção, ele é o mesmo, e muito forte, na legislação européia. Este não é necessariamente o caso em outros lugares, e existe, portanto, níveis diferentes de proteção de um nome (...), enquanto que em outras legislações isto seria admitindo com o pretexto de que o consumidor não será enganado uma vez que a verdadeira procedência está indicada (Pesquisador C).

Estes estratos revelam os termos nos quais desenvolve-se o debate fora do contexto brasileiro e, principalmente, em face de uma legislação européia consolidada por décadas de reformas nos sistemas de indicação geográfica. Isto para afirmar o quanto é remoto, atualmente, um entendimento irrefutável do estatuto jurídico das IGs. Tal situação é ainda mais manifesta no setor vitivinícola francês, haja vista que o mesmo ainda convive com uma classificação de “*Vin de Pays*”, um tipo de IG que, no âmbito europeu, passou a ser reconhecida como IGP. Ao longo do tempo, o *Vin de Pays* sempre foi considerado um nível qualitativo inferior em relação ao sistema AOC. Assim, muitas regiões e produtos

¹⁵ As passagens a seguir são oriundas de comunicações pessoais (e-mails) recebidas pelo autor dia 16 de setembro de 2010. Os trechos foram alterados apenas para omitir citações nominais.

percorreram o mesmo trajeto desenhado para as IGs brasileiras. Primeiro foram alçados ao estatuto de *Vin de Pays*, saindo da categoria genérica de vinhos de mesa. Com isso, conseguiram obter reputação e promover melhorias qualitativas no produto, sendo conferida a eles a possibilidade de demandar uma AOC. Como resumiu um dos técnicos do Comitê Interprofissional dos Vinhos do Languedoc (CIVL), “*se você tem um bom Vin de Pays, talvez um dia você chegue à AOC*” (Tec-LG).

Seja como for, a questão não é decidir entre o “certo” e o “errado”, entre a legislação e sua interpretação pelos atores. O desafio à análise social é compreender em que medida o descompasso entre um instrumento jurídico (a lei) e as opções pragmáticas operadas pelos atores podem colocar obstáculos à estabilização de um sistema de indicação geográfica. As questões a este respeito são variadas: a “evolução” da IP para uma DO traz consigo a exigência de um novo nome? E os investimentos que foram realizados para construir a notoriedade do nome, eles seriam completamente perdidos? A IP segue existindo após a criação da DO? Se estes instrumentos protegem aspectos diferentes, como um pode simplesmente substituir o outro? Como uma IP pode ser legalmente extinta? E se, após a criação da DO, algum produtor que permaneceu fora da nova área delimitada, ou não cumpre as novas normas de produção, reivindicar o uso da IP? Afinal, quem detém a titularidade do nome?

Estas questões começam a ser pautadas (ou rediscutidas) a partir dos eventos mais recentes, sendo a demanda de DO feita pela Aprovele o mais relevante porque trouxe o problema à tona. No entanto, o mesmo debate concernirá todos os projetos que trabalham com o que chamamos aqui de “perspectiva evolucionista”, isto é, a compreensão de que a IP constitui uma etapa de organização dos produtores e qualificação do produto que permitiriam “evoluir” às condições consideradas necessárias à demanda de uma DO. No decorrer da tese, algumas considerações serão feitas sobre estas questões. Elas restam, contudo, em aberto. Caberá a trabalhos futuros interpretar justificações que estão emergindo neste momento e sobre as quais não teremos condições de versar.

4.4 A delimitação da área geográfica

A delimitação da área geográfica correspondente à IG é um dos temas mais controversos de todo processo de negociação. “É no curso desta etapa que se define o consenso local, que se testa a coesão do grupo” (Letablier e Delfosse, 1995, p. 101). Em si, esta definição constitui um processo de exclusão, onde o que está em jogo nem sempre são as características socioculturais e naturais distintivas do território em relação aos demais, mas a construção de um compromisso capaz de sustentar a confluência de interesses entre os atores envolvidos.

Em todo o mundo, as experiências de IG demonstram que os atores procedem de diferentes formas na definição da área. Falcade (2005) discorre sobre dois casos típicos de denominações de origem para vinhos. Em Champagne os limites foram fixados pela existência de vinhedos no momento da demarcação. A escolha incorreu em uma forma de institucionalização que “cristalizou o passado”, reconhecendo o que, até aquele momento, havia se constituído pela interação dos fatores físicos e humanos. Segundo a autora, esta prática também foi adotada por várias outras IGs européias, sobretudo até meados do século

XX, quando novos critérios de classificação começam a ganhar maior proeminência.¹⁶ Critérios estes que estão na base da segunda forma de delimitação referida, a qual diz respeito, por exemplo, à Ribeira del Duero, Espanha. Mesmo apresentando uma vitivinicultura tradicional, as práticas de produção encontradas nesta região não estavam de acordo com as exigências de qualidade pretendidas pelos produtores e técnicos. Assim, optou-se por um levantamento das condições ambientais e, fundamentados basicamente na variável “solo”, foram delimitados os espaços de produção da uva.

De acordo com Casabianca *et al.* (2005), limitar-se a este tipo de critério é a expressão de uma visão tecnicista, positivista e reducionista do *terroir* que está associada a um imperativo de comensurabilidade. Descartando tudo aquilo que não é objetivável, esta visão muitas vezes opera como se elementos socioculturais não existissem: “o que não sabemos medir, não existe” (Casabianca *et al.*, p. 13). E, para além disso, como se as definições “técnicas” não envolvessem um processo social de negociação entre os atores em relação aos parâmetros que serão considerados e aqueles que devem ser descartados. Como notam Letablier e Delfosse (1995, p. 101), muitas vezes “a delimitação resulta mais de uma lógica econômica associada à presença de empresas, do que de uma definição científica”.

Desde uma perspectiva social-construtivista seria necessário conjugar às análises sensoriais, organolépticas, pedológicas e climatológicas os elementos valorativos que estão na base do conhecimento “técnico”, mas não se resumem a ele. As técnicas e os objetos representam aspectos visíveis da cultura e estão intrinsecamente relacionados aos fatores socioculturais (Douglas e Isherwood, 2004). Contudo, existe um amplo conjunto de elementos imateriais que também são constituintes dos mecanismos de qualificação e reputação, mas que não são mecanicamente apreendidos através de testes e baterias de análises quantitativas.

Na Serra Gaúcha, em alguma medida, as primeiras proposições acerca da construção de uma IG regional reconheciam o modo como estes fatores “subjetivos” operavam. O que estava em jogo não era a definição de uma área homogênea do ponto de vista dos fatores naturais ou da identidade do produto, mas um recorte específico que pudesse institucionalizar a reputação que a região como um todo construiu em mais de um século de vitivinicultura.

Colonizada por imigrantes provenientes da mesma região italiana, os sistemas de produção eram relativamente similares em toda a região (cultivares, modos de condução, técnicas de vinificação). Foi ao longo do tempo que se processou uma diferenciação entre os municípios e as comunidades, como atestam os próprios projetos de IG. Constituíram-se modelos de vitivinicultura variados e formações socioculturais heterogêneas, mas uma unidade específica em torno de elementos socioculturais que estavam presentes desde a ocupação e colonização do território: um dialeto, uma gastronomia e uma reputação, todos reafirmados (e transformados) ao longo de gerações. Assim, um dos desafios colocados ao conjunto dos atores envolvidos na construção dos projetos era compreender como a imagem do produto e do território poderia ser mobilizada para a demarcação de uma área, cuja diversidade interna não suplantava as características de uma identidade coletiva.

Atualmente, existe um entendimento mais ou menos generalizado de que o projeto “ideal” teria sido a criação inicial desta indicação de procedência regional para a Serra Gaúcha, visto que, à época, esta era a zona de produção que sustentava uma reputação já

¹⁶ Na França, a ocupação alemã durante a segunda guerra incitou a demarcação de diversas IGs deste modo. O reconhecimento como AOC ajudava a limitar a requisição dos vinhos para destilação pelas tropas alemãs. Na região da Côte D’Or (Bourgogne) há vários decretos que datam desta época.

estabelecida. A partir dela poderiam ser reconhecidas áreas menores de Denominação de Origem, demarcadas pelo reconhecimento gradual de características diferenciais de qualidade.

Já discutimos porque este projeto regional não foi adiante no início dos anos 1990. É possível, contudo, que o caminho inverso se mostre viável no futuro: inicialmente, definem-se diversas áreas menores enquanto IP ou DO e, a partir daí, criam-se as condições organizacionais e técnicas para a construção de uma IG regional que abarque todas as demais (como veremos no caso do Languedoc). Para tanto, além de um acordo político, também são necessárias inovações institucionais, haja vista que, no momento, não existe regulamentação no Brasil à respeito da possibilidade de sobreposição de áreas entre diferentes IGs. Se, por um lado, nenhuma norma proíbe isto, por outro, nada define como os atores podem proceder.

Seja como for, as escolhas que foram efetivamente processadas dizem respeito à demarcação de áreas específicas no interior da Serra Gaúcha. No quadro abaixo, pode-se verificar os critérios que foram utilizados nos projetos das Indicações de Procedência Vale dos Vinhedos, Pinto Bandeira e Monte Belo.¹⁷ Um primeiro aspecto a ser notado é o tamanho das áreas demarcadas, sobre o qual incidiram algumas críticas. No caso do Vale dos Vinhedos, a área demarcada de 81 Km² corresponde a 13,3% da área total dos três municípios envolvidos (Milan, 2007). Para alguns produtores e técnicos, este nível de restrição é incapaz de refletir especificidades marcantes nos vinhos produzidos entre uma zona e outra.

Eu acho exagerado querer fazer Denominação de Origem de uma região tão pequena. A meu ver não tem tanta diferença que explique ter uma denominação aqui, outra em Pinto Bandeira e outra em Farroupilha. (...) Se continuar desse jeito, daqui dez anos vai ter oito denominações de origem, uma pertinho da outra e tudo mais ou menos igual. Se tu provas um vinho de um lugar e de outro, qual a diferença que tem? É a mesma coisa (Pes-VV).

Quadro 04: Delimitação da área geográfica.

Indicação Geográfica	Extensão da área	Municípios abrangidos	Limites geográficos
Vale dos Vinhedos	81,1 Km ²	Bento Gonçalves, Garibaldi e Monte Belo do Sul.	Limites estabelecidos pelas encostas e pontos altimétricos da linha do divisor de águas.
Pinto Bandeira	81,4 Km ²	Distrito de Pinto Bandeira no município de Bento Gonçalves e parte de Farroupilha	A demarcação privilegia áreas com altitude igual ou superior a 500 metros.
Monte Belo do Sul	50,5 Km ²	Monte Belo do Sul, Bento Gonçalves e Santa Tereza.	A delimitação inclui patamares com altitudes iguais ou superiores a 400-450.

Fonte: Elaborado pelo autor com base nos Regulamentos de Uso das IGs mencionadas.

Em que pese a possível validade do argumento no que tange à tipicidade dos produtos, ele perde força em face dos exemplos encontrados nas mais diversas regiões produtoras mundiais. Estas regiões revelam uma enorme heterogeneidade relativa à área demarcada para as IGs, o que se reflete de modo proeminente nas próprias AOCs francesas. Château-Grillet, no Vale do Rhône, possui uma área de 3,4 hectares. É uma das menores IGs de vinhos na

¹⁷ No caso de Monte Belo do Sul, a IP ainda não foi solicitada, de modo que a área refere-se a demarcação preliminar divulgada pela APROBELO.

França. Ao seu lado encontram-se diversas denominações com tamanhos os mais variados: 700 ha em Saint-Joseph; 75 ha em Cornas; 3.200 ha em Châteauneuf-du-Pape e; 45 mil ha na denominação regional Côtes-du-Rhône.

O que talvez pudesse ser argumentado, neste sentido, é que as experiências brasileiras estão definindo áreas restritas que não satisfazem ao tipo de definição concernente a uma IP (pode-se, por exemplo, questionar a existência de uma reputação estabelecida para estas áreas). Como já aludimos, até agora os projetos têm intencionalmente trabalhado com restrições similares àquelas que se imaginam para as DO, o que cria um efeito de exclusão mais forte.

Um segundo aspecto relevante no quadro acima é que as áreas não coincidem com os limites geopolíticos dos municípios ou distritos. Diferentemente de outras regiões e países, como Beaujolais e Languedoc na França ou Rioja na Espanha, onde a área é definida pelas fronteiras oficialmente reconhecidas de vilas e comunas no seio dos municípios, no Brasil, as IGs têm prezado por definições fundadas em critérios de diferenciação ecológica.¹⁸ Os contornos de um vale no caso do Vale dos Vinhedos. A altitude em Monte Belo do Sul e Pinto Bandeira.¹⁹ Isto decorre da adoção de uma perspectiva técnica que enfatiza as características físicas do *terroir* (altitude, declividade, tipo de solo etc.).

A adoção destes critérios está diretamente relacionada à importância conferida, por exemplo, à fenologia da videira, o que se reflete no tipo de especificidade que é colocada em evidência para justificar as áreas demarcadas. Assim, conforme aludem Tonietto *et al.* (2008), o ciclo produtivo diferenciado da videira constitui um dos principais diferenciais da vitivinicultura de Monte Belo do Sul. De acordo com os autores, a menor altitude faz com que os estágios de brotação, floração, mudança de cor das bagas e maturação da uva ocorram, de modo geral, antes de outras regiões vitícolas da Serra Gaúcha, possibilitando com isso a elaboração de produtos distintos (uma constatação que ainda permanece *à prova* dos testes químicos e sensoriais). Segundo a entrevista abaixo reproduzida, um dos pesquisadores associados ao projeto de Monte Belo do Sul resume a questão, esboçando uma justificativa que associa os limites desta compreensão técnica à urgência dos projetos:

No Vale dos Vinhedos foi a questão do “divisor de águas”. Então, um critério basicamente geográfico. Agora, nos novos projetos, já tem alguns critérios mais restritos, em função da altimetria, ou em função da distribuição geográfica da uva. Mas, para dizer que o vinho de Monte Belo é diferente do vinho de Pinto Bandeira é necessário fazer alguns estudos bem mais detalhados, aprofundados, porque não vai ser tão gritante assim as diferenças, por causa de toda a tecnologia de vinificação. Então, pode não ter tanta diferença como a gente imagina, mas algumas características diferentes sempre existem. [...] O que se faz é o seguinte: uma vez delimitada a região e caracterizado o solo dentro dela, se começa a trabalhar com sobreposição de cartas de solo, altimetria, clima... e tu vai vendo mais ou menos onde saem os melhores locais de produção.

¹⁸ Estes critérios também estarão presentes nos casos europeus acima referidos, mas, sobretudo, para diferenciações internas à área mais ampla (geralmente na definição de “parcelas” específicas).

¹⁹ “O critério de Monte Belo é bem diferente. Como não tem um relevo que tu possa fazer pelo divisor de águas, então não tem como fazer assim. A gente então buscou pela altitude. Todo vinhedo que produz uvas acima de 450 metros do nível do mar entra na Indicação de Procedência. Inclusive pega uma parte de Bento que não está no Vale, pega uma parte de Santa Tereza” (Vin-MB).

[Estes estudos não deveriam ser anteriores à demarcação?]

Sim, sim, mas está sendo feito. O “x” da questão é o seguinte: se você vai esperar para fazer todo este estudo, que pode levar 10-15 anos, para pleitear uma DO, uma IP ou coisa parecida. Então, você entra com as condições mínimas de pleitear, com a área demarcada e os principais tipos de solo, e o detalhamento você vai fazendo com o andar do processo (Pes-MB).

Associada a esta concepção encontra-se ainda uma definição específica de *terroir*. Afinal, é isto que a IG reconhece: um território dentro do qual uma comunidade humana construiu um saber coletivo particular, fundado em um sistema de interações entre o meio físico e os fatores socioculturais. Um sistema de interações que, ao longo de gerações, define um itinerário sociotécnico particular que pode atribuir ao produto uma tipicidade e uma reputação (Casabianca *et al*, 2005, Bérard e Marchenay, 2007).

O *terroir* exprime a interação entre o meio natural e os fatores humanos.²⁰ No entanto, existem múltiplas formas de considerar este tipo de interação, o que pode fazer do *terroir* objeto de reducionismos remarcáveis. A edição de 2001 do dicionário eletrônico Le Petit Robert define o termo como “uma extensão limitada de terra considerada do ponto de vista de suas aptidões agrícolas” e, prossegue: “solo apto ao cultivo de um vinho. Vinho que tem um gosto de *terroir*, um gosto particular relacionado à natureza do solo ou vigor da vinha”. Trata-se claramente de uma perspectiva diferente daquela aludida por Casabianca *et al*. (2005, p. 5), fruto de um esforço de consensualização entre técnicos e pesquisadores do INAO e do INRA:

[Terroir é] um espaço geográfico delimitado, onde uma comunidade humana construiu ao longo da história um saber intelectual coletivo de produção, fundado em um sistema de interações entre o meio físico e biológico, e um conjunto de fatores humanos, nos quais os itinerários sócio-técnicos colocados em jogo revelam uma originalidade, conferem uma tipicidade e engendram uma reputação para um produto originário deste terroir.

As definições são variadas. Como afirmam Oliveira, Ducatti e Bettu (2008), o termo compõe mais propriamente um “campo semântico” do que uma simples definição. Ao longo da história, este campo semântico foi palco de disputas, gerando diversas formas de apropriação do termo. Enquanto no século XIX, por exemplo, o “vinho de *terroir*” era considerado um vinho de camponeses e impróprio ao consumo dos habitantes das cidades, hoje ele é tido como sinônimo de qualidade. Uma transformação que aconteceu *pari passu* com uma mudança de representações sociais acerca da própria ruralidade.

Blume (2008) abordou de forma meticulosa as diferentes concepções de *terroir* produzidas no segmento vitivinícola brasileiro, constatando a existência de duas vertentes: “uma mais voltada a precisar a influência do ambiente físico, (...) outra que tem valorizado a questão humana: a cultura a tradição e as práticas coletivas” (Blume, 2008, p. 35). O autor demonstra o peso que estas diferentes dimensões possuem na formulação de distintos atores e revela o predomínio de uma “perspectiva tecnicista” que limita o *terroir* aos seus

²⁰ “A palavra *terroir* passa a exprimir a interação entre o meio natural e os fatores humanos. E esse é um dos aspectos essenciais do *terroir*, de não abranger somente aspectos do meio natural (clima, solo, relevo), mas também, de forma simultânea, os fatores humanos da produção - incluindo a escolha das variedades, aspectos agrônômicos e aspectos de elaboração dos produtos. Na verdade o *terroir* é revelado, no vinho, pelo homem, pelo saber-fazer local” (Tonieto, 2007).

componentes físicos. Esta perspectiva é sobressalente na proposição de Tonietto e Carboneau (1999) abaixo representada. Do esquema proposto pelos autores é possível extrair três idéias básicas. Primeiro, uma concepção muito clara da qualidade e da tipicidade como resultantes de alterações nos fatores naturais, biológicos, agronômicos e enológicos. Segundo, uma perspectiva que concebe o *terroir* enquanto um “fator natural”. Terceiro, uma compreensão de que a ação humana afeta a qualidade e a tipicidade do vinho na medida em que interfere no domínio das técnicas de produção (principalmente no que se refere aos “fatores enológicos”).

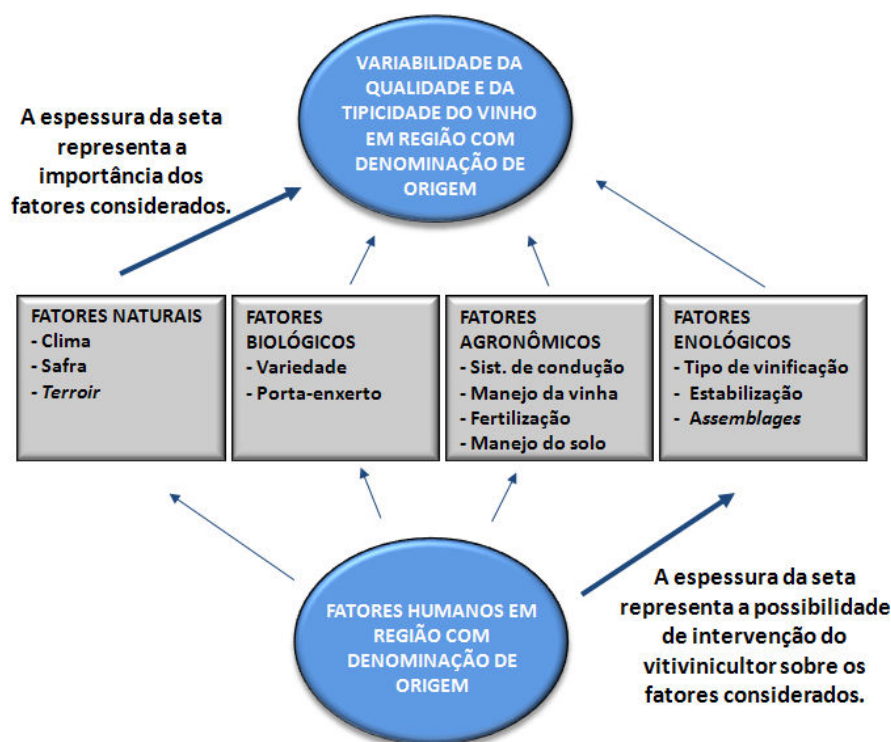


Figura 17: Fatores que influenciam a qualidade e a tipicidade do vinho.

Fonte: Tonietto e Carboneau (1999).

Em vista da importância que pesquisadores e técnicos têm assumido nos projetos de IG, não surpreende que esta concepção de *terroir* seja proeminente na rede social. No entanto, tanto a definição do *terroir*, quanto a delimitação da área envolvem opções valorativas (e, portanto, políticas) que vão além das escolhas técnicas. Vejamos, para finalizar esta seção, um exemplo acerca da dinâmica de construção social do *terroir*, do nome e da área geográfica a partir da IP Pinto Bandeira.

A história do projeto de Pinto Bandeira pode ser contada a partir de 2001, ano no qual um grupo de produtores reuniu-se com técnicos do SEBRAE para analisar as potencialidades de desenvolvimento do turismo na região, a qual derivou em uma discussão acerca das possibilidades de seguir a trajetória do Vale dos Vinhedos e demandar uma IP. Com o foco voltado primeiramente para o turismo, os produtores investiram na criação de uma rota que se denominava “Caminho das Vinícolas de Pinto Bandeira”. Mas, segundo os próprios produtores, o nome não atraía turistas e novos consumidores. Era preciso inovar e criar uma designação que fosse, ao mesmo tempo, uma ferramenta de *marketing* e expressão de um tipo específico de turismo, voltado à valorização da paisagem e do meio rural. Foi daí que surgiu a expressão “Vinhos de Montanha” em referência à topografia da região (Fig. 18). O nome foi

registrado enquanto rota turística e disto resultaram investimentos consideráveis para criar notoriedade para esta expressão, a qual tornava-se mais referida na imprensa enológica do que o nome do distrito. De fato, à época, Pinto Bandeira não gozava de uma reputação estabelecida dentre os consumidores de vinhos, quiçá no próprio segmento produtor.



Figura 18: Marca Vinhos de Montanha, registrada em nome da ASPROVINHO
Fonte: Site Asprovinho

Em 2003, iniciaram-se as tratativas com a Embrapa para o projeto de IG. Os produtores sugeriram que a IP deveria chamar-se “Vinhos de Montanha”, afinal, era sob este signo que se construía a imagem e notoriedade dos vinhos locais. Porém, no decorrer das discussões, alguns empecilhos começaram a surgir. Em primeiro lugar, a expressão não diz respeito especificamente a um nome geográfico tal qual exige a legislação concernente às IGs no Brasil, o que poderia incorrer em dificuldades para registrá-la. Além disso, tecnicamente, aquela região não representava uma “montanha”, mas um planalto escarpado com encostas e montes. Em outros termos, o compromisso que estava sendo gestado dentro do projeto foi colocado em xeque por uma “*épreuve de réalité*”.

Em nível internacional, a “vitivinicultura de montanha” conta com uma definição própria reconhecida por um manifesto assinado na cidade de Sondrio (Lombardia, Itália), no ano de 2000. Este manifesto estabelece três critérios básicos: declividade do terreno superior a 30%; altitude acima de 500 metros e; sistemas vitícolas em terraços e degraus. Disto resulta um modelo de produção peculiar que não é exclusivo de zonas de “montanha”, mas se concentra nelas. Como alude o Centro de Pesquisas, Estudos Proteção Coordenação e Valorização da Viticultura de Montanha – uma organização internacional que se ocupa de proteger e valorizar este modo de produção – “as regiões associadas ao CERVIM possuem uma viticultura que se desenvolve em território de montanha, ou em condições similares”, isto é, em zonas de forte inclinação (Cervim, 2009). Na região do Languedoc, por exemplo, estas condições encontram-se em uma área que reúne as comunas de Collioure, Port-Vendres, Banyuls e Cerdère, em uma superfície vitícola total de 1740 ha, no interior da qual 1566 ha são consideradas superfícies que apresentam dificuldades estruturais relacionadas, neste caso, à forte declividade (metade da área da AOC Banyuls possui declividade acima de 50%) e à produção em terraços (1400 ha no total) (Cervin, 2010).

A partir desta definição, os pesquisadores buscaram convencer os produtores de Pinto Bandeira que a mesma não se aplicava às condições locais, notadamente a produção em terraços. Esta afirmação desencadeou um conflito acerca do ônus ocasionado aos investimentos econômicos e políticos que haviam sido feitos em torno da denominação

Vinhos de Montanha. Ao longo da discussão, os pesquisadores perceberam que, dentre as características diferenciadoras da vitivinicultura de montanha, um conceito-chave poderia ser utilizado para a delimitação da área, qual seja, a altitude. Assim, de acordo com o Regulamento atual, para demandar a IP o vinho deve ser elaborado a partir de uvas cultivadas a uma altitude mínima de 500 metros. O mesmo tipo de variável será colocado em evidência pelos projetos de Monte Belo e dos “Vinhos de Altitude” de Santa Catarina, neste caso incorrendo também em um novo problema relativo ao nome utilizado.

Como resume um dos entrevistados, ao longo deste processo de negociação acerca do nome e da delimitação da área, tornou-se manifesto que estavam em jogo mais do que critérios técnicos. Tratava-se de uma decisão coletiva na qual a escolha do critério técnico foi decorrente de um processo mais amplo de concertação social. A definição da altitude não esteve baseada apenas na identificação de características qualitativas diferenciadas nas uvas produzidas. Na realidade, esta informação (se existente) não poderia ser utilizada, pois justificaria uma demanda direta de DO (cabe ratificar que um dos argumentos para a demanda da IP referia-se à falta de informações a este respeito). Sendo assim, a definição da área passou pela construção de um compromisso entre justificações econômicas e técnicas.

A variável altitude, no caso de Pinto Bandeira, por trás dela está o peso imenso de uma posição política, social, do ponto de vista das relações sociais. Sabe qual é? Quando eles decidiram usar o conceito de “vinhos de montanha”, “caminhos de montanha”, “viticultura de montanha”, eles não faziam a menor idéia do que eles estavam usando. Quando eles tomaram a decisão, anos antes, de inclusive registrar no INPI essa terminologia, foram anos de discussão para mostrar para eles que do ponto de vista geográfico aquilo não é uma montanha. Desde o primeiro instante (...) começamos já por uma situação assim... O que vocês estão assumindo, isto aqui, não é uma montanha! Então tivemos aí um embate que era mais do que técnico, era político, era econômico. Eles tinham feito um registro no INPI, tinham gasto dinheiro, tinham feito todo um marketing, e agora não podem usar. E nós mesmos, veja como nós também continuamente estamos sempre aprendendo... de repente eu me dou conta, me deparo com o conceito de viticultura de montanha, efetivamente, e vamos atrás, e constatamos que eles não poderiam usar. Mas nós, técnicos, encontramos uma saída, na qual não estamos infringindo os conceitos pragmáticos/técnicos das indicações geográficas da vitivinicultura de montanha. Nós conhecemos a vitivinicultura de montanha, nós sabemos o que é e nós fomos atrás para ver o que era, e um dos critérios principais, o que era? Altitude. E por que não usarmos? Por que eu não posso me apropriar daquele conceito criado em outro lugar, mas que é aplicável aqui? (Pes-PB).

No entanto, este compromisso criou uma situação ambígua que perdura até hoje. Por um lado, os produtores investem para valorizar a Indicação de Procedência Pinto Bandeira, procurando imputar ao nome uma reputação e um prestígio que façam dela um instrumento de agregação de valor ao produto e ao território. Por outro, eles continuam utilizando a marca “Vinhos de Montanha” enquanto roteiro turístico (vide o site da ASPROVINHO). A complementaridade ou sobreposição entre a Marca e a IG constitui uma interessante pista de estudo para trabalhos vindouros.

4.5 Construindo reputação no mundo dos vinhos

De modo geral, as IGs vinculam-se a produtos notoriamente reconhecidos pelo seu vínculo histórico com espaços relativamente bem definidos, onde comunidades humanas partilham de um saber-fazer comum. Contudo, o paradoxo da crescente universalização deste tipo de estratégia particularista traz à tona um importante questionamento acerca da possibilidade dela ser utilizada em relação a produtos e regiões em que a reputação e a tipicidade não estão nitidamente estabelecidas.²¹ Em certa medida, esta é uma questão que atinge o próprio âmago da existência das IGs enquanto ferramentas de desenvolvimento. Afinal, elas apenas reconhecem a notoriedade que alguns produtos alcançaram até presentemente ou é possível utilizá-las na criação de mecanismos de reputação associados a processos de qualificação?

Este parece ser o caso de muitos projetos de IG para vinhos no Brasil. Mais do que institucionalizar uma reputação preestabelecida das regiões como produtoras de vinhos finos, muitas IPs são utilizadas para criar notoriedade, distinguindo certas áreas do conjunto da Serra Gaúcha. Como refere um pesquisador local, *“a IP permite esse primeiro estágio de organização, de análise, de contato com o mercado, de ganhar reputação e reconhecimento. É o mesmo caso do Vale dos Vinhedos, que também não era conhecido* (Pes-VV).

O que existe é um investimento coletivo na construção de uma imagem para o produto e para o território. Os produtores utilizam-se da IP para consolidar uma notoriedade para o produto que lhes permita avançar em direção a uma DO. Como notamos outrora, este tipo de percepção evolucionista cria uma situação ambígua em relação às próprias definições correntes de IP e DO. Afinal, o reconhecimento das IGs sempre requer uma reputação estabelecida? Em vista da lei atual, no caso de uma DO, a resposta é negativa. O que ela reconhece são “particularidades qualitativas” de outro gênero. De fato, a primeira DO brasileira, Litoral Norte Gaúcho para arroz, baseou sua demanda em outro tipo de distinção que não a reputação estabelecida da região na produção de arroz (Nabinger, 2010). No entanto, após o reconhecimento da IG, os produtores deparam-se com um imperativo econômico de construí-la para alcançar maior valor agregado para o produto (Flores, 2010).

Mas, como se cria reputação? Como determinar se um produto a possui ou não? Existem gradações diferentes? Ela está necessariamente vinculada a uma precedência histórica? Este período é datado cronologicamente? Quem estabelece a notoriedade de um produto: produtores, técnicos, consumidores?

Seguindo uma perspectiva patrimonialista, Bérard e Marchenay (2007) defendem que o parâmetro mais adequado para explicar a relação entre o produto e sua origem é o saber-fazer coletivo. O critério passa a ser, então, o reconhecimento de um processo evolucionário em que inovações e tradições se mesclam para formar um produto típico identificado a uma comunidade humana e ao espaço que esta ocupa. A reputação advém, basicamente, do modo como esta comunidade se reconhece no produto e o identifica como parte de sua cultura.

De outro modo, considerada desde uma perspectiva estritamente mercantil, a reputação é estabelecida no e pelo mercado. Ou seja, o reconhecimento da associação entre um produto e sua origem está à critério dos atores econômicos que negociam a reputação

²¹ Note-se que, no Brasil, a natureza “declaratória” do registro realizado pelo INPI define que o mesmo apenas reconhece IGs preexistentes e consolidadas ao longo do tempo (Resolução INPI n.75/2000).

tanto do produto quanto do próprio território. Os valores mercantis incorporados a ambos podem, inclusive, operar uma ressignificação da relação original: de um produto caracterizado por um lugar pode-se passar para um lugar caracterizado por um produto (Crenn e Techoueyres, 2004). A reputação do território e da cesta de bens que este comporta torna-se, assim, uma decorrência da valorização do produto. Nesta seção, vamos explorar esta questão com referência ao Beaujolais, um dos mais conhecidos territórios vitícolas franceses, situado à margem esquerda do rio Saône, logo acima da “capital gastronômica” do país, Lyon.

A AOC Beaujolais foi reconhecida em 1937. Ela envolve uma superfície plantada com vinhedos de 18 mil hectares, a qual é responsável por uma produção anual de cerca de 75 milhões de litros. Esta denominação regional (ou genérica) configura a base de um sistema piramidal que é composto, logo acima, por uma AOC subregional (Beaujolais villages) conformada por 38 comunas das regiões Rhône e Saône-et-Loire. Em seguida, existe um conjunto de dez AOCs concernentes a comunas ou grupos de comunas: Chiroubles, Brouilly, Régnié, Juliéna, Fleurie, Côte de Brouilly, St-Amour, Chénas, Moulin-à-Vent e Morgon (Fig. 19). No topo da pirâmide, este conjunto compõe os chamados “*crus*” do Beaujolais, em referência ao sistema de diferenciação qualitativa estabelecido na Borgonha no século XIX (Chauvin, 2006)²². Em tese, os *crus* correspondem a *terroirs* bastante específicos, alguns deles reconhecidos como AOC antes mesmo do Beaujolais (como Morgon, Chiroubles, Fleurie e Moulin-à-vent, que datam de 1936). O mais recente, Régnié, foi registrado em 1988.

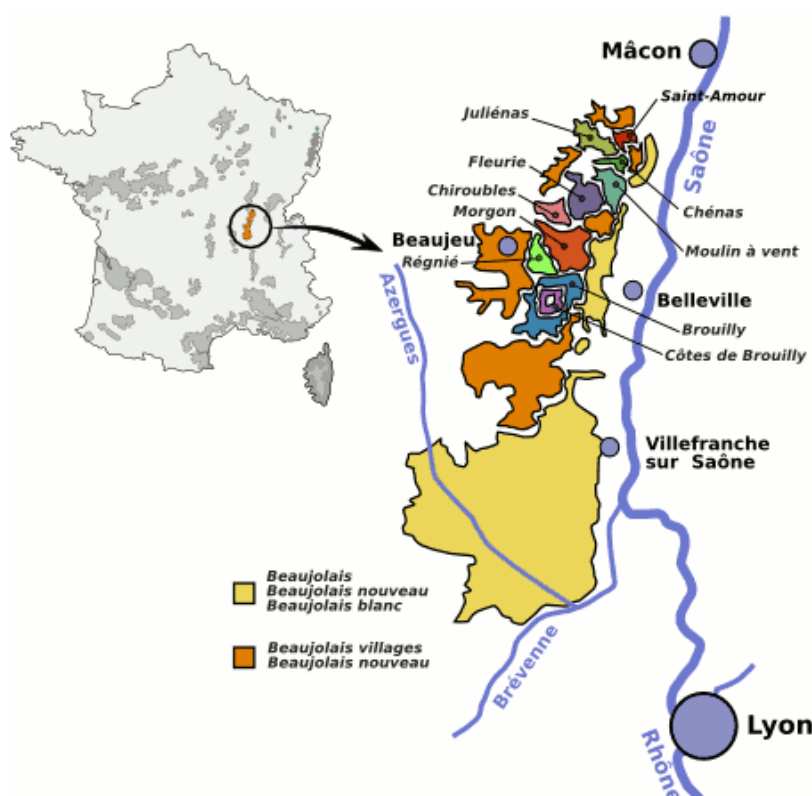


Figura 19: Localização das AOCs da região de Beaujolais.

Fonte: Technorestro (2010).

²² Na Borgonha existem quatro níveis distintos: a base da pirâmide é representada pela AOC Bourgogne; o segundo nível pelos *villages* (eg. Gervrey-Chamberlin); a seguir, no interior de cada *village*, estão os *premiers crus*; e, no topo, os *grands crus* em número bastante limitado.

No entanto, se Beaujolais é hoje uma das regiões vinícolas mais conhecidas no mundo, isto não se deve às suas IGs “mais qualitativas”, mas ao *Beaujolais nouveau*, um vinho jovem, leve e frutado que se tornou um inacreditável fenômeno de mercado, primeiro na França e depois no mundo. Inglaterra, Alemanha, Estados Unidos e, mais recentemente, Japão, renderam-se a um vinho que carregava consigo uma imagem festiva e, em certa medida, desconectada dos fenômenos de “distinção” (autocrática?) que caracterizam os mais reputados *terroirs* do vinho (Hinnewinkel, 2004). E uma imagem também desconectada do próprio território. Seu sucesso de *marketing* foi tamanho que, a relação do produto com o território deixou de ser necessária e mesmo reivindicada. De modo geral, o vinho é comercializado sem nenhuma referência à paisagem, às pessoas ou à própria uva característica da região (gamay). No limite, a própria referência ao Beaujolais pode desaparecer: “*le nouveau est arrivé*”.

Como surgiu este fenômeno? Historicamente, os viticultores e negociantes do Beaujolais comercializavam muito precocemente suas colheitas, de modo que a fermentação dos vinhos se finalizava durante o transporte até os locais de consumo. Reconhecendo essa peculiaridade, a história do *Beaujolais Nouveau* inicia em 1951 com a autorização de sua comercialização antes da data legal concernente aos demais vinhos, qual seja, 15 de dezembro. Desde então, a safra de *Beaujolais nouveau* chega ao mercado sempre na terceira quinta-feira de novembro, o que deu origem a uma data comemorativa específica, o que exacerbou sua imagem de produto festivo (Fig. 20).



Figura 20: Cartazes promocionais do Beaujolais nouveau (ano 2006, 2008 e 2010).
Fonte: UVB.

Durante décadas esta imagem contribuiu para alavancar o crescimento da produção. Os volumes comercializados do vinho *nouveau* cresceram exponencialmente entre 1970 (10 milhões de litros) e 1980 (50 milhões de litro), ano no qual mais da metade da produção das AOCs Beaujolais e Beaujolais-Villages era comercializada como *nouveau*. Mas este sucesso não foi feito sem implicações. Primeiro, ele gerou uma trajetória de especialização e, em termos de paisagem, de monocultivo da videira, o que também colaborou para uma forte vulnerabilidade econômica dos produtores face às crises que se seguiram. Na década de 1970, a demanda mundial crescente levou os viticultores a engajarem-se em uma produção frenética, colocando em risco a qualidade do produto e sua especificidade. De um vinho

jovem e leve, o *Beaujolais nouveau* passou a ser identificado como um vinho ruim, com odor de banana (Ribaut, 2005). Isto gerou a imagem de vinho de consumo corrente, indiferenciado e desconectado do seu *terroir*. O que os consumidores conheciam eram apenas as imagens de aviões carregados de *Beaujolais Nouveau* difundidas pela imprensa para o lançamento oficial da safra anual, atualmente realizada em mais de 120 países.

As vendas em ascensão, e o preço sobrevalorizado em relação a outras AOC genéricas, criaram uma situação similar àquela encontrada no setor vitivinícola brasileiro durante os anos 1980, sobretudo no que tange à inexistência de investimentos significativos na “modernização” dos vinhedos ou das estruturas de comercialização, perpetuando desde esta época uma forte dependência aos negociantes. Em certa medida, como referenciado abaixo por um representante da União de Viticultores do Beaujolais (UVB), o vinho teve sua imagem mais vinculada a grandes comerciantes locais como Georges Duboeuf do que ao próprio território.²³

É inacreditável ! Ele é conhecido em toda parte. Mas as pessoas não conhecem o vinhedo. (...) De fato, ele se desconectou completamente. É um produto um pouco mágico, claramente, mas não é mais ligado a um vinhedo. Está mais ligado a um personagem como Duboeuf que a um vinhedo. (...) As pessoas conhecem todos os cartazes de promoção, sobretudo do Beaujolais nouveau, mas elas nunca têm uma paisagem das vinhas (Tec-BJ).

Ao mesmo tempo, esta situação contribuiu para definir um itinerário sociotécnico determinado. A produção de *nouveau* obedece a normas de vinificação específicas, consideradas necessárias para manter sua tipicidade. Um aspecto contraditório na medida em que a imagem do vinho se desconectava do território, mas, sua produção ainda encontrava-se longe de um modelo de vitivinicultura industrial: a colheita continuava sendo manual ao passo que a mecanização avançava em todo o país e a vinificação envolvia especificidades de um saber-fazer particular (voltaremos a esta discussão no Capítulo 6).

O crescimento do *Beaujolais nouveau* foi verificado até meados da década de 1990. A partir de então, as vendas demonstram forte retração. No mercado interno, entre 1998 e 2005, acompanhando a queda generalizada do consumo de vinhos na França, a venda do *nouveau* no grande varejo despencou de 10 milhões para 7,4 milhões de litros.²⁴ No mercado externo, que ainda representa mais de 40% do volume de comercialização, a redução também tem sido significativa na última década. Somente no ano de 2007, as exportações recuaram 20% em volume. Hoje, com a redução do consumo em mercados tradicionais como Estados Unidos (de cerca de 8 milhões de litros, em 1997, para 1,4 em 2007) e, sobretudo, Alemanha (de 19 para 1,5 milhões no mesmo período), o Japão apresenta-se como a principal alternativa de mercado, absorvendo cerca de 6 milhões de litros. Mas, mesmo no país asiático, em anos anteriores o volume negociado ultrapassara 10 milhões de litros (InterBeaujolais, 2007).

A crise anunciava-se em 1998, ano em que uma superprodução de vinhos obrigou a UVB a criar uma estrutura chamada “Beaujolais 2000” para retirar vinho do mercado.

²³ Primeiro exportador de *nouveau*, Duboeuf é hoje o maior comerciante de Beaujolais, responsável pela venda do vinho de mais de 400 vitivinicultores e uma vintena de cooperativas. São cerca de 30 milhões de garrafas anuais, 75% destinado à exportação.

²⁴ Em 1998, o consumo anual *per capita* de vinhos na França era de 72 litros; em 2005, 66,6 litros; e, em 2009, 58,2 litros (FranceAgriMer, 2009).

Atuando como uma espécie de negociante, esta estrutura comprou 11 milhões de litros que foram estocados ou destilados. O mesmo ocorreu alguns anos mais tarde com o “Beaujolais Qualité”, quando 10 milhões de litros foram destinados à produção de vinagre. E a crise não afetou apenas o mercado do vinho *nouveau*; todo o vinhedo sentiu seus efeitos (Garrier, 2002). Enquanto na década de 1990 produzia-se cerca de 140 milhões de litros no Beaujolais, contabilizando todas as AOCs; em 2008, foram 75 milhões de litros.²⁵ No que se refere especificamente ao *Beaujolais nouveau*, hoje ele representa 1/3 da produção total. São cerca de 25 milhões de litros anuais em 14 mil hectares de área vitícola, repartidos sobre a AOC Beaujolais (2/3 de sua comercialização) e Beaujolais-Villages (1/3). A “moda” do *nouveau* parece cada vez mais ultrapassada, como evidenciamos abaixo:

Era um fenômeno extraordinário que tornou o Beaujolais conhecido. Porque, sem o nouveau, o Beaujolais não teria sido conhecido como um vinhedo de reputação mundial. (...) Mas, o que não se percebeu é que o fenômeno nouveau era um fenômeno de moda (Tec-BJ).

Face à crise, muitos produtores que não conseguiam comercializar o vinho como *nouveau* passaram a “transformá-lo” em “vinho de guarda”, o que prejudicou ainda mais a imagem do produto. Envelhecer um vinho que foi vinificado para ser consumido rapidamente coloca uma série de problemas. O vinho altera-se completamente e sua tipicidade, até então uma consequência primeira do *terroir*, cede lugar a um produto dissimulado por técnicas de vinificação que precisam readequá-lo ao envelhecimento, contrariando o ditado popular segundo o qual o vinho, quanto mais velho, melhor. A bebida precisa ter uma estrutura química (acidez, taninos, álcool etc.) adequada para tornar-se um “vinho de guarda” (Dardeau, 2007). Tanto é assim que, atualmente, discute-se dentro da UVB a necessidade de determinar, anteriormente à produção, para qual tipo de vinificação cada uva será destinada. Trata-se de uma decisão controversa em vista do risco econômico que isto implica aos produtores. No entanto, para os técnicos, trata-se de uma medida necessária que ajuda a reduzir a produção de *nouveau*, com vistas a revalorizar outros vinhos que foram ofuscados durante décadas de sucesso econômico do vinho *primeur* (*nouveau*): “*Eu diria que o Beaujolais construiu uma forte notoriedade e uma imagem contraditória. [...] Paradoxalmente, o enorme sucesso do Beaujolais primeur ofuscou a elite dos vinhos do Beaujolais*” (Tec-BJ).

Em determinado momento construiu-se um entendimento entre os profissionais do setor vitivinícola local que o futuro do vinhedo deveria passar por uma revalorização do produto, reconectando-o ao território. “*Hoje está claro que o futuro do vinhedo não estará mais no Beaujolais nouveau. Obrigatoriamente, será preciso valorizar todo o resto*” (Tec-BJ). É preciso, segundo este entendimento, reconstruir a reputação colocando em evidência o território e seus atributos qualitativos diferenciados, materiais e simbólicos. Isso está em curso a partir de uma série de inovações organizacionais que destaca a produção dos *crus*.

Trata-se de uma tentativa de construir circuitos de comércio que privilegiam novas formas de relações econômicas, novas redes de produção e novos consumidores (Delfosse e

²⁵ Os dados relativos ao aumento do estoque de vinhos também são reveladores. Entre 1998 e 2009, o volume de estoque da AOC Beaujolais e Beaujolais Villages passou de 12, 2 para 24,9 milhões de litros. No caso dos *crus*, o aumento foi de 10,5 para 22 (FranceAgriMer, 2009).

Bernard, 2007). Uma das estratégias inscritas no plano estratégico vitivinícola regional e encorajadas pelas políticas regionais e departamentais, diz respeito ao incremento da “venda direta”, a qual permite reinserir o produto no contexto do território e firmar laços mais estreitos entre produtores e consumidores. Confluindo com esta estratégia encontram-se investimentos no enoturismo e, a partir dele, na valorização do conjunto de amenidades conferidas pelo território, notadamente paisagem e gastronomia.

Os desafios são consideráveis. Atualmente, no Beaujolais, a comercialização se realiza à granel em mais de 80% do volume, via uma centena de negociantes, mas concentrada em dez principais que controlam 70% do volume negociado neste tipo de transação. A venda direta ainda é muito pequena nas AOCs Beaujolais e Beaujolais Villages (cerca de 7%), mas crescente entre os principais *crus*: na AOC Morgon, uma das mais reputadas, ela chega a 35% do volume.²⁶ Seja como for, é um desafio estratégico para responder à imagem a-territorial criada pelo fenômeno *nouveau* (Niederle e Gilbert, 2011).

Outra aposta da UVB diz respeito a campanhas publicitárias que visam estreitar a relação entre o território e os *crus*, ao mesmo tempo em que desconstruem a (má) reputação criada pelo vinho *nouveau* (Fig. 21). Atualmente, poucos consumidores sabem que Juliéna e Fleurie, por exemplo, são *appellations* do Beaujolais.



“Novidade: existem Beaujolais que não são *nouveaux*” “Beaujolais se escreve com S porque existem 12!”

Figura 21: Cartazes de promoção dos *crus* do Beaujolais.

Fonte: UVB.

No entanto, este tipo de investimento vai de encontro a outro tipo de prática que se institucionalizou entre muitos produtores de *crus*, qual seja, a associação entre o produto e a Borgonha, uma das AOCs mais renomadas no mundo dos vinhos. Uma prática absolutamente compreensível na medida em que o Beaujolais construiu sua imagem ancorada em um produto de massa que, mesmo alcançando preços acima de outras AOCs genéricas, jamais competiria com denominações mais reputadas. Assim, ao longo do tempo, os produtores tentaram desvincular-se desta imagem:

²⁶ Dados recolhidos em entrevista com o diretor da UVB.

Os produtores de crus, que na maioria das vezes não produzem Beaujolais nouveau, não querem que seu produto e seu nome seja associado à imagem e ao nome do Beaujolais (Vin-BJ).

Se eles colocam “crus do Beaujolais” na garrafa, muitos dizem que não conseguem vender. Isto sempre foi um problema dos crus. Uma relação um pouco esquizofrênica entre a Bourgogne e o Beaujolais: quando tudo ia bem, eles estavam no Beaujolais; quando ia mal, eles eram bourguignons (Tec-BJ).

Aqui, é necessário abrir um parêntese para tratar do vínculo entre Beaujolais e Bourgogne. Afinal, como produtores do Beaujolais podem fazer uso da AOC Bourgogne? A questão é complexa e merece algumas considerações prévias. Em primeiro lugar, são freqüentes os artigos e reportagens que definem o Beaujolais como área específica no interior da Bourgogne. Neste caso, a “boneca russa” francesa possuiria mais uma componente externa que, até aqui, ainda não havia sido mencionada: uma AOC “macroregional”.

De fato, existe uma longa relação histórica entre a vitivinicultura do Beaujolais e da Bourgogne. Em 1930, uma decisão do tribunal civil de Dijon anexou o Beaujolais à chamada “Bourgogne vitivinícola”. Nesta época, o Beaujolais não possuía uma notoriedade estabelecida e seu vínculo com a Bourgogne parecia bastante lógico, uma vez que favoreceria as relações entre produtores e negociantes. No entanto, a partir deste momento as duas regiões desenvolveram modelos vitivinícolas distintos. O Beaujolais dirigiu-se à produção do *nouveau* e a Bourgogne à démarche qualitativa dos “*grands crus*”, o que resultou em diversos conflitos acerca do vínculo que havia sido estabelecido. Os produtores da Bourgogne não queriam ver seus produtos ofuscados pela reputação do Beaujolais (mas gostariam de contar com a matéria-prima, a uva).

Atualmente, o Beaujolais faz parte de uma macrorregião definida como “*La Grande Bourgogne*”, a qual abarca ainda quatro outras regiões (Fig. 22). Nos limites desta macrorregião é possível reivindicar a utilização da AOC “Bourgogne Grand Ordinaire”, cujos vinhos podem ser elaborados a partir da uva Gamay, cultivar exclusiva do Beaujolais (cf. seção 6.2). O mesmo ocorre em relação à AOC “Crémant de Bourgogne”, um vinho espumante que tem obtido um crescimento de vendas no mercado francês da ordem de 15% ao ano (Viniflor-Infos, 2008). Em 16 de novembro de 2010, o Comitê Nacional das AOCs referentes a vinhos validou uma área geográfica que se estende sobre 391 comunas de quatro departamentos diferentes (INAO, 2010b). No mesmo ano, os representantes dos produtores das duas regiões também analisaram a pertinência de duas novas mudanças. A primeira consistia na transformação da AOC “Bourgogne Grand Ordinaire” (cujo nome não soa muito bem junto ao consumidor) em uma nova denominação: “Coteaux Bourguignons”, ratificando, enfim, que nome e reputação são construções sociais. Neste caso, a mudança afetaria os vinhos de AOCs genéricas ou regionais como Bourgogne, Beaujolais e Beaujolais Villages. Por sua vez, a segunda mudança dizia respeito à criação de uma AOC “Bourgogne Gamay”, a qual poderia ser utilizada pelos “crus” do Beaujolais. Segundo entrevista com o diretor da UVB, isto será aplicável a partir de 2012.

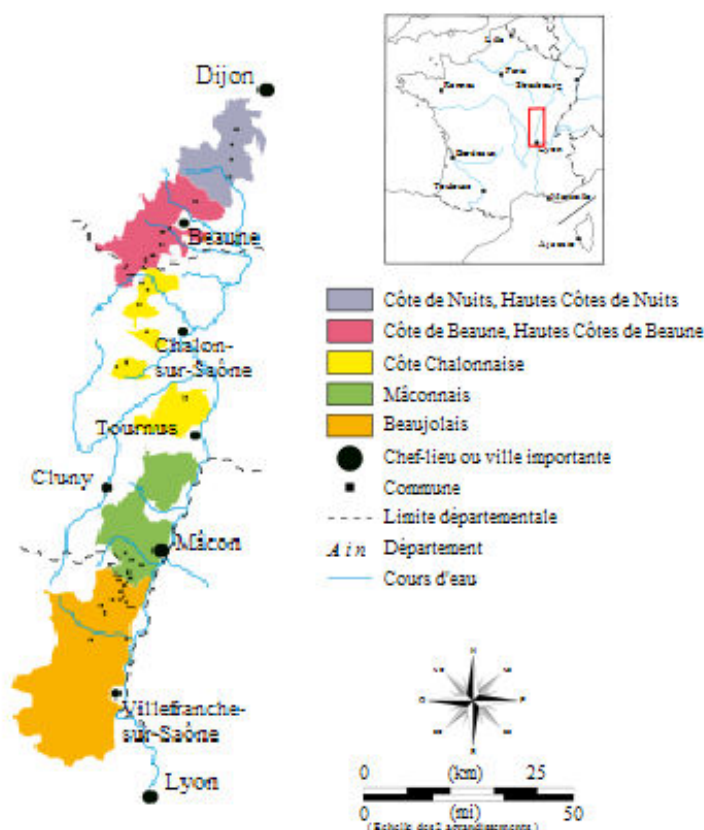


Figura 22: Localização da Grande Borgogne.

Fonte: Adaptação do autor a partir de Wikimedia commons.

Os produtores definirão qual AOC utilizar adequando-se às regras de produção e ao tipo de posicionamento no mercado que desejarem. Alguns poderão abdicar completamente do vínculo com o Beaujolais, colocando em risco os investimentos que estão sendo realizados para modificar a imagem do território e do produto. Assim, a questão que se coloca atualmente às organizações locais é como reconstruir a reputação do nome se muitos produtores de *crus* insistem em utilizar a AOC Bourgogne. Pensar uma estratégia de desenvolvimento territorial tornou-se uma tarefa extremamente complexa, até mesmo porque as contradições vão além da simples oposição entre as duas regiões. Em alguns casos, as próprias AOCs hesitam entre diferentes vínculos territoriais, afirmando uma imagem híbrida e compósita. Morgon, por exemplo, apresenta em seus vinhos um slogan elucidativo: “Morgon, o fruto de um Beaujolais, o charme de um Bourgogne”.

Em face destas contradições, por que os produtores não utilizam apenas a AOC referente ao próprio *cru*? Em outras palavras, por que não valorizar os vinhos colocando em destaque os nomes das comunas (ou conjunto de comunas) onde são produzidos: Chiroubles, Chénas, Brouilly etc.? A resposta para esta questão decorre da modesta notoriedade que algumas destas denominações obtiveram no mercado. O que o tempo tem mostrado é que, em certos casos, foram criadas IGs para nomes e regiões que não detinham uma reputação consolidada, tal qual acontece no setor vitivinícola brasileiro. Ao fazer isso, esperava-se que a própria IG pudesse produzir o renome da região, o que nem sempre é o caso. Quando isto não acontece surgem, inclusive, contestações que colocam em xeque a IG enquanto instrumento

de agregação de valor, acesso ao mercado, desenvolvimento etc., como se ela fosse inerentemente responsável pela produção destes resultados.

A AOC Régnié é um exemplo interessante por duas razões. Primeiro, ele ratifica a discussão da seção anterior sobre a constituição de uma “perspectiva evolucionista” entre IP e DO, mas com um novo viés, qual seja, o fato de que esta evolução também é percebida dentre diferentes tipos de AOC. Até 1988, Régnié era considerada como Beaujolais Villages.²⁷ Descontentes com esta classificação, os produtores fizeram investimentos e lutaram durante 15 anos para ver a AOC Régnié registrada enquanto *cru* do Beaujolais. No entanto, e esta é a segunda razão que torna o caso relevante, os produtores não conseguiram tornar o nome amplamente reconhecido entre consumidores e negociantes. Por conseguinte, apesar de mais de 20 anos da iniciativa, muitos produtores ainda são obrigados a utilizar a AOC Beaujolais Villages caso quieram comercializar seus produtos. De 2,8 milhões de litros produzidos, somente cerca de 1,5 milhões é realmente comercializado sob a denominação Régnié.

Com relação a este mesmo problema, em 2009 o Languedoc assistiu a uma situação inusitada considerando-se o universo das IGs vitivinícolas. Os produtores de seis *Vins de pays* do departamento de Gard decidiram agrupar todas em um novo nome, “Le Pont du Gard”. Eles revogaram um conjunto de IGs com áreas reduzidas, pequena produção e pouco reconhecidas, para fundar uma indicação mais ampla associada ao nome de um dos monumentos arquitetônicos mais conhecidos da França (um aqueduto romano do séc. I). O exemplo de reorganização institucional demonstrou, segundo um dos técnicos do INAO envolvidos no processo, que “*não é a indicação geográfica em si que agrega valor, mas o nome que ela protege. Se o nome não é conhecido, não adianta*” (Tec-LG).

Se o exemplo francês é útil para interpretar o que se passa no Brasil, somente com o tempo será possível afirmar. Aparentemente, ele pode nos ajudar a explicar, entre outras coisas, porque os produtores do Vale dos Vinhedos alegam que a IG não trouxe benefícios diretos à agregação de valor ao produto. A questão que talvez mereça ser colocada é se o Vale dos Vinhedos possuía um nome suficientemente renomado junto aos consumidores para poder demandar do mercado um preço-prêmio por seus vinhos. Hoje, esta parece ser uma situação inegável. Os próprios produtores acreditam que nos próximos anos, o diferencial de preço do produto deva chegar a 15%, notadamente a partir do reconhecimento da DO (Nery, 2010). O que a IP fez, foi alavancar a notoriedade do nome, atuando como uma “ferramenta de *marketing*”, segundo as palavras dos próprios produtores²⁸. Quem beneficia-se disto são todos os vinhos que portam consigo o nome que a IP promove e não apenas os “produtos certificados”. É por esta razão que o conflito acerca da certificação e uso do selo tornou-se tão relevante no Vale dos Vinhedos (cf. Box 02).

Também é por isso que se torna imprescindível ratificar que a IG é conferida a um “nome geográfico” e não ao produto. Protegendo e valorizando o nome geográfico, a IG pode

²⁷ No caso do “Beaujolais villages”, existem situações específicas em que pode ser adicionado o nome do *village* à IG. Neste caso, todavia, a expressão “*villages*” é suprimida, restando, por exemplo, “*Beaujolais Pouilly-Vinzelles*”. Para tanto, é necessário um decreto específico aprovando as normas para cada *village*. De modo geral, os produtores queriam que a denominação fosse “*Beaujolais Villages - Pouilly-Vinzelles*”, para valorizar a AOC *Beaujolais villages* e resolver o problema da falta de notoriedade de alguns nomes. No entanto, isso foi recusado pelo INAO.

²⁸ “*A gente tem que ver assim: a Indicação de Procedência e a Denominação de Origem como um somatório, mas não é o que vai determinar. [...] Elas são ferramentas de marketing, são usadas como ferramentas de marketing*” (Vin-VV),

qualificar todo produto que se utiliza dele e a própria “cesta de bens” do território. Sendo assim, os queijos e embutidos produzidos no Vale dos Vinhedos podem utilizar-se do mesmo nome? E os hotéis e pousadas? A Casa Valduga, uma das maiores vinícolas da região, chegou a propor a utilização da expressão “Pousada Vale dos Vinhedos” para um de seus investimentos. Quando da criação da IP, os membros da Aprovale decidiram reprovar sua utilização e a mesma foi prontamente retirada. Trata-se de uma questão complexa envolvendo a notoriedade do produto e do território. O nome pode catalisar o reconhecimento de outros bens do território (e *vice-versa*), mas também pode ver seu renome ameaçado em razão de uso indevido, comprometendo, assim, o próprio produto que porta a IG.

Este também é um risco decorrente do uso indiscriminado do nome geográfico por vinhos que não seguem as normas estabelecidas pelo Regulamento de Uso. Suas características qualitativas diferenciadas podem confundir a percepção dos consumidores em relação à tipicidade do vinho que realmente corresponde à IG reconhecida na forma da lei. A reputação do produto e do território pode ser colocada em xeque não em virtude da qualidade dos vinhos certificados, mas daqueles que se utilizam do nome de forma indevida.

No Vale dos Vinhedos, pouco mais de 20% do total da produção de “vinhos finos” é autorizada pelo Conselho Regulador a utilizar a IP. No entanto, como notamos acima, o uso do nome ocorre de modo indiscriminado, colocando em risco o próprio projeto da IP. Aqui, a questão que talvez precise ser equacionada diz respeito à exclusão que pode estar sendo gerada pela IG. Exclusão que tem como contrapartida uma crítica decorrente do “mundo cívico”, ou seja, que apela para um princípio de justiça relativo ao bem comum: como aceitar que 80% dos vinhos finos (sem falar nos vinhos de mesa) produzidos em uma região determinada sejam proibidos de portar seu nome geográfico e seu renome? No caso do Vale dos Vinhedos, a questão permanecerá na ordem do dia com o projeto de DO (cf. Seção 6.1).

4.6 Languedoc: um desafio de reestruturação organizacional

Como outros autores já observaram, o Languedoc é uma das regiões que expressam de modo mais eloquente as transformações que estão em curso no mercado vitivinícola e no sistema francês de *Appellation d’Origine Controlée* (Touzard, 2010b, Chiffolleau, 2009, Garcia-Parpet, 2009). Sem o intuito de retomar a análise do conjunto de mudanças pelas quais passou “o maior vinhedo do mundo” (Fanet, 2009)²⁹, vamos interpretar alguns eventos particulares com vistas a descrever processos relevantes de reorganização do sistema de IGs. Mais do que apresentar as mudanças no contexto europeu, o que interessa aqui é interpretar em que medida elas refletem desafios que estão colocados pela nova arquitetura do mercado global e possuem interfaces com o desenvolvimento das IGs no Brasil. Vamos enfatizar três aspectos: a crise do mercado e sua expressão territorial; a construção da AOC Languedoc no seio de um processo de reorganização hierárquica e; o lugar dos *Vins de Pays* dentro do sistema de signos de qualidade associados à origem.

²⁹ O Languedoc conta com 246 mil hectares e uma produção anual de 1,3 bilhões de litros (FranceAgriMer, 2009). Note-se que a área total de produção de vinhos na França é de 804 mil hectares, para uma produção total em volume de 4,29 bilhões de litros, compreendidos todos os tipos de vinhos, o que faz da região responsável por cerca de 30% da área e da produção nacional.

Já referimos que o mecanismo de IG tem sido cada vez mais apropriado e modificado pelos países do novo mundo vitivinícola. Todavia, inovações significativas também estão sendo processadas no “velho mundo” e, em especial, na França. Cada vez mais, o futuro deste mecanismo está longe de responder apenas às definições tomadas em Paris, Bruxelas ou Genebra. Se a globalização do mercado permitiu que o conceito se difundisse rapidamente por todos os continentes, ela também imprimiu a necessidade de sua re-institucionalização nos países tradicionais, tornando-o mais híbrido do ponto de vista do seu vínculo com diferentes modelos vitivinícolas. O Languedoc talvez seja o território onde este processo é mais manifesto, afinal, é esta a principal “*varietal wine region*” (Pays d’Oc IGP, 2009) no interior de um país que sempre prezou pelos vinhos de *terroir*.

No começo do século XX, a região do Languedoc especializou-se na produção em larga escala de vinhos de mesa. Na época, esta produção respondia a uma demanda crescente por vinhos de consumo corrente em face de uma produção que ainda se recuperava do ataque de filoxera, o qual dizimou mais da metade dos vinhedos franceses no final do século XIX. Entre crises e choques os mais diversos (dentre os quais duas guerras mundiais), este tipo de modelo vitícola reproduziu-se de modo dominante na região até a década de 1980. A partir de então, a retomada da produção em outras regiões, consubstanciada por um processo abrupto de modernização técnica, fez aumentar rapidamente a produção de vinhos “mais qualitativos”. Logo os produtores locais perceberam que seria necessário alterar o modelo de produção, criando as condições para competir na nova estrutura do mercado.

A “revolução qualitativa” da produção vitícola do Languedoc começa pelas transformações no segmento cooperativo, um ator tradicional no território e com um grau de importância na estruturação da cadeia produtiva que, provavelmente, não se reproduz em nenhuma outra grande região vitícola. Em 1997, existiam mais de 400 cooperativas vinícolas na região, agrupando 90% dos viticultores e mais de 70% do volume de vinhos produzidos na região (Chiffolleau, 1998). Uma década depois, o número de cooperativas foi reduzido para 290, mas o segmento ainda controla mais de 65% do volume de todos os vinhos comercializados (FranceAgriMer, 2009). Ademais, diferentemente de outras regiões, e do próprio caso brasileiro, no Languedoc as cooperativas sempre tiveram um peso considerável na produção dos vinhos de Denominação de Origem. Em 2006, entre os diferentes departamentos da região, de 60% a 90% destes vinhos eram provenientes das cooperativas, ao passo que no país como um todo o segmento cooperativo responde por menos de 40% dos vinhos AOC (FranceAgriMer, 2009).

Nas duas últimas décadas a região presenciou um processo de reconversão sem igual na história do mundo vitivinícola, em grande parte financiado pelo Estado. Diferentemente do que ocorre no Brasil, onde as principais mudanças produtivas tem concentrado-se no âmbito industrial privado e, por isso, possuem um alcance relativamente limitado, a “grande transformação” do segmento vitivinícola do Languedoc envolveu a formação de um compromisso entre viticultores, cooperativas e Estado para reestruturar profundamente os vinhedos regionais (Touzard, 2010b). Além dos recursos diretos para a mudança dos sistemas produtivos, o Estado esteve na base do fortalecimento de um arranjo tecnológico local que alçou definitivamente a região ao centro das redes internacionais de pesquisa associadas ao setor vitivinícola, sobretudo pela formação de uma espécie de *cluster* de pesquisa e desenvolvimento (CIRAD, INRA, SupAGRO, IRC, IRD, entre outros)

Ao mesmo tempo, a região começou a receber a atenção de investidores internacionais, grandes conglomerados do setor vinícola que compraram terras e contribuíram para alavancar a reputação do território no mundo dos vinhos. Empresas que capitalizaram o desenvolvimento de uma nova trajetória ancorada no modelo dos vinhos varietais, “importado” do novo mundo. Declarando guerra ao sistema “*terroirista*” das denominações de origem, estes produtores buscaram impor uma nova imagem à região: desenhava-se, assim, a possibilidade de uma “nova Califórnia” (Garcia-Parpet, 2007, p. 200). E, de fato, frente à crise do modelo francês, muitas das críticas à rigidez institucional do sistema começaram a encontrar adeptos também entre os produtores locais. No entanto, os “impérios” do setor vinícola tiveram de conviver com a resistência de produtores que, primeiro, relutaram em vender suas terras e, em seguida, engajaram-se na construção de novas estratégias de desenvolvimento: circuitos curtos, mercados diretos, ação cooperada, produção orgânica..., sempre colocando em evidência uma representação emergente de “mediterraneidade”. Gradativamente, o território também foi desfazendo sua imagem industrial de “usina de vinho” (Garcia-Parpet, 2007) para apropriar-se de uma perspectiva patrimonial: cultura, paisagem e vinho integrados naquilo que Zaoual (2006) definiria como um novo “sítio simbólico de pertencimento”, o mediterrâneo.

O desenvolvimento de novos modelos de produção resultou em um questionamento ao sistema de indicações geográficas, tornando mais presentes determinadas justificativas econômicas e técnicas que emergiram junto ao novo contexto do mercado. Contudo, ao invés da superação deste dispositivo de qualificação, ele foi redesenhado para dinamizar transformações técnicas e organizacionais que se faziam necessárias à criação de vantagens competitivas. Por um lado, os produtores utilizaram os decretos referentes aos regulamentos para acelerar o processo de reconversão técnica dos vinhedos e dos métodos de vinificação. Por outro, eles buscaram preservar o vínculo com a origem e reconstruir a relação com o *terroir*.

Em relação ao restante da França, o desenvolvimento das AOCs no Languedoc é um fenômeno relativamente recente, que data do período em que as transformações do vinhedo mostravam-se irretorquíveis frente à queda na demanda por vinhos de mesa (Pech, 1975). Como mostra Fanet (2009), no começo dos anos 1970 apenas alguns nomes e produtos particulares (espumantes de Limoux, vinhos doces naturais do Roussillon) ou localizados (Fitou, Clairette du Languedoc) detinham este tipo de distinção. A classificação em AOC dos grandes vinhedos regionais ocorre em 1977 (Côtes du Roussillon) e 1985 (Coteaux du Languedoc), portanto, após o reconhecimento de áreas mais específicas – tal como foi sugerido acima na discussão dos projetos da Serra Gaúcha.

Atualmente, existe uma centena de nomes sob o signo de IGs na região, seja enquanto *Appellation d'Origine Controlée*, seja como *Vin de Pays*. A mais vasta dentre todas as AOCs chamava-se até recentemente Coteaux du Languedoc, compreendendo um total de 168 comunas, em uma área que se estendia 140 Km entre Nîmes e Narbonne. Em maio de 2007, esta AOC foi substituída pela AOC “Languedoc”, a qual ampliou ainda mais sua área de abrangência, compreendendo todo o litoral mediterrâneo, da fronteira espanhola até Nîmes, percorrendo o traçado da Via Domitia (Journal Officiel de la République Française, 2007). A criação desta AOC regional responde a uma necessidade encontrada pelos produtores e técnicos de reorganização da hierarquia das AOCs no território: “O eixo prioritário é a hierarquização das apelações sub regionais e dos *terroirs* em relação à nova AOC Languedoc com uma organização em forma de pirâmide” (Les AOC du Languedoc, 2010a). A

denominação regional tornou-se a base da pirâmide qualitativa, composta ainda por denominações sub-regionais e, no topo, um conjunto mais localizado de denominações comunais (Fig. 23).

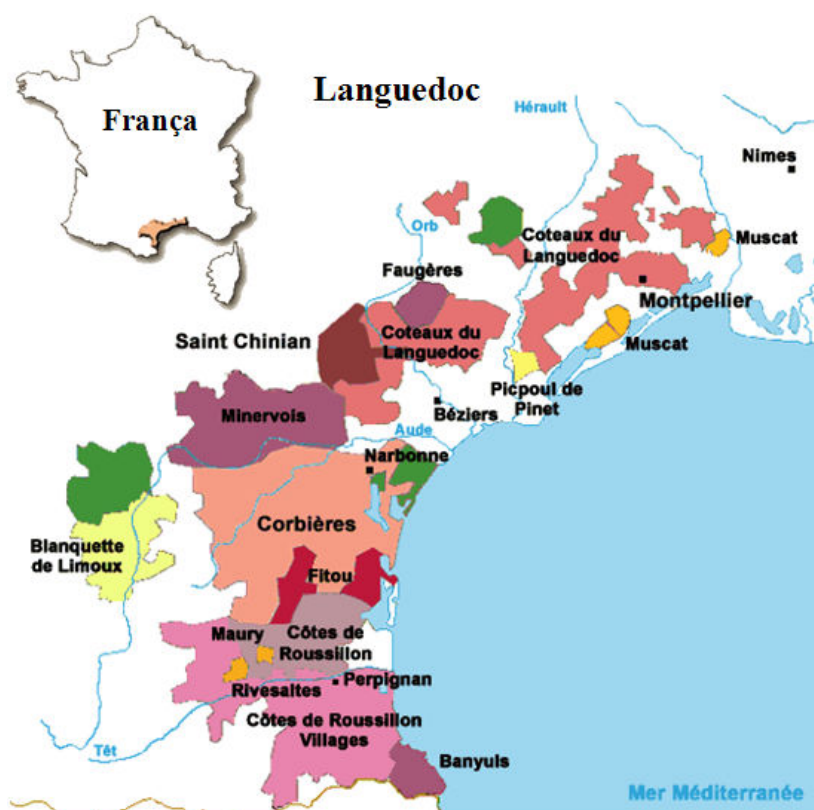


Figura 23: AOCs da região do Languedoc-Roussillon.

Fonte: French Wine Guide.

Embora fosse a segunda denominação em termos de volume de produção (Corbières sendo a primeira), a AOC Coteaux du Languedoc possuía, paradoxalmente ao seu estatuto de AOC regional, as condições de produção “mais restritas de toda a região” (Fanet, 2009, p. 234), o que criava desordem na pirâmide e confusão para os consumidores (Chiffolleau, Laporte e Touzard, 2006). Após alguns anos de debate, os profissionais entenderam que era preciso criar uma denominação genérica mais ampla, que permitisse a inserção de um maior número de produtores, flexibilizando algumas normas de produção e ampliando a área. Isso não poderia ser feito a partir da própria AOC Coteaux du Languedoc, posto que o arrefecimento das normas seria uma decisão extremamente custosa à imagem e reputação do produto. A solução encontrada foi construção de uma nova AOC, agrupando sob um mesmo “guarda-chuva” o conjunto das denominações locais.

A partir disto, criou-se um novo entendimento de que esta AOC deveria chamar-se “Languedoc”, aproveitando-se da reputação que o território construiu ao longo das três últimas décadas. Isto gerou um impasse em relação aos produtores do Roussillon, região de cultura catalã que é anexada administrativamente ao Languedoc, mas que possui suas próprias Denominações de Origem e uma organização relativamente autônoma do setor vitivinícola, vide a estrutura do Conselho Interprofissional dos Vinhos do Roussillon. Estes produtores julgavam que não seria interessante permanecer marginalizados em relação ao agrupamento

que estava ocorrendo no Languedoc e manifestaram o interesse em participar da nova área. Com isso, a AOC Languedoc tornou-se a maior denominação francesa, cobrindo inteiramente os departamentos do Hérault, Aude e Pirineus Orientais, além de uma parte do Gard. No total, são mais de 450 comunas sob o novo signo occitão.³⁰

A primeira questão que se impõe aqui diz respeito ao critério de delimitação da área desta que é, provavelmente, a última AOC regional francesa a ser reconhecida. Não se trata de uma área uniforme do ponto de vista do *terroir*. No que se refere aos elementos naturais e paisagísticos, ela engloba desde os Pirineus até a Garrigue, passando por todo o litoral mediterrâneo. São características de solo, clima e vegetação as mais diversas. Do mesmo modo, diferentes formas de enraizamento sociocultural do produto são encontradas nas áreas de montanha, mais fortemente arraigadas a um universo camponês e agrário (Ambrosini, Giraud, Filippi, 2009), e no litoral mediterrâneo, onde prevalece um vínculo territorial mais fluído; um território cuja delimitação vai além do sentido conferido pela terra: “seu *terroir* é o mar”, define o slogan da AOC Picpoul de Pinet.³¹

O que permitiu aos produtores catalães acolher a denominação proveniente do *pays de la langue d’oc*³² foi um compromisso técnico-econômico firmado a partir da necessidade de reorganizar a hierarquia do sistema de denominações de origem e incrementar a competitividade das empresas no mercado. Em termos de notoriedade, a criação da AOC regional responde mais a uma necessidade de organização do sistema do que ao reconhecimento de uma denominação de reputação consolidada. Do mesmo modo, suas fronteiras são fruto de uma construção social que não delimita um território homogêneo, mas incorpora uma diversidade de produtores unidos por uma necessidade comum de construir um novo espaço de mercado (Touzard, 2008).

Este mesmo tipo de perspectiva será encontrado no processo de reorganização dos *Vins de Pays*, o qual foi impulsionado pelas mudanças decorrentes da harmonização dos sistemas de indicação geográfica no nível europeu (Box 03). Desde 2006, o regulamento comunitário define que todos os *Vins de Pays* são passíveis de reconhecimento enquanto Indicações Geográficas Protegidas, um conceito que, até então, era inexistente ao setor vitivinícola francês. Com isso, produtores de cerca de 140 *Vins de Pays* estão adequando-se às novas exigências de rotulagem, as quais prevêm a substituição gradativa desta expressão até que o reconhecimento das IGPs esteja suficientemente consolidado entre os consumidores franceses e europeus.

³⁰ Como pode-se perceber na citação a seguir, a criação desta AOC revela uma questão de reestruturação organizacional cujas ambições econômicas são dignas de um enorme conglomerado vitivinícola: “Tornar-se a primeira AOC do maior vinhedo do mundo, o Languedoc-Roussillon/Sul da França (600/800.000 hectolitres à MT); garantir no mercado um volume disponível conseqüente de um mesmo produto de origem, de uma qualidade homogênea, oferecendo soluções de aprovisionamento em nível regional do Languedoc-Roussillon; oferecer aos viticultores e comerciantes uma base de preço mais estável, desenvolvendo notadamente as parcerias; oferecer aos viticultores e comerciantes um novo produto potencialmente criativo de valor agregado; oferecer aos viticultores uma melhor rentabilidade de seu trabalho através do reposicionamento do conjunto da gama de AOC do Languedoc nesta nova apelação regional” (Les AOC du Languedoc, 2010b).

³¹ Esta AOC possui outra especificidade importante. Sua denominação é decorrência de uma cepa tradicional cuja produção é concentrada na comuna de Pinet, o “piquepoul”. Como a legislação francesa impedia que uma cultivar fosse utilizada para identificar uma denominação de origem, os produtores alteraram seu nome de modo subliminar: o Piquepoul tornou-se Picpoul (de Pinet).

³² “País da língua d’Oc”, ou seja, do occitão. Trata-se de uma língua de origem romana falada em parte do sul da França durante séculos e que deu origem à denominação Languedoc. Ainda hoje esta língua é encontrada na região, sobretudo entre camponeses.

Box 03: Do modelo francês ao sistema europeu

Historicamente, o modelo francês de sinais de qualidade e origem define duas categorias de qualificação dos vinhos: as *Appellations d'Origine Controlée* (AOC), criadas em 1905, e os *Vins de Pays*, estabelecidos em 1968 por um decreto que substituiu a designação *Vin de Canton*, esta reconhecida em 1964. Desde 2006, com a promulgação do Regulamento Europeu 510/2006, o reconhecimento de uma AOC na França tornou-se uma etapa prévia do seu reconhecimento no nível comunitário como *Appellation d'Origine Protégée* - AOP (em português, Denominação de Origem Protegida - DOP), sendo que, no caso da recusa do registro como DOP, o produto também perde seu estatuto de AOC na França. Por sua vez, os *Vins de Pays* seguem o mesmo trajeto até Bruxelas para demandar um registro de Indicação Geográfica Protegida (IGP) e, por conseguinte, também passaram a ser um signo de diferenciação sob responsabilidade do INAO (desde 2009).

Uma DOP define “o nome de uma região, de um local determinado ou, em casos excepcionais, de um país, que serve para *designar um produto agrícola ou um gênero alimentício*: (a) originário dessa região, desse local determinado ou desse país, (b) cuja qualidade ou características devem-se essencial ou exclusivamente a um meio geográfico específico, incluindo os fatores naturais e humanos, e; (c) cuja produção, transformação e elaboração ocorrem na área geográfica delimitada” (Regulamento Europeu 510/2006).

Uma IGP define “o nome de uma região, de um local determinado ou, em casos excepcionais, de um país, que serve para designar um produto agrícola ou um gênero alimentício: (a) originário dessa região, desse local determinado ou desse país, e (b) que possui determinada *qualidade, reputação ou outras características* que podem ser atribuídas a essa origem geográfica, e (c) cuja produção *e/ou* transformação *e/ou* elaboração ocorrem na área geográfica delimitada.

Estas definições assemelham-se ao sistema brasileiro, mas possuem particularidades importantes. Diferentemente da legislação brasileira, DOP e IGP dizem respeito exclusivamente a produtos agroalimentares e não possuem nenhuma referência a serviços. No caso de artesanato, o que é protegido não é o produto final elaborado, mas a madeira, barro, capim etc. utilizados como matéria-prima. Ademais, a denominação protegida concernirá o produto como, por exemplo, “Jambon de Bayone” ou “Crémant de Bourgogne”, diferindo das IGs brasileira que protegem o nome: “Pinto Bandeira” para vinhos e espumantes; “Paraty” para aguardente do tipo cachaça.

No caso das IGP existe uma referência explícita à diferenciação qualitativa do produto, assim como à reputação, o que deu origem a numerosos debates acerca do estatuto deste signo. O INAO fixou a seguinte posição: “sendo um elemento constitutivo de uma IGP, a reputação específica compreende-se no sentido de um forte reconhecimento pelo público a um dado instante, associado a um saber-fazer ou uma qualidade determinada atribuível à origem geográfica. A IGP identifica uma qualidade determinada, ou uma característica, atribuível à origem geográfica, reconhecível no universo alimentar de ofertas diversificadas. Ela não comporta apenas uma notoriedade adquirida pontualmente e suscetível de ser colocada em questão pelas evoluções do mercado” (INAO, 2009b, p. 7).

Três aspectos devem ser sublinhados: (a) a reputação é concebida como uma notoriedade advinda da presença de características qualitativas diferenciadoras (as quais não se resumem aos atributos organolépticos); (b) esta reputação é situada no tempo, mas pode ser fruto de uma construção recente e; (c) a diferença fundamental em relação à DOP é que “um produto IGP deve apresentar uma real especificidade e uma qualidade “atribuível” à sua origem e não “determinada” por ela” (INAO, 2009b, p. 8). A diferença está no “vínculo causal” que se estabelece entre a origem e o produto. Em termos operacionais (e legais), uma diferença importante refere-se à *exigência* da DOP para que todos os processos de produção, transformação e elaboração sejam executados no interior da área delimitada, ao passo que na IGP isso é uma *possibilidade*.

Ao operacionalizar estas definições, pode-se ver ainda que os técnicos do INAO acrescentam alguns elementos sutis, resumidos na figura abaixo. Segundo INAO (2010a), “a *Appellation d’Origine* identifica um produto agrícola, bruto ou transformado que: (a) retira sua autenticidade e sua tipicidade de sua origem geográfica delimitada; (b) possui uma notoriedade devidamente estabelecida; (c) beneficia-se de características e de um saber-fazer específicos e; (d) é objeto de procedimentos de controle”. Note-se, por exemplo, que aqui a “notoriedade” também é um componente central das Denominações de Origem, diferentemente do que ocorre no caso brasileiro.

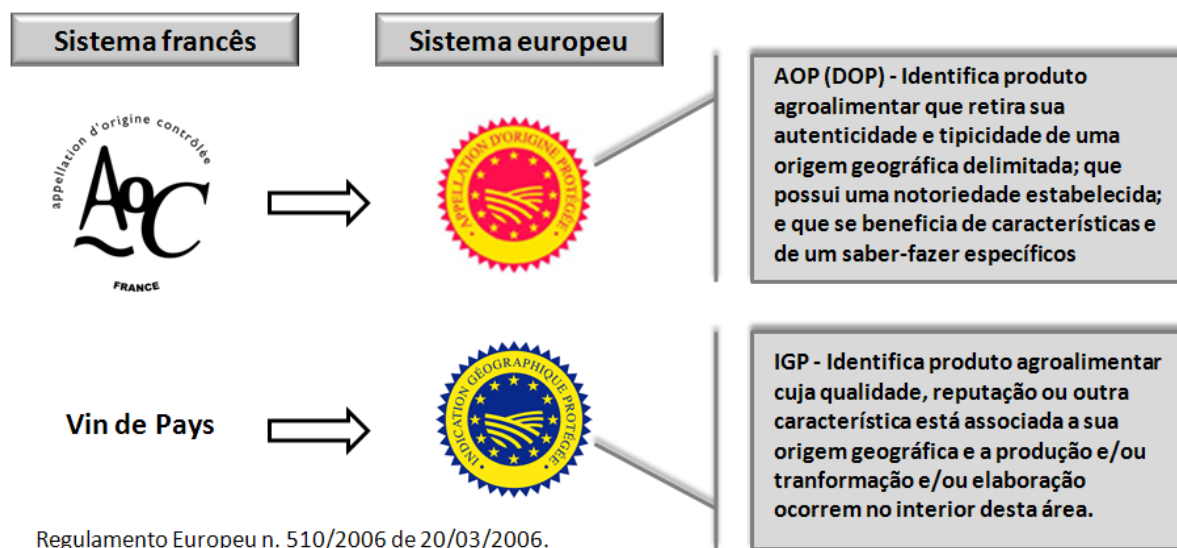


Figura 24: O sistema europeu de DOP e IGP.
Fonte: Elaboração do autor a partir de INAO (2010a).

A região do Languedoc concentra mais de 70% de toda produção francesa de *Vin de Pays*. Em 2008, o volume de vinhos comercializado sob esta designação foi de 743 milhões de litros, metade da produção regional e o dobro da produção vinícola brasileira (FranceAgriMer, 2009). A importância que este tipo de IG adquiriu na região está diretamente associada à trajetória vitícola referida acima: primeiro, à presença dominante dos vinhos de mesa até a década de 1980; em seguida, à pressão econômica pelo desenvolvimento dos vinhos varietais. Frequentemente considerados como um “nível” intermediário entre os vinhos de mesa e os vinhos de Denominação de Origem, os *vins de pays* foram uma alternativa de qualificação para muitos produtores, cooperativas e comunas que se inseriram em um processo de qualificação, buscando uma solução à queda do consumo de vinhos comuns, mas que não atendiam às condições demandas para aceder ao status de AOC.

Historicamente, estas designações permaneceram sob outro tipo de enquadramento regulamentar, fora do âmbito do INAO. O reconhecimento e controle dos *Vins de Pays* estava sob a responsabilidade do VINIFLHOR (*Office National Interprofessionnel des Fruits, des Legumes, des Vins et de l'Horticulture*) que, em 2009, foi agrupado a outros quatro órgãos setoriais para dar origem a FranceAgriMer, entidade governamental encarregada da regulação de diferentes cadeias agroalimentares. Porém, em outubro do mesmo ano, as atribuições referentes aos vinhos IGP foram transferidas ao INAO, de modo que os *Vins de pays* passaram a ser formalmente atrelados à entidade que se ocupa do conjunto de signos distintivos de qualidade e origem e que, é importante ressaltar, privilegia um enfoque mais “territorial” a estes signos distintivos, pelo menos se comparada à atuação de FranceAgriMer.

Sob responsabilidade de uma entidade setorial, os *Vins de pays* eram considerados “vinhos de mesa personalizados por uma procedência geográfica” (FranceAgriMer, 2010). As exigências de reconhecimento concerniam basicamente à delimitação de uma área precisa (região, departamento ou zona específica no seu interior) e a critérios de produção fixados por decretos: rendimento máximo, grau de álcool, cultivares autorizadas, normas analíticas, além de métodos específicos de controle. Sob o domínio do INAO, este signo passa a ter uma referência menos setorial, convivendo em um quadro regulamentar que abarca um amplo leque de produtos agroalimentares. Ao mesmo tempo, a reorganização do sistema enquanto Indicação Geográfica Protegida coloca os produtos em um universo mais próximo dos vinhos de Denominação de Origem Protegida, gerando questionamentos sobre a coexistência destes signos em um mercado consumidor que não está habituado a encontrá-los de tal modo.

Dentre as questões essenciais está o impacto que será causado no próprio sistema de IGs na medida em que os vinhos IGP são autorizados a referir nos rótulos o nome da cultivar da uva, uma prática vetada aos vinhos DOP, que sempre se constituíram como a expressão máxima do modelo de “vinhos de *terroir*”, cuja tipicidade não deveria ser o resultado da cultivar utilizada, mas de um conjunto de fatores naturais associados ao saber-fazer dos vinhateiros. Alguns especialistas consideram que a *démarche* de “vinhos varietais” que as IGP apresentam pode pressionar os produtores de DOPs genéricas que não encontram espaço no mercado a recorrer a este sistema, o que contribuiria para reorganizar a pirâmide em sua parte inferior, haja vista que, atualmente, o volume de vinhos AOC é superior àquele referente aos *Vins de pays*, e não há hierarquia clara de preço entre ambas as categorias.

O alvo prioritário dos produtores de vinhos IGP não é, todavia, o mercado francês. Atualmente, 60% do volume de vinhos sob o signo da IGP “Pays d’Oc” é destinado à exportação, notadamente para países anglo-saxões: Alemanha, Reino Unido, Holanda, Estados Unidos e Bélgica, sendo os cinco maiores compradores. Trata-se da primeira IG francesa em termos de volume de exportação, superando AOCs tradicionais como Bordeaux, Bourgogne e mesmo Languedoc (InterOc, 2009). Ao integrar no mesmo rótulo a reputação francesa na produção de vinhos, o conceito emergente de IGP e uma perspectiva que privilegia os vinhos varietais (vide a cultivar em destaque, Fig. 25), os produtores esperam ampliar sua competitividade na cadeia de valor, competindo em condições semelhantes (de regulamentação, qualidade e preço) com as IGs do novo mundo.



Figura 25: Rótulo de vinho IGP Pays d’Oc.
Fonte: InterOc (2009).

Não obstante, estas pretensões são desafiadas por um novo processo de reestruturação na base da pirâmide, o qual vem à tona com a emergência de uma categoria de “vinhos sem indicação geográfica”, estabelecida por FranceAgriMer em resposta à regulamentação definida no âmbito da OMC. Desde outubro de 2009, os produtores franceses podem demandar a menção da cultivar e do millésime (ano) nos rótulos das garrafas de vinhos sem IG, prática antes vetada. Com isso, estes produtos passam a competir diretamente com os vinhos IGP, mas sem a necessidade de respeitar o conjunto de normas que concerne a esta categoria: os rendimentos são livres, as práticas enológicas abertas a tudo o que não é proibido pela comissão europeia e os procedimentos de controle simplificados (e, portanto, menos onerosos). Muitos produtores de vinhos Pays d’Oc já visualizam a possibilidade ampliar o rendimento das vinhas de 8 toneladas por hectare permitidas pelo Regulamento de Uso da IGP para 10, 12, ou talvez 15 toneladas, dependendo das condições do vinhedo (Réussir Vigne, 2009). Ademais, no caso desta categoria sem IG é possível misturar vinhos da mesma cultivar e ano oriundos de distintas regiões do país, com a única exigência de que, um “Merlot - millésime 2011”, por exemplo, contenha 85% de seu conteúdo desta cultivar e ano.

Em 2009, primeiro ano após a nova regulamentação, o volume de vinho sem IG comercializado foi de 5,1 milhões de litros. Um ano depois, alcançou 27 milhões de litros (Ivaldi, 2010). Com preços comparáveis aos vinhos IGP, esta categoria de produtos emerge causando inquietação sobre o futuro do mercado, do sistema de IGs e da reputação do modelo francês, haja vista os conflitos que foram produzidos quando cogitada a possibilidade de tornar obrigatório que o produto carregasse consigo a menção “*Vin de France*” ou “*Vin de cepage de France*” (Réussir Vigne, 2009). De todo modo, a mensagem é clara: trata-se da entrada definitiva do país no modelo dos vinhos varietais do novo mundo. Um produto que, ao reduzir as exigências normativas e possibilitar maior rendimento, pretende oferecer uma alternativa aos produtores para retomarem espaço na cadeia de valor e concorrer com os vinhos de baixo preço (até € 2,00 a garrafa) que invadiram o próprio mercado francês.

Após tornar o sistema AOC/*Vin de pays* responsável por cerca de 80% de todo volume de vinhos produzidos no país (INAO, 2010a), os produtores franceses começam a dar “marcha ré”. O desenvolvimento dos vinhos sem IG expressa um desafio de re-institucionalização destes signos de diferenciação qualitativa para que ele seja, de fato, um instrumento de diferenciação. A perspectiva é de que, nos próximos anos, exista uma movimentação ascendente e descendente na pirâmide até que uma nova divisão hierárquica se estabilize. Alguns vinhos de AOCs menos renomadas que não encontram espaço para competir no mercado poderão passar à condição de IGP, beneficiando-se da menção da cultivar e de um regulamento menos restritivo. Por sua vez, ao mesmo tempo em que vinhos IGP ascenderão ao status de AOC, outros encontrarão seu espaço no segmento de vinhos varietais sem IG, os quais se diferenciarão dos vinhos de mesa. Mais do que uma reação à dinâmica de oferta e demanda, este processo revela a construção econômica e política de diferentes mecanismos de classificação no mercado vinícola (Touzard, 2008).

Por fim, cabe notar que esta reestruturação ainda passa pela convivência com outras formas de qualificação, como a marca de certificação “Sud de France”. Neste caso, um investimento coletivo de diversas organizações vitivinícolas regionais para valorizar uma ampla gama de produtos agroalimentares locais. Criada em 2006, já são mais de 1600 empresas e 5 mil produtos habilitados a utilizá-la, entre vinhos, queijos, frutas, legumes e frutos do mar. Trata-se, enfim, da “cesta de bens” do território que se institucionalizou através

de uma marca e cuja relação com as IGs ainda está sendo definida. No caso dos vinhos, acredita-se que a referência da marca ao “sul da França” (irrealizável no caso de uma IG, haja vista que ela sequer engloba produtores de toda a região sul) pode capitalizar as IGs vitivinícolas, colocando em evidência um vínculo mais estreito com a cultura e a gastronomia mediterrânea. No entanto, alguns técnicos sugerem que elas podem estabelecer-se como concorrentes ao invés de sinérgicas, criando, inclusive, confusão em relação ao processo de hierarquização qualitativa que está sendo colocado em prática, visto que praticamente todos os vinhos regionais podem utilizá-la. Como trata-se de uma marca recente que começa a firmar-se entre os produtores de vinho, ainda não há como considerar seus impactos efetivos.

Seja como for, a trajetória do Languedoc trás consigo questões relevantes para as IGs vitivinícolas brasileiras, seja em relação à coexistência entre diferentes segmentos produtivos, com a presença marcante dos “vinhos de mesa” (mesmo que com conceitos diferentes); seja pelas inquietações que a reestruturação do mercado tem ocasionado à dinâmica do território. Além disso, em ambos os casos é possível perceber a imbricação entre os dois modelos outrora expostos, com uma crescente preocupação dos produtores e profissionais em fazer confluir a *démarche* territorial dos vinhos de *terroir* com a perspectiva setorial dos vinhos varietais. Nos próximos capítulos será possível avançar nesta análise, interpretando em que medida estes modelos se integram ou colidem. Do mesmo modo, voltaremos às discussões referentes à construção de reputação e notoriedade nos projetos de IG, assim como de delimitação da área geográfica, demonstrando como as decisões que concernem estas questões vinculam-se a um amplo processo de negociação que envolve diretamente o recurso a diferentes princípios qualitativos.

Capítulo 5

Estratégias de qualificação no segmento vitivinícola

Neste capítulo a atenção dirige-se às mudanças em curso na produção de uva e vinho decorrentes dos compromissos gestados no interior de diferentes projetos de qualificação. Sem o intuito de focalizar cada Regulamento de Uso em sua totalidade, a discussão realiza-se a partir de eventos que colocam em evidência uma série de conflitos de justificação relativos à apropriação territorial e setorial do mecanismo de IG. Três destes eventos são destacados: (a) a criação de uma marca coletiva pelo Consórcio de Produtores de Espumantes de Garibaldi - RS em resposta aos entraves colocados ao projeto de IG; (b) as estratégias de qualificação desenvolvidas pelas vinícolas da região de São Joaquim - SC e; (c) as repercussões do projeto de IG dos produtores de vinho de mesa dos Vales da Uva Goethe - SC.

5.1 Os espumantes de Garibaldi em busca de qualificação

O primeiro evento ao qual faremos menção neste capítulo é a mudança da estratégia de qualificação operada por um grupo de vinícolas do município de Garibaldi, Serra Gaúcha. Buscando apropriar-se da notoriedade que o município alcançou ao longo de um século de produção de vinhos espumantes, em 2007 um conjunto de pequenas e médias vinícolas locais iniciou a construção de uma Indicação de Procedência. Contudo, no decorrer das discussões referentes ao projeto, elas foram compelidas a reorientar seus esforços para a criação de uma Marca Coletiva. O questionamento que interessa aqui concerne justamente aos fatores que induziram esta reorientação de estratégia, assim como os argumentos mobilizados para justificar as decisões adotadas. A compreensão desta experiência pode contribuir ao entendimento dos distintos usos e significados que estes dois mecanismos de qualificação (IG e Marca Coletiva) têm assumido não apenas no segmento vitivinícola local, mas em outros contextos sociais e cadeias agroalimentares onde discussões similares estão em curso.

Com cerca de cinquenta vinícolas instaladas no município produzindo vinhos espumantes, Garibaldi se auto-intitula “Terra do Champanha”. Com efeito, na década de 1980 mais de 90% dos espumantes produzidos no Brasil eram provenientes do município. A cada biênio, a cidade realiza a Festa Nacional do Champanha (Fenachamp), um evento alusivo à história de diferentes gerações de descendentes italianos que ali se estabeleceram a partir de 1870 e iniciaram a vitivinicultura local. Foi em 1913 que a união entre um vitivinicultor italiano proveniente do Vêneto, Manoel Peterlongo, e um enólogo franciscano francês, Irmão Pacômio, deu origem a produção de espumantes na região. Elaborado artesanalmente pelo método “*champenoise*”, a bebida foi identificada à sua similar da região francesa de Champagne, o que fomentou inclusive alguns conflitos sobre o direito das vinícolas locais utilizarem esta denominação. Baseados na antecedência histórica da produção, as vinícolas locais obtiveram autorização legal pelo Supremo Tribunal Federal brasileiro para seguir utilizando a mesma denominação francesa sob o argumento de que ela havia tornado-se genérica na região e que, no Brasil, designava um tipo de produto e não sua origem.¹

Este reconhecimento oficial ratificou o renome que o município consolidou pelo trabalho de diferentes gerações de vitivinicultores, cujas famílias ocuparam o território e fizeram da produção de vinhos espumantes não apenas um meio de sustento, mas uma atividade sociocultural que ajudou a moldar os contornos de uma identidade cultural. Hoje, este sentido de pertencimento é alimentado interna e externamente pela comunidade local, reconhecido como expressão de costumes e conhecimentos tradicionais, ainda que os mesmos sejam cada vez mais incorporados e reinventados pelo uso comercial, notadamente com o crescimento do enoturismo. Ademais, cabe notar que a imagem e a notoriedade da “terra do champanha”, bem como o forte enraizamento sociocultural do produto ao território, foram construídos em oposição à “capital brasileira do vinho”: Garibaldi consolidou uma reputação

¹ Em 1974, a *Société Anonyme Lanson Père & Fils* adentrou com um processo na justiça brasileira visando proibir o uso da expressão Champagne/Champanha pelas vinícolas locais. A decisão judicial não acolheu o recurso e, baseada na anterioridade da expressão, autorizou seu uso por empresas nacionais (Brasil, 1975). Na época, vinícolas como a Peterlongo, Georges Aubert, Mosele e Dreher beneficiaram-se da decisão. Criada em 1918, ou seja, nove anos antes do reconhecimento oficial da AOC Champagne, a vinícola Peterlongo continua fazendo uso do termo, o que impede sua participação no Consórcio de Produtores de Espumantes de Garibaldi.

na elaboração de espumantes enquanto Bento Gonçalves destacou-se na produção de vinhos finos.

Dentre os atores locais, a reputação e a precedência histórica da produção de espumantes em Garibaldi nunca estiveram em questão. Os desentendimentos surgiram a partir do momento em que produtores, técnicos, pesquisadores e representantes governamentais começaram a discutir qual seria o mecanismo mais apropriado para fazer destes ativos imateriais um bem coletivo capaz de impulsionar um processo de dinamização econômica das vinícolas locais e do território. Para os vitivinicultores isto parecia muito claro: cumpridas as exigências mínimas legais para a demanda de uma Indicação de Procedência, o mais recomendável era seguir a experiência “bem sucedida” do Vale dos Vinhedos.

O primeiro passo no sentido da criação da IP era buscar os parceiros necessários para a organização do projeto. Neste momento, o principal desafio constituía-se em encontrar pessoas capacitadas à realização dos estudos técnicos que precederiam a definição das normas constantes no Regulamento de Uso da futura indicação. Similarmente aos demais projetos em curso na Serra Gaúcha, os produtores de Garibaldi recorreram à Embrapa Uva e Vinho, cuja experiência acumulada poderia facilitar o desenvolvimento do trabalho.

Tão logo as reuniões começaram, o projeto esbarrou em uma diferença conceitual concernente aos pré-requisitos da certificação. O problema associava-se basicamente ao fato de que, apesar de ser o maior e mais reputado produtor de espumantes do Brasil, o município de Garibaldi não possui uma produção considerável de uvas viníferas. A maior parte da matéria-prima utilizada para a elaboração dos espumantes é proveniente de outros municípios adjacentes, em especial Monte Belo do Sul, mas também de outras regiões produtoras como a Serra do Sudeste e a Campanha Gaúcha. Em vista desta situação, os pesquisadores da Embrapa consideraram inadequado levar o projeto adiante. Como demonstra o depoimento de um vinicultor de Garibaldi,

O argumento que a Embrapa usou para nos é de que nós não tínhamos uvas suficientes produzidas no município de Garibaldi para termos uma Indicação de Procedência para este espumante que se produz aqui. Citaram que as vinícolas daqui compram uvas de Monte Belo do Sul, Pinto Bandeira e de outros lugares. Então, que eles não poderiam fazer essa Indicação de Procedência porque nós não teríamos uvas para elaborar os espumantes. (Vin-GB).

Desde que começaram a trabalhar com o tema no Brasil, inicialmente a partir do projeto do Vale dos Vinhedos, este grupo de pesquisadores vem construindo uma espécie de modelo conceitual de IGs para o setor vitivinícola brasileiro cujos pressupostos incluem uma convicção, expressa na fala de um pesquisador entrevistado: “a produção vitivinícola tem particularidades que caracterizam ela no mundo todo, mas, se tem alguma coisa que dá reconhecimento ao vinho, é de onde as uvas saem” (Pes-VV). Ou seja, o fato das uvas processadas serem provenientes de outra região constituiria um empecilho intransponível para identificar a relação entre o espumante produzido e seu *terroir*, de modo que não faria sentido trabalhar na construção de uma IG.

Os produtores reconheceram o problema relativo à falta de uvas viníferas. A justificativa técnica parecia possuir um “componente de realidade” irrefutável. Apesar de contar com mais de três mil hectares cultivados com vinhedos, a ampla maioria da área

vitícola de Garibaldi é ocupada por variedades americanas (36%) e híbridas (48%). No entanto, os produtores procuraram justificar a plausibilidade do projeto a partir de dois argumentos principais. Em primeiro lugar, essa predominância da produção de uvas consideradas “impróprias para vinificação” não seria uma exclusividade do município. Isto evidencia-se em toda a região, e mesmo municípios reputados pela produção de uvas viníferas, como Monte Belo do Sul, apresentam uma proporção maior de outras espécies, em termos de área plantada, número de plantas ou produção (Vide Tab.01, Cap.01). Ao mesmo tempo, os produtores alegavam que a IP incentivaria a ampliação e qualificação da produção de variedades viníferas, com vistas a estabelecer um novo patamar qualitativo para a viticultura local.

Um terceiro tipo de argumento incidiu sobre a questão dos “mecanismos de controle”, item obrigatório aos regulamentos de uso das IGs onde são descritos os meios de aferição do cumprimento das normas de produção e comercialização. A discussão dirigiu-se especificadamente às formas de controle da procedência da uva, reconhecidamente um desafio maior ao conjunto das organizações públicas e privadas que estão envolvidas com processos de certificação de origem. Segundo os produtores, a exigência feita às vinícolas locais relativa à origem da uva apenas seria legítima caso existissem mecanismos de controle capazes de garantir que a mesma exigência esteja sendo cumprida nas demais situações. Caso contrário, como afirma um dos produtores entrevistados, seria preferível informar honestamente o consumidor sobre a procedência imprecisa da matéria-prima:

Eu questionei eles: olha, vocês estão trabalhando para a Indicação de Procedência de Pinto Bandeira, mas como fica a questão das uvas que eles compram de Santana do Livramento? Onde elas entram no corte do vinho base? Como vocês vão saber qual é o vinho de lá mesmo e qual é o vinho de Santana do Livramento ou de Encruzilhada? Eu prefiro informar o meu consumidor honestamente que ele compra um espumante com indicação de procedência de uvas produzidas na Serra Gaúcha ou em outro lugar, do que dizer para ele que é uma indicação de procedência X e a uva veio de outro lugar e o consumidor jamais vai saber disso (Vin-GB).

Se, como afirmam Boltanski e Thèvenot (1991, p. 24), “na atividade quotidiana dos atores, eles procuram invalidar uma forma de justificação para dar valor à outra”, no caso destes produtores, eles procuram deslegitimar as normativas construídas em outros projetos interrogando o modo como a aplicação delas tem sido garantida.

Em que pese essas limitações, se os produtores decidissem levar o projeto adiante, aparentemente não existiria nenhum impedimento legal para a demanda de uma IG, sobretudo no que diz respeito à definição corrente de Indicação de Procedência, cujo reconhecimento reside basicamente sobre a reputação/notoriedade do território e produto. Como afirmado acima, a reputação de Garibaldi enquanto produtor de espumantes nunca esteve em debate, de modo que não são publicizados quaisquer argumentos que contestem a adequação do projeto a este item específico da legislação. Ademais, no caso das Indicações de Procedência opera-se geralmente com a exigência de que apenas um dos processos (produção, processamento, engarrafamento) deva ocorrer necessariamente no interior da área demarcada.

De outro modo, a DO é de natureza mais restritiva. Existe claramente a exigência de que as “características qualitativas” do produto estejam vinculadas aos fatores geográficos

(naturais e humanos) locais e que todos os procedimentos sejam realizados no interior da área delimitada.² Porém, mesmo neste caso é necessário notar que, normativamente, nada impede que a área de obtenção da matéria-prima seja distinta da área de elaboração do produto.

Este é o caso, por exemplo, do presunto italiano de San Daniele, uma DO reconhecida pelo INPI em abril de 2009. Segundo seu Regulamento de Uso, os suínos são criados em duas áreas abrangentes enquanto o processamento do presunto ocorre em uma zona mais restrita. Na França, situação análoga pode ser verificada na produção do *Saucisson de l'Ardeche*, um tipo de salsicha típica da região *gourmande* do Rhonê-Alpes. Reconhecido em setembro de 2010 pelo INAO, sua especificidade reside sobre um renome estabelecido, uma precedência histórica e um saber-fazer compartilhado, de modo que a carne pode ser oriunda de qualquer país da União Européia (Eur-lex, 2010). Por sua vez, Roquefort, um dos queijos mais renomados do mundo, foi produzido durante décadas com leite cuja procedência não era especificada. Nos anos 1950-60, os produtores compravam leite de outras regiões como os Pirineus Ocidentais e a Córsega, ou mesmo de outros países, como a Tunísia. Desde a última modificação do *Cahiers des Charges*, nos anos 2000, o Roquefort passou a ser fabricado em uma área específica da comuna de Roquefort, mas com leite oriundo de cinco departamentos adjacentes onde a ovinocultura segue as normas regulamentadas pelos produtores.³

No entanto, esta é uma situação incomun no mundo dos vinhos. Ainda que a própria região de Champagne trabalhe com duas zonas diferenciadas de elaboração do vinho e de produção da uva, neste caso é a produção vitícola que está circunscrita no interior de uma zona mais ampla de vinificação (CIVC, 2003). O exemplo de Champagne corrobora uma tendência presente em diferentes sistemas de IG, qual seja, a construção do que Ghislain de Montgolfier, ex-presidente do Comité Interprofessionnel du vin de Champagne, denomina de um “sistema científico e jurídico mais racional” (Sciolino, 2008). Na França, no Brasil e alhures, a incorporação de critérios científicos tornou-se a base fundamental para os processos de delimitação ou redefinição das áreas de produção. Em Champagne, esse processo foi novamente deflagrado pela demanda de produtores que se sentem prejudicados em permanecer fora da área delimitada, assim como por vinícolas locais interessadas em ampliar a capacidade produtiva frente a um mercado em franca expansão (Journal Officiel de La République Française, 2008).⁴ Em outubro de 2008, uma equipe de técnicos indicados pelo INAO elaborou uma lista de quarenta comunidades, ou comunas, que poderão unir-se às outras 317 que já usufruem da denominação. O conhecimento público desta lista (inicialmente secreta) fez os desentendimentos aflorarem entre diferentes comunas, produtores e vinícolas. Face a estes interesses divergentes, os técnicos foram solicitados como uma espécie de árbitro do conflito. Atualmente, diferentemente do critério básico de antecedência histórica que fundamentou a lei de 1927, referente à primeira delimitação da área (revisada em 1936, 1974 e 1984), a definição tem privilegiado estudos de geografia, geologia, agronomia e

² Cientes ou não do conteúdo desta definição, alguns produtores locais expressaram consentimento com este nível diferenciado de exigências: “*Numa denominação de origem eu considero justo que haja produção local da matéria-prima e que, mais do que isso, esse produto possa ser percebido pelo consumidor como sendo um produto diferente ou diferenciado. Mas não era esse o caso aqui*” (Vin-GB).

³ Outros projetos de IG em situação similar na França são “*les cannelés de Bordeaux*”, pequenos bolos cuja farinha não possui procedência determinada e “*les Cassoulet de Castelnaudary*”, prato a base de feijão cuja origem da leguminosa também não é definida.

⁴ Capacidade atualmente restringida pela quantidade de uvas disponíveis e pelo preço das terras que situam-se 200% acima daquelas referentes às áreas adjacentes.

fitossociologia (uma área pouco conhecida que se ocupa do comportamento das plantas em um determinado ecossistema). As decisões restam, contudo, um processo de interpretação dos resultados destes estudos, envolvendo a negociação coletiva dos critérios relevantes.

Outro exemplo de definição de duas ou mais áreas de atividades diferenciadas pode ser encontrado na região do Beaujolais. No *Cahier des Charges* das denominações que constituem os dez *crus* do Beaujolais verificamos a definição de uma “área geográfica” correspondente ao conjunto de comunas onde a colheita de uvas, vinificação e elaboração dos vinhos são permitidas; uma “área parcelaria” que restringe a produção da uva a algumas zonas dentro da área geográfica delimitada e; uma “área de proximidade imediata” mais extensa, onde é permitido o processo de vinificação e engarrafamento.

Um caso particularmente importante que destoa deste princípio de delimitação é encontrado na região do Vinho do Porto, Portugal. Trata-se da denominação mais antiga no mundo da qual se tem registro, cuja área de produção foi demarcada em 1756 através de um decreto do Marquês de Pombal.⁵ Na época, o objetivo era assegurar a qualidade do produto evitando um conjunto de adulterações que estavam ocasionando a queda brusca das exportações, sobretudo à Inglaterra, principal mercado consumidor. A retração do mercado e a produção em expansão também criavam um desequilíbrio nos preços da bebida, o que colocava em risco não apenas sua imagem, mas a própria sobrevivência dos vinhateiros e cantineiros. A área demarcada engloba treze conselhos distribuídos em três sub-regiões (Baixo Corgo, Cima Corgo e Douro superior), as quais ocupam 250 mil hectares, enquanto a plantação da vinha ocorre em 48 mil hectares. Sua principal peculiaridade deve-se ao fato de que, apesar de portar uma denominação Vinho do Porto, a área de produção da uva e elaboração do vinho dista cerca de 100 km da cidade do Porto. Além disso, a concentração de caves vinícolas onde o produto é envelhecido e engarrafado está em Vila Nova de Gaia, município do outro lado do Rio Douro, de frente para a cidade de Porto, e que emergiu em virtude da criação de um entreposto de engarrafamento e comercialização de vinhos, passando a funcionar como um prolongamento da região produtora. Assim, de “Porto” o vinho herdou somente uma reputação construída ao longo da segunda metade do século XVII, quando a bebida ganhou o mundo em navios que içavam âncora nesta cidade (Pereira, 1996).

Um entendimento análogo talvez pudesse ser construído para o caso dos espumantes de Garibaldi: uma área de produção de uvas diferente daquela concernente à elaboração/engarrafamento do vinho (ainda que, no caso do vinho do Porto, a elaboração ocorra na mesma área da produção vitícola, o que favorece o controle da procedência da matéria-prima). De todo modo, o projeto de Garibaldi ainda encontraria outro tipo de entrave decorrente do fato de que os vitivinicultores de Monte Belo do Sul, principais fornecedores de uvas viníferas para os espumantes de Garibaldi, possuem uma demanda própria de Indicação Geográfica para seus vinhos. Igualmente focado na produção de vinhos espumantes, ainda que não se detenha exclusivamente a eles, o projeto de Monte Belo do Sul busca responder tanto ao aumento da demanda por este produto quanto à expectativa de produtores e pesquisadores em consolidar uma espécie de *cluster* regional de produção de espumantes de alta qualidade na Serra Gaúcha.

⁵ De acordo com o Instituto dos Vinhos do Douro e Porto (IVDP, 2010), “A região produtora é bordada por 335 marcos de pedra com a designação de Feitoria, designação que referendava o vinho da melhor qualidade, único que podia exportar-se para Inglaterra, vulgarmente conhecido por vinho fino”.

Diferentemente de Garibaldi, Monte Belo do Sul não possui um renome consolidado como produtor de vinhos finos, sejam eles espumantes ou não. Quiçá um reconhecimento dentre os atores da cadeia produtiva enquanto importante produtor de uvas viníferas. Sendo assim, o acento colocado na tipicidade enológica do produto, decorrente das características físicas do *terroir*, sugeriria uma DO ao invés de uma IP, o que não se encaminhou neste sentido em virtude da perspectiva evolucionista que tem definido os projetos de IG de vinhos no Brasil, tal como discutimos no capítulo anterior.

Os produtores de Monte Belo do Sul possuíam dois caminhos que, embora não fossem necessariamente excludentes entre si, seriam, ao menos, concorrentes. De um lado, especializar-se na produção de uvas viníferas para a elaboração de vinhos em outras áreas, sobretudo Vale dos Vinhedos, Garibaldi e Pinto Bandeira. De outro, investir em estruturas industriais que lhes possibilitassem elaborar seu próprio vinho, agregando valor ao produto final e, teoricamente, catalisando um processo de desenvolvimento endógeno. Elementos dessa discussão estiveram igualmente presentes quando da delimitação do Vale dos Vinhedos. Na época, algumas vinícolas sugeriram a ampliação da área de modo a abarcar uma parte do município de Monte Belo do Sul e do Vale Aurora. Amparados por justificativas que apelavam às relações de comércio tradicionalmente estabelecidas entre estas áreas, os produtores de algumas vinícolas do Vale dos Vinhedos sustentavam um interesse básico de ampliar o número de fornecedores e a área de produção de uvas viníferas (um problema diretamente relacionado à pequena quantidade de vinhos que tem obtido a IP), preocupações similares àquelas que atualmente afetam a AOC Champagne. Este tipo de argumento foi contraposto por uma justificação técnica, segundo a qual, tais critérios comerciais não seriam legítimos para sustentar a demarcação de uma área cujas características básicas deveriam prezar pela homogeneidade da paisagem e tipicidade do produto. Um pesquisador que esteve diretamente envolvido com a delimitação da área resumiu a discussão nos seguintes termos,

No Vale dos Vinhedos, eles queriam ampliar a área, queriam abarcar Monte Belo, por exemplo. (...) O grupo queria estender, aumentar a delimitação do Vale dos Vinhedos abarcando não só uma parte do Vale Aurora, como também uma grande parte do município de Monte Belo. (...) Se, realmente, acontecesse isso, aqueles pequenos produtores de Monte Belo, seguramente, eles permaneceriam apenas viticultores, porque eles seriam fornecedores de uva. Então, eu argumentei que não. A delimitação foi feita seguindo um critério. Tem todo um embasamento aqui. Se eu mudar isso aqui, nada vale. Tem que fazer tudo de novo, a partir do zero. (...) E também não era só uma questão de ter que mudar a delimitação e ter que começar do zero. Eu estava vendo que já havia um trabalho para outra indicação e era uma possibilidade de fazer uma diferença para contribuir para que outros pequenos também possam crescer e ganhar, como muitos deles ganharam. Neste momento nós chegamos a ser acusados de impedir o desenvolvimento do Vale dos Vinhedos (Pes-VV).

Em termos estritamente legais, não há qualquer empecilho jurídico para que a delimitação de uma área vitícola correspondente ao município de Monte Belo do Sul faça parte do regulamento de uma IP Garibaldi. Ademais, o mesmo não exclui a possibilidade dos produtores de Monte Belo do Sul construir uma indicação geográfica específica para seus vinhos. Na realidade, não existe regulamentação suficiente no Brasil para casos similares. O INPI ainda não se deparou com tal situação. Seria possível a sobreposição de áreas entre

diferentes IGs? Não parece haver impedimento no caso de uma Indicação de Procedência mais ampla e Denominações de Origem circunscritas a áreas menores, tal qual se imaginou inicialmente para a Serra Gaúcha, e similarmente ao que acontece na maior parte das AOCs francesas. Mas, e no caso de duas IPs dividirem áreas sobrepostas? Poder-se-ia argumentar que são áreas idênticas para produtos distintos: a uva para a IP Garibaldi e o produto final elaborado (vinho) para a IP Monte Belo do Sul?

Qualquer que seja a situação hipotética formulada, o fato é que os produtores de Garibaldi abdicaram do projeto. Como observamos no depoimento abaixo, o principal obstáculo não foi jurídico/legal, mas a dificuldade de articular uma rede sociotécnica suficientemente ampla e integrada para criar e manter a IG. Sem a parceira da Embrapa, os produtores teriam dificuldades para financiar e desenvolver os estudos técnicos necessários à construção do Regulamento de Uso e, em caso de reconhecimento da IP, não teriam condições de implantar as medidas de controle e avaliação química e sensorial requeridas.

Existe um entendimento diferenciado entre INPI e Embrapa neste ponto. Na indicação de procedência a gente não está discutindo origem da uva, a gente está discutindo a reputação da região como produtora. Garibaldi é reconhecida por produzir uva ou por produzir vinho espumante? Vinho espumante! Então, para fins de indicação de procedência, a uva pode vir de fora, mas o produto final tem que ter aquela qualidade que identifica ele como vinho daquela região. Tem que ter aquele saber-fazer, aquela tradicionalidade. O entendimento que a Embrapa leva é que a produção de uvas tem que ser local. [Assim] pela ausência de parceiros locais, não foi em frente. Foi uma diferença de entendimento técnico (Tec-GB).

A alternativa encontrada foi mudar a estratégia de qualificação, voltando os esforços coletivos para uma Marca Coletiva.⁶ A partir daí, um grupo de nove pequenas e médias vinícolas formalizou a criação do Consórcio de Produtores de Espumantes de Garibaldi (CPEG) cujo objetivo é “qualificar a produção local estabelecendo um conjunto de procedimentos a ser seguido por todos os estabelecimentos consorciados”. Neste caso, ao invés de um Regulamento de Uso, trabalha-se com um Regulamento de Avaliação da Conformidade (RAC), o qual, similarmente, estabelece um conjunto de normas e procedimentos para o uso da marca (Fig. 26). Em novembro de 2010 foi comercializado o primeiro lote de produtos (16.850 garrafas), elaborados por 6 vinícolas integrantes do consórcio.

⁶ A “Marca Coletiva” identifica e distingue produto ou serviço proveniente de uma pessoa jurídica representativa de uma coletividade. Seu objetivo é indicar ao consumidor que o bem o produto ou serviço provém de membros de uma determinada coletividade. Por sua vez, a “Marca de Certificação” atesta a conformidade de um produto ou serviço a determinadas normas ou padrões técnicos. Ela comunica que o produto ou serviço está de acordo com as normas especificadas. Há uma série de diferenças entre estes instrumentos de direito de propriedade intelectual e as Indicações Geográficas que não poderemos abordar aqui. Para uma revisão conceitual veja Thévenod-Mottet (2006), Gonçalves (2007) e Bruch (2009).



Figura 26: Marca coletiva do CPEG.
Fonte: CPEG (2010)

Ao mesmo tempo em que busca institucionalizar determinadas práticas tradicionais e constantes de vinificação utilizadas pelos produtores locais, a redação do RAC apoiou-se nas normas derivadas dos regulamentos de três reputadas IGs de vinhos espumantes: Champagne, Cava e Asti.⁷ De fato, as regras definidas para a certificação seguem princípios muito similares àquelas encontradas em diferentes IGs de vinhos espumantes, a começar pelo respeito a denominações previamente estabelecidas. Na realidade, este ponto é ambíguo no RAC. Apesar de ressaltado nas entrevistas realizadas com os produtores, o documento não expressa mais do que a necessidade das vinícolas respeitarem, no rótulo de seus produtos não-certificados, “expressões, palavras, desenhos ou símbolos que possam criar confusão ou dúvidas em relação aos certificados” (Artigo 63) (CPEG, s.d). Não há nenhuma menção direta ao uso de IGs reconhecidas.

Uma das diferenças centrais entre estas duas formas de qualificação concerne à titularidade. Diferentemente do que ocorre nas IGs brasileiras, onde qualquer produtor que respeite às normas do regulamento de uso, esteja presente na área delimitada e sujeite-se aos procedimentos de controle e avaliação, pode demandar o uso do nome protegido – portanto, independentemente de sua associação ao organismo de gestão responsável pela IG –, o RAC estabelece que somente as vinícolas associadas ao CPEG podem solicitar o uso da marca (Art. 3, Cap. 2 – Condições de Adesão) (CPEG, s.d). Deste modo, uma vinícola não deve apenas seguir as normas do RAC (e ter seus produtos auditados por uma empresa certificadora caso o mesmo seja exigido), devendo também respeitar o estatuto do Consórcio. Isso implica que, como expresso no Estatuto, “as empresas vitivinícolas que aderirem ao CPEG não poderão utilizar em suas embalagens ou qualquer comunicação visual expressões que correspondam a Denominações de Origem ou Indicações Geográficas ou tradicionais de outros países, salvo quando autorizadas expressamente nas Normas de Referência” (Art. 9, Cap. 4 – Adesão dos Sócios) (CPEG, 2007). É este instrumento que garante o respeito a outras IGs reconhecidas. E foi este artigo que se tornou objeto de contestação entre alguns produtores locais, de modo que as vinícolas que ainda utilizam a expressão Champanha em seus rótulos decidiram não participar do Consórcio.

Dentre as principais definições do RAC, o item “b” do artigo 34 estabelece que “As uvas poderão ser originárias de regiões produtoras do Rio Grande do Sul devidamente reconhecidas pelo Ministério da Agricultura”. Assim, similarmente aos Regulamentos de Uso, o RAC delimita a área de produção vitícola autorizada, ainda que esta seja significativamente

⁷ Informação recolhida em entrevista junto a um dos produtores responsáveis pela redação do RAC.

mais extensa do que tem sido costume no caso das IGs (CPEG, s.d).

De acordo com a declaração de um vinicultor de Garibaldi, outro ponto controverso que determinou o afastamento de alguns produtores diz respeito à realização de diferentes etapas de produção nos limites do município. Como afirmamos acima, no caso das IGs duas situações têm se apresentado: Indicações de Procedência, em que existe uma exigência de que pelo menos um dos processos (geralmente o mais importante à definição do produto) seja realizado na área delimitada e; Denominações de Origem, para as quais todas as etapas da produção devem ocorrer no interior desta área. No caso do RAC, a preocupação com os mecanismos de controle levaram à adoção de uma norma que visa assegurar que a elaboração do espumante será feita em Garibaldi.

Ali está muito claro, e este foi um motivo pelo qual algumas empresas não aderiram, o vinho tem que ser feito em Garibaldi. O Fulano, por exemplo, tem aqui uma linha de engarrafamento, mas faz o vinho em Farroupilha. Se quiser certificar, faz aqui! Porque eu não posso ir lá para controlar um vinho que foi feito em outro município (Vin-GB).

As condições para a vinícola utilizar a marca incluem a elaboração do vinho em uma unidade produtiva localizada nos limites da área municipal, o que ratifica a preocupação dos consorciados em definir geograficamente a produção. Uma alternativa à inexistência de estruturas adequadas nas vinícolas de menor porte para a realização de todo o processo é a autorização de acordos de terceirização da produção. No entanto, exige-se igualmente que ambas as vinícolas sejam sócias do CPEG e possuam unidades de elaboração de espumantes dentro do município. Porém, o RAC permite que uma vinícola que possua estruturas exclusivamente para a elaboração de espumantes pelo método tradicional, possa utilizar os equipamentos de outra vinícola para elaborar espumantes pelo método industrial (vide Box 04). O que está em jogo, portanto, não é exatamente o saber-fazer do produtor, mas a existência de equipamentos industriais adequados a obtenção de um determinado tipo de qualidade.

Outra justificativa recai sobre uma questão comercial que, nos termos da economia dos custos de transação, seria tratada como propensão ao oportunismo, qual seja, impedir que pessoas de fora do município ou do segmento produtivo (comerciantes) possam apropriar-se indevidamente da marca, como expresso no depoimento abaixo:

Veja, eu tenho uma instalação de champenoise porque eu não tenho volume para comprar autoclave etc. Então, o que eu faço? Faço meu vinho e mando para alguém que tem autoclave. Eu terceirizo. Mas eu tenho aqui no município uma instalação de champenoise. Se eu não tenho esta instalação, eu não poderia certificar nenhum espumante. Porque, senão, vem um comerciante de espumantes de fora e faz isso. Não! Tem que ser produtor de um ou outro método (Vin-GB).

No entanto, este tipo de argumento tem pouca sustentação na medida em que somente os produtores consorciados ao CPEG podem demandar o uso da marca coletiva. Neste caso, bastaria prevenir a entrada destes comerciantes

Outro tipo de inovação que é encontrada no projeto diz respeito à presença de uma entidade certificadora externa: a “Certifica - Instituto da Qualidade”. Talvez esta seja a

principal diferença em relação às experiências atuais de IG no Brasil, onde monitoramento e avaliação são executados a partir do autocontrole dos próprios produtores e controle interno realizado pelo Conselho Regulador, juntamente com as avaliações físico-químicas (à cargo de laboratórios credenciados) e sensoriais (sob responsabilidade de um painel de avaliação sensorial). A inclusão de uma certificadora de terceira-parte, similarmente ao sistema que existe atualmente para produtos orgânicos, visa estabelecer um novo nível de controle (externo) que se centra, sobretudo, na conformidade dos *processos* de produção. “*Esse auditor vai garantir processo, que é aquilo que nos interessa que esteja sendo cumprido. Ele não vai dizer se é bom ou se não é bom. Ele vai dizer se fez ou não fez*” (Vin-GB).

A atribuição do auditor externo é verificar a conformidade dos equipamentos e práticas produtivas às normas do RAC. O objetivo é assegurar padrões mínimos de qualidade associados às fases/procedimentos considerados mais críticos à qualidade do produto: período de colheita da uva, tempo de maturação, método de vinificação, grau de chaptalização etc. Um dos itens em destaque diz respeito à classificação dos vinhos espumantes quanto ao tempo de elaboração e maturação. Sem uma regulamentação legal instituída, atualmente existe apenas uma diferenciação entre método tradicional (*champenoise*) e industrial (*charmat*) (Box 04). A intenção do regulamento é estabelecer diferenciações internas a estes processos (eg. *charmat* de ciclo curto: 40 dias; *charmat* de ciclo longo: 160 dias) que distingam o espumante qualitativamente. Reproduzido a seguir, o fragmento de uma entrevista com um vinicultor de Garibaldi elucida o exposto:

Nós estamos garantindo controle de procedimento, que é a grande carência. Hoje, você pode colocar método champenoise sem dizer quanto tempo matura. Na França, são 12 meses. Cava são 12 meses. Aqui vai ser 12. Porque champenoise é longo período de maturação. Se não for assim, não é champenoise. E o longo período de maturação resulta num produto melhor. No Brasil, na lei brasileira, nem se fala em método champenoise. Se nós não garantirmos o processo... O charmat, por exemplo, entra no mosto hoje e amanhã está sendo engarrafado. Não pode ser assim. Charmat é um ciclo mínimo de tantos dias e tem que ser assim. [...] Porque senão você vai ter um produto desagradável. Entendeu?! (Vin-GB).

Além de um auditor externo, nesta nova configuração a Embrapa retoma um papel importante no processo de certificação, sobretudo no que tange à análise sensorial do produto. O item “e” do Artigo 30 do RAC define que “a unidade da Embrapa de Bento Gonçalves fará a avaliação e aprovação das pessoas ou técnicos indicados para o Painel de Avaliação Sensorial”, o qual será composto por dois enólogos representantes dos associados do Consórcio, quatro pessoas que não possuam nenhum vínculo comercial ou empregatício com sócios do Consórcio e, uma pessoa ou técnico convidado. A seleção dos membros do Painel significa uma ingerência direta sobre um dos processos reconhecidamente mais controversos da avaliação dos vinhos, dado que a classificação é antes de tudo um processo social onde os atores negociam padrões de identidade, tipicidade e gosto baseados em referenciais distintos.

Box 04: Champenoise ou charmat?

A característica principal dos espumantes é o perlage, isto é, a formação de borbulhas no fundo da taça que ascendem até a superfície do líquido. O perlage resulta de uma segunda fermentação alcoólica que dá origem ao gás carbônico, o qual dissolve-se no vinho, passando do estado solúvel para gasoso. Esta fermentação pode ser realizada através de dois métodos: (a) tradicional – também chamado de “clássico” ou “champenoise” em referência à sua região de origem, Champagne; (b) industrial – também chamado de “charmat” em referência ao francês Eugène Charmat que o patenteou em 1907 (embora a invenção seja do enólogo italiano Frederico Martinotti, em 1895).

Estes métodos definem distintas concepções qualitativas. Em termos técnicos, no primeiro caso a fermentação ocorre na própria garrafa que será comercializada, ao passo que no segundo a mesma ocorre em enormes tanques resistentes à pressão. Esta diferença técnica coaduna-se com um diferencial econômico: enquanto no método tradicional a maturação do espumante é de 12 meses, no método industrial é, em média, 3 meses. Ademais, duas dificuldades de utilizar o modo tradicional dizem respeito ao controle da temperatura ambiente e à necessidade de mão-de-obra, sobretudo durante o processo de remuage (leve giro da garrafa durante cerca de quarenta dias para permitir a concentração e retirada de depósitos sólidos). O método charmat dispensa este processo e o controle da temperatura é feito através da termo-regulação automática dos tanques.

Estas diferenças expressam-se nas características organolépticas do produto final? A resposta a esta questão é controversa. Para alguns especialistas, “os espumantes obtidos pelo método charmat não são fundamentalmente diferentes em estilo dos obtidos pelo método tradicional. É uma questão de nuances” (Mevel, 2008, p. 19). Outros sustentam que “normalmente o espumante resultante do processo de charmat é um produto mais jovem, mais frutado, leve. Já o espumante de champenoise apresenta maior complexidade aromática, pelo tempo de autólise e características proporcionadas pelo processo, atribuindo-lhe maior estrutura, complexidade e sensações únicas” (Abarzua, 2008, p.20).

Em termos econômicos e de notoriedade, embora o método champenoise seja reconhecidamente mais custoso, ele carrega consigo uma imagem intrínseca de tradição, sendo este um componente que será refletido em preços mais elevados no mercado. A própria referência do método à região de Champagne constitui um diferencial importante em relação ao renome do produto, de modo que alguns produtores brasileiros que respeitam o uso da AOC Champagne, não abrem mão de referir que seus espumantes foram produzidos pelo “método champenoise”.

Este conjunto de justificativas é importante para compreender porque os produtores de Pinto Bandeira definiram o “método tradicional” como o único autorizado para os vinhos que demandam a Indicação de Procedência. Uma escolha que resultou da construção de um compromisso técnico, econômico e doméstico, nos termos definidos acima. Por sua vez, o RAC instituído pelo Consórcio de Produtores de Espumantes de Garibaldi permite os dois métodos, mas estabelece uma série de exigências em relação ao uso de cada um deles (notadamente no que concerne ao tempo mínimo do ciclo de produção), suprimindo a inexistência de uma legislação específica a este respeito no Brasil.

Em síntese, a trajetória que vimos analisando até aqui identifica na mudança de estratégia perseguida pelos produtores de espumantes de Garibaldi uma redefinição nos princípios que justificam a construção de uma iniciativa coletiva de qualificação do produto. O projeto de IG continha um apelo identitário/territorial mais evidente, vinculado à valorização do produto em vista de seu enraizamento sociocultural, enquanto a mudança para uma estratégia de marca envolveu uma redefinição destes princípios. Agora, os atores estão mais fortemente engajados na construção de um mecanismo de qualificação associado a um

modo de governança setorial em que se desenvolve um tipo de compromisso entre justificações industriais e mercantis (Allaire e Sylvander, 1997; Fort, Peyroux e Temri, 2007). Nesta perspectiva, os produtores procuram argumentar que as perdas decorrentes do abandono do projeto de IP podem ser, inclusive, compensadas por uma preocupação mais rígida com a implantação de controles no processo de produção.

Este argumento é particularmente notório no concerne ao sistema de certificação externa presumido pelo RAC. Para os produtores, a presença de uma entidade certificadora creditada pelo Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (INMETRO) confere maior credibilidade frente aos consumidores e torna-se um diferencial de qualidade em relação aos vinhos de IG.⁸ Como afirmou o presidente do consórcio para um jornal local, “o que nos interessa é que o cliente, o consumidor dos espumantes certificados de Garibaldi, saiba que há alguém, de fora, acompanhando tudo. Que não somos nós mesmos nos fiscalizando. (...) O consumidor precisa saber que alguém está avalizando o cumprimento das normas: porque não adianta ser o divulgador de uma regra que ninguém cumpre” (Capra, 2008), em uma clara alusão às dificuldades concernentes aos mecanismos de autoregulação previstos pelos Regulamentos de Uso das IGs.

5.2 Um desvio de rota? Marca coletiva para os Vinhos de Altitude

No Capítulo 3 discutimos alguns elementos daquilo que nos parece caracterizar a reprodução de uma perspectiva evolucionista nos projetos de IG de vinhos no Brasil. Com isso, descrevemos uma compreensão particular que concebe Indicação de Procedência e Denominação de Origem como etapas distintas de um mesmo processo de qualificação, ao passo que, pelo menos juridicamente, são instrumentos diferenciados de proteção de bens imateriais. Ao mesmo tempo, demonstramos que situação similar também pode ser verificada no caso francês com o uso corrente das definições de *Vin de Pays* e AOC. O que não tivemos oportunidade de analisar naquele momento é a existência de um “desvio de rota” em regiões onde obstáculos diversos impuseram-se a esta trajetória. Este é o caso de Garibaldi, já elucidado acima. Na realidade, os produtores de espumantes de Garibaldi não abdicaram integralmente de uma indicação de origem. Frente aos entraves ao projeto de IP relacionados à escassez de uva vinífera, eles criaram um caminho alternativo em que a marca coletiva assume um papel similar ao que se esperava da IP enquanto etapa preliminar de modernização e qualificação da produção, como tem sido o caso nos demais projetos em curso na Serra Gaúcha: “a estratégia do CPEG é trabalhar uma marca coletiva para depois ir buscar a IP ou diretamente a DO” (Vin-GB).

Nesta seção propomos retomar alguns elementos desta discussão com vistas a explorar mais minuciosamente os meandros conceituais e práticos desta estratégia. Apesar das muitas similaridades com o caso de Garibaldi, passaremos a outro contexto. A experiência em curso na região dos Vinhos de Altitude, Santa Catarina, parece-nos particularmente interessante uma vez que permite avançar nesta compreensão acerca das marcas coletivas como um

⁸Conforme afirma um vinicultor de Garibaldi, “O que eu quero é que o Inmetro, que ele ceda que a garrafa possa ter além do selo da certificadora, um do Inmetro. Para dar mais credibilidade ainda” (Vin-GB).

mecanismo de reconhecimento associado a uma determinada concepção de qualidade em construção no setor vitivinícola brasileiro.

Novo pólo vitivinícola nacional, a região dos Vinhos de Altitude de Santa Catarina revelou-se um dos principais destinos dos investimentos privados realizados no setor na última década, juntamente com o Vale do São Francisco, a Campanha Gaúcha e a Serra do Sudeste. A região começou a receber atenção nos anos 1990, quando pesquisadores da Epagri iniciaram estudos acerca do potencial de adaptação local de cultivares viníferas.⁹ No início da década, o pesquisador Cangussú Silveira Matos, da Estação Experimental da Epagri em Videira, implantou pequenas coleções de uma dezena de cultivares diferentes com cerca de 10 plantas cada uma. O objetivo era aferir a adaptabilidade pedoclimática dessas cultivares no Estado de Santa Catarina. No entanto, em 1994, a ocorrência de geadas tardias praticamente dizimou o experimento, restando somente algumas plantas das variedades Cabernet Sauvignon e Isabel. As pesquisas foram retomadas em 1998, quando outro pesquisador da mesma estação experimental deparou-se com uma situação inusitada. Trabalhando em experimentos de goiabeira serrana, Jean Pierre Ducroquet constatou que a maturação de um pequeno vinhedo de Cabernet sauvignon ao lado de seu experimento estava atrasada em relação às demais regiões. Além disso, os cachos pareciam perfeitamente sadios, ao contrário do que se verificava com a mesma cultivar em outras áreas de produção (Tagliari, 2003; Cordeiro, 2006). Ducroquet decidiu enviar alguns quilos da uva para testes de microvinificação na Estação Experimental de Videira. Os resultados surpreenderam os enólogos, dentre os quais Jean Pierre Rossier, desde então um dos principais pesquisadores a retomar estudos de fenologia da videira e articulador de projetos de desenvolvimento da produção vinícola regional (Rossier, 2006; Rossier e Losso, 1997).

Atualmente sabe-se que o fato dos vinhedos situarem-se em altitudes ao redor de 1400 metros reduz consideravelmente a possibilidade de danos por geadas tardias, problemáticas em virtude do período de brotação dos parreirais na região (primeira quinzena de outubro). Por sua vez, o clima relativamente mais seco, as oscilações de temperatura entre dia e noite, e as baixas temperaturas noturnas, são fatores relevantes para retardar a maturação das uvas até o mês de abril, um período em que a pluviosidade média é menor (cerca de 100 mm) comparativamente ao verão, garantindo maior sanidade aos frutos e o acúmulo do açúcar necessário à fermentação (Cordeiro, 2006). Esta é, como vimos, uma diferença importante em relação à Serra Gaúcha, onde os produtores enfrentam dificuldades com o excesso de umidade no período da maturação (o que incorre em grande número de tratamentos fitossanitários e, portanto, custos mais elevados) e problemas para atingir o grau glucométrico necessário nas uvas (o que exigirá chaptalização cf.seção 6.4). Além disso, nesta região catarinense a maturação é mais lenta, o que possibilita o desenvolvimento de determinadas substâncias que favorecem a expressão de características organolépticas peculiares nos vinhos.¹⁰ Em especial, cita-se a maior formação de polifenóis que contribuem para a produção de vinhos mais estruturados e de coloração e aromas intensos (Rossier *et al.*, 2004). Em suma, vinhos que

⁹ Antes disso, a produção restringia-se a pequenos vinhedos de uvas americanas e híbridas destinadas basicamente à produção artesanal de vinhos na residência dos próprios agricultores (Cordeiro, 2006).

¹⁰ Brighenti e Tonietto (2004) identificaram um período de 189 dias (em média) entre a brotação e a colheita de uvas da variedade *Cabernet Sauvignon* na região entre as safras de 1988 e 2001, o que significa uma diferença de 37 dias em relação ao mesmo período observado na Serra Gaúcha.

enólogos e consumidores quase sempre exigem dos variedades de Cabernet sauvignon uma cultivar global que se tornou ícone regional desde a “descoberta” de Ducroquet.

A identificação deste *terroir* característico motivou investimentos de grande porte na região. Em 1999, um grupo de quatro empresários de Florianópolis instalou no município de São Joaquim o primeiro empreendimento vinícola para explorar comercialmente a produção de vinhos finos. Desde então, diversos investidores começaram a financiar a construção de novas unidades produtivas. Atualmente, existem cerca de trinta empreendimentos vitivinícolas distribuídos em três sub-regiões produtoras: Campos Novos, Caçador e São Joaquim (onde estão localizados dois terços das vinícolas). Eles computam cerca de 300 hectares de vinhedos e uma produção anual estimada de 400 mil quilos de uva (Blume, Hoff e Pedrozzo, 2007). A maior parte das vinícolas ainda encontra-se em fase de instalação: plantio dos vinhedos, construção da estrutura física, compra dos equipamentos etc.¹¹

Diferentemente da Serra Gaúcha, a vitivinicultura regional está concentrada em grupos empresariais que não possuem necessariamente um vínculo histórico com este tipo de atividade ou com a região. A AgroSuzim é uma empresa pioneira no cultivo de uvas viníferas em São Joaquim (com vinhedos implementados em 2001), mas que iniciou suas atividades na pomicultura. Este também é o caso da Sanjo, cujos vinhedos implantados em 2002 são decorrentes de uma iniciativa que envolveu 24 sócios da cooperativa de produtores de maçã e que deram origem a cooperativa vitivinícola SANVIT. A Quinta Santa Maria foi outra empresa frutícola que passou a investir no setor vinícola motivada pelo rápido crescimento da área plantada e pelo diferencial de qualidade apresentado pelas uvas colhidas na região. A empresa construiu uma cantina e passou a comprar as uvas dos viticultores locais e, em 2005, iniciou o plantio de seu próprio vinhedo. Por sua vez, a Vila Francioni tornou-se um marco para a vitivinicultura local em virtude do investimento em um projeto arrojado: a construção de uma das cantinas mais modernas do país (Favoreto *et al.*, 2009). Com uma aposta de alto risco, o empresário Dilor Freitas, proveniente da indústria de cerâmica, tentou revolucionar o conceito de produção de vinhos na região e no Brasil. Atualmente, a vinícola tem capacidade para 400 mil litros, com possibilidade de expansão para até 1 milhão de litros e conta com 46 hectares de vinhedos em produção. Segundo Cordeiro (2006), além dos enólogos próprios da empresa, a Vila Francioni conta eventualmente com a assessoria da empresa californiana de Robert Mondavi, a mesma que se instalou na região do Languedoc e causou uma reviravolta no *mondovino* (Nossiter, 2009).

Tudo isso propiciou que, mesmo com o histórico recente da vitivinicultura regional, estes produtores conquistassem notoriedade no mercado nacional, estabelecendo-se como uma nova referência na produção de vinhos finos. Concursos, avaliações e publicações especializadas começaram a referir o potencial qualitativo dos vinhos de altitude. Como define Orgalindo Bettú, enólogo da Vila Francioni, os produtores da região desenvolveram uma verdadeira “obsessão pela qualidade” (Bettú, 2010). Os próprios objetivos definidos pela Associação Catarinense dos Produtores de Vinhos Finos de Altitude (Acavitis), criada em 2005, vai ao encontro dessa posição: criar as condições para que os produtores locais possam “produzir vinhos finos de qualidade [...] dentro dos melhores padrões de produção de uvas *vitis vinífera* específicas para essa finalidade” (Acavitis, 2010).

¹¹ Dentre as principais vinícolas regionais estão: Vila Francioni, Pericó, Sanjo, Quinta da Neve e Agrosuzin.

Para tanto, a Acavitis propõe-se a articular novos mecanismos institucionais que incitem os produtores a seguir estes padrões. Isso não significa apenas normas e regras de produção, mas a própria ampliação dos mercados para os vinhos regionais. Mais precisamente, trata-se da construção de circuitos de comércio específicos, onde o consumidor seja capaz de compreender e diferenciar qualitativamente a produção local, estando, portanto, disposto a pagar um preço-prêmio capaz de reverter aos produtores os investimentos que estão em curso.¹² Os circuitos de comércio visados são restaurantes, sites especializados e, notadamente, a venda direta aos consumidores através do enoturismo. Assim como no Vale dos Vinhedos, os produtores locais têm investido em estrutura física (pousadas, hotéis, restaurantes, rotas etc.), atividades (culinária, dança, música) e *marketing* para atrair turistas. No entanto, o principal atrativo é a paisagem serrana e o clima invernal, integrados a uma representação de natureza exótica e exuberante (Comunello, 2010).

No mesmo sentido, iniciou-se a construção de uma IG para os Vinhos de Altitude, intenção ratificada pela intervenção de representantes da Acavitis na oficina de trabalho “*Implementação de indicações geográficas para os produtos agro-alimentares no Brasil - O caso do Estado de Santa Catarina*”, realizada em maio de 2005 na cidade de Florianópolis. A motivação dos produtores era seguir uma trajetória similar àquela que estava sendo desenhada para as demais regiões vinícolas do país: iniciar os procedimentos para a demanda de uma IP cujo foco seria organizar os produtores e qualificar o produto visando à criação das condições necessárias para uma futura DO. Conforme documento da própria associação de produtores,

A Acavitis esteve presente durante os três dias da Oficina com um grupo formado por produtores - sendo a maioria -, técnicos e outros profissionais. E, o resultado desta participação foi um plano de ação traçado e acordado de no máximo em um ano estar com o processo no INPI para ser avaliado e aprovado. E, num período de oito anos, estar com o processo de Denominação de Origem (Acavitis, 2010).

A primeira ação foi articular uma rede de atores e organizações que pudessem contribuir com o projeto. Além dos próprios produtores, essa rede passou a contar com pesquisadores e técnicos da UFSC, Embrapa, Epagri e Sebrae. A intenção era constituir um grupo que pudesse conduzir estudos e avaliações similares aos que estavam sendo feitos nos outros projetos, com vistas a identificar as características do *terroir* local e, a partir disto, definir as normas constantes do futuro Regulamento de Uso. No entanto, à medida que o trabalho avançava, percebia-se que as possibilidades e condições colocadas à construção de uma IG para os chamados Vinhos de Altitude não atendiam o cumprimento de alguns preceitos básicos. Segundo sugere o informante abaixo, havia a carência de uma reputação estabelecida no mercado e, sobretudo, antecedência histórica na produção de vinhos finos.

Quando eu fui para SC colaborar com os vinhos de altitude, eu cheguei lá e qual era o foco? Indicação geográfica. Aí eu comecei a trabalhar e explicar para eles: em primeiro lugar, as indicações geográficas, seja IP ou DO, elas pressupõem o atendimento de um conjunto de pré-requisitos por parte do INPI que é quem outorga, e no nosso caso aqui, o pré-requisito mais

¹² Em 2005, os preços dos vinhos da Villa Francioni variaram entre 38 e 67 reais (Blume, Hoff, Pedrozo, 2007), uma faixa similar àquela que encontramos no Vale dos Vinhedos.

elementar nós já não temos, que é sermos regiões com reconhecida tradição na produção daquele produto (Pes-VA).

De fato, à primeira vista não parece plausível a solicitação de uma IP nestas condições, dada a centralidade da noção de reputação. Mas, à luz do que discutimos em relação ao Beaujolais e Languedoc, cabe indagar: reputação prediz antecedência histórica? Quantos anos são necessários para criá-la ou destruí-la? E, no caso de uma Denominação de Origem? Neste caso, segundo os pesquisadores (depoimento abaixo), a demanda incorreria na necessidade de dados científicos que comprovassem o vínculo do produto com as condições geográficas locais (incluindo aí fatores naturais e humanos). Embora as pesquisas avancem rapidamente, ainda não há informações suficientes para embasar o pedido de uma DO junto ao INPI:

No caso dos vinhos de altitude, eu não tenho dados, conhecimento técnico-científico para estabelecer detalhes de amarração técnica. Mas eu tenho conhecimentos, que não são específicos dali, que me permitem estabelecer um padrão de qualidade que vai servir de orientação para as atividades até que eu tenha este conhecimento e aí eu defino: esta variedade, este porta-enxerto. Mas, enquanto eu não tenho isso... Então, o mais importante é isso para mim. Se é IG ou outra coisa, isso não me interessa (Pes-VA).

A inadequação do projeto à demanda de uma IG levou os atores locais a reorientar seus esforços à construção de uma marca coletiva. Ainda que esse instrumento seja conceitualmente distinto, é nítida a tentativa de adequação para uma finalidade similar àquela que estava sendo definida para a Indicação de Procedência, qual seja, servir como uma espécie de “trampolim” técnico e organizacional para alcançar a Denominação de Origem. A adaptação do regulamento referente à marca, tal como foi o caso em Garibaldi, continuou seguindo o objetivo de estabelecer parâmetros que definissem os passos na construção do “sistema ideal” de produção vitivinícola para a região, definindo, entre outras coisas, altitude mínima para implantação dos vinhedos (acima de 900 metros em relação ao nível do mar), rendimento máximo (6 mil litros de vinhos por hectare), um conjunto de padrões organolépticos e sensoriais e métodos específicos de vinificação, dentre os quais está a proibição da adição de açúcar ao mosto. A Marca Coletiva ACAVITIS tornou-se um instrumento para “assegurar o alto padrão de qualidade dos vinhos produzidos” (ACAVITIS, 2010)¹³, como observamos no fragmento abaixo.

Na verdade, seja IG, seja marca coletiva, seja marca de certificação, eu acho que, de alguma forma, o que importa é estabelecer um padrão que oportuniza uma quebra de paradigma, assumindo que o paradigma atual seja de total desorientação na produção de uvas, vinhos e seus derivados. A questão da IG não é nosso problema. Nosso problema aqui, num primeiro momento, é conhecer realmente as condições deste nosso ambiente. Agora nós estamos tentando encaminhar uma marca coletiva dos vinhos de altitude. Então, criamos uma estrutura, operacionalmente e normativamente muito semelhante à IG, só que eu não vou certificar origem, vou certificar um padrão de qualidade que está dentro da minha norma. (Tec-VA).

Similarmente ao que se processou em Garibaldi, a primeira consequência disto é a reprodução de uma perspectiva setorial, o que está diretamente associado a uma concepção

¹³ Em 2010 realizou-se a primeira avaliação sensorial dos vinhos que receberão a Marca Coletiva ACAVITIS.

qualitativa específica. Em suma, colocam-se em evidência determinados atributos qualitativos que dizem respeito ao produto, sua composição química e gustativa, ao invés de integrá-los em uma concepção ampla de qualidade, capaz de reconhecer a própria origem do produto como um fator de diferenciação tão importante quanto os demais. Ao mesmo tempo, há uma transformação no discurso dos atores acerca da relevância das IGs enquanto mecanismo de qualificação. Primeiro, é reforçada uma percepção de que IG não certifica qualidade. Isso já transpareceu ao final do extrato de entrevista reproduzido acima e torna-se ainda mais notório na opinião coletada junto a um vinicultor local:

Quando você certifica IG, está certificando o que? A origem. Eu não estou certificando qualidade. Não está escrito em lugar nenhum que certificação de IG seja uma certificação que faça avaliação de mérito qualitativo. Não é isso. No caso do nosso projeto, neste aspecto, é muito mais pertinente falar em qualidade porque aí eu estou certificando padrão de qualidade. No caso específico dos vinhos de altitude eu estou também mais ou menos certificando origem, mas é origem num universo enorme que não tem nada de homogeneidade e tudo mais... a única variável é que é acima de 900 metros de altitude dos vinhedos. Mas é padrão de qualidade. Agora, no caso das IGs, sinto muito, mas então muda a lei... o que certifica é somente origem. Isso não impede que, no âmbito das normas, tu estabeleças padrões de qualidade técnicos e, no âmbito do grupo de avaliação sensorial, tu estabeleças padrão de exigência e tal (Vin-VA).

Em seguida, aparece um argumento que procura desqualificar o instrumento de Indicação de Procedência sustentando que ele reconhece atributos pouco consistentes, “iludindo” o consumidor quanto ao real componente qualitativo do produto. Segundo essa justificativa, somente a Denominação de Origem é válida como sinal de qualidade distintiva. Com isso, muitos produtores passaram a definir uma estratégia de “(...) migrar direto para uma Denominação de Origem. Não vamos passar por Indicação de Procedência, porque ela vai cair em descrédito” (Vin-VA). Também em voga em outros contextos, esta discussão tem uma relação estreita com o reconhecimento pretendido por regiões produtoras de vinhos de mesa, de modo que voltaremos a analisá-la na seção subsequente.

5.3 Qualidade, diferenciação e origem no segmento de vinhos de mesa

O terceiro evento ao qual faremos referência neste capítulo diz respeito à emergência de uma dinâmica de desenvolvimento que associa a valorização do “vinho de mesa” à cultura italiana e à mobilização de ativos territoriais específicos. Trata-se do projeto de IG levado à cabo pelos vitivinicultores da região de Urussanga, igualmente no Estado de Santa Catarina. Se, por um lado, o projeto proporcionou a organização da cadeia produtiva e a qualificação do produto, por outro, gerou conflitos acerca da discriminação do caráter híbrido da cultivar Goethe, originando uma situação particularmente interessante para compreender o modo como diferentes atores concebem este mecanismo de qualificação. Com efeito, ao invés de analisar o desenvolvimento deste projeto como um todo, o que nos interessa aqui é, sobretudo, o conflito valorativo que se estabeleceu em relação ao modelo assentado na produção de vinhos finos, assim como as reações advindas de atores externos que consideram ilegítima a concessão de uma IG para vinhos de mesa. Em outras palavras, em relação ao caso

dos Vales da Uva Goethe, o que de fato nos interessa é o modo como ele contribui para uma crítica à trajetória de qualificação definida às IGs vitivinícolas da Serra Gaúcha.¹⁴

Similarmente ao que ocorreu em outras regiões de colonização italiana do sul do Brasil, as primeiras tentativas de implantação de cepas de *Vitis vinifera* fracassaram em Urussanga devido às condições edafoclimáticas locais. Assim, os produtores lançaram-se ao cultivo de variedades americanas e híbridas que constituem, ainda hoje, a base da produção vitivinícola brasileira: Isabel, Bordô e Couderc para vinhos tintos; Niágara, Villenave e Goethe para brancos (vide Cap. 1). Dentre as principais cultivares híbridas, a Goethe é utilizada principalmente para o consumo *in natura* e para a elaboração de vinhos brancos típicos e originais caracterizados “por coloração amarelo-palha com reflexos esverdeados e [...] aroma inconfundível, agradável e frutado” (Mariot, 2002). Originária dos Estados Unidos, a cultivar é o resultado do cruzamento de Moscato de Hamburgo e Carter, o que lhe confere uma composição predominantemente vinífera (Velloso, 2008) (Fig. 27).

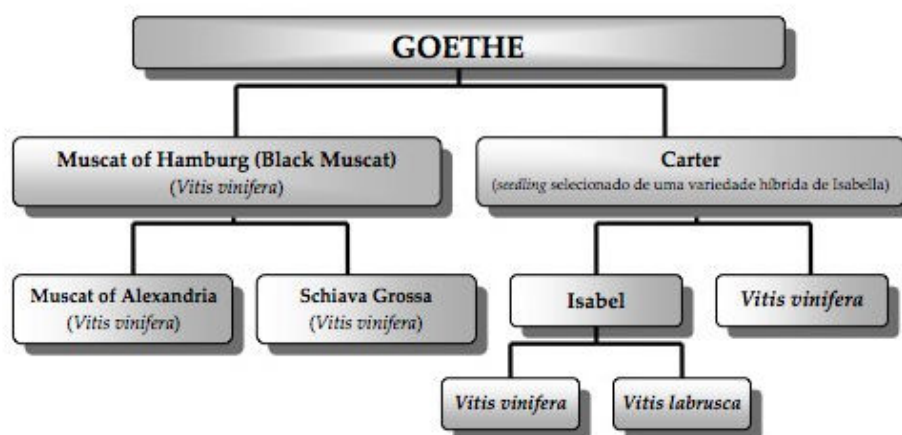


Figura 27: Herança genética da uva Goethe
Fonte: *European Vitis Database* (apud Mariot, 2003).

Cultivada na região de Urussanga (Fig. 28) desde o início do século XX, a variedade adaptou-se facilmente às condições de solo e clima adversos às uvas viníferas. Uma mutação natural da vinha permitiu aos viticultores explorar seu potencial, associando a variedade comum e seu clone (Velloso, 2008). Estudada desde 2005 por pesquisadores da Epagri e da UFSC (Borghezán, Ern e Silva, 2008), a tipicidade da cultivar foi objeto, desde os anos 1950, de reconhecimento nacional, como sugerem as medalhas conferidas ao “vinho branco de Urussanga” expostos no atual Museu Cadorin, sede de antiga cantina situada no município. Desde então, a cidade é considerada “capital do vinho”, subentendido vinho branco, e consagrada “terra do bom vinho e da cultura italiana” (Rebollar *et al.*, 2007, p. 30).

A implantação de multinacionais nos anos 1970 provocou profundas modificações na paisagem vitivinícola, com a valorização das cultivares européias e novos modos de condução da vinha. Na região de Urussanga¹⁵, os produtores gradativamente arrancaram as cultivares

¹⁴ Para uma compreensão mais ampla e consistente do projeto dos Vales da Uva Goethe, veja Progoethe (2009), Rebollar *et al.* (2007), Velloso (2008) e Cerdan (2009).

¹⁵ Com 458,90 km², a região engloba Urussanga, Pedras Grandes, Morro da Fumaça, Cocal do Sul, Treze de Maio, Orleans, Nova Veneza e Içara. Segundo a Epagri, em 2006 a região possuía 108 viticultores, distribuídos em 300 hectares, resultando em uma produção de 3.500 toneladas de uvas (EPAGRI, 2006).

híbridas para implantar viníferas, até o momento em que surgiu a idéia de reconquistar os consumidores e revalorizar um produto típico associado à cultura e identidade dos colonos italianos. Motivados pelo objetivo de “reencontrar o prestígio” e o renome do vinho Goethe, e de valorizar um produto “nobre e singular” capaz de “promover a geração de renda e desenvolvimento regional” (Progoethe, 2009), os produtores procuram redinamizar a produção desta uva que, atualmente, é cultivada em cerca de 70 hectares.



Figura 28: Mapa da região de Urussanga, Santa Catarina.
Fonte: Rebollar *et al.* (2007)

Em 2005, formou-se a Progoethe (Associação dos Produtores dos Vales da Uva e do Vinho Goethe), cuja missão principal é “promover a união dos produtores de uva e de vinho Goethe e a imagem de um produto nobre e conhecido nacionalmente e internacionalmente” (Progoethe, 2009). Atualmente, a Associação conta com sete vinícolas de pequeno porte e 16 viticultores, além de restaurantes, hotéis e pousadas. Assessorados por pesquisadores e técnicos do Sebrae, da Epagri e da UFSC, os associados trabalharam na melhoria dos atributos físico-químicos e organolépticos do vinho e na revalorização de um produto fortemente enraizado no território (Cerdan *et al.*, 2009; Velloso, 2008). Apropriando-se de referências identitárias (cultura italiana) e patrimoniais (arquitetura, paisagem, gastronomia colonial e italiana), produtores e técnicos formalizaram um processo de construção social da qualidade fundamentando-se no enraizamento territorial do produto, no desenvolvimento do enoturismo e na IG. Como afirma Cerdan (2009, p.291),

A reconstrução histórica do desenvolvimento do vinho da região e da colonização italiana juntamente com as características específicas da variedade na região permite reafirmar a inscrição territorial e a especificidade de um produto renomado em outros tempos. Ao revalorizar a variedade híbrida Goethe, os produtores tentam diferenciar-se dos vinhos ditos de qualidade inferior da variedade americana assim como os vinhos finos produzidos no sul do Brasil.

Depositado no INPI em agosto de 2010, o dossiê para a demanda de uma Indicação de Procedência recolheu comprovantes da importância econômica e histórica da produção regional, assim como um Regulamento de Uso validado por um sistema de controle. Para a construção das normas e padrões de produção, os vitivinicultores contaram com a assessoria de enólogos e especialistas. A intenção era “construir um novo produto, com características que lembrem o produto local, mas também que atendam às novas exigências dos consumidores de hoje” (Cerdan, 2009, p. 291). Assim, várias adequações técnicas foram elaboradas, envolvendo desde o controle da temperatura de fermentação até a utilização de leveduras industriais selecionadas, passando pelo melhoramento das práticas de conservação do vinho. A introdução destes elementos visa modernizar as técnicas de vinificação, preservando as características que marcam a tipicidade do vinho Goethe.

A presença de recursos exógenos é uma condição praticamente inexorável no desenvolvimento dos projetos de IG. Tecnologias, raças e cultivares são apropriados localmente e passam a fazer parte de um sistema híbrido de conhecimentos, mesclando saberes e práticas locais com inovações externas. No caso, por exemplo, da carne do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional, as raças autorizadas (Angus e Hereford) eram exóticas ao ecossistema natural, o que, à primeira vista, sugeriria a inexistência de especificidades neste produto *vis-à-vis* aqueles oriundos de diversas outras regiões nas quais estas duas raças britânicas também estão presentes. A particularidade, no entanto, advém justamente das características do bioma pampa e das condições qualitativas do pasto nativo encontrado na região (Nabinger, 2010; Vitrolles, 2007). Um dos maiores desafios que produtores e técnicos encontram na formulação dos projetos de IG é definir com exatidão quais são os elementos do *terroir* (fatores humanos e naturais) responsáveis pela singularidade do produto.

No caso dos Vales da Uva Goethe, esses componentes são uma confluência entre variáveis socioculturais que definem uma identidade coletiva singular e a presença de uma cultivar de uva que foi adaptada ao longo dos anos para aquela região específica, similarmente àquilo que se procedeu no caso do Beaujolais com a cultivar Gamay. E foi justamente a presença desta cultivar que se tornou objeto de litígio. O projeto tem sido contestado em virtude das controvérsias que envolvem o caráter híbrido da cultivar Goethe, a qual, apesar de sua predominância genética vinífera, é utilizada para a elaboração de “vinho de mesa” segundo a legislação vigente (vide Introdução). Assim, críticas provenientes de produtores vinculados ao segmento de vinhos finos advogam que o reconhecimento do vinho Goethe como Indicação de Procedência poderá desacreditar o sistema brasileiro de IGs e colocar em risco o reconhecimento do vinho fino brasileiro nos mercados internacionais, foco de algumas das principais empresas que têm apostado no desenvolvimento deste tipo de mecanismo de qualificação. Questionados sobre a legitimidade de um projeto de IG para vinhos produzidos a partir de uvas americanas ou híbridas, estes produtores convergiram em um forte movimento de contestação:

Não existe isso. Isso acontece porque nós estamos em um país jovem, que não tem cultura para isso. Querer fazer uma Indicação de Procedência para vinhos de mesa? Tenha paciência! Isso não existe (Vin-VV).

Eu diria que é muito complicado uma Indicação de Procedência para vinhos de mesa. Eu não encontro uma razão para buscar uma IP para vinhos de mesa. [...] É uma uva bastante diferente, mas eu não vejo muito sentido. Eu

não sei onde se ganharia com uma IP da uva Goethe. Eu não vejo com maldade, mas também não gastaria meu tempo pensando em uma IP para vinho de mesa e vinho Goethe (Tec-GB).

Nós também temos uma posição contrária a isso porque, se no Brasil, à nível de país, a gente está buscando uma denominação de extrema qualidade, nos parece até um contra-senso. Vamos focar na qualidade trabalhando em cima de técnicas, de variedades especiais, de porta-enxertos... a gente consegue ter um produto de excelente qualidade... e aí você vê uma Indicação de Procedência em cima de um vinho de uva americana, de uva híbrida. Então, dá a impressão que conflita, que desmerece o trabalho que foi feito (Vin-MB).

À nível internacional isso seria uma piada. Se nós mandar um vinho comum para a França ou esses países aí, eles vão rir da nossa cara... Fora que em alguns países seria até proibido por causa do nível de metanol, porque nos vinhos comuns tem mais (Vin-PB).

As discussões não devem se encerrar nem mesmo com o reconhecimento da Indicação de Procedência no INPI, caso o mesmo se confirme. Novas justificações aparecem e outras estão sendo retiradas de cena quando perdem legitimidade em face de um contexto socioeconômico dinâmico. Para além dos interesses que norteiam as posições dos diferentes atores envolvidos, vejamos mais detalhadamente este movimento entre os distintos argumentos que são mobilizados para justificar essas posições.

De modo geral, os críticos reconhecem que o projeto da Progoethe cumpre todos os requisitos para a solicitação de uma IP: o produto possui notoriedade e é intimamente relacionado com o território. Há quem vá além afirmando que “*talvez não haja no Brasil uma região que atenda tão perfeitamente as exigências do INPI para a concessão de uma IP como Urussanga com a Goethe*” (Pes-VV). No entanto, frente a isso surge uma justificação técnica que desvaloriza o apelo à tradição e reputação como critério suficiente à outorga de uma IG, questionando, portanto, sua própria definição legal. Este tipo de argumento coloca em evidência um conflito entre sistemas de conhecimento. Cada regime de qualificação associa-se também a formas diferenciadas de “conhecimento relevante”. Assim, segundo o mesmo pesquisador que citamos acima, o qual reconhece a reputação e notoriedade da região, o problema é que “*não dá mais para liberar de mão-beijada uma IG com base simplesmente em levantamento jornalístico. É preciso segurar e exigir que tenha comprovação técnica*”. É deste modo que se operacionaliza a definição de DO no Brasil. Mas, em sua opinião, o mesmo deveria estar sendo procedido com relação às Indicações de Procedência.¹⁶

Segundo esta perspectiva, o reconhecimento do vinho Goethe nas atuais condições criaria um hiato na “relação harmoniosa” até então estabelecida entre IG e qualificação do produto. De fato, nos demais projetos referentes ao segmento vitivinícola foi construído um entendimento segundo o qual o principal mérito das IGs, “*como a gente tem feito aqui no Brasil, tem sido desafiar o setor produtivo a produzir qualidade*” (Pes-VV). O que fazer,

¹⁶ “Porque, para mim, a grande oportunidade para nós que fizemos pesquisa aplicada temos para oferecer para este setor, para ele se organizar, é não liberar de mão-beijada uma IG com base simplesmente em levantamento jornalístico etc, etc, etc. e segurar e exigir que tenha... Porque senão é o seguinte: IG para mim se limita à Denominação de Origem que é o que nós fizemos aqui e é o que eu propus” (Pes-VV).

então, se este mecanismo for utilizado para reconhecer um vinho que, segundo muitos críticos, é qualitativamente inferior?

Nós achamos [alude um produtor de Monte Belo do Sul], que dentro de um vinho Isabel ou Goethe, um vinho de mesa, brigar por qualidade não tem sentido. Como você faria para buscar qualidade em uma uva que não tem uma estrutura adequada? Por si só a uva já tem suas limitações. Eu teria que ter essa uva a 20 graus [de açúcar] e dificilmente eu vou ter Isabel a 20 graus, porque ela vai acabar apodrecendo (Vit-MB).

Procurando anteciparem-se aos possíveis infortúnios do suposto descrédito ao qual estaria submetido o sistema de IG, alguns atores envolvidos com os projetos passaram a alegar que não é qualidade que a IG reconhece, mas a origem do produto (vide seção anterior). No entanto, este tipo de posicionamento vai de encontro a uma das principais justificações construídas para promover os projetos de IG em todo o país, a saber, seu alegado “desafio à qualidade”. Um novo tipo de entendimento (compromisso) ainda está sendo negociado. Nele parece sobressair a idéia de que “*somente a Indicação de Procedência cairia em descrédito, porque ela é muito mais frouxa e não exige a comprovação de uma qualidade diferenciada relacionada ao terroir*” (Pes-VV).

Neste caso existem dois pressupostos implícitos. O primeiro é que somente a Denominação de Origem possui um “verdadeiro componente qualitativo” a ela relacionado, uma vez que exige o vínculo entre as qualidades específicas do produto com o meio geográfico (qualidades concebidas basicamente como atributos físico-químicos, organolépticos e sensoriais). O segundo é que, frente a esta exigência, os Vales da Uva Goethe, assim como outras regiões com produção de vinhos de mesa, não teriam condições técnicas de solicitar uma DO, o que não é evidente na legislação vigente e, menos ainda, na perspectiva dos atores locais. Conforme aludem Rebolar *et al.* (2007, p. 56),

O reconhecimento das características próprias dos vinhos Goethe da região de Urussanga através do selo IP não é o final da trajetória. Após receber a Indicação de Procedência para os “Vales da Uva Goethe”, a Progoethe acredita na possibilidade de obter outro tipo de Indicação Geográfica, a Denominação de Origem (DO), por ser esse um verdadeiro *savoir-faire* regional.

Sendo assim, pode-se indagar se é possível que um “verdadeiro *savoir-faire*” defina “características qualitativas diferenciadas” nos termos que a definição jurídica de uma DO especifica. Como vimos argumentando ao longo desta tese, a resposta a esta questão depende do tipo de concepção qualitativa considerada: centrada intrinsecamente no objeto (vinho), em representações coletivas acerca do objeto ou na interface entre as pessoas e os objetos (cf. Fig. 1). Na prática, o grande desafio tem sido tornar os elementos socioculturais variáveis tão relevantes e consistentes quanto os atributos físicos que ainda fazem prevalecer uma perspectiva técnico-industrial de qualidade.

Seja como for, para os críticos do possível reconhecimento dos vinhos de mesa por meio de Indicações de Procedência, as fichas passam a ser apostadas quase exclusivamente na conquista de Denominações de Origem “*que, na verdade, é a única coisa que a União Européia reconhece*” (Vin-VV), assevera um produtor do Vale dos Vinhedos com uma

referência mercantil implícita. De fato, se para muitos produtores a IP é considerada apenas o primeiro passo para alcançar um “estágio mais alto” de qualidade (DO), uma das justificativas para isso é o próprio apelo comercial que estes diferentes signos de qualidade possuem no mercado internacional. Neste sentido, os produtores associados à Aprovele já comemoram que, no âmbito europeu, a Indicação de Procedência Vale dos Vinhedos foi “elevada” ao status de Denominação de Origem Protegida (European Commission, 2010).¹⁷

Um fato que talvez altere os rumos desta discussão diz respeito às mudanças em curso nas próprias normas internacionais. Historicamente a legislação europeia considera as cultivares americanas e híbridas “impróprias” à vinificação. Por conseguinte, não há nenhuma IG registrada para este tipo de produto no âmbito comunitário. Em 2008, contudo, o regulamento europeu abriu a possibilidade de demanda de Indicação Geográfica Protegida (IGP) para vinhos produzidos a partir de variedades híbridas (Regulamento 479/2008, Art. 34).¹⁸ Esta evolução será seguida em nível internacional e no Brasil? Certos países conseguiram reabilitar cultivares híbridas e legitimar sua vinificação. É o caso do Canadá que promoveu o “vinho do gelo” produzido a partir da uva branca Vidal, uma cepa híbrida proveniente do cruzamento de Trebbiano (vinífera) e Seibel (híbrida) (Cyr e Kusy, 2007).

Na Itália, discussão semelhante passou-se com o Fragolino, uma bebida frisanse e aromatizada, típica do norte do país. Preparada a partir da variedade Fragola (sinônima da nossa conhecida Isabel), a bebida é geralmente comercializada em garrafas de espumante, o que, segundo críticos, induz o consumidor ao erro e seria razão suficiente para sua interdição. Ademais, apesar de ser o resultado de um processo de fermentação da uva, legalmente a bebida não é considerada vinho. A normatização europeia que visa proteger o mercado da concorrência de produtos elaborados a partir de cultivares não-europeias tornou a comercialização do produto ilegal enquanto vinho, de modo que o mesmo entra no mercado como “fermentado alcoólico de fruta”. Mesmo assim, o produto tem conquistado um número crescente de consumidores.¹⁹ Similarmente ao espumante de uva Goethe, o Fragolino possui um aroma intenso, considerado pela maioria dos degustadores “um defeito”, pois tornaria o

¹⁷ Não são evidentes as razões deste fato. Segundo alguns especialistas, dentre os quais Kelly Bruch, assessora da Aprovele e Ibravin, o que parece ter acontecido é que, quando o registro foi requerido, ele entrou na lista de países terceiros junto com o Napa Valey e outras regiões como uma Indicação Geográfica. Ao migrar desta lista para o sistema do e-bacchus (uma base de dados que contém o registro das IGs em conformidade com o regulamento comunitário n.º 1234/2007), ele se tornou uma DOP.

¹⁸ “Para efeitos do presente regulamento, entende-se por: a) Denominação de origem: o nome de uma região, de um local determinado ou, em casos excepcionais, de um país que serve para designar um produto referido no n.º 1 do artigo 33.º que cumpre as seguintes exigências: i) As suas qualidade e características devem-se essencial ou exclusivamente a um meio geográfico específico, incluindo os factores naturais e humanos; ii) As uvas a partir das quais é produzido provêm exclusivamente dessa área geográfica; iii) A sua produção ocorre nessa área geográfica; iv) É obtido a partir de castas pertencentes à espécie *Vitis vinifera*; b) Indicação geográfica: uma indicação relativa a uma região, um local determinado ou, em casos excepcionais, um país, que serve para designar um produto referido no n.º 1 do artigo 33.º que cumpre as seguintes exigências: i) Possui determinada qualidade, reputação ou outras características que podem ser atribuídas a essa origem geográfica; ii) Pelo menos 85 % das uvas utilizadas para a sua produção provêm exclusivamente dessa área geográfica; iii) A sua produção ocorre nessa área geográfica; iv) É obtido a partir de castas pertencentes à espécie *Vitis vinifera* ou provenientes de um cruzamento entre esta e outra espécie do género *Vitis*.” (Regulamento (CE) n. 479/2008 do Conselho de 29 de Abril de 2008, itálico nosso).

¹⁹ A única região da União Europeia na qual é possível produzir e comercializar vinho oriundo da uva Fragola é Burgenland, na Austria, onde a tentativa de vetar o vinho Uhdler – como é conhecido o vinho produzido a partir da Isabel - causou o protesto dos consumidores e produtores.

vinho enjoativo.²⁰ Contudo, o fato é que estes “vinhos com gostinho de uva” possuem um apelo considerável tanto no Brasil quanto na Itália, o que talvez explique a própria predileção de muitos agricultores pelo “vinho colonial”.

Para alguns produtores, a legitimidade deste tipo de produto pode ser resumida pelo seu apelo mercadológico. Em mundo onde o lucro seria o princípio superior comum, “uma motivação tão poderosa quando Deus”, estes produtos seriam absolutamente legítimos:

Sinceramente, não creio que estes espumantes concorram no mercado de espumantes, aliás, entendo que deveriam ser incentivados, pois estes produtores estão dando um destino mais nobre a estas uvas. Como sabemos, usadas para a elaboração dos vinhos de garrafão, que em sua maioria, não contribuem para o consumo de vinhos de qualidade. Se na Itália é permitido fabricar um falso espumante de uva Isabel (Fragolino), porque deveríamos proibir aqui a produção de um Fragolino honesto. Talvez haja meios para esclarecer isto ao consumidor. [...] Sugiro colocarem a palavra Fragolino em um site de busca e verão uma quantidade enorme de links de Fragolino, vendido na Alemanha por R\$ 20,00, estes produtos são uma ameaça ou uma oportunidade? É tudo uma questão de mercado, onde o lucro é uma motivação tão poderosa quanto Deus (Schumacher, 2010a).

A partir daí também surge um novo tipo de contestação aos projetos de IG para vinhos de mesa: o argumento de que estes produtos não deveriam ser enquadrados como vinhos ou espumantes. Como a Lei do Vinho é omissa neste sentido, alguns atores aludem à necessidade de alterá-la de modo a interdizer a comercialização destes produtos. Seria possível reconhecer, por meio de uma IG, um produto cuja produção/comercialização não é regulamentada, ou seja, um produto que, legalmente, sequer existe? Esta é outra discussão em pauta e que afeta não apenas o setor vitivinícola, mas, e talvez principalmente, uma ampla gama de queijos tradicionais fabricados a partir de leite cru (Vitrolles, 2009). A questão tornou-se inclusive o foco de desentendimentos acerca das atribuições do mecanismo de IG quanto à adequação dos produtos (e serviços) à legislação vigente. De um lado, existe a compreensão de que nenhum produto que desrespeite as normas de produção e comercialização referentes à sua categoria de produtos poderia ser passível de reconhecimento. Em alguns casos, sugere-se que o cumprimento destas normas seja, inclusive, incorporado aos respectivos Regulamentos de Uso. De outro lado, há uma posição que procura distinguir as atribuições das diferentes organizações e legislações envolvidas no assunto, sustentando que não cabe às IGs estabelecer um marco regulatório referente, por exemplo, às normas sanitárias e fitosanitárias de produção.

Em tese, não há obstáculos à concessão de uma indicação geográfica para produtos que não atendam as normas sanitárias vigentes. Poderia-se argumentar que o objetivo da IG não é valorizar o produto no mercado, mas proteger seu nome contra usurpação. Na prática, contudo, essa justificativa carece de legitimidade. Hoje, dentre os próprios atores envolvidos com a construção das IGs, criou-se um entendimento comum de que elas são um mecanismo integrado de qualificação, agregação de valor e acesso ao mercado. Em alguns casos, os projetos são construídos a partir de um compromisso convencional que torna estes três

²⁰ “No caso deles (Vales da Uva Goethe) não tem como fazer isso porque é uma uva que produz um vinho com características tão marcantes, que pode ser melhor ou pior em função da safra eventualmente, ou da competência do enólogo e do equipamento, porque o resto é aquilo ali: um cheiro violento” (Tec-VV).

princípios inseparáveis. De qualquer modo, a discussão continua em pauta e ainda existe uma série de meandros a ser considerados. Um deles diz respeito, por exemplo, aos conflitos entre os diferentes níveis de regulamentação sanitária e classificação dos produtos, situação referida por um dos técnicos do INPI responsáveis pela avaliação dos dossiês protocolados junto aos pedidos de indicação geográfica:²¹

A questão é a seguinte: federação, estados e municípios, cada um pode legislar sobre questões sanitárias em seu próprio território. Um produto permitido de ser comercializado em Minas Gerais é um produto lícito? Depende. É lícito se estiver em Minas Gerais. Então, partindo deste princípio, a IG poderia recair sobre um produto dentro do território de Minas se eles estiverem em conformidade com a lei local. Ah, mas nacionalmente não está? Tudo bem, eles só vão poder comercializar aquele produto em Minas Gerais. Quem vai dizer isso é a legislação local. Há uma preocupação do INPI em garantir que os produtos sejam legais. Você não pode fazer uma IG para uma cachaça com graduação alcoólica de 80%. É proibido. Se você não pode produzir determinado bem em todo o país, ele não existe. Então, não pode ter indicação geográfica. Na prática, os regulamentos de uso têm que descrever o processo de produção. O requisito mínimo que nós entendemos é ele atender a legislação ao qual o produto se submete, seja ela municipal, estadual ou federal. Porque, na prática, o INPI vai estar dizendo para a população que... apesar de que a indicação geográfica não atesta qualidade, mas para o usuário do produto muitas vezes isso atesta. Então, a gente tem que agir com cautela nesse ponto (Tec).

Em resumo, o projeto dos Vales da Uva Goethe tornou-se o centro das atenções porque evidencia uma realidade que incomoda muitas organizações, ratificando a importância da vitivinicultura tradicional no Brasil, assentada em uvas híbridas e vinhos de mesa. Ao fazer isso, também coloca em questão a imagem mundialmente construída dos vinhos finos como os únicos portadores de uma qualidade inerente (Garcia-Parpet, 2009)²², imagem esta amplamente incorporada aos projetos de IG na Serra Gaúcha. Em termos de concorrência, a atribuição de uma IG para os vinhos Goethe não deve ocasionar uma mudança significativa na estrutura do mercado. Além de constituir uma produção em pequena escala, trata-se de um circuito de comércio distinto, com consumidores bastante específicos. No entanto, a preocupação advém da possibilidade de surgirem novos projetos amparados pelo mesmo modelo. Segundo os críticos, isto reforçaria um questionamento que atualmente é marginal acerca das opções feitas nos demais projetos, como é o caso da escolha da Merlot como cultivar característica do Vale dos Vinhedos, discussão que será abordada a seguir.²³

²¹ Sobre os problemas referentes à legislação sanitária para produtos agroalimentares, veja Wesz Junior (2009). O autor também traz uma análise geral sobre a criação (e os problemas conceituais e operacionais) do sistema SUASA, que busca integrar as legislações municipais, estaduais e federal em um único marco regulatório.

²² É elucidativa desta compreensão a definição de vinho fino encontrada na Wikipédia: “Vinho fino é uma classificação de vinho de mesa dada às bebidas produzidas exclusivamente com uvas viníferas, e *por isso* são considerados vinhos de *qualidade superior*” (Wikipédia, s.d, itálico nosso).

²³ Adiantamos um pouco o debate com o depoimento de um técnico do Vale dos Vinhedos: “Eu acho que esse negócio de fazer da Merlot um ícone, é da cabeça de alguns donos de cantina e enólogos que são os mesmos que dizem que espumantes só podem ser de viníferas e que vinho só pode ser de variedades viníferas. Isso na cabeça deles, porque a tendência na produção é aumentar as americanas. [...] Essa Denominação de Origem não é para estabelecer qualidade das nossas variedades locais. A produção aqui de Bento Gonçalves, só de uma variedade, chega a 33%, que é da uva Isabel. Só de uma variedade comum, 33%. De viníferas nós temos 25% somando todas as variedades. É uma variedade comum para vinhos de mesa, mas porque não fazem nessa

Antes disto, é importante um comentário final sobre os eventos que foram analisados neste capítulo. Oriundos de três universos empíricos distintos (Garibaldi, São Joaquim e Urrussanga), esses eventos revelam que a construção social de um signo de qualificação envolve questões que vão muito além da adequação jurídica dos instrumentos de propriedade industrial. A própria escolha entre IG e Marca responde às diferentes definições legais destes instrumentos, mas também à reinterpretação que os atores fazem destas definições nos contextos locais. Em situações específicas, o foco dos projetos de qualificação não se altera fundamentalmente em virtude do tipo de instrumento utilizado. Com efeito, muitos projetos têm considerado o uso de marcas coletivas ao invés de Indicações de Procedência como um mero “desvio de rota” para uma trajetória cujo destino final continua sendo a obtenção da Denominação de Origem.

Porém, existem variações importantes decorrentes do tipo de arranjo institucional que estes instrumentos exigem. De modo geral, pode-se afirmar que, quando da definição das normas de produção, os compromissos que fundamentam a construção das marcas coletivas têm acentuado ainda mais a primazia de uma perspectiva setorial e, em termos qualitativos, um padrão técnico-mercantil. Igualmente preponderantes em projetos de Indicação de Procedência, neste caso, contudo, estes valores coexistem com princípios qualitativos patrimoniais (domésticos e cívicos) mais estreitamente associados à dinâmica dos territórios. Isto é particularmente evidente no caso dos Vales da Uva Goethe, onde os bens imateriais do território são colocados em destaque pelos atores locais.

Contudo, dentre todos os projetos de IG em desenvolvimento no segmento vitivinícola brasileiro, é justamente em relação aos Vales da Uva Goethe que incidem algumas das críticas mais veementes. Críticas proferidas por produtores, técnicos e pesquisadores que observam neste projeto não apenas um desvio, mas uma rota alternativa de qualificação, distinta daquela construída para as demais regiões. Não se trata apenas da opção por uma cultivar híbrida, mas do próprio modelo de produção e do tipo de compromisso qualitativo que este projeto realça. A experiência dos produtores de Urrussanga não questiona a IG enquanto ferramenta de qualificação (pelo contrário, consolida-a), mas coloca em evidência determinados valores e justificativas que não encontram o mesmo apelo nos demais projetos. Este argumento também encontrará sustentação nos eventos que analisaremos no próximo capítulo, os quais focalizam mais diretamente um conjunto de questões sobre tipicidade e inovação nos projetos de indicação geográfica.

variedade? Isso eu perguntei para eles: porque não fizemos na nossa melhor variedade? Que é a nossa mãe aqui. Mas, como que eu vou valorizar uma uva híbrida?” (Tec-VV).

Capítulo 6

Tipicidade, tecnologia e inovação

Após analisar alguns eventos relativos a questões de reputação, anterioridade e tradição, neste capítulo direcionamos o foco para certos momentos críticos da construção de diferentes Regulamentos de Uso, os quais associam-se mais diretamente a aspectos relacionados com a adoção de práticas de viticultura e vinificação. No centro desta discussão está uma interface entre tipicidade, tecnologia e inovação. Em que medida a adoção de novas tecnologias pode descaracterizar a tipicidade do produto ou seu vínculo com o *terroir*? Quais são os limites que se impõem à “modernização” em curso nas regiões vitivinícolas brasileiras e francesas? Como os atores gestionam tradição e mudança na negociação do Regulamento de Uso? Para responder estas questões consideramos quatro eventos, a saber: (a) a escolha das cultivares para o regulamento de uso da Denominação de Origem Vale dos Vinhedos; (b) as inovações na produção vitivinícola do Beaujolais e suas implicações à redefinição do *terroir*; (c) a apropriação de determinadas práticas de produção que podem padronizar o vinho e, finalmente; (d) a expressão de uma crítica ecológica emergente no interior dos projetos de IG.

6.1 Indicações geográficas e tipicidade

Uma Indicação Geográfica está diretamente vinculada ao reconhecimento da tipicidade de um produto ligada à sua origem. Esta tipicidade pode ser definida como o pertencimento a uma categoria de produtos construídos sobre um *terroir* de modo a formar uma unidade cujas características são distinguidas e identificadas por uma “comunidade humana de referência” a partir de um saber coletivamente partilhado, implícito ou explícito, formal ou tácito (Casabianca *et al.*, 2005). No entanto, esta unidade está fundada em uma diversidade interna considerável, de modo que observamos um processo social permanente de construção e redefinição dos critérios considerados válidos para julgar (classificar) o que é típico. Assim, a pertinência dos diferentes elementos da tipicidade é negociada pelos atores que reivindicam uma IG, ou que a mantém.

A tipicidade não possui necessariamente uma ligação com a origem. Seu reconhecimento não está inexoravelmente relacionado à procedência geográfica de um produto, podendo alguns de seus fundamentos (as variedades ou procedimentos tecnológicos) não serem produzidos por “efeitos do *terroir*” (Casabianca *et al.*, 2005). As justificações dadas ao desenvolvimento das IGs podem estar relacionadas às performances técnicas e mercantis, de modo que este signo de identificação apareceria como um instrumento para catalisar a padronização de práticas produtivas. No mundo do vinho, há uma idéia muito generalizada em torno do potencial das IGs de criar uma bebida que exprima um conjunto de propriedades organolépticas e sensoriais uniformes, as quais conferem uma “identidade enológica” reconhecida pelos *experts* e consumidores. Como vários autores já destacaram, o risco eminente desta perspectiva é a descaracterização do produto e a dissolução completa de sua ligação histórico-cultural com o território (Bérard e Marchenay, 2004; Delfosse, 2007).

Mais que um produto local, as IGs permitem o reconhecimento de patrimônios vivos partilhados por comunidades sociais e instituídos por estas como marcos identitários. Não é exatamente o espaço físico que elas colocam em evidência, mas os elementos através dos quais constroem-se ligações duráveis entre as características específicas do *terroir*, compreendendo tanto os fatores naturais quanto humanos. Esta *démarche* qualitativa deve imperativamente reconhecer um processo evolutivo onde inovações e tradições misturam-se de modo a dar forma a um produto singular. Por consequência, uma definição de “tipicidade ligada ao *terroir*” não é oposta àquela de inovação, inclusive técnica. Mas ela procura garantir que toda inovação faça sentido dentro do sistema de conhecimentos partilhado pela comunidade. Em resumo, esta noção procura salvaguardar um saber singular em relação às mudanças oriundas de um universo que lhe é exterior. Não se trata de um “localismo defensivo” (Hinrichs, 2000; Winter, 2003) que protege uma homogeneidade local idealizada face às transformações em curso na “sociedade englobante” (Mendras, 1995). As IGs acentuam a valorização do local demonstrando sua aptidão para receber o que lhe é externo: a expressão do *terroir* nas indicações geográficas é, portanto, um processo dinâmico, gerenciado pelos atores locais e externos.

Inevitavelmente, há tensões inerentes a esta dinâmica, começando pela própria definição dos atores que constituem a comunidade (a rede). Em cada projeto, encontraremos uma perspectiva mais ou menos distribuída entre os distintos atores da cadeia e do território (agricultores, negociantes, pesquisadores, técnicos, consumidores etc.). O caráter

compartilhado dos saberes que definem a tipicidade é, então, propriedade comum do conjunto destes atores e não apenas de alguns dentre eles. A tipicidade emerge como atributo relacional, definida a partir do momento em que os atores entram em acordo sobre a pertinência dos conhecimentos (locais e exteriores) referentes à qualificação do produto. Os acordos ficam, todavia, à prova de inovações que podem ameaçar os compromissos prévios, o que questionará a adequação dos regulamentos de uso.

Em certas regiões vitivinícolas, os esforços de produtores e de técnicos para qualificar o produto colocam freqüentemente em prática um conceito de tipicidade arraigada aos fatores naturais e técnicos: a identificação do produto revela-se em aspectos gustativos, eles mesmos concernentes a um saber específico em função de constrangimentos naturais. No caso brasileiro, encontram-se estratégias contraditórias em relação à introdução de novas cepagens e de sistemas “modernos” de condução das videiras. Segundo um pesquisador engajado nos projetos de Indicação de Proveniência para os vinhos nacionais, estas mudanças são imperativas para que os produtores possam “*encontrar o vinho típico da região, o que expressará o melhor potencial do território*” (Pes-VV).

Em todo o mundo, as últimas três décadas marcaram a institucionalização de um modelo produtivo fundado em uma quantidade reduzida de cepagens, o que está associado a uma padronização dos conhecimentos e práticas produtivas (Garcia-Parpet, 2004; Nossiter, 2009). Os consumidores foram conduzidos a reconhecer um número restrito de cultivares automaticamente identificadas a vinhos de qualidade, independentemente de sua inscrição em um *terroir* particular. Isto ocasionou transformações profundas nos vinhedos da França e de outros países (Bailly, 2000). No Languedoc, por exemplo, quase assistimos ao desaparecimento da Carignan, uma cepa tradicional (considerada excessivamente tânica), em prol do Grenache e do Syrah (Touzard e Laporte, 1998). No sul do Brasil, fenômeno similar de substituição acontece em relação à cultivar Isabel, símbolo identitário não somente de um produto, mas de um modo de vida. Presente em quase $\frac{3}{4}$ da superfície vitivinícola da Serra Gaúcha, a cepagem Isabel foi descartada das reflexões a respeito dos projetos de IG. À diferença de outras regiões vitivinícolas, todos os regulamentos de uso das IGs na Serra Gaúcha privilegiaram uma perspectiva “modernizante” com a implantação de cultivares viníferas.

6.2 A escolha das cultivares para a DO Vale dos Vinhedos

Uma das definições mais importantes do Regulamento de Uso de uma IG para vinhos diz respeito às cultivares autorizadas. Em cada região é definido um conjunto mais ou menos restritivo de cultivares que podem ser utilizadas nos vinhos que pretendem o reconhecimento. Essa é uma forma de buscar identidade e tipicidade para os produtos. Em tese, a escolha atua como uma institucionalização do passado, referendando o trabalho coletivo dos viticultores ao longo de um processo histórico de experimentação, melhoramento e adaptação das cultivares. No entanto, esta definição aparentemente simples consiste em um processo complexo e contraditório que envolve uma negociação muito mais ampla, onde o apelo à tradição é apenas uma entre várias justificativas em jogo.

No Brasil, foram os produtores do Vale dos Vinhedos os primeiros a deparar-se com esta questão: como “privilegiar” determinadas cultivares dentre algumas dezenas produzidas

na região? Uma lista excessivamente restrita inevitavelmente cometeria em problemas para o desenvolvimento do projeto, haja vista a possibilidade de excluir um número considerável de vitivinicultores. Considerando que se tratava de um projeto inédito no país e, portanto, cercado de desconfianças de toda espécie, qualquer medida que resultasse na exclusão de muitos produtores poderia colocar em risco sua consolidação. Assim, o Regulamento de Uso da IP adotou uma postura bastante flexível, incomum entre as IGs mais reconhecidas em todo mundo: foram aprovadas nada menos que 21 cultivares de *Vitis vinífera*.

Na prática, o Regulamento apenas reconheceu as cultivares então presentes na área geográfica delimitada, à exceção de algumas poucas que estavam sendo cultivadas em caráter experimental por vinícolas buscando produtos inovadores. Se, por um lado, esta decisão possibilitou maior participação dos produtores, por outro, criou dificuldades no que se refere à busca de identidade e tipicidade para os vinhos locais. Para os consumidores continuava sendo extremamente difícil compreender as características do *terroir* local face à diversidade de vinhos com os quais se deparavam.

Desde o princípio sabia-se que esta era uma medida condizente com as condições necessárias para criar e manter a IP, a qual seria alterada no decorrer do tempo. Os pesquisadores envolvidos com o projeto tinham clareza que o avanço rumo à DO obrigaria uma definição mais restritiva, à exemplo do que ocorre nas principais regiões vitivinícolas do mundo. Assim, o período entre o reconhecimento da IP e a criação do Regulamento de Uso para a DO serviu para avaliar quais cultivares possuem potencial para “expressar o *terroir* local”. Como esta avaliação foi processada? Esta é a questão que buscaremos responder doravante.

De acordo com a normativa do projeto de DO, os vinhos tintos podem ser compostos unicamente pelas cultivares Merlot, Cabernet sauvignon, Cabernet franc e Tannat. No caso de *assemblages*, a cultivar Merlot deve compor, no mínimo, 60% do volume total. Já para os vinhos tintos varietais, este percentual sobe para 85%. No que se refere aos vinhos brancos, regra idêntica foi definida em relação à cultivar Chardonnay, sendo que a outra cultivar permitida nos cortes é a Riesling itálico. Quanto aos espumantes, são permitidas de modo indistinto as cultivares Chardonnay, Riesling itálico e Pinot noir.

Além disso, outras duas inovações são introduzidas. Além da restrição das cultivares em um terço (21 para 7), a DO estabelece quais delas podem ser utilizadas em cada produto (vinho tinto, branco ou espumante), e quais produtos serão permitidos, excluindo vinhos rosados, vinhos leves, vinhos moscatéis espumantes e vinhos licorosos (todos autorizados pela IP, mas que raramente tiveram demanda de certificação). A restrição dos produtos está assentada na mesma perspectiva de reconhecimento e construção de identidade e tipicidade. Isso é particularmente notório no caso do espumante moscatel. Embora seja o produto do gênero com maior crescimento no mercado nacional, o mesmo não foi incluído na DO por não ser historicamente característico da área demarcada.¹

A principal novidade foi a definição da cultivar Merlot como representante dos vinhos tintos. Embora não menos importante fosse a decisão tomada em relação a cultivar Chardonnay para vinhos brancos, foi em relação aos vinhos tintos que se procederam as discussões mais importantes, por três razões básicas. Primeiro, o desenvolvimento do Vale dos Vinhedos

¹ Ademais, de acordo com o projeto de regionalização da produção associado às diferentes IGs, este será o produto característico da IP de Farroupilha (Tonietto e Falcade, 2006).

ocorreu *parri passu* com uma mudança na preferência de consumo no mercado nacional do vinho branco para o vinho tinto, a qual esteve associada, entre outras coisas, às descobertas científicas amplamente divulgadas acerca das propriedades do resveratrol como redutor dos níveis de colesterol. Disso decorre uma segunda razão referente ao fato de que os vinhos tintos concentram o maior volume de vendas das vinícolas locais. Finalmente, a negociação acerca das cultivares para produção de vinho tinto necessariamente seria mais complexa em virtude da ampla gama de variedades cultivadas na região, ao passo que, no caso dos vinhos brancos, a predominância da Chardonnay já era amplamente reconhecida.

O único consenso previamente estabelecido referia-se à proibição das variedades americanas e híbridas. Assim, vetou-se de antemão qualquer possibilidade de reivindicação da relação identitária da vitivinicultura local com a cultivar Isabel. Sem esse tipo de definição preliminar, o apelo à tradição dificilmente poderia ser utilizado como um argumento publicamente defensável para justificar as escolhas que estavam sendo processadas. No entanto, na medida em que a negociação restringiu-se ao grupo de cultivares viníferas, a tradição remonta a uma construção muito mais recente, reinventada por meio do próprio processo de modernização responsável pela disseminação de cultivares como Cabernet franc, Merlot e Cabernet sauvignon ao longo dos anos 1970-80.

Outra justificativa absolutamente plausível diz respeito à importância de cada cultivar em termos de produção ou área plantada. A Merlot sempre destacou-se como uma das principais cultivares viníferas. Contudo, sua produção raramente superou aquela referente à Cabernet sauvignon. Sendo assim, para alguns produtores que consideram a definição precipitada em vista do recente desenvolvimento das IGs na região, isto significa “*colocar no papel uma coisa que a terra não diz*” (Vin-GB). No entanto, embora a DO ainda não tenha sido reconhecida, ela já repercute no crescimento da área plantada com Merlot, a qual deve tornar-se a principal uva vinífera na região. Mais do que reconhecer um sistema socioprodutivo historicamente constituído, a IG possui um papel ativo na conformação deste sistema. Como afirmou um viticultor entrevistado, “*agora se está falando isso: que é o Merlot. Então tá todo mundo plantando Merlot, na terra e na cabeça das pessoas*” (Vit-VV).

Frente ao impasse, a ciência foi novamente demandada como mediador do conflito. Pelo menos essa era a impressão que sempre se procurou transmitir, quando, na verdade, ela possuiu um papel muito mais “performativo” (Callon, 1998). Para a maior parte dos pesquisadores e técnicos envolvidos com o projeto do Vale dos Vinhedos, nunca houve dúvidas de que os critérios para estabelecer as cultivares seriam definidos basicamente a partir de pesquisas agronômicas e enológicas. Esperava-se que estudos sobre potencial enológico e adaptação edafoclimática de cada cultivar constituíssem as justificativas necessárias e suficientes para persuadir o conjunto dos atores (veja Rizzon e Miele, 2002, 2003; Zanús e Tonietto, 2006; Zanús, 1996).

O que se verificou, todavia, foi que, se havia uma boa adaptação da Merlot à região, o mesmo também se constatava em relação a outras cultivares e, em especial, à Cabernet franc. Assim, baseados nos estudos de tipicidade varietal, alguns produtores chegaram inclusive a reivindicar esta cultivar como “ícone do vinho gaúcho” (Debon, 2008). O fato das uvas serem mais precoces que a Cabernet sauvignon também foi utilizado como argumento à sua melhor adaptação climática na Serra gaúcha (Rosa, 2007). No entanto, trata-se de uma cultivar que, além de possuir pequeno volume de produção e comercialização, é pouco reconhecida entre os consumidores, o que poderia incorrer em problemas comerciais.

A esta altura bastaria, então, comparar as cultivares Merlot e Cabernet sauvignon em relação ao potencial enológico. No entanto, também neste caso não há elementos para uma decisão inequívoca. Um produtor entrevistado sustenta que a Cabernet sauvignon parece produzir o “*vinho que melhor expressa o potencial do nosso terroir, mas que é muito difícil de produzir porque depende de anos bons*” (Vin-VV), o que é de certa maneira comprovado na medida em que se observam alguns dos chamados “vinhos ícones” das principais empresas locais.² No entanto, também é necessário considerar o maior apelo comercial deste vinho (pela própria simbologia criada em torno do seu nome mundialmente conhecido), o que obviamente afeta seu prestígio e preço.

De outro modo, a cultivar Merlot é considerada mais adaptada ao solo argiloso e às condições climáticas da região, o que permitiria um produto mais uniforme do ponto de vista organoléptico. Ou seja, a partir da cultivar Merlot é possível elaborar, de um ano para outro, vinhos com atributos sensoriais similares, o que se torna um elemento concorrencial relevante frente a consumidores que demandam um vinho com determinadas características previamente conhecidas. A consequência mais direta é que a referência à tipicidade torna-se mais fluída frente à necessidade de criar um padrão de “identidade enológica”.

Por fim, a estes argumentos associa-se ainda uma justificção mercadológica sustentando que a Merlot possui potencial para tornar-se uma espécie de “cultivar emblemática” do vinho brasileiro, algo difícil de ocorrer com a Cabernet sauvignon, símbolo do processo de mundialização e padronização em curso no mercado vinícola (Schirmer, 2007). Este tipo de argumento espelha-se fundamentalmente nas experiências comerciais do Chile com a cultivar Carmenère, da Argentina com a Malbec e do Uruguai com a Tannat. No entanto, ele esbarra na reação proveniente de produtores de fora da área demarcada para quem esta cultivar não deve ser considerada característica somente do Vale dos Vinhedos, mas de toda Serra Gaúcha (ou mesmo do sul do Brasil). Com efeito, a partir disto volta à tona o debate acerca da delimitação das áreas referentes às IGs e da existência ou não de diferentes *terroirs* em cada uma destas zonas adjacentes.

O fato é que esta escolha está redefinindo a paisagem vitivinícola local, os próprios vinhos e as estratégias de marketing das empresas. Na vinícola Miolo, por exemplo, as linhas mais populares de produtos, com preços até 15 reais, foram deslocadas para novas regiões, sobretudo a Campanha gaúcha. A marca Miolo Seleção, seu “vinho de combate” – termo que os produtores utilizam para referir-se ao produto que vai competir em qualidade e, principalmente, preço, com um grande número de produtos nos mais diversos segmentos do varejo – não é mais produzido no Vale dos Vinhedos. Ali, passaram a ser privilegiadas as linhas Miolo Terroir e Lote 43, ambas direcionadas à obtenção da Denominação de Origem.

Cultivado em um pequeno lote onde os patriarcas da família Miolo instalaram-se durante o período de colonização (em frente à sede da empresa), o vinho ícone (Miolo Lote 43) procura adaptar-se ao “conceito do “cru”, que se refere ao pedaço especial de terra cultivada com um vinhedo dentro de uma área de denominação de origem controlada. Elaborado somente em safras excepcionais, é uma mistura de Cabernet Sauvignon e Merlot, reunidos em um “corte harmônico” selecionado pelo enólogo da família” (Miolo, 2010). O interessante a notar aqui, contudo, é que este “corte harmônico” vem passando por uma

² No site da Vinícola Cordelier, por exemplo, seu “Reserva Cabernet Sauvignon” é apresentado como um “vinho tinto fino que expressa com clareza as características de um vinho típico do Vale dos Vinhedos” (Cordelier, 2010).

transformação gradual: se, até recentemente, a cultivar Cabernet sauvignon compunha mais de três quartos do vinho, hoje a Merlot já entra em 50% do corte. A expectativa é que nas próximas safras ela alcance mais de 60%, adequando o vinho às normas da futura DO Vale dos Vinhedos.

De modo geral, duas preocupações emergem no que se refere especificamente ao produto. A definição restritiva de algumas variedades é um instrumento para criar identidade enológica. Como veremos a seguir, esta também foi a receita de sucesso do Beaujolais. No entanto, face à trajetória recente da “moderna vitivinicultura brasileira”, ganha força uma crítica segundo a qual, não raro, a melhor expressão do *terroir* pode não se encontrar em uma cultivar isolada, mas nos atributos qualitativos combinados de diferentes cultivares (conforme o conceito de *assemblage* ou *blend*): “De uma coisa temos certeza, quase todos os grandes e melhores vinhos do mundo são elaborados com mais de uma casta. Às vezes, até seis variedades misturadas. É preciso discernir perfeitamente o que é qualidade e o que é aperfeiçoamento marketeiro” (Rosa, 2007). Neste sentido, poder-se-ia inclusive retomar uma discussão, já esboçada aqui, acerca da necessidade de uma percepção “holista” da qualidade, ainda que, neste caso, estejamos nos referindo especificamente ao fato de que os atributos organolépticos de cada cultivar são capazes de introduzir um novo padrão qualitativo, impossível de ser compreendido nos diferentes atributos isolados. A lei da indeterminação de Heisenberg provou que não podemos observar um átomo sem alterar sua estrutura. Pois bem, também não podemos misturar dois vinhos sem originar uma substância qualitativa nova e, relativamente, indeterminada.

Outra preocupação diz respeito aos efeitos que a escolha da cultivar Merlot poderá ocasionar à representatividade dos vinhos com IG dentro da área demarcada. Atualmente, os vinhos aprovados pelo Conselho Regulador não perfazem mais que 25% do total de vinhos finos produzidos no Vale dos Vinhedos. O número de vinícolas que solicita anualmente a avaliação gravita entre 10 e 15, menos da metade do total de estabelecimentos associados à Aprovale (Tab. 02). Assim, considerando uma estimativa atual segundo a qual apenas ¼ dos vinhos finos aprovados estariam de acordo com as novas normas relativas à DO³, a exclusividade do Merlot poderia criar uma situação insustentável, ratificando argumentos que vêm na IP, em suas atuais circunstâncias de uso, um instrumento de marketing sem correspondência evidente no âmbito produtivo (o que é reforçado pelo descrédito dos produtores com o selo da IPVV – cf. Box 02). No curto prazo, isso pode implicar na exclusão da maioria dos produtores, os quais não teriam condições de adequar seus vinhedos e sistemas produtivos às novas exigências (eg. condução em espaldeira). Contudo, argumenta-se que, no longo prazo, a melhoria da qualidade dos produtos, a organização dos produtores, o crescimento da área plantada e o reconhecimento da DO, possibilitariam inclusive a ampliação da participação para novos produtores, atraídos pelos lucros potenciais do segmento. No momento estas são apenas especulações.

³ Informação recolhida nas entrevistas com membros do Conselho Regulador da IPVV.

Tabela 02: Vinhos aprovados pelo Conselho Regulador da Indicação de Procedência Vale dos Vinhedos (2001-2008).

Ano	Vinícolas solicitantes	Produção (1) (litros)	Solicitações (2) (litros)	Aprovações (3) (litros)	Índice de aprovação /Produção (%)
2001	10	4.965.936	1.393.457	1.181.173	23,8
2002	15	5.562.128	1.677.480	1.590.730	28,6
2003	14	7.687.118	1.688.144	1.487.644	19,4
2004	14	9.358.612	1.884.250	1.762.000	18,8
2005	13	9.639.280	1.747.015	1.747.015	18,1
2006	11	6.877.647	1.339.344	1.313.394	19,1
2007	14	7.489.335	1.331.450	1.239.500	16,6
2008	13	7.576.000	1.654.063	1.558.063	20,5

(1) Total de vinhos finos produzidos pelos sócios da Aprovale.

(2) Volume total de vinhos que solicitaram avaliação pelo conselho Regulador.

(3) Volume total de vinhos aprovados.

Fonte: APROVALE (2009).

O foco em uma variedade específica permite aos produtores locais inserirem-se competitivamente em um mercado que tem privilegiado cada vez mais os vinhos varietais. Há pelo menos duas décadas estudos têm revelado uma preferência quase generalizada dos consumidores por vinhos que indicam nos rótulos as variedades das uvas utilizadas (Ibravin, 2009; Garcia-Parpet, 2007). Existem dois diferenciais básicos nesta escolha. Primeiro, os consumidores são atraídos pelo fato de não precisar vagar entre centenas de marcas e IGs “confusas” sobre as quais, em sua maior parte, jamais ouviram falar. Enquanto isso, nos vinhos varietais existe a praticidade de optar entre uma dezena de variedades. O segundo diferencial é que, de modo geral, estes vinhos tendem a manter maior regularidade gustativa de uma colheita para outra, o que elimina a necessidade de saber, por exemplo, se naquele ano específico choveu acima da média na região e a uva não maturou adequadamente. De fato, o próprio sistema francês rendeu-se parcialmente a esta lógica, como vimos a partir da nova regulamentação dos *Vins de pays* e dos vinhos sem indicação geográfica (Seção 4.6).

6.3 Beaujolais: uva, paisagem e inovação

Os vinhedos de Beaujolais apresentam quatro particularidades que os distinguem dos outros vinhedos: a) uma cepagem única e rara para os vinhos tintos: o gamay noir à jus Blanc encontrou sua terra de predileção no Beaujolais, nos terroirs graníticos e argilo-calcários. Ele é colhido à mão para preservar os grãos da uva madura intactos até a cubagem; b) a mais importante densidade de plantação no mundo (9 à 10.000 pés/ha), exigente em mão-de-obra, mas que permite reduzir o rendimento por videira para atender um nível de qualidade elevado; c) o vinhedo mais declinado da França: 50% do vinhedo apresenta declividades superiores à 20%, o que oferece um insolação excepcional às incontáveis pequenas parcelas de videiras. Bem evidentemente, o trabalho manual nas videiras é rigoroso nestes solos não mecanizáveis; d) um único modo de vinificação: “a vinificação beaujolaise”, única no mundo, a qual favorece os aromas da uva e exala os sabores conferidos aos vinhos pelo seu terroir (Union des Vignerons du Beaujolais, 2010).

O Beaujolais é um dos raros vinhedos franceses que mantém uma tradição de monocepagem que caracteriza fortemente uma identidade ao produto: seus vinhos (tintos) se vangloriam de serem oriundos apenas da cultivar Gamay, a qual se expressaria de maneira plena nos *terroirs* do Beaujolais (Garrier, 1973). O vínculo ancestral desta cultivar com o território remonta ao século XIV. Em 1535, o rei Philippe le Hardy que reinava sobre a região decidiu que a Gamay deveria ser retirada da Bourgogne (subentendida a atual Côte d'Or) para ser cultivada mais ao sul, em Beaujolais. A razão era muito simples: a gamay era uma cultivar pouco qualitativa (*très déloyau plant*) para ser mantida no nobre território *bourguignon*.

Assim, ao longo de gerações esta cultivar foi constituindo um dos fundamentos mais expressivos do *terroir* local. Isto não significou, porém, a exclusão definitiva de outras cultivares. Em algumas AOCs do Beaujolais ainda é possível, segundo o regulamento, utilizar a cepagem Pinot noir, a qual seria cultivada junto com a Gamay em uma proporção de até 15% da área do vinhedo.⁴ Mas, esta é uma prática muito rara, até mesmo porque, em 2004, um decreto estabeleceu que o uso de Pinot noir não será mais autorizado após 2015. O objetivo desta restrição é valorizar a identidade enológica do vinho local, ancorada em uma cultivar tradicional. Ademais, isto reforça uma estratégia de marketing que visa incrementar a competitividade dos produtores locais com o modelo de vinhos varietais.

No entanto, esta restrição também produz reações de viticultores que se consideram excessivamente constrangidos pelas normas em vigor. Muitos acreditam que a inclusão de novas cultivares lhes possibilitaria maior margem de manobra para competir no mercado. Até hoje, os poucos produtores que passaram a implantar cultivares exóticas, abandonando o uso das AOCs para apostar em *Vin de Pays* ou *Vin de table*, encontraram dificuldades para sobreviver no mercado. Com exceção de algumas caves com mercados diretos e reputação estabelecida, as demais são obrigadas a retornar à *démarche* qualitativa das IGs. Como afirma um dos técnicos entrevistados,

O problema da crise hoje no Beaujolais passa um pouco pela construção das normas. Há um certo número de viticultores que nos dizem: a Denominação de Origem é constrangedora, deixem-nos respirar um pouco. Então, por que não colocar nos regulamentos de uso a viognier, o sirah etc.? São questões colocadas. No entanto, é verdade que a denominação permanece um guarda-chuva. É apenas o mercado de nicho que sai da denominação. Mesmo as pessoas que, a priori, pareciam ter uma aliança muito sólida para vender sem a denominação, são os primeiros que dizem: eu tentei vender vinho de mesa, mas não consegui. É necessário para mim o nome da denominação (Tec-BJ).

Em 2000, o Organismo de Defesa e de Gestão (ODG) responsável por gerir as AOCs Beaujolais e Beaujolais Villages propôs a inclusão de três novas cepagens como acessórias à principal: Gamay de Bouze N, Gamay de Chaudenay N e a cepagem suíça Gamaret. Na Grande Borgonha, a implantação destas cultivares foi observada no século XIX. Elas eram usadas para dar mais coloração aos vinhos. Ainda hoje, o objetivo principal destas inclusões nos Regulamentos de Uso é encontrar cultivares complementares que permitam a elaboração de vinhos tintos com mais coloração e estrutura e, assim, mais aptos ao envelhecimento. Em

⁴ Segundo os decretos, cinco outras cepagens podem coexistir misturadas no interior das parcelas vitícolas até o máximo de 15%: Aligoté, Chardonnay, Melon, Pinot gris e Pinot noir.

suma, a intenção é aproximar o vinho leve, jovem e frutado característico da região, a um produto mais adequado às exigências do mercado mundial.

O ODG solicitou ao INAO uma autorização para plantações destas novas cepagens em parcelas independentes do Gamay, para o máximo de 10% de composição por exploração (e também para cortes de vinho ao nível máximo de 10%). Um dos argumentos principais do ODG consistiu em afirmar que isto limitaria a utilização da *maceração pré-fermentativa à quente*, uma prática controversa utilizada para alterar os vinhos visual, olfativa ou gustativamente. Por sua vez, o INAO adotou uma postura em que sobressaiu um recorte histórico: para o Gamay de Bouze N e o Gamay de Chaudenay N, a Comissão de Avaliação considerou que se tratava da reintrodução de cultivares antigas. Logo, elas foram prontamente incluídas no atual *Cahiers des Charges* das AOC *Beaujolais* e *Beaujolais Villages*. Quanto ao Gamaret, segundo a referida Comissão, trata-se de uma variedade classificada como “inovação varietal”, de modo que a mesma deverá ser observada pelo Comitê Nacional durante, no mínimo, dez anos, mesmo que ela seja cultivada desde 1989 em alguns estabelecimentos e que experimentos estejam sendo conduzidos desde 2001.

Box 05: Os Organismos de Defesa e de Gestão

Na França, a responsabilidade pela gestão das indicações geográficas sempre esteve sob responsabilidade de estruturas sindicais e associativas. No Beaujolais, este papel era assumido pela *Union des Vignerons du Beaujolais*, criada em 1945 para agrupar o conjunto de sindicatos de produtores das 96 comunas que compõem a região. No entanto, este tipo de estrutura organizacional dava margem a uma série de conflitos, como a existência de dois sindicatos reivindicando a gestão da mesma AOC, fato ocorrido em *Châteauneuf-du-Pape* no Vale do Rhône.

Em 2008, durante o processo de reforma dos signos de qualidade e origem, o INAO definiu a obrigatoriedade da criação de Organismos de Defesa e de Gestão (ODGs) independentes. Estes organismos passaram a abrigar, de modo paritário, todos os componentes da cadeia produtiva (o que significou, basicamente, a inclusão dos negociantes, uma categoria até então à margem das decisões levadas à cabo pelos produtores). O ODG não possui um estatuto jurídico similar aos sindicatos. Trata-se de uma estrutura reconhecida pelo INAO exclusivamente para a gestão da IG, ocupando-se do processo de construção e revisão das normas de produção.

Cada AOC pode ser gerida por um único ODG, mas um ODG pode representar várias AOCs. No Beaujolais, existe um ODG para as denominações Beaujolais e Beaujolais villages e outro para o conjunto dos 10 crus. De modo geral, a unificação da gestão de várias AOCs em uma única estrutura de governança tem facilitado a coordenação das ações, a discussão das normas e a construção de estratégias conjuntas de valorização do produto e do território. Ao mesmo tempo, isto também fortaleceu a capacidade de intervenção coletiva, uma questão particularmente importante para AOCs onde o número de produtores envolvidos é relativamente pequeno, fato recorrente nas associações responsáveis pelos projetos de IG na vitivinicultura brasileira.

Outra especificidade dos vinhedos de Beaujolais é a forte densidade de videiras, o dobro encontrado em outras regiões vinícolas francesas. Esta densidade é uma tradição local, garantia de uma qualidade diferenciada das uvas e fator importante à tipicidade aos vinhos. No entanto, a mesma também revela-se uma desvantagem econômica: a carga de trabalho por hectare, expressa notadamente na poda e colheita manual, gera um custo de produção mais

elevado em relação aos outros vinhedos franceses e estrangeiros, para preços similares de venda do vinho. Assim, face ao contexto de crise, foram incentivadas modificações nas práticas culturais para tornar a produção mais competitiva no mercado.

Desde o início dos anos 2000, experimentos foram conduzidos para verificar os impactos de alterações na densidade sobre a tipicidade dos vinhos. As análises organolépticas e sensoriais não revelaram diferenças expressivas, o que levou os representantes setoriais a demandar ao INAO a modificação dos decretos relativos às densidades mínimas por hectare. Em 2007, esta mudança foi preconizada pelo próprio plano estratégico vitivinícola do Beaujolais e, atualmente, após a modificação dos decretos, as densidades mínimas passaram a 5 mil pés para a AOC *Beaujolais* e 6 mil pés para AOC *Beaujolais Villages* e o conjunto dos 10 *crus*. O depoimento de um técnico local elucida o fato:

Não faz muito tempo, nós tínhamos no Beaujolais um vinhedo com 10 mil pés/ha. Se tínhamos isto é porque percebemos que quanto maior a densidade, menos os pés produziam e, portanto, mais tínhamos de qualidade. Isto era a base. O problema é que hoje administrar um vinhedo com 10 mil pés/ha custa muito caro. Em relação aos nossos concorrentes que tem 5 mil pés ou menos, temos produtos que custam mais caros que os Côtes du Rhône, os Bordeaux etc. (Tec-BJ).

A questão é como tornar os produtores economicamente competitivos sem reduzir excessivamente a densidade, comprometendo, assim, a segunda particularidade que distingue os vinhedos do Beaujolais, posto que a ampliação do espaçamento entre as plantas pode incorrer no aumento da produção e, portanto, “redução da qualidade”. Para compensar isto, foram estabelecidas normas específicas que obrigam os produtores a alterar o sistema de poda, aumentando a altura das plantas, mantendo mais área vegetativa (ramos e folhas) e, deste modo, reduzindo a produtividade. Em outros casos, para vinhedos já implantados, foi preconizada a retirada de uma fileira a cada seis ou três, de acordo com o vigor do vinhedo.

Se, por um lado, esta reestruturação não parece impactar a tipicidade enológica dos vinhos, por outro, revela consequências diretas na paisagem vitícola local, outro elemento destacado do *terroir*. Uma nova paisagem é formada com a remoção de fileiras, abandono de parcelas e a retirada definitiva de vinhedos, desfigurando a imagem e a apreciação subjetiva dos habitantes locais e turistas. A “*arrachage*” tem sido largamente incentivada pelo Estado, para quem o objetivo principal é reduzir o volume de vinhos produzidos. Planejada para eliminar os vinhedos de “baixa qualidade”, esta política tem mostrado-se bastante errática. Não há controle sobre as áreas retiradas e, segundo os produtores, não raro, elas se encontram nas melhores condições edafoclimáticas de produção.

Desde o começo da implantação do Plano de Remoção foram perdidos cerca de três mil hectares vitícolas no Beaujolais, reduzindo a área de cultivo de 22 para 19 mil hectares. Assim, “o vinhedo mais escarpado da França” é redefinido por uma política de modernização. Muitas vezes, as parcelas escolhidas à execução do Plano são aquelas que se encontram em áreas de encosta. Apesar de serem tecnicamente preferências ao cultivo da vinha, essas áreas são percebidas como economicamente inviáveis em razão dos altos custos de produção (impedem a mecanização). Em outros casos a escolha das áreas também é utilizada como política social (e econômica), na medida em que privilegia agricultores idosos ou em dificuldades financeiras que desejam abandonar a atividade. Seja como for, o fato é que este

tipo de prática tem impactado fortemente a paisagem (Fig. 29). Nas situações mais graves, os vinhedos foram simplesmente abandonados e as áreas deixadas sem nenhum tipo de uso.



Figura 29: Retirada (*arrachage*) das fileiras de videiras no Beaujolais.

Fonte: Fotografia do autor.

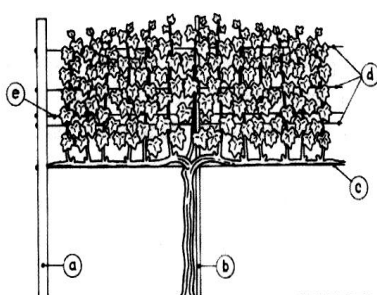
Esta mudança é agravada pelas transformações no modo de condução dos vinhedos. A substituição do modo tradicional em *gobelet* por formas mais modernas (espaldeira) é justificada como uma medida necessária para incrementar a qualidade das uvas e permitir a mecanização dos tratos culturais (Quadro 05). A condução em *gobelet* define uma disposição irregular dos ramos que impede a passagem de máquinas. Assim, um componente expressivo da paisagem e do saber-fazer dos agricultores locais é desafiado por um sistema de condução que se tornou tão ou mais disseminado pelo mundo que a cultivar Cabernet sauvignon.

No Brasil, modificações no modo de condução da videira, igualmente respaldadas por um discurso qualitativo, também têm redefinido as paisagens. A produção vitivinícola nacional foi construída a partir do sistema de condução em latada (ou pérgola), o mesmo utilizado na Itália pelos agricultores imigrantes que colonizaram algumas das atuais regiões de agricultura familiar do Rio Grande do Sul. Oferecendo um grande volume de uvas por hectare, este sistema revelou-se próprio às exigências de renda das pequenas explorações familiares, as quais dispunham de mão-de-obra suficiente para o intenso trabalho manual que é demandado. Adaptado às variedades americanas e híbridas resistentes ao clima úmido, este sistema de produção demonstrou-se, contudo, pouco apropriado quando foram introduzidas as cultivares viníferas. Assim, o mesmo é substituído por novos modos de condução que permitem melhor exposição solar e ventilação do vinhedo, condições “necessárias à produção de uvas de qualidade”. Como afirma um pesquisador do Vale dos Vinhedos,

A decisão de restringir ao uso de espaldeira, embora seja o sistema tradicional, é uma decisão, primeiro, de filosofia: se opta não pelo volume de produção, mas pela qualidade da produção... Primeiro, nós vamos em busca da qualidade. E, segundo, a gente tem verificado que, de fato, em nossas condições de fatores naturais se consegue uma melhor expressão do terroir com esses controles de produtividade, de microclima da planta e, com isso, é um caminho então que leva a outros padrões de qualidade... fugindo, de certa forma da tradição, ou reformatando isso para uma nova tradição, fruto dessa reconstrução com um aumento da expressão do terroir. É isso aí: a gente navega entre a tradição e a inovação (Pes-VV).

Quadro 05: Diferentes formas de condução das videiras

Espaldeira

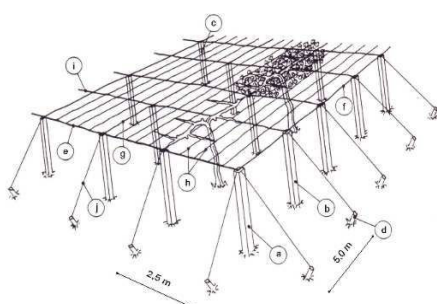


Fonte: Mieli e Mandelli (2003)



Fotografia do autor.

Latada

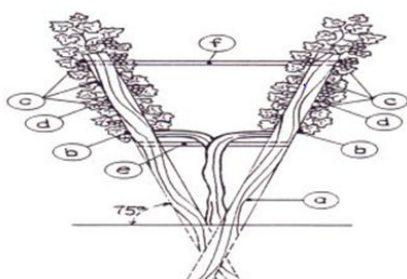


Fonte: Mieli e Mandelli (2003)



Fotografia Adriano Mazzarolo e Jair C.Nachtigal

Lyra

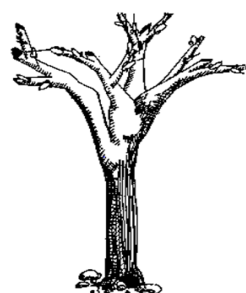


Fonte: Mieli e Mandelli (2003)



Fotografia <http://vinicolasevinhedos.blogspot.com>

Gobelet



Fonte: www.les3grappes.com.



Fotografia do autor.

Comparado ao Beaujolais, o caso brasileiro exhibe uma justificativa técnica mais evidente no que se refere à qualidade da uva. No caso francês, a predominância de uma justificativa mercantil (necessidade de mecanizar para reduzir custos) é mais presente porque os problemas relativos à fenologia da videira não se expressam com tamanha intensidade. Apesar de impróprio à mecanização, a condução em *gobelet* não incorre em perdas qualitativas tão expressivas, consequência de condições climáticas locais adequadas durante a maturação do fruto (insolação adequada e baixa umidade). No que se refere à paisagem da Serra Gaúcha, a mudança do modo de condução pode incorrer, por exemplo, na perda de uma característica importante de diferenciação, revelada pelo uso do plátano como esteio dos arames que formam a estrutura do vinhedo conduzido na forma latada (Fig. 30 e 31). Estas árvores tornaram-se elementos peculiares à geografia vitícola regional, compondo a paisagem e o próprio imaginário das pessoas: “os plátanos permanecem como testemunhas de um tempo passado” (Schumacher, 2010b).

Retornando ao Beaujolais, outra particularidade histórica dos seus vinhos diz respeito ao emprego de um modo específico de elaboração. A tipicidade enológica do produto sempre esteve diretamente associada à famosa “vinificação beaujolaise” que, até recentemente, era notificada nos decretos da AOC. Atualmente, cita-se apenas a menção de uma vinificação conforme os “usos locais, legais e constantes”. Tecnicamente, esta vinificação tradicional diz respeito a uma maceração semi-carbônica que implica uma fermentação intracelular e liberação de aromas particulares, contribuindo à tipicidade dos vinhos. Esta fermentação necessita da integridade das bagas de uva, o que significa a colheita de grãos inteiros (portanto manual) e uma encubagem sem desengace dos ramos. Entretanto, duas mudanças colocam em questão este modo de vinificação e, por conseguinte, a tipicidade dos vinhos: de um lado, a utilização da colheita mecânica e, de outro, a técnica da maceração pré-fermentativa à quente.



Figura 30: Presença dos plátanos nos parreirais.



Figura 31: Sistema de condução em espaldeira e ausência dos plátanos.

A utilização da máquina de colher é objeto de uma intensa polêmica há vários anos no Beaujolais (Garrier, 2002). Para preservar a integridade dos cachos de uva, a colheita deve ser feita de modo manual. Este tipo de colheita apresenta um custo elevado, tanto que procedimentos deste tipo são exceções na França (Champagne, certos efervescentes, licorosos e alguns crus) e em boa parte do novo mundo vitivinícola.⁵ Assim, a vinificação dos vinhos do Beaujolais permanece igualmente uma exceção. Mais que isto, uma especificidade que serve à própria definição do *terroir* e que pode ser colocada em xeque. Mas, é necessário escolher entre “*terroir*” e “competitividade” no mercado?

Os defensores da mecanização vêem a colheita manual como um “luxo” que o vinhedo não pode mais oferecer. A máquina aparece como um meio de perenizar a atividade vitícola sobre o território, limitando os custos de produção. Alguns lançam mão de um argumento referente ao desempenho técnico: como a colheita mecânica é mais rápida que a manual, ela permite ao viticultor esperar a maturidade ótima da uva. Justificações ecológicas também são empregadas: *“hoje é necessário que se possa mecanizar para utilizar menos produtos fitossanitários, para poder trabalhar o solo.”* (Vin-BJ). Por fim, existe um argumento de que a colheita mecânica teria menos impactos na tipicidade dos vinhos que as leveduras ou as bactérias vastamente usadas no processo de vinificação e sobre as quais não há nenhum tipo de controle (uma justificativa técnica que se impõe frente à outra do mesmo gênero): *“a colheita mecânica, hoje, é muito menos impactante que as leveduras ou bactérias. Entretanto, para ter direito à colheita mecânica é necessário que isto esteja escrito no regulamento de uso. Por outro lado, para poder utilizar leveduras, não há nada”* (Vin-BJ).

Entre tradição e modernidade, tipicidade e economia imediata, experimentos são conduzidos desde meados dos anos 1990 pelos atuais Organismos de Defesa e Gestão, em acordo com o INAO. *“É necessário encontrar uma forma de autorizar a máquina de colheita, mas, ao mesmo tempo, de conservar a tipicidade dos vinhos”* (Tec-BJ). Em 2004, após as degustações levadas à cabo pela comissão de avaliação do INAO, nenhuma preferência por um tipo de colheita foi definida para as AOCs do Beaujolais (mesmo que alguns consideram

⁵ Enquanto a colheita mecanizada custa entre 700 e 800 euros por hectare na França, o custo da colheita manual é cerca de 2.000 euros por hectare.

que a intensidade aromática e frutada são mais fracas com a colheita mecânica). Ao mesmo tempo, constatou-se que as práticas mecânicas nos vinhedos não são incompatíveis com a vinificação beaujolaise tradicional. Assim, quase 10 anos depois das primeiras tentativas, a colheita mecânica é executada na AOC Beaujolais (exceto para a colheita de uvas destinadas à elaboração dos vinhos nouveaux), havendo ainda a supressão dos termos “uvas colhidas inteiras” nos regulamentos e restrições a determinados tipos de máquinas: devem ser fabricadas posteriormente a 1º de janeiro de 2000 ou terem sido aprovadas pelo INAO.

A adoção da colheita mecânica permanece uma questão aberta. Em que pese uma primeira tentativa de acordo para a criação de uma regulamentação específica, o impacto deste tipo de prática na tipicidade do produto continua sendo objeto de crítica e contestação. Como observamos no depoimento abaixo, técnicos do INAO, por exemplo, ainda questionam o emprego da máquina, criando uma situação um pouco excêntrica: autoriza-se a máquina, mas exige-se que o fruto seja colhido inteiro:

Hoje a uva deve ser colhida inteira para fazer o Beaujolais. Então, não dizemos que a colheita mecânica é proibida, mas vocês não podem colher a uva inteira com uma máquina de colher. Assim, nesta primeira versão, a uva deve ser inteira... e tem uma comissão de pesquisa que começou a trabalhar desde outubro e que disse: ok, é necessário refletir sobre a colheita mecânica, mas é necessário que vocês trabalhem, de fato, com a ligação à origem, justamente porque o que fez o renome do Beaujolais foi esta uva colhida inteira com uma vinificação particular (Tec-BJ).

Com vistas a progredir no processo de negociação, o Organismo de Defesa e Gestão encarregou-se de estudar os pontos de regulamentação técnica para a colheita mecânica, os quais deveriam ser integrados aos Regulamentos de Uso para atenuar os efeitos da mecanização. Até agora, a mudança na regulamentação pode ser considerada como um espaço de manobra dado aos viticultores: ninguém é obrigado a utilizar a máquina, sobretudo porque ela não pode ser empregada em zonas com alto declive. A colheita manual permanece como uma possibilidade para valorização dos vinhos àqueles produtores que aderem a uma *démarche* qualitativa que vai além da AOC: trata-se, neste caso, de uma qualidade territorializada ligada à maneira de produzir (Pouzenc *et al.*, 2007).

Finalmente, uma polêmica que também se estabelece em torno da vinificação *beaujolaise* diz respeito a uma prática enológica desenvolvida pelo ITV-Sicarex du Beaujolais⁶ na metade dos anos 1990: a maceração pré-fermentativa à quente. Esta técnica consiste em, após a colheita, aquecer a uva durante algumas horas a fim de permitir liberação de cor, taninos e precursores aromáticos (dando origem a um vinho púrpuro escuro). O aquecimento fragiliza as bagas de uva e gera o rompimento das células vegetais, tornando, assim, a maceração semi-carbônica impossível do ponto de vista biológico. Colher a uva em cachos inteiros para aplicar uma maceração pré-fermentativa à calor não gera os mesmos fenômenos fermentativos de uma vinificação *beaujolaise* clássica. Na degustação, os vinhos obtidos possuem um forte aroma de frutas vermelhas processadas, com uma dominância de cassis, ficando relativamente padronizados. É esta aproximação que os críticos fazem: os vinhos mais tipificados pela sua vinificação que pelo seu *terroir*. De qualquer modo, esta técnica não é prescrita no território, qualquer que seja a AOC reivindicada. Segundo os

⁶ Trata-se de uma empresa cooperativa de pesquisa experimental.

técnicos, atualmente não há como assegurar a tipicidade do produto empregando este tipo de prática enológica:

Isto é, partimos da origem dizendo que temos vinhos que são fáceis de beber, muito frutados etc. O que permitiu fazer este vinho? Na época, era a colheita manual e o modo de vinificação. Hoje dizem que conseguem fazer um vinho do mesmo modo. Então, podemos colocar precauções no Regulamento de Uso? Na verdade, hoje nós lhes demandamos refletir sobre todas as técnicas de vinificação da uva inteira para os vinhos de guarda e primeur (Beaujolais nouveau) e, assim, poderíamos modificar (Tec-BJ).

Qual é, então, o lugar desta técnica nas AOCs do Beaujolais? Segundo alguns produtores e técnicos, utilizada de maneira controlada, ela permitiria compensar o “*effet millésime*” (a variação do clima de um ano para outro altera a maturação das uvas e suas propriedades), ajustando cor e aroma e respondendo, assim, às exigências do consumo. O perigo reside na sua banalização, gerando uma uniformização do perfil dos vinhos. O debate permanece em aberto entre “prós” e “contras” à maceração pré-fermentativa à quente, adicionando ainda uma outra questão: a tipicidade ligada ao *terroir* é mais impactada por uma técnica de vinificação ou pela introdução da máquina de colher, ou ainda, de uma nova cultivar como a Gamaret? Seja como for, o fato é que os debates em torno das inovações vitivinícolas possibilitam um questionamento amplo sobre a tipicidade relacionada à origem e ao *terroir*. Dependendo das lentes com as quais lêem-se estas mudanças, elas podem ser vistas como uma espécie de “traição à tradição”, pois parecem superar os limites aceitáveis e descaracterizar o produto. De outro modo, há quem prefira afirmar que elas estão, na realidade, dando um novo sentido ao *terroir*.

6.4 Qualidade da uva, chaptalização e utilização do carvalho

O maior investimento que eu estou fazendo é lá no vinhedo, na qualidade da uva. O que tem de mais moderno está lá. Para mim está muito bem claro que a qualidade está lá e ainda tem muito a melhorar. O vinho se faz lá no parreiral (Vit-VV).

Como evidenciamos no capítulo anterior, uma das definições mais importantes do Regulamento de Uso diz respeito à procedência da uva. De modo geral, enquanto as DOs operam com uma exigência de que toda a matéria-prima seja oriunda da área delimitada, as IPs podem trabalhar com um nível menor de restrição, geralmente situada em torno de 85%.⁷ Mesmo assim, existem situações em que os produtores definem voluntariamente um nível mais elevado de exigência. Segundo os produtores, esta é uma estratégia pensada com vistas à adequação do regulamento (e, portanto, das práticas) à possível demanda de uma DO em um futuro não muito distante.⁸ Em termos operacionais, este tipo de exigência é particularmente

⁷ No Brasil, não há nenhuma definição normativa mais ampla a este respeito, mas alguns projetos trabalham com esta porcentagem (eg. IP Vale dos Vinhedos). No âmbito europeu, existe um regulamento comunitário que prevê este tipo de diferenciação entre IGP e DOP.

⁸ “Nós já vamos enquadrados. Porque a idéia é caracterizar o *terroir* mesmo. Começar com uvas de outras regiões, que seja 15%, isso já começa a fugir do que é a característica em si. Então a idéia é já ir alinhado com a DO” (Vin-PB).

importante no que tange ao controle do processo de produção. A origem da uva é reconhecidamente um dos pontos mais difíceis de serem monitorados.⁹ Na IP Vale dos Vinhedos isso é feito, basicamente, por meio das declarações enviadas pelos produtores juntamente com notas fiscais de compra da uva.

Outra definição fundamental diz respeito à qualidade desta uva, concebida aqui como um atributo intrínseco ao fruto. Neste caso, o controle envolve não somente a aferição das características do fruto, mas o monitoramento de uma série de variáveis associadas às técnicas de produção. Cada Regulamento de Uso define um conjunto mais ou menos específico de técnicas de acordo com a qualidade/tipicidade que espera obter. De modo geral, as normas focalizam três aspectos, encontrados em praticamente todos os regulamentos: local de produção (tipo de solo e clima), sistema de condução e rendimento por planta/área. Em alguns casos, acrescentam-se ainda variáveis mais sofisticadas e de difícil monitoramento: superfície folhar, número de gemas e brotos por planta.

Estas definições técnicas estão direta ou indiretamente associadas a uma definição qualitativa que privilegia dois atributos: (a) grau de açúcar do fruto, responsável por garantir uma fermentação adequada à produção de vinho (quanto mais açúcar, maior o teor alcoólico) e; (b) presença de substâncias químicas e compostos fenólicos essenciais, responsáveis por conferir uma identidade organoléptica ao vinho. Cada cultivar possui exigências específicas a esse respeito. Algumas “revelam seu potencial” em solos arenosos (Languedoc); outras preferem solos argilosos (Serra gaúcha). Há mesmo quem sugira que em cada parcela, fileira ou planta é possível encontrar um desempenho distinto em relação ao solo e ao clima. Uma área emergente de “vitivinicultura de precisão” tem tratado deste tipo de relação.

Apesar de parecerem escolhas simples e objetivas, estas definições geralmente são objeto de inúmeras controvérsias, as quais demonstram que mesmo as “informações técnicas” são objeto de diferentes interpretações à luz de distintas concepções qualitativas.

Durante muito tempo, a pesquisa ajudou a sustentar um entendimento de que existem áreas aptas e inaptas à produção de uva e vinho. De modo geral, as áreas aptas foram definidas como sendo aquelas que apresentam “solos fracos” (baixo índice de teor orgânico e argila), baixa pluviosidade e umidade (sobretudo durante o período de maturação e colheita), alto índice de insolação e significativa variação térmica entre dia e noite. Neste caso, se o besouro voa contrariando as leis da aerodinâmica, os produtores da Serra Gaúcha elaboram vinhos contrariando as leis da enologia.

“Corrigir” o solo é uma das práticas mais comuns em quase todo tipo de sistema de produção agrícola. Adubação, calagem, cobertura, aração, subsolagem..., podem tornar o solo apto a um determinado tipo de cultivo. Durante muito tempo, os solos relativamente argilosos da Serra Gaúcha foram condenados como responsáveis por um elevado nível de acidez, considerado de antemão um aspecto “prejudicial” à produção vinícola. Atualmente, esta mesma acidez é pronunciada como um dos fatores mais importantes à diferenciação qualitativa dos espumantes regionais. “A boa acidez reforça o equilíbrio”, afirma uma reportagem da Revista Gula sobre o produto (Gula, 2010). Segundo pesquisadores, variedades

⁹ Outra questão central no que concerne aos mecanismos de controle, sobretudo no contexto da Serra Gaúcha, diz respeito ao local de engarrafamento do vinho. Os regulamentos prevêm que o mesmo deve ocorrer nos limites da área demarcada. Muitos produtores que não possuem estrutura para realizar esta operação alegam que a mesma poderia ser feita em outras áreas (principalmente no caso de uma IP), sem prejuízo às características do produto. Uma das contrapartidas deste argumento é de que isso dificultaria os processos de controle.

como Chardonnay e Riesling itálico adaptam-se relativamente bem a esta condição pedológica (Zanus e Tonieto, 2006).

E as demais variedades? O que dizer da produção de Merlot, Tempranillo, Marselan, Tannat etc. nestas mesmas condições? Se continuarmos com a mesma referência a uma concepção qualitativa técnica-industrial, então a resposta a esta questão será: “*com certeza existe terroir mais adequado para este tipo de uva do que o nosso*” (Vit-PB). Então, por que existem produtores da Serra Gaúcha que apresentam os vinhos oriundos destas cultivares como os ícones de suas cantinas? Acreditamos que esta questão já tenha sido respondida. Não há necessidade de prolongar esta discussão para além da evidência dos limites de uma definição de qualidade que focaliza exclusivamente as características objetivas do produto.

Mas não é apenas o solo que precisa ser “corrigido”. O mesmo vale para a própria planta. A videira é uma planta arbustiva que pode ser conduzida de distintas formas. Já nos referimos a alguns sistemas de condução, aludindo basicamente para os condicionantes que eles impõem à mecanização, em especial a condução em *gobelet* encontrada nos vinhedos do Beaujolais. O que não mencionamos antes é o fato deste tipo de sistema ser considerado um dos mais adequados à incidência de irradiação solar (Carbonneau e Lebon, 1993).¹⁰ A irradiação é co-responsável por determinar a presença de diferentes substâncias químicas na uva.¹¹ Trata-se de um argumento técnico que contrapõe a justificativa econômica relativa à necessidade de redução dos custos advinda da mecanização.

Durante o processo de negociação da forma de condução a ser adotada, os atores são levados a formar compromissos. Definida como economicamente ilegítima, a manutenção do *gobelet* não possibilita um acordo entre os diferentes atores envolvidos. Por sua vez, uma opção por sistemas do tipo pérgola (latada) seria considerada ilegítima do ponto de vista técnico. Trata-se de uma forma de condução que reduz a insolação e mantém excessiva umidade. Assim, novos sistemas de condução em lira e espaldeira apresentam-se como a base de um compromisso técnico-mercantil a partir do qual os vinhedos começam a ser remodelados em todo o mundo. Em muitas regiões, este compromisso é questionado por justificações patrimoniais referentes aos impactos na paisagem e nas tradições locais.

Em face disto, alguns projetos de IG para vinhos da França também começam a pautar a inclusão de mecanismos de controle da superfície folhar. Trata-se de um indicador importante da quantidade de irradiação que pode ser absorvida pela planta, assim como do seu vigor vegetativo (Carbonneau, 1993). Quanto maior a superfície folhar, maior o crescimento vegetativo e, conforme a cultivar e o estágio de crescimento, menor o rendimento da produção de uvas. Defendido por alguns pesquisadores como um importante indicador de qualidade do vinhedo, o controle da superfície folhar é considerado impraticável pelos técnicos e produtores em vista do trabalho que envolve. Sem a inclusão deste tipo de controle, o OGD Beaujolais estima que não mais do que 10% dos vinhedos da região sejam passíveis de controle direto por técnicos. Inserida esta prática, o número de vinhedos monitorados seria ainda menor.

¹⁰ Na AOC Faugères (Languedoc) encontramos um sistema tradicional de condução em quadrados (*au carré*) que, apesar das dificuldades relativas à mecanização similares ao *gobelet*, mostra-se, segundo os produtores, mais resistente à seca, sobretudo porque o sombreamento evita o crescimento de outras plantas que poderiam concorrer por água.

¹¹ Se quisermos complexificar um pouco a análise, seria preciso referir as variações na “qualidade da irradiação solar”, um fator que ganha maior importância em vista dos limites encontrados nos estudos que são realizados exclusivamente com base nas horas de exposição solar.

Outro tipo de controle encontrado nos Regulamentos de Uso diz respeito a aspectos como número de brotos e gemas por plantas. Como ele é processado através de uma contagem visual mais rápida, este tipo de controle é relativamente fácil de ser executado, ainda que também demande um número considerável de técnicos. Também neste caso, é o vigor vegetativo da planta associado ao rendimento provável do vinhedo que está sendo examinado.

Por que estas duas variáveis (vigor e rendimento) são tão importantes? Sem nenhum tipo de controle, a videira pode exibir um grande desenvolvimento vegetativo, resultando em menor produtividade, cachos pequenos e de “baixa qualidade”. A poda tem como objetivo reduzir este desenvolvimento das partes vegetativas (ramos e folhas) e proporcionar um balanço adequado em relação às partes produtivas (cachos), regularizando a quantidade e qualidade da uva (grau de açúcar e compostos químicos). Isso faz do controle do rendimento uma das práticas mais importantes na construção das normas.

De fato, a definição de um rendimento máximo é uma alternativa recorrente para controlar produção e qualidade, mas nem por isso menos controversa. Do ponto de vista da produção, muitos produtores franceses argumentam que os limites de rendimento constituem apenas um dispositivo para limitar a oferta de vinho em um mercado saturado. O contraponto deste argumento é o impacto da redução do rendimento sobre a qualidade do produto, uma justificativa que permanece, contudo, *à l'épreuve de la réalité*. Nenhum produtor ou técnico questiona a relação absoluta entre rendimento e qualidade. No entanto, muitos criticam definições demasiadamente rígidas que, ao definir de modo estanque um rendimento único, desconsideram as variações climáticas que tornam a qualidade dos frutos variável de um ano para outro. Em determinados anos seria possível manter um rendimento mais elevado com uma qualidade similar da uva, ao passo que, em anos catastróficos, nenhum rendimento, por menor que seja, garantirá qualidade.

Na França, o INAO reconheceu os limites deste tipo de normatização. Atualmente, os produtores de regiões como Bordeaux e Bourgogne podem demandar a alteração dos níveis de rendimento permitidos em virtude da ocorrência de eventos climáticos particulares. O Organismo de Defesa e Gestão encaminha o pedido ao INAO, o qual é repassado para o Comitê Nacional. No caso de aprovação, a alteração é autorizada através de um decreto específico do Ministério da Agricultura, válido para aquele ano. Um dos limites deste sistema é que dificilmente os produtores solicitarão a redução do rendimento em situações em que isso seria o mais adequado: *“No INAO nós temos um sistema que autoriza, em anos que se tem ao mesmo tempo qualidade e quantidade, a aumentar o rendimento. Isso se faz em regiões como Bordeaux e Bourgogne. E isso quer dizer que, em anos onde não há qualidade, é preciso baixar o rendimento. Ai é uma coisa difícil de ser feita”* (Tec-LG).

A definição do rendimento é uma das formas de garantir que a uva atinja a graduação alcoólica mínima para vinificação. Este tem se tornado um objetivo maior dos programas de modernização da vitivinicultura na Serra Gaúcha.

[...] o programa de modernização da viticultura e da vinicultura que a gente tem desenvolvido faz um ano e meio mais ou menos. Qual é o objetivo deste programa? É uva com maior graduação de açúcar, que é o primeiro componente da qualidade. É preciso ter uma uva que faça um bom grau de açúcar. Em seguida viria os demais parâmetros qualitativos, como as variedades de uva etc. (Tec.-VV).

Para a DO Vale dos Vinhedos, por exemplo, a graduação mínima exigida está estipulada em 12% ou 11% de volume em álcool potencial para vinhos tintos ou brancos, respectivamente. Mas, qual é exatamente a diferença qualitativa deste vinho? Ou, antes disso, se muitas vezes este é um “índice mínimo” para garantir a fermentação da uva e, portanto, a elaboração do vinho, o que acontece quando ele não é atingido? Neste caso, a falta de açúcar no mosto¹² é complementada pela adição de açúcar de cana (ou beterraba, no caso europeu) antes ou durante o processo de fermentação. Esta prática denomina-se *chaptalização* e é utilizada para aumentar elevar o teor de álcool potencial. Trata-se de uma técnica legal e amplamente utilizada em muitas regiões vinícolas, mas proibida em outras.

Na Europa, existem regras específicas para cada país ou região a respeito dos níveis permitidos de adição de açúcar, os quais podem variar de um ano para outro em virtude do comportamento climático (similarmente ao rendimento). Países como Espanha e Itália proíbem esta prática. Regiões onde a temperatura média é menor, dificultando a maturação da uva, adotam-na amplamente. Na França, ela é permitida na Borgonha e no Beaujolais, onde, em certos anos, temperatura e insolação muito baixas produzem uvas que não amadurecem inteiramente, resultando em vinhos carentes de corpo. Recorrentemente, estas regiões demandam às autoridades europeias a elevação do grau permitindo de *enrichissement*¹³, gerando disputas acirradas em Bruxelas.

Foi isso que ocorreu na safra de 2010. Em resposta à petição apresentada pela Bélgica, República Checa, Dinamarca, Alemanha, Hungria, Países Baixos, Áustria, Polônia, Eslovênia, Eslováquia e Reino Unido, a Comissão Europeia aprovou o aumento de até 0,5 pontos percentuais nos limites já existentes de enriquecimento do vinho produzido com uvas colhidas em 2010, tendo em conta as condições climáticas desfavoráveis verificadas em determinadas regiões (variáveis para cada país ou região, esses limites geralmente oscilam entre 1 e 3,5%). A medida foi prontamente criticada pelo setor vinícola espanhol que a compreende como incentivo à produção em zonas com climas pouco adequados para a vitivinicultura (“regiões inaptas”), a qual agravaria a crise excedentária do mercado europeu.

Além de Espanha e Itália, a *chaptalização* também é proibida em outras regiões de clima quente e seco como a Califórnia, nos Estados Unidos; Mendoza, na Argentina; e Languedoc, na França. Nestes casos os problemas estão antes relacionados ao excesso de açúcar, resultando em vinhos excessivamente alcoólicos. Um problema cada vez mais evidente segundo pesquisadores que têm estudado os impactos do aquecimento climático na reestruturação do mercado vitivinícola (Carbonneau, 2010, 2006). Segundo estes estudos, o aquecimento pode alterar drasticamente a geografia do mundo do vinho nas próximas décadas. Nos anos 1980, por exemplo, a colheita da uva na região da Grande Borgonha era autorizada a partir do dia 2 de outubro. Em seguida, a mesma passou para o dia 15 de setembro e, atualmente, ela é prevista para a primeira semana do mês.

A região do Beaujolais encontra-se na zona C1A (segundo convenção que subdividiu a Europa vitícola). Isso significa um nível máximo de 1,5 graus de *chaptalização*, com uma suplementação de 0,5 graus em anos excepcionais. No entanto, segundo os produtores,

¹² Mosto é o sumo de uvas frescas obtido antes que passem pelo processo de fermentação.

¹³ Note-se que há uma diferença semântica importante entre *chaptalização*, considerada um processo para corrigir um “defeito qualitativo” (falta de açúcar), e *enrichissement*, termo que sugere uma complementação de qualidades já existentes. Essa variação semântica será encontrada dependendo do tipo de justificação que está em jogo, contudo o processo tecnológico é o mesmo.

mesmo esses 2 graus são insuficientes em anos difíceis. Na prática, os produtores são frequentemente obrigados a utilizar 2,5 ou 3 graus. Em 2006, o Ministério da Agricultura “descobriu a fraude”, dando origem a um conflito judicial amplamente divulgado pela imprensa nacional e internacional. Este tipo de evento é um componente histórico da vitivinicultura da região, cuja reputação também foi sendo desgastada pela repercussão que o assunto sempre obteve na mídia. Em 2009, cerca de 50 vinicultores foram condenados a multas de até 20 mil euros em virtude de “sobrechaptalização” (TF1News, 2009). Cabe notar que, do outro lado do rio Saône, o qual define o limite oriental das AOC do Beaujolais (Ver Fig.19 acima), a adição de 2,5 graus de açúcar (0,5 a mais que no Beaujolais) é regulamentada pela lei. Trata-se, enfim, de um conflito que está longe de “estabilizar-se”.

Um quadro similar é encontrado na Serra Gaúcha, ainda que sem o componente das disputas judiciais. O clima úmido e frio da região dificulta enormemente a possibilidade das uvas viníferas atingirem um grau adequado de maturação para alcançar os níveis de açúcar necessários à fermentação. Se a colheita for adiada excessivamente para prolongar a maturação, existem sérios riscos de apodrecimento da uva. Ao contrário, se antecipada excessivamente, a uva terá pouco açúcar, além de um gosto herbáceo, vegetal e taninos verdes. Reconhecendo esta situação, o decreto 99.066 de 08 de março de 1990 permite até 3 graus GL de chaptalização para todos os produtores brasileiros (Brasil, 1990).

Assim como no Beaujolais, durante muito tempo, os “problemas qualitativos” do vinho brasileiro foram associados à recorrência desta prática. Contudo, do ponto de vista químico e gustativo, não há como diferenciar o álcool gerado a partir da fermentação da uva ou do açúcar de cana. *“Provando um vinho, não dá para saber quanto de seu álcool deriva da fermentação de açúcar de cana e quanto vem do açúcar da própria uva”* (Eno-BG). O problema é que a chaptalização indica que as uvas utilizadas não alcançaram um grau ideal de maturação, refletindo os problemas qualitativos da produção vitícola. Portanto, *“inibindo a chaptalização, você não está simplesmente proibindo açúcar, está obrigando a maturar mais a uva. Está obrigando a produzir uma uva de maior qualidade”* (Vin-GB).

Em razão disto o Regulamento de Uso da DO Vale dos Vinhedos veta a chaptalização. Por sua vez, os produtores de espumantes de Garibaldi esforçam-se em definir regras mais rígidas, segundo as quais o índice máximo de adição de açúcar seria de apenas 1º GL. Não obstante, um dos maiores complicantes desta definição diz respeito ao controle. Até agora a própria avaliação dos Regulamentos de Uso apresentados por ocasião da demanda de uma IG desconsidera o fato de que não existem mecanismos de controle que permitam aferir a utilização de chaptalização. Os regulamentos definem uma regra cujo monitoramento é quase impraticável, exceto pelo controle da matéria-prima, isto é, controlando diretamente o grau de açúcar da uva que foi utilizada para a elaboração do vinho. Atualmente, pesquisadores da Universidade Estadual de São Paulo, em Botucatu, desenvolvem testes para criar análises de isótopos de carbono que permitam monitorar o grau de chaptalização no vinho, o qual poderá ser adotado pelo sistema de fiscalização do Ministério da Agricultura (Pivetta, 2003).

Contudo, ainda assim existem diversas outras práticas industriais que também podem ser utilizadas para aumentar a concentração de açúcar sem lançar mão de sua adição direta. São técnicas de “concentração de mosto” em que uma parte da água é retirada para concentrar os demais elementos (Brandão, 2009). Algumas destas técnicas também são vetadas pelos Regulamentos de Uso, como no caso da DO Vale dos Vinhedos. O argumento básico é que essas práticas podem descaracterizar a tipicidade do vinho, ameaçando sua identidade com o

terroir (este pensado em termos de condições pedoclimáticas que aferem propriedades organolépticas ao produto).¹⁴

Também é neste sentido que, não raro, as normas buscam assegurar a utilização de determinadas leveduras autóctones durante o processo de fermentação, ou definir níveis máximos de conservantes como o dióxido de carbono (SO₂) e de ácido acético, um dos responsáveis pela chamada acidez volátil. Todas essas escolhas constituem parâmetros de “identidade e qualidade química dos produtos” e são amplamente incorporados nas normas dos Regulamentos de Uso para “garantir melhor padrão de qualidade para os produtos” (Regulamento IPVV, p. 10). À título de exemplo, enquanto a legislação brasileira admite um teor máximo de 350 mg/L de SO₂ total, a IP Vale dos Vinhedos prevê um limite de 130 mg/L. No que se refere à acidez volátil, a legislação define um máximo de 20,0 meq/l ao passo que o regulamento da IP opera com 15 meq/l.

Além deste conjunto de práticas, existem pelo menos duas outras técnicas de vinificação que têm gerado polêmicas no mundo dos vinhos: a utilização de barricas de carvalho e a microoxigenação. O emprego da madeira é uma prática ancestral na produção de vinhos. Ela remonta ao armazenamento e transporte da bebida pelos celtas que, após longas viagens, descobriram como determinados tipos de madeira alteravam as propriedades do vinho. Ao longo do tempo, o carvalho passou a ser amplamente utilizado para “amaciá-los” vinhos excessivamente tânicos (adstringentes) e conferir determinadas propriedades gustativas e olfativas.¹⁵ A recente generalização do seu uso fez emergir, todavia, uma discussão associada à padronização do produto. O crescimento da demanda por um determinado tipo de vinho estaria levando os produtores do mundo inteiro a adequar o produto a um gosto cada vez mais uniforme. Com isso, mesmo vinhos jovens, leves e frutados (cuja estrutura não exige a passagem pelo carvalho) começaram a ser colocados em barricas para incorporar aromas que, segundo críticos, “*mascam o produto*” (Tec-GB). Vinhos estruturados, amadeirados, excessivamente alcoólicos e com aroma de baunilha: esta é a definição caricatural dos problemas que o uso indiscriminado do carvalho estaria trazendo consigo, associada à perda da tipicidade varietal e da identidade enológica.¹⁶

Hoje, o que acontece: em função de certos artificios, madeira, por exemplo... se você coloca uma quantidade cavalgar de madeira, você não consegue identificar qual é variedade. Perde toda a tipicidade do vinho. Ele fica praticamente um chá. Ai, tu olha e é uma cor linda, mas tu tem um Merlot e um Cabernet com o mesmo gosto e tu não sabe quem é quem (Eno-VV).

¹⁴Estas técnicas são muito utilizadas para a produção de vinhos licorosos, uma classe de vinhos com características peculiares, como maior teor alcoólico e alta concentração de açúcar.

¹⁵No Brasil, ainda são de uso corrente as barricas de grapiá e pinho, sobretudo para o armazenamento de vinhos de mesa, uma vez que estas madeiras podem passar gostos resinosos e amargos ao vinho.

¹⁶O carvalho comercializado no mundo todo para uso vinícola possui, basicamente, duas origens: EUA e França. A madeira francesa tem obtido um preço mais elevado em virtude de sua “qualidade” de transmitir mais facilmente ao vinho esses aromas desejados. Indagado se esta era a origem e a razão das barricas que utilizava, um enólogo do Vale dos Vinhedos respondeu: “Sim, por causa da baunilha que é mais agradável. É assim... os compostos da madeira: a lactona que é composto principal que vem da madeira americana é muito agressiva. Agora, a vanilina (gosto de baunilha) e o eugenol (gosto de cravo) que são os compostos que são extraídos do carvalho francês... e é legal porque se tu vai pedir para comprar já tem gente que nem diz mais barrica francesa, já diz o nome da floresta de onde vêm (Vin-VV).

O crescimento da demanda por este tipo de produto é impulsionado por guias, revistas e especialistas que podem ter um vínculo estreito com fabricantes, importadores e revendedores de insumos para a indústria vinícola.

Então, se o mercado estava comprando um vinho com características de aroma e paladar de carvalho, e eu vou fazer um vinho sem isso, eu não vou vender. Então, eu tenho que ir atrás do mercado. E se cometeu vários excessos: vinhos que não tinham estrutura, nem potencial para serem envelhecidos (Pes-VV).

Eu acompanhei bastante essa questão porque eu representava uma empresa de rolhas e barricas francesas que foi quem fez a ponte entre o enólogo e a empresa. Até o primeiro encontro eu estava junto, mas depois eu saí porque era um assunto entre eles... Então, eu acabei de te dizer que quem fez a ponte foi essa empresa que eu representava. O que significa isso? Em outras palavras, que enólogo aconselha o cliente a comprar barricas e rolhas desse cara. O que vai acontecer é que em todos os lugares que ele vai, ele aconselha o cliente a comprar essas barricas. Aí nós vamos ter uma semelhança de barricas, o mesmo carvalho (Tec-VV).

Mas a questão não é puramente mercantil. Existe uma justificativa técnica para o uso destes produtos que está associada à “qualidade da uva”. Segundo um técnico entrevistado, a utilização excessiva do carvalho apenas revela as deficiências que muitas regiões ainda possuem na produção de uvas de qualidade, ou seja, uvas cujo vinho elaborado não precise ser “corrigido” dentro da vinícola.

As vinícolas que apostam na produção de suas uvas ou pagam mais para ter uma uva melhor, elas tem que colocar essa uva, essa matéria-prima de excelente qualidade em vinhos top para poder ter um retorno deste investimento. E com aquela outra uva se faz um vinho que tem pequenos defeitos. Então tem que padronizá-las com um pouco de madeira, com isso e aquilo. A raiz do problema está lá na produção da uva. Se o produtor não produz uma uva de qualidade que permita fazer um vinho jovem, leve e frutado, a catina não tem o que fazer se não padronizá-lo (Tec-GB).

Embora largamente encontradas no mundo todo há várias décadas, no Brasil, o emprego *generalizado* de barricas de carvalho começou há cerca de 15 anos, associado ao processo de modernização em curso no setor. Desde então, a madeira foi rapidamente incorporada pelas vinícolas mais capitalizadas. Algumas chegam a passar o mesmo vinho em três barricas de carvalho diferentes (todas novas) ao longo do mesmo ano. O objetivo é acelerar o processo de incorporação dos aromas. Mas, existem vinícolas que foram ainda mais longe, optando por métodos radicais como a utilização de *chips*. Expressão máxima de uma lógica industrial na produção de vinhos, os *chips* são pequenas lascas de carvalho novo soltas durante alguns meses dentro dos tanques de inox para repassar ao vinho os componentes da madeira. Além de acelerar o processo, eles permitem a redução expressiva do custo, haja vista que o preço pago por uma barrica de carvalho francês pode chegar a 1.500 dólares.

A utilização de *chips* também não é uma singularidade brasileira. Em 2007, a revista inglesa *Decanter* exibiu reportagem sobre uma tanoaria de Bordeaux com um aumento na venda deste insumo na ordem de 200%. No âmbito europeu, esta prática passou a ser

autorizada em dezembro de 2005 (Regulamento Europeu 2165/2005). Desde então, na Itália, o uso desta prática foi estendido para os vinhos de *Denominazione di Origine Controllata*. Na França, o INAO inicialmente permitiu o uso de *chips* apenas em *Vin des pays*. Em 2006, o Instituto constituiu uma comissão de especialistas para analisar sua extensão aos vinhos AOC. Hoje, após a regulamentação do seu uso pelo Conselho Europeu (Regulamento Europeu 606/2009), os *chips* podem ser empregados nos vinhos AOC desde que previsto pelas normas do *Cahier des Charges*. No Brasil, os atuais Regulamentos de Uso não fazem nenhuma consideração específica a este respeito.

Atualmente, existe uma pressão crescente para a liberação do uso de *chips* em todas as categorias de vinhos. Um dos argumentos apresentados a favor desta prática postula que “*seu uso não é simplesmente para dar um gosto de madeira ao vinho, este ajuda na estabilização da cor, é mais higiênico que as barricas com vários anos de uso e tem melhores condições de identificação de origem*” (Rebouças, 2007). A esta justificativa técnica associa-se uma outra de caráter mercantil, segundo a qual “*a permissão do uso dos chips na França é uma luta de anos que visa dar aos produtores do Hexágono as mesmas armas que os viticultores do novo mundo possuem*” (Rebouças, 2007). Ao referir-se aos *chips*, uma reportagem publicada em 2006 na revista italiana *Il Sommelier* coloca a discussão nos seguintes termos: “*Vamos esclarecer, não é uma obrigação, mas será difícil, para os produtores que desejam vender vinho com o típico aroma amadeirado, renunciar a esta possibilidade. Trata-se de diminuir as despesas e o custo do produto e, portanto, o seu preço final*” (*Il Sommelier*, 2006).

Em relação às barricas, a utilização dos *chips* possui um grande inconveniente: ela não cumpre a função de permitir que o vinho “respire”. Além de conferir propriedades específicas para o vinho, a barrica de carvalho possibilita ao vinho realizar trocas gasosas com o meio exterior, o que não é possível nos tanques de inox. Essas trocas gasosas são essenciais para o vinho “amadurecer”, ou seja, liberar determinados componentes e adquirir outros de modo a estabilizar suas características. Isso é utilizado, sobretudo, para os chamados vinhos tintos “de guarda”, isto é, vinhos que necessitam um tempo maior de evolução caso desejem alcançar determinadas propriedades sensoriais. No entanto, mesmo vinhos brancos e jovens podem passar por barricas para ter suas características alteradas, geralmente em benefício de um maior apelo comercial. Uma prática que tem se tornado recorrente:

Eu vou utilizar inclusive para Chardonay. A minha filosofia é de que a barrica de carvalho e a uva estão no mesmo patamar de peso. São matérias-primas essenciais para se fazer um vinho acima da média. Mas eu respeito os outros. A minha filosofia é assim: se o produtor faz um vinho com valor agregado e vende, parabéns para ele. Mas se ele faz um vinho e não vende, tem algum problema (Vin-VV).

Uma das formas de amenizar o problema dos tanques de inox em relação à evolução do vinho advém do uso de um processo de microoxigenação. Trata-se de uma técnica criada pelo enólogo Michel Rolland, que a disseminou pelo mundo todo. *Grosso modo*, a microoxigenação substitui e acelera o processo de trocas gasosas permitido pelas barricas de

carvalho, e o faz à baixo custo econômico.¹⁷ Novamente aqui, as justificativas recaem em argumentos técnicos e mercantis.

Porém, existem vinícolas que caminham de encontro a este suposto processo de padronização. Apostando em estratégias de diferenciação, alguns produtores decidem excluir completamente as barricas de carvalho do processo de produção, mesmo naqueles vinhos para os quais elas são tidas quase como indispensáveis. O Merlot da linha Marcus James da Cooperativa Vinícola Aurora, uma das mais conhecidas no grande varejo, expressa no seu contra-rótulo: “Não passa por barricas de carvalho, o que mantém suas características varietais”. No Vale dos Vinhedos, a vinícola Lidio Carraro apresenta-se com esta “filosofia purista e de resgate à essência e à integridade do vinho”, como notado abaixo:

Elaborar vinhos de personalidade única e que traduzam o conceito ‘Vinho Puro’ requer muito conhecimento e sensibilidade. A Lidio Carraro é pioneira no país a implantar uma gestão vitícola e enológica integrada, que se inicia com um metódico estudo de clones e mapeamento de solos, rigoroso controle de produção, até o recebimento da uva por gravidade e vinificação de grandes vinhos sem o uso tradicional da madeira. A atenção em cada detalhe (Lidio Carraro, 2010).

No caso de IGs, desconhecemos experiências onde o uso do carvalho tenha sido completamente vetado. Diferentemente de outras técnicas que também podem comprometer a tipicidade do produto, as barricas de carvalho tem sido um tema mais consensual entre os atores. O entendimento que tem sido gestado no interior dos projetos é de que os exageros podem ser contidos por meio do controle executado pelo Painel de Avaliação Sensorial. Assim, o “bom uso” desta técnica é definido como um componente indispensável do conhecimento dos vinicultores, incorporado ao processo de produção. Neste caso, é preciso que a inovação seja incorporada pelos sistemas locais de conhecimento de modo a garantir que ela potencialize a tipicidade do produto.

6.5 Uma justificação ecológica nos projetos de IG?

Uma das faces da crise do setor vitivinícola francês revela-se na própria concorrência existente dentro do mercado hipercompetitivo das AOCs¹⁸, onde várias regiões menos renomadas não conseguem mais encontrar espaço. As chamadas “denominações genéricas” (aquelas que dizem respeito a toda região: *Languedoc, Beaujolais, Bourgogne, Bordeaux etc.*) enfrentam dificuldades em definir um posicionamento claro no mercado. Por um lado, não possuem um apelo qualitativo suficientemente diferenciado que lhes permita competir com IGs mais prestigiosas referentes a áreas menores ou comunas que se encontram no interior destas diferentes regiões (Brouilly, Morgon, Médoc, Margaux, Saint-Émillion, Chablis etc.).

¹⁷ “Quando tu pões o vinho no carvalho, o carvalho tem duas funções básicas. Uma, passar ao vinho substâncias agradáveis. E outra, arredondar. Neste arredondamento dos taninos, o carvalho é relativamente poroso, então se perde muito álcool através dos poros. A microoxigenação substitui esta troca gasosa do carvalho” (Eno-VV).

¹⁸ “Hipercompetição” se tornou um jargão de uso corrente na economia contemporânea. Ele exprime uma situação de alta intensidade competitiva onde se encontram lucros intermitentes ou baixos, vantagens competitivas não-sustentáveis por longo tempo e mercado em situação permanente de desequilíbrio. Neste sentido, associa-se diretamente à teoria da competição neoschumpeteriana. Veja D’Aveni (1995).

Por outro, apesar das guerras de preço recorrentes entre estas AOCs, as quais têm ocasionado prejuízos para todo o setor produtivo, muitas delas não conseguem competir de modo sustentável sequer em termos de custo/preço com as marcas do novo mundo e os vinhos IGP emergentes.

As implicações deste processo envolvem desde o incremento dos incentivos estatais para a redução da produção visando reequilibrar oferta e demanda, até a reforma profunda dos sistemas de qualidade e origem, como já tivemos oportunidade de analisar. Sobreviver no mundo do vinho tem exigido muito mais do que conquistar uma IG. A crítica de Michel Rolland parece, enfim, ter algum sentido. A política francesa de diferenciação qualitativa desenvolvida ao longo de décadas perde legitimidade na medida em que mais de dois terços dos produtos estão sob sua égide. Como resumiu um dos vinicultores entrevistados, “*eu diria que somos vítimas de nosso sucesso*” (Vin-BJ).

Há algum tempo, existem produtores que apostam em formas de diferenciação que podem ser vistas como a retomada de estratégias genéricas. Para “escapar” das restrições impostas pelos regulamentos, esses produtores “diferenciam-se” produzindo “vinhos de mesa”. Garcia-Parpet (2004) discute este tipo de movimento com detalhes, revelando os meios que permitiram a vitivinicultores do Languedoc criar novos circuitos de comércio fora da hierarquia das IGs. Esta não é, todavia, uma alternativa que pode ser amplamente adotada. São estratégias condicionadas ao “capital relacional” (Vale, 2006) de um produtor individual ou coletivo, capaz de acessar grupos específicos de negociantes, especialistas e, sobretudo, consumidores relativamente fiéis ao seu produto, ou ainda, estratégias de produtores que conseguiram construir marcas suficientemente reputadas que lhes permitem abdicar da IG.

Mas existe outro tipo de estratégia que também tem sido crescentemente desenvolvido neste segmento e em outros mercados de qualidade. Ao invés de renunciar às IGs, os produtores buscam criar uma simbiose entre distintas formas de diferenciação, combinando dois ou mais sinais distintivos. No âmbito internacional, alguns estudos demonstram que os impactos dos mecanismos de diferenciação pela origem podem ser potencializados por outras estratégias de distinção. A confluência com o movimento de comércio justo, por exemplo, é discutida na experiência do Rooibos, um chá mundialmente reputado produzido na África do Sul (Leclercq, 2007; Bienabe e Sautier, 2008). No Brasil, importantes discussões têm sido levantadas sobre a possibilidade de articular as IGs com defesa e promoção do patrimônio cultural imaterial (Belas, 2008; Fonseca, Abreu e Alves, 2001).¹⁹ No caso dos vinhos, uma das confluências que está ganhando evidência associa IG e produção orgânica (Teil e Barrey, 2009). Vamos analisar brevemente esta estratégia com referência ao Languedoc para, em seguida, pautar seu desenvolvimento no Brasil.

Historicamente, o *midi viticole*²⁰ foi considerado uma região produtora de vinhos de “menor qualidade”, pelo menos em relação a outras regiões mais tradicionais como Champagne, Bordeaux e Bourgogne (Touzard e Laporte, 1988). Com o foco na produção em larga escala, os produtores locais desenvolveram um modelo de produção cuja competitividade, durante longo tempo, esteve fundada em estratégias de preço. Isso lhes permitia competir com outras regiões como Beaujolais, e mesmo com as AOCs genéricas de Bordeaux e Bourgogne. No entanto, as transformações no mercado internacional criaram uma

¹⁹ Veja também os recentes depósitos no INPI de dossiês para IP do queijo da Canastra (16/04/10), das panelas de barro de Goiabeiras (19/05/10) e do artesanato em Capim dourado do Jalapão (18/05/09).

²⁰ *Midi* é uma forma coloquial de fazer menção ao sul da França.

situação particularmente difícil para este tipo de estratégia. Como notamos no Capítulo 4, desde os anos 1980 a região presencia um intenso processo de modernização da produção vitícola e vinícola (Touzard, 1993). Um processo que alavancou o reconhecimento dos vinhos locais em todo o mundo e atraiu investimentos de empresas internacionais agindo segundo a lógica emergente do novo mundo.

Com isto originou-se um modelo dual. De um lado, grandes empresas inseridas em cadeias globais, exportando vinhos para todo o mundo e competindo em condições similares aos principais grupos da indústria vinícola francesa e mundial. De outro, um conjunto de pequenas caves individuais e cooperativas que, não conseguindo acompanhar o ritmo de reestruturação e concentração do mercado global, é incitado a construir estratégias que possibilitem redefinir a imagem da região na produção de vinhos de qualidade vinculados ao território, buscando circuitos de comércio mais específicos. Isso tem envolvido investimentos coletivos para revalorizar o território, como é o caso do enoturismo. Há alguns anos, determinadas comunas do Hérault, por exemplo, buscam tirar proveito do fato de o departamento ter se tornado o destino anual de mais de 15 milhões de turistas atraídos pela mediterraneidade (INSEE, 2010). Esta atividade tem impulsionado o desenvolvimento de projetos como aquele que encontramos entre os produtores de Picpoul de Pinet, onde desenvolve-se uma dinâmica singular de redefinição da imagem do produto e do território, associando-os, sobretudo, à gastronomia local.

Outro tipo de alternativa é aquela iniciada por produtores de Saint-Georges d'Orques, uma pequena comuna ao lado de Montpellier com uma vintena de caves que comercializam vinhos. Desde os anos 1990, muitos viticultores locais romperam parcial ou completamente o vínculo com as cooperativas – as quais mantinham uma perspectiva centrada na produção de vinhos de mesa comercializados à granel – para investir na elaboração e comercialização de vinhos próprios, elaborados e engarrafados em pequenas caves familiares.

Beneficiando-se de um clima mediterrâneo excepcional para a produção de uvas, estas caves começaram a produzir vinhos orgânicos (*biologiques*), o que demanda um tipo específico de certificação segundo normas também regidas pelo INAO. Assim, ao longo do processo de construção da IG²¹ estes produtores buscaram inserir no *Cahier des Charges* os princípios e práticas deste sistema de produção. Segundo um dos vitivinicultores entrevistados, “*seria lógico para um vinho de terroir que nós preconizássemos que todos os vinhos que pretendem o nome Saint-Georges d'Orques sejam produzidos pelo modelo da agricultura orgânica (...). Isso corresponde completamente à filosofia de um produto de terroir*” (Vin-LG). A intenção era diferenciar a futura AOC perante as demais, conciliando um modelo doméstico-mercantil com uma justificativa ecológica cada vez mais presente no mundo dos vinhos.²²

²¹ Em termos de “notoriedade”, a demanda da AOC baseia-se em uma série de elementos que contribuíram para a construção social da reputação do território. É interessante observar como este processo possui uma interação direta com os consumidores e, neste caso, um consumidor especial: muitos produtores de Saint-Georges d'Orques estampam em seus vinhos o nome de Thomas Jefferson, antigo embaixador americano na França, e futuro presidente dos Estados Unidos, que, em 1807, atravessou o Atlântico com algumas garrafas do vinho local. Atualmente, a Cave Cooperativa local possui um vinho IGP Pay d'Oc com a marca Thomas Jefferson.

²² Talvez a maior expressão do desenvolvimento de uma justificativa ecológica na produção vitivinícola é a recente reconversão total do *Domaine de La Romanée-Conti*, uma propriedade de cerca de 25 hectares situada na Borgonha, renomada por enófilos do mundo todo, aos preceitos da biodinâmica.

Box 06: IG, urbanização e competências públicas

Além do desenvolvimento de vinícolas familiares, a trajetória recente de Saint-Georges d'Orques também revela outra similaridade ao Vale dos Vinhedos: a intensa pressão fundiária gerada pelo fenômeno de urbanização. Situada a poucos quilômetros da cidade de Montpellier, a comuna tem atraído pessoas que desejam habitar na área ou mesmo produzir vinhos. Foi isso que levou, por exemplo, um contator inglês a abandonar a carreira em Londres para construir o Domaine de Saumarez, uma pequena cantina familiar que se especializou na produção de vinhos orgânicos, com uma produção de cerca de 30 mil garrafas anuais.

Este fenômeno tem gerado reações por parte do poder público local que passou a regulamentar de modo mais rígido a ocupação do território. A área rural é estritamente direcionada para o uso produtivo e, mais especificamente, para o cultivo da vinha e de oliveiras. Empreendimentos urbanos ou mesmo a instalação de novos produtores e produtos, são regulados. O objetivo da *mairie* (“prefeitura da comuna”) é preservar a paisagem e o patrimônio do território, revalorizando, por exemplo, sítios arqueológicos remanescentes do período de ocupação romana.

Em nível nacional, é particularmente interessante para as questões aqui expostas notar que a legislação prevê que todas as questões de instalação, urbanismo, exploração e expropriação do solo, que implicam na mudança da paisagem de uma área demarcada por indicação geográfica, devem ser objeto de avaliação por especialistas do INAO, o qual fornece um relatório (*avis*) aos órgãos competentes, responsáveis por deferir o projeto. O grau em que a legislação se aplica é uma questão controversa, mas ela constitui, assim mesmo, um exemplo de regulamentação a ser analisado.

Este tipo de projeto gerou conflitos dentro do grupo de produtores, especialmente em virtude das reticências da cooperativa local em aceitar o projeto. A mesma não vislumbrava na produção orgânica uma alternativa para posicionar sua gama variada de produtos. Por sua vez, os produtores buscaram a construção de um novo entendimento, sugerindo um sistema de evolução gradual das normas: “*primeiro nós colocaríamos [no Cahier des Charges] menos herbicidas e só depois da reconversão, excluiríamos completamente*” (Vin-LG). Mesmo assim, o projeto não avançou e, de acordo com um dos seus coordenadores, a única menção que permaneceu após toda a negociação diz respeito ao compromisso de todos com uma “*viticulture raisonnée*”, levando em consideração a proteção do meio ambiente. Seja como for, o fato é que esta discussão tem pautado cada vez mais a agenda de desenvolvimento das IGs:

O que é certo, é que cada vez mais os problemas ambientais são uma realidade. Há questões que nós nos colocamos e que ainda não estão respondidas. Uma delas é como colocar normas ambientais dentro dos Regulamentos. Não podemos mais ter a pretensão de fazer bons produtos, respeitar o terroir e a paisagem, sem se colocar esta questão (Tec-LG).

O modo como este tipo de diferenciação associa-se às IGs não se altera fundamentalmente da forma como os atores sempre operaram: a promulgação de decretos restringindo o uso de determinadas práticas agrícolas que possibilitam, gradativamente, conformar um modelo específico de produção. Até alguns anos atrás, este tipo de prática era recorrente e pouco questionada. No entanto, a partir da junção dos decretos em um mesmo *Cahier des Charges*, o INAO passou a ter uma perspectiva mais integrada do instrumento de

IG, exigindo que as regras de produção sejam condizentes com a tipicidade do produto vinculada à sua origem. Assim, de modo geral, tem-se recusado que os produtores incorporem normas técnicas que visem exclusivamente adequar o produto a um modo de produção cujo vínculo com o território é contestável. Como revela a entrevista abaixo, os técnicos do INAO argumentam que não é atribuição das IGs conferir este tipo de diferenciação. Para tanto, existiriam instrumentos específicos (certificação de produtos orgânicos) que podem ser complementares às IGs; cabendo ao produtor decidir como integrar as duas formas de qualificação e seus diferentes circuitos de produção e consumo.

Os produtores tentam encontrar um modo de se diferenciar, mas o orgânico (biologique) é um modo de produção específico. (...) Exigir dentro de um Cahier des Charges a produção orgânica? A resposta é não. Entretanto, os produtores podem eles mesmos orientar-se em direção à produção orgânica. Mas, são dois Cahiers des Charges diferentes. Com que direito nós vamos forçar alguém a produzir orgânico? A indicação geográfica é uma ação voluntária (Tec-LG).

No Brasil, vamos encontrar processos diferentes, mas justificações que se apóiam sobre valores similares em, pelo menos, três contextos distintos. Na IP Pampa Gaúcho da Campanha Meridional para carne, couro e derivados, os produtores apostam na construção de complementaridades com outros mecanismos de qualificação que valorizam o bioma pampa. Assim, além de uma procedência reconhecida, alguns produtores sustentam o selo BirdLife, concebido por uma aliança internacional de entidades conservacionistas para sistemas produtivos em conformidade com a preservação dos pássaros, seus habitats e a biodiversidade global. “Os promotores de IG constroem, assim, um discurso em torno de seu produto, que ultrapassa a simples conexão do produto a sua origem. São, portanto, anunciadas e asseguradas práticas de segurança alimentar, bem como práticas ecológicas e culturais.” (Cerdan, 2009, p. 295).

O segundo caso, este diretamente vinculado ao setor vitivinícola, é aquele da IP Vale do Submédio São Francisco para uva e manga reconhecida pelo INPI em julho de 2009. Neste projeto o Regulamento de Uso define que as normas da Produção Integrada de Frutas (PIF) correspondem aos requisitos da Indicação de Procedência (Art. 5). O PIF é um programa de avaliação da conformidade cuja adesão dos produtores é voluntária, exceto se ele é definido como padrão mínimo de qualidade da IP e o produtor deseja utilizá-la. Desenvolvido em uma parceria entre o INMETRO e o Ministério de Agricultura, o PIF busca incrementar a produção de “frutas de alta qualidade, priorizando a sustentabilidade, a aplicação de recursos naturais, a substituição de insumos poluentes, o monitoramento dos procedimentos e a rastreabilidade de todo o processo do programa, tornando-o economicamente viável, ambientalmente correto e socialmente justo” (INMETRO, 2010). O principal objetivo é substituir as práticas agrícolas “convencionais” por um processo que possibilite diminuição dos custos de produção; melhoria da qualidade; redução dos danos ambientais e aumento do grau de credibilidade e confiabilidade do consumidor. Dados apresentados por Andrigheto e Kososki (2005), indicam 62 produtores trabalhando segundo as normas da produção integrada de uvas na região, em uma área de 2.609 hectares e com uma produção anual de 91 mil toneladas.

O mesmo tipo de ação desenha-se para a demanda de uma IP para os pêssegos de Pelotas, onde a IP é concebida como um instrumento para alavancar um sistema de produção que, até o momento, encontra resistências entre os agricultores e dificuldades para viabilizar-se dentro da atual estrutura da indústria. A região de Pelotas é a principal produtora e processadora de conservas de pêssego do Brasil. Até os anos 1970, a atividade era realizada majoritariamente em pequena escala por agroindústrias familiares. Desde então, o investimento de grandes indústrias processadoras alterou este cenário, criando uma dinâmica de concentração no setor, mas mantendo a agricultura familiar como base da produção. A abertura do mercado nos anos 90 e a concorrência do produto internacional, sobretudo grego, levaram indústrias locais à falência e ocasionou uma rápida descapitalização das unidades familiares de produção. Esse contexto incitou os produtores a encontrar novas alternativas de qualificação do produto visando retomar competitividade.

Em 1999, é criado o projeto de Produção Integrada de Pêssego (PIP) com o objetivo de incrementar a competitividade do produtor com oferta de frutas certificadas e rastreadas (Tibola, Fachinello e Rombaldi, 2005).²³ Mas o desenvolvimento desta certificação encontra entraves na resistência dos agricultores em mudar o sistema de cultivo e na escassez de canais de comercialização específicos para o produto, haja vista que as indústrias ainda não estão preparadas para trabalhar com este tipo de diferenciação. Não raro, este pêssego é processado juntamente com os demais, desperdiçando seu potencial de agregação de valor. A aposta atual dos produtores e técnicos está relacionada ao reconhecimento de uma IG. Projeta-se utilizar este mecanismo como forma de valorização da identidade histórica e das características edafoclimáticas regionais que resultam em um produto diferenciado e reconhecido pelo mercado e, ao mesmo tempo, incorporar conceitos e práticas da Produção Integrada no Regulamento de Uso da IG. O objetivo é impulsionar este sistema de produção, ampliando o número de aderentes e, concomitantemente, alcançar mercados de maior valor agregado, em especial a exportação. Em resumo, o projeto é fundado em compromissos similares àqueles que fundamentam determinadas IGs vitivinícolas: o “desafio à qualidade” associado a um processo de modernização dos sistemas de produção.

No segmento vitícola brasileiro, a presença de uma justificação ecológica começa a ganhar relevo mais recentemente. A expressão dos vinhos orgânicos ainda é bastante tímida no mercado nacional e a produção, concentrada na Serra gaúcha, sofre com condições climáticas desfavoráveis a este sistema de cultivo. As experiências que existem atualmente concernem basicamente a vinhos de mesa, segmento no qual os produtos orgânicos têm conseguido diferenciar-se e obter preços em torno de 20% mais elevados (Pivetta, 2008). Há algum tempo estes produtos utilizam sistemas de certificação específicos, como é o caso da linha “Vinho da Casa” da Cooperativa Garibaldi; certificada desde 2003 pela Ecocert Brasil (Radomsky, 2010). Para a elaboração deste vinho a cooperativa utiliza uvas comuns provenientes de 20 das cerca de 300 famílias de produtores associadas.²⁴

²³ Dados de 2007, mostram um total de 469 produtores trabalhando com este sistema no Brasil, em uma área de aproximadamente 2,2 mil hectares. No Rio Grande do Sul, que concentra a maior parte da produção nacional da fruta com 94 mil toneladas em 15 mil hectares, apenas uma cooperativa de agricultores familiares de Antônio Prado, na Serra Gaúcha, é certificada pela Produção Integrada.

²⁴ A dificuldade de produzir uvas viníferas no sistema orgânico na Serra Gaúcha também incita as vinícolas locais a buscarem novas regiões produtoras. Geralmente descrito como o primeiro “vinho fino” nacional produzido em cultivo orgânico, o Cabernet Sauvignon Juan Carrau Orgânico 1997 é elaborado em Santana do Livramento e certificado pelo Instituto Biodinâmico.

No entanto, com exceção dos Vales da Uva Goethe, os vinhos de mesa estão fora dos projetos de IG. Assim, face às dificuldades concernentes à produção de vinho fino orgânico, as justificações ecológicas ganham contornos diferenciados, associados basicamente à criação de sistemas menos dependentes de insumos externos de alto impacto ambiental. Em São Joaquim, por exemplo, a vinícola Vila Fracioni acaba de lançar a linha Aparados que, além de criar uma imagem vinculada ao parque nacional dos Aparados da Serra, busca explorar um diferencial de “sustentabilidade”. O foco, contudo, não está no sistema de produção, mas na aquisição de “garrafas ecológicas”, isto é, embalagens que pesam menos que as demais e, portanto, utilizam menos recursos naturais.²⁵ Independente das críticas que possam recair sobre o impacto deste tipo de ação em termos de sustentabilidade, o fato é que ele exibe uma justificativa diretamente associada à temática ambiental.²⁶

Na França, há algum tempo tem sido pautada a inclusão de “eco-condicionalidades” nos *Cahiers des Charges* (Hirczak e Mollard, 2004). Questões referentes ao uso da irrigação, de agroquímicos e, mais recentemente, de cultivares transgênicas, tornaram-se relevantes nos debates referentes às normas de produção. Dentre elas, o desenvolvimento de cultivares geneticamente modificadas de videiras tornou-se particularmente controverso nos últimos anos. Em 1997, o conglomerado econômico LVMH, especializado em artigos de luxo e dono da marca Moët & Chandon, testou uma área com essas cultivares. Dois anos depois, jornais franceses publicaram reportagens sobre a produção de “champagne transgênica” pelo grupo, gerando diversas reações entre movimentos sociais. Após algumas discussões e atritos, a empresa arrancou os vinhedos e repassou-os ao INRA de Colmar que, desde 2003, realiza testes experimentais sob fortes críticas da *Confederation Paysanne* e de movimentos ambientalistas. O episódio mais recente desta discussão, transcorrido em agosto de 2010, consistiu, justamente, na retirada de vinhas resistentes a um tipo específico de vírus da sede do INRA, em uma ação coordenada por movimentos sociais e sindicais (Huet, 2010). A questão permanece em pauta, gerando, entre prós e contras, um amplo conjunto de justificativas que não temos condições de analisar neste momento.

No Brasil, os Regulamentos de Uso têm incorporado alguns elementos relativos a limites de uso de insumos químicos como o anidrido sulfuroso. No entanto, até o momento, este tipo de ação reponde muito mais a uma perspectiva qualitativa associada ao produto e à saúde do que ao meio ambiente. As discussões acerca da redução do uso de pesticidas e fungicidas avançam lentamente. Atualmente, os vinhedos da Serra Gaúcha com cultivares como Cabernet sauvignon recebem cerca de 25 aplicações anuais de produtos químicos. Em anos chuvosos, este número pode chegar a 35/40 aplicações. Enquanto isso, as cultivares híbridas necessitam de uma média de 10 aplicações, uma quantidade, ainda assim, acima daquela geralmente utilizada em regiões vitícolas de clima seco. O desenvolvimento de sistemas de produção integrada, tal como tratado acima, responde a um novo compromisso

²⁵ No Beaujolais, as justificativas para a alteração das embalagens eram outras. Ao utilizar aviões para exportar grande quantidade de vinho para o Japão, o peso da garrafa tornou-se um componente maior do custo do produto. Os importadores japoneses propuseram a substituição do vidro por embalagens de plástico, o que surpreendeu os produtores franceses. Segundo estes, com um produto já descaracterizado em virtude do Beaujolais nouveau, a venda em embalagens plásticas degradaria ainda mais a reputação do produto.

²⁶ “As embalagens mais leves são produzidas com menos vidro e durante o processo de produção o consumo de energia é reduzido, bem como a emissão de CO₂. Esta prática sustentável faz parte das diretrizes da empresa que tem preocupação com o meio ambiente, a exemplo do que já vem fazendo vinícolas da França, Estados Unidos, Argentina e Chile” (Enriconi, 2010).

que tem sido gestado no âmbito das IGs vitícolas, a saber: a redução do uso de fungicidas e pesticidas como uma resposta a presença de valores ecológicos e uma condição essencial para retomar a competitividade frente às regiões (chilenas e argentinas, por exemplo) onde a utilização destes insumos é consideravelmente menor, o que implica em custos mais baixos e maior valorização no mercado.

Neste sentido, uma das inovações mais recentes nos vinhedos brasileiros é o uso do *Thermal Pest Control* (Controle Térmico de Pragas). Trata-se de um processo de imunização de cultivos agrícolas à base de ar quente. Desenvolvido no Chile e amplamente utilizado em diversas regiões vitícolas mundiais, este tipo de termocontrole da vinha substitui o uso de agroquímicos e responde, justamente, ao tipo de crítica ecológica que incide sobre a produção vitícola brasileira e, de modo especial, àquela encontrada na Serra Gaúcha. Utilizada em caráter experimental por algumas vinícolas locais²⁷, esta técnica não está incorporada aos Regulamentos de Uso das indicações geográficas. No entanto, pode-se desde já afirmar que ela corrobora a emergência de um tipo de valor ecológico que se constitui de modo cada vez mais perene no seio de distintas formas de qualificação da produção vitivinícola e que, mais cedo ou mais tarde, também estará presente nos debates referentes às normas das IGs.

Como este tipo de tecnologia impactará a tipicidade e identidade dos vinhos locais é uma questão que ainda precisa ser verificada. Sendo uma inovação exógena, talvez ela mesma seja alvo de uma crítica que porte sobre outro tipo de princípio qualitativo, assim como vimos em relação à maceração pré-fermentativa à quente no caso do Beaujolais. De todo modo, o que nos parece evidente aos distintos contextos que analisamos nesta tese, é o fato de que os Regulamentos de Uso das IGs serão, cada vez mais, construídos com base em compromissos qualitativos amplos e heterogêneos. Compromissos que, para além de princípios técnicos, mercantis e patrimoniais, também passam a abarcar valores ecológicos.

²⁷ Segundo dados do Ibravin (2011), já existem 42 produtores (22 vinícolas) utilizando este tipo de tecnologia no Brasil. Na Serra Gaúcha, são duas vinícolas em Pinto Bandeira (Cave Geisse e Don Giovanni), uma no Vale dos Vinhedos (Miolo) e uma em Farroupilha (Perini).

Reatando o nó górdio

“O que é genial no sistema, é que ele nunca está acabado. É maravilhoso.”²⁸

²⁸ Entrevista com técnico do INAO, Narbonne.

As considerações apresentadas a seguir propõem uma interpretação articulada dos eventos aparentemente dispersos que foram analisados nos capítulos anteriores. Elas não têm a intenção de serem conclusivas. Sequer possuem a pretensão de apresentar recomendações à construção de um “modelo ideal” de indicações geográficas. No entanto, podem instrumentalizar as discussões dos atores e organizações que estão construindo este dispositivo de qualificação em diferentes contextos sociais. Na realidade, um conjunto diverso de dispositivos adequados às múltiplas lógicas da ação situada. Dispositivos cuja harmonização em um sistema mais amplo de IGs ainda precisa ser formulada.

As indicações geográficas constituem uma das expressões mais eloqüentes da consolidação de uma economia de qualidades no setor agroalimentar, ou seja, de uma nova configuração institucional que tem desafiado as ciências sociais a produzir novas ferramentas analíticas para compreender o funcionamento dos mercados e o comportamento dos atores econômicos. O mercado vitivinícola emerge como exemplo paradigmático desta nova configuração, onde diferenciação e segmentação dos circuitos de comércio passaram a constituir os esteios fundamentais da criação de vantagens competitivas. Mais do que em qualquer outro setor agroalimentar, é na produção e consumo de vinhos que as indicações de origem assumiram uma importância capital. Atualmente, é simplesmente impossível compreender a dinâmica desta cadeia de valor sem considerar as questões que envolvem este instrumento de propriedade intelectual, haja vista o próprio conteúdo das discussões processadas no âmbito de fóruns multilaterais como OMC, OIV e WIPO.

Na sua origem, as IGs foram imaginadas como mecanismos para coibir fraudes e adulterações, notadamente no que concerne ao uso indevido de falsa procedência. Hoje, frente a um novo contexto de mercado, elas incorporam um componente mais expressivo de diferenciação qualitativa. Sendo assim, não se sustenta o argumento segundo o qual as IGs restringem-se exclusivamente ao reconhecimento da origem. Em face do modo como os projetos operam, é cada vez mais notório que as IGs são reconhecidas e utilizadas como dispositivos que visam comunicar aos produtores e consumidores determinados princípios qualitativos. O apelo à origem continua sendo o fio condutor dos projetos, mas ele entrelaça-se com outros para formar um complexo nó de atributos qualitativos, envolvendo não apenas características objetivas inerentes ao produto, mas também um conjunto heterogêneo de elementos imateriais e intangíveis. Com efeito, a própria *notoriedade* emerge como um atributo relevante aos projetos de IG, mesmo no caso de Denominações de Origem.

As transformações em curso no mercado de vinhos têm levado muitos analistas a um diagnóstico de “crise”, cujos fatores causais associam-se a um movimento heterogêneo de globalização dos circuitos de troca e transnacionalização dos principais conglomerados produtivos. Não obstante, como mostramos no início desta tese, a crise também pode ser interpretada a partir da emergência de novas convenções qualitativas que desafiam as classificações e hierarquias até então estabelecidas no mundo dos vinhos. Os contornos da nova estrutura do mercado ainda não estão completamente definidos, mas já é possível notar uma crescente imbricação entre modelos produtivos que, até recentemente, configuravam mundos hostis. Os compromissos que têm sido gestados demonstram que a estabilização de um novo arranjo organizacional e institucional deverá superar o dualismo que prevaleu durante algum tempo entre novo e velho mundo vitivinícola e, na sua versão correlata, entre vinhos tecnológicos e vinhos de *terroir*.

Neste contexto, as IGs também começam a ganhar um sentido mais amplo e, por vezes, contraditório. Elas não são apenas um “instrumento de protecionismo” utilizado pela União Europeia para salvaguardar o mercado comunitário da invasão dos vinhos varietais dos países do novo mundo. Crescentemente incorporadas aos sistemas jurídicos destes mesmos países, a apropriação das IGs e sua readequação a novos contextos produtivos revela uma mudança substancial no modo como este instrumento é empregado. Mais do que reconhecer e proteger o saber-fazer associado a formas tradicionais de produção, os projetos de IG estão construindo conhecimentos, identificando *terroirs*, redefinindo práticas produtivas e catalisando a emergência de novas estruturas organizacionais e institucionais. Como afirmado por um produtor da Serra Gaúcha, citado à epígrafe desta tese, com a indicação geográfica “nós não estamos somente produzindo um vinho melhor dentro da garrafa, nós estamos criando um novo modelo de vitivinicultura no Brasil”. A IG torna-se uma ferramenta de desenvolvimento, organização dos produtores, agregação de valor e, inclusive, de redefinição da identidade, tipicidade e notoriedade dos produtos.

Mas a reconfiguração deste mecanismo não é exclusividade do novo mundo vitivinícola. As recentes reformas nos sistemas de qualidade e a constituição de um quadro jurídico comum para as IGs no âmbito europeu revelam uma reformatação deste instrumento que, em grande medida, se processa em resposta às mudanças no mercado global. A menção à variedade da uva nos rótulos de vinhos de Indicação Geográfica Protegida é o exemplo mais emblemático das mudanças em curso neste sistema de diferenciação face à nova configuração do mercado. Trata-se de uma crescente imbricação entre diferentes modelos de produção que está fazendo da IG um dispositivo híbrido. Na França, vimos que em determinadas AOCs os produtores procuram fugir do controle exercido por regras de produção consideradas excessivamente rígidas, dirigindo-se à produção de vinhos sem indicação geográfica. No entanto, em outros casos, eles fazem do próprio *Cahier de Charges* um meio para promover inovações técnicas consideradas indispensáveis à retomada da competitividade da vitivinicultura local frente a outras regiões produtoras. A escolha das técnicas de cultivo, variedades, formas de condução e métodos de vinificação emergem como algumas das questões mais desafiadoras na negociação dos regulamentos.

Proferida à introdução da tese, a hipótese de um duplo processo de institucionalização das indicações geográficas sustenta-se frente às evidências empíricas apresentadas. Ao mesmo tempo em que as IGs destacam o vínculo do vinho com o *terroir* e o patrimônio local, elas incitam transformações mais ou menos radicais dos métodos de viticultura e vinificação, das relações de produção e da própria paisagem. Os atores são compelidos a movimentar-se intermitentemente entre tradição e inovação. De fato, reconhecer os aspectos dinâmicos do *terroir* e das tradições é uma condição indispensável para pensar na evolução dos projetos. Por outro lado, é fundamental que as inovações não comprometam a identidade do território e a tipicidade do produto ligada à sua origem. É preciso que o produto continue fazendo sentido para as pessoas, sendo reconhecido pela comunidade como expressão de sua cultura. Nem sempre as transformações se processam deste modo. Não raro, as mudanças sugeridas pelos projetos, sob a pressão de um mercado cada vez mais contingente e competitivo, ameaçam a tipicidade do produto ligada à sua origem. Em resposta às mudanças no consumo mundial de vinhos, a proliferação de normas e regras de produção pode vir associada à padronização dos processos produtivos e homogeneização do produto.

No Brasil, é importante considerar ainda a precariedade dos mecanismos de regulação do mercado vitivinícola. Assim, além de promover inovações técnicas e organizacionais, não raro os regulamentos concernentes às IGs são estruturados com vistas a sanar deficiências normativas referentes à legislação vitivinícola. Ancorados em determinados princípios qualitativos, frequentemente os Regulamentos de Uso estabelecem condições de produção mais restritivas, definindo, por exemplo, limites mais estritos de rendimento, chaptalização ou adição de produtos químicos. Ao fazê-lo, os projetos são alvo de críticas que contestam a legitimidade das IGs para definir este tipo de exigência, mormente quando ela é mais restritiva que a legislação em vigor. Por outro lado, há quem sustente que os Regulamentos de Uso devem incorporar normas sanitárias e fitosanitárias concernentes aos produtos aos quais se referem, buscando, inclusive, incentivar a adequação dos produtores à legislação. Trata-se de uma discussão particularmente complexa porque este tipo de norma geralmente define um padrão similar para produtores, territórios e produtos da mesma categoria, podendo colocar em risco a tipicidade relacionada à especificidade geográfica, compreendidos aí os aspectos naturais e humanos que instituem a singularidade do produto.

Fundada em um compromisso técnico-mercantil, esta compreensão da IG como instrumento de qualificação pode incorrer na renúncia a uma questão fundamental: afinal, como as definições processadas contribuem para reforçar a tipicidade do produto associada à sua origem geográfica? Ou seja, como os Regulamentos de Uso estão institucionalizando uma tipicidade que é efetivamente o resultado do conjunto de fatores humanos e naturais associados a uma origem específica e não a outras formas de tipicidade que podem ser fruto de inovações exógenas? Como a redução dos limites de adição de açúcar, a mudança das formas de condução dos vinhedos, o uso de determinadas tecnologias de vinificação, a adoção da produção integrada ou orgânica contribuem efetivamente à definição desta tipicidade? Não raro, este tipo de construção normativa responde aos anseios de adequar o vinho às exigências de um determinado padrão de concorrência no mercado, de modo que a IG pode restar mais próxima a um instrumento de padronização do que de diferenciação qualitativa.

Nos termos em que opera o debate, cabe notar que a garantia da tipicidade também não pode ser compreendida isolada de um projeto mais amplo de qualificação. Em muitos casos, as inovações catalisadas pelos projetos de indicação geográfica respondem à necessidade de perenizar a atividade humana sobre o território. Neste caso, o que está em jogo é a própria reprodução da vitivinicultura enquanto meio de vida para as pessoas. A valorização de um modo de produção e de um produto característico somente faz sentido na medida em que se garanta a própria reprodução da comunidade portadora dos conhecimentos, costumes, hábitos e tradições que definem o vínculo do produto à sua origem. Neste sentido, demonstramos que a construção dos projetos de IG, seja no Beaujolais, seja na Serra Gaúcha, exibem uma preocupação fundamental com a criação de espaços de manobra que permitam aos produtores contraporem-se às pressões exercidas pela nova estrutura competitiva do mercado vitivinícola.

Juntamente com qualidade e tipicidade, a tríade que embasou grande parte das discussões da tese ainda é composta pela questão da reputação. De modo geral, argumentamos que, muito além da simples institucionalização de uma reputação estabelecida ao longo do tempo, os projetos de indicação geográfica estão contribuindo à “criação” de reputação para produtos, produtores e territórios. Trata-se de uma discussão controversa. Afinal, como um instrumento que, conceitualmente, se fundamenta na antecedência histórica de um nome geográfico com uma reputação consolidada na elaboração de determinado produto (ou

serviço), particularmente no caso de Indicações de Procedência, pode ser utilizado para “criar reputação”? O principal problema desta discussão associa-se a imprecisão dos termos. Reputação e notoriedade são definições difíceis de serem operacionalizadas. Ademais, elas são geralmente concebidas como conceitos invariáveis, quando talvez fosse mais adequado conceber a existência de uma pluralidade de definições igualmente legítimas, tal como discutimos em relação à “qualidade”. Neste caso, para cada ordem de grandeza (ou mundo de justificação) encontraríamos uma definição específica de reputação e notoriedade.

Muitos projetos de IG fundamentam o pedido de reconhecimento em uma ou mais formas específicas de notoriedade. No Brasil, os dossiês entregues ao INPI referentes às IGs vitivinícolas são compostos por descrições relativamente consistentes do reconhecimento que o vinho adquiriu na comunidade ou no interior de grupos de especialistas. Mas, em alguns casos, o reconhecimento do produto pelos consumidores permanece sendo um aspecto passível de crítica. Trata-se de um julgamento particularmente complicado. Não existe uma exigência específica sobre o “tipo” de reputação que deve ser considerado para a avaliação dos dossiês. No entanto, o que se percebe após o registro formal da IG, são investimentos realizados pelos produtores e suas associações para ampliar a notoriedade do produto no mercado. Tornar o produto e sua origem amplamente reconhecidos pelos consumidores passa a ser um dos principais objetivos dos projetos. Este tipo de investimento não incorre necessariamente na erosão do vínculo com outras formas de reconhecimento (patrimoniais e técnicas). A reputação obtida no mercado, e o diferencial de valor que ela pode conferir ao produto, podem contribuir para reforçar uma imagem vinculada ao território e à cultura local ou à utilização de modernas técnicas de produção. Neste caso, forma-se um tipo específico de compromisso entre diferentes formas de reconhecimento e, portanto, de qualificação.

Em cada projeto de IG um compromisso qualitativo particular é construído. Dentre a maioria dos projetos analisados nesta tese, os compromissos instituídos privilegiam valores mercantis e técnicos, com um forte apelo setorial. Acesso ao mercado, agregação de valor, desenvolvimento tecnológico e performance produtiva são justificações inseparáveis dos princípios qualitativos que legitimam estes projetos. Mas, em certos casos, esta legitimidade é questionada pela emergência de justificativas patrimoniais que colocam em evidência outros valores. A partir destas críticas, novos compromissos surgem incorporando outros princípios qualitativos, colocando em evidência os atributos do território. Valores domésticos e cívicos associados à valorização do patrimônio cultural, saber-fazer, paisagem, gastronomia, ambiente etc. ganham maior relevância e passam a estruturar, juntamente com valores mercantis e técnicos, compromissos qualitativos mais amplos e complexos.

Este processo trás à tona uma dinâmica intrincada de crítica, mudança e re-institucionalização das indicações geográficas. Em alguns projetos, a estabilidade do dispositivo é assegurada pela apropriação das críticas, atores e objetos que estavam fora do projeto, sem que isso altere substancialmente os compromissos que lhe sustentam, ou seja, a definição de qualidade acordada entre os diferentes atores. Mas nem sempre este tipo de movimento é possível, de modo que vamos encontrar com alguma frequência uma dinâmica de exclusão associada aos projetos de IG.

O modo como as IGs são apropriadas pelos atores e vinculam-se à dinâmica dos territórios e das cadeias produtivas depende do formato específico que esse mecanismo assume após um amplo processo de negociação sobre seus aspectos normativos e operacionais. No segmento vitivinícola brasileiro este tipo de estratégia tem sido capitaneado

pelas empresas, de modo que os viticultores familiares ainda se encontram, em grande medida, à margem do processo. O lugar periférico destes atores na rede não revela simplesmente o “interesse” dos demais em excluí-los dos projetos. Pelo contrário, as cantinas prefeririam contar com este segmento como fornecedor de uvas para dinamizar ainda mais as transformações técnicas e econômicas que estão em curso. A falta de uvas – de um determinado padrão qualitativo – é uma das maiores dificuldades com as quais as empresas defrontam-se para ampliar o “volume de produção de qualidade” (cf. epígrafe).

Então, por que a viticultura de base familiar não está amplamente integrada aos projetos? No momento, a inserção deste ator desestabilizaria os “compromissos” que foram gestados no interior da rede. Os agricultores familiares poderiam incorporar-se caso assumissem o referencial qualitativo de produto (e território) que o projeto valoriza. Neste sentido, cabe notar que o próprio desenvolvimento das IGs vem coadunado com um discurso de modernização da produção vitícola e, portanto, com um modelo específico que define o modo de condução da videira, as cultivares autorizadas, as técnicas de produção, o rendimento máximo por hectare etc. Condições estabelecidas como ideais para produzir “vinhos de qualidade”. De outro modo, no caso dos Vales da Uva Goethe a agricultura familiar encontra-se em uma posição mais central na rede porque o tipo de compromisso que foi construído entre os atores locais é distinto: a valorização dos vinhos de mesa difere da perspectiva qualitativa enfatizada nos demais projetos.

Vimos que estes compromissos se refletem em um conjunto de normas e práticas de produção. A construção do Regulamento de Uso é o momento essencial da definição dos atores e objetos relevantes ao projeto. A rede sociotécnica não é preexistente. Ela é construída e redefinida no curso da negociação das normas. Quando define-se, por exemplo, que a área abrangerá apenas vinhedos acima de 500 metros, ou que a produção de espumantes será feita exclusivamente pelo método tradicional, automaticamente delimitam-se os “actantes” relevantes. Porém, existem certos limites estruturais à definição destas normas. A construção de regulamentos excessivamente rígidos incorre em movimentos de contestação e crítica que podem deslegitimar o projeto. Se excluir determinados objetos, técnicas e conhecimentos que transitam e solidificam as redes, o projeto será desestabilizado. Para afirmar-se novamente, dependerá da capacidade de destituir as críticas e demonstrar a coerência dos elementos que foram conservados. Com efeito, ao rejeitar variedades híbridas cultivadas em sistemas de condução em latada, muitos projetos excluíram agricultores e, junto com eles, um sistema de conhecimentos tradicionais construído ao longo de gerações. Para legitimarem-se foi necessário colocar em destaque valores mercantis e técnicos que sustentam a presença de outros atores, objetos e conhecimentos relevantes.

Uma alternativa para minimizar os efeitos de exclusão é pensar na evolução gradual das normas. A negociação de um princípio qualitativo comum continua sendo necessária, no entanto, os compromissos podem constituir-se gradualmente e a partir de um conjunto mais heterogêneo de valores. Ao longo do tempo, as escolhas são redefinidas e o projeto evolui, podendo incorporar novos valores (ecológicos, por exemplo). Em certa medida, esta evolução é manifesta pela perspectiva em voga que define a Indicação de Procedência como um “nível de passagem obrigatório” para a Denominação de Origem. O tempo entre o reconhecimento da IP e a demanda da DO é utilizado para estabilizar os artefatos técnicos e o arcabouço regulamentar, reconstruindo as normas e testando-as frente às diferentes *épreuves* que o contexto empírico impõe.

De modo geral, esta evolução constitui-se de um processo de inovações técnicas e organizacionais que fazem da IG um instrumento específico de melhoria da eficiência produtiva, investimento em reputação e agregação de valor, capaz de tornar os produtores competitivos na nova estrutura da cadeia de valor. Isto não significa um simples ajuste dos sistemas locais de produção a um modelo global de produção vitivinícola, muito embora este tipo de uniformização também seja uma face deste processo. Construir vantagens competitivas duráveis depende da capacidade dos atores econômicos encontrarem nichos específicos de mercado, o que é cada vez mais evidente pela segmentação das cadeias de *commodities* e pelo próprio apelo que as IGs vêm obtendo, por exemplo, entre produtores de café, arroz, carne e algodão.

Por um lado, os projetos de IG buscam adequar a vitivinicultura local a um conjunto de técnicas relativamente uniformes que padronizam os processos de produção e o produto final, o vinho. Por outro, eles exploram atributos territoriais específicos que permitem ao produto diferenciar-se dos demais. Algumas vezes, estes atributos são responsáveis por acentuar características organolépticas e sensoriais, conferindo identidade enológica aos vinhos. Em outros casos, a diferenciação advém basicamente do saber-fazer dos produtores ou da notoriedade do território como centro de produção. Em contextos particulares, ambos os atributos associam-se e conferem à bebida o estatuto característico dos vinhos de *terroir*, isto é, o resultado da confluência de fatores naturais e humanos.

Esta dinâmica não é específica ao contexto do novo mundo vitivinícola. Em referência ao Beaujolais, mostramos que a incorporação de determinadas inovações técnicas relativas ao modo de condução dos vinhedos, mecanização e vinificação, coloca em risco a tipicidade do produto no que concerne à sua relação com a origem. Mas existem reações a este processo e os produtores fazem investimentos para reconectar o produto ao território, renegociando os compromissos que haviam sido constituídos em torno de um determinado padrão de qualidade.

Em praticamente toda a França algo similar procedeu-se a partir da proliferação de normas relativas às técnicas de produção. Até recentemente, estas normas estavam dispersas em decretos e circulares que concerniam à interdição ou autorização do uso de determinados objetos e práticas. Visando dinamizar o processo de modernização dos sistemas vitivinícolas, ao longo do tempo as associações (com o consentimento dos órgãos técnicos) produziram um verdadeiro *mille-feuille* regulamentar. Práticas de viticultura e vinificação as mais diversas foram inseridas em decretos relativos à indicação geográfica, a qual se estabelecia *vis-à-vis* os produtores como um mecanismo legal de *enforcement* (coerção). Com a reforma do INAO, as normas foram revisadas e agrupadas em um *Cahier des Charges* específico a cada IG. Neste momento, o INAO também passou a demandar uma descrição do “*lien à l’origine*”, ou seja, do vínculo do produto à área geográfica – uma exigência de Bruxelas para o reconhecimento das IGs no âmbito comunitário. Paradoxalmente, este tem sido um dos pontos mais difíceis de redação. Após décadas de desenvolvimento do sistema de signos de qualidade e do reconhecimento de quase 400 AOCs somente para vinhos, os produtores franceses depararam-se com o dilema de reescrever o “vínculo causal” entre a área geográfica e as características qualitativas do produto (INAO, 2009a).

Este vínculo exige mais do que um inventário descritivo das particularidades da área geográfica no que tange ao tipo de solo, clima, vegetação e paisagem, assim como no que se refere aos usos locais e constantes do produto redefinidos pela formação de itinerários

sociotécnicos particulares. É preciso definir relações de causa e efeito entre as características do *terroir* e a especificidade do produto, do que emerge um conflito valorativo sobre os próprios instrumentos de verificação adequados a precisar este tipo de vínculo. Seja como for, os produtores estão sendo obrigados a “*dar um enorme passo para trás*” (Tec-BJ) e, após anos regulamentando todo um conjunto de práticas e técnicas, repensar o que, de fato, permanece do enraizamento territorial do produto.¹ A tradição torna-se, novamente, uma reconstrução hodierna dos vínculos históricos, exibindo uma série de rupturas e continuidades.

No Brasil, esta trajetória não precisa ser repetida. Atualmente, o INPI solicita que o dossiê de demanda contenha este tipo de comprovação do vínculo à origem, notadamente no caso das Denominações de Origem. No entanto, sua descrição continua sendo objeto de controvérsia, sobretudo no que concerne às relações de causalidade acima aludidas. Os critérios de julgamento ainda carecem de definições consolidadas e os atores operam em um vácuo institucional derivado, entre outras coisas, da inexistência de um aparato jurídico que defina como os dossiês devem ser construídos. Na prática, cada projeto define os critérios que considera pertinente, o que não é incorreto em vista de suas particularidades. No entanto, os técnicos são obrigados a julgar sem uma base de conhecimentos suficientemente ampla para abarcar todas as variáveis técnicas e socioculturais envolvidas; um problema agravado pelas dificuldades organizacionais e financeiras de constituir um comitê de especialistas similar àquele encontrado no âmbito do INAO francês.

O reconhecimento de uma Indicação de Procedência não exige este tipo de vínculo causal de modo tão explícito. A delimitação da área, por exemplo, pode ocorrer com base em uma espécie de “sentido de pertencimento territorial” negociado entre os atores locais. Este não é o caso, contudo, das Denominações de Origem, para as quais a definição do vínculo à origem deveria preceder a demarcação da área, ao menos teoricamente. Primeiro, definem-se quais são os fatores naturais e humanos que determinam a tipicidade do produto ligada ao seu *terroir*. Em seguida, delimita-se a área dentro da qual estes fatores são encontrados. No entanto, a “perspectiva evolucionista” que impera nos projetos de indicação geográfica complica severamente este tipo de construção. Uma vez reconhecida a área da Indicação de Procedência (primeira “etapa” do processo de qualificação), são estabelecidas formas de irreversibilidade que não podem ser desconstituídas sem a reformulação dos compromissos gestados no interior do projeto e, portanto, sem colocar em xeque os valores fundamentais que deram sustentação à rede social. Neste caso, quando a demanda de uma DO recair sobre uma IP já existente, a redefinição da área poderá trazer consigo uma dinâmica de crítica capaz de desestabilizar os acordos anteriormente firmados no interior das organizações e entre elas.

Outra questão importante diz respeito à debilidade de um dispositivo institucional que defina requisitos mínimos para os Regulamentos de Uso de IGs concernentes a mesma categoria específica de produto. Na França e na Europa de modo geral, além de um

¹ “*Existe toda uma parte do Cahier de Charges que ainda não está escrita porque, de fato, deve-se redigir o vínculo ao terroir. Esta parte, no começo, havia sido escrita, mas ela não correspondia a nada preciso. É verdade que, no nível nacional, eles nos disseram para colocar isto em uma segunda versão do Cahier de Charges, dado que é preciso ter a história, é preciso voltar sobre o solo... e depois, percebemos que quando se lêem os jornais, todas as regiões vitícolas possuem muitas dificuldades de escrever esta parte do vínculo ao terroir. De fato, não sabemos mais a descrever verdadeiramente. Sabemos que o solo é importante e que existe a cultivar e etc., mas é verdade que esta é uma parte complicada a escrever e que ela não está escrita, não no momento*” (Vin-BJ).

Regulamento de Uso concernente a cada DOP ou IGP, todos os produtores de vinho são enquadrados de modo *ex-ante* em uma regulamentação comum que define aspectos mínimos em relação a cada um destes instrumentos. Os principais aspectos concernem à procedência da matéria-prima (100% proveniente da área demarcada para DOP; 85% para IGP) e, mais recentemente, ao uso de cultivares híbridas (autorizadas no caso de IGP).

No Brasil, em face da inexistência deste tipo de legislação, cada regulamento pode definir normas e padrões diferentes, embora refiram-se a uma mesma categoria de produtos. A IP Vale dos Vinhedos, por exemplo, definiu que 85% da uva utilizada para a elaboração dos vinhos deve ser oriunda do interior da área demarcada, tendo como referência a própria normatização européia (100% no caso da futura DO). Nada impede, contudo, que outra IP para vinhos estabeleça um limite maior ou menor. O mesmo raciocínio é válido para todo o conjunto de definições normativas operadas pelos projetos.

Esta flexibilidade permite que cada Associação opere de acordo com suas próprias condições técnicas e organizacionais. Se os produtores não possuem estrutura de engarrafamento, por exemplo, o regulamento de uso pode autorizar que este processo seja realizado em outra área. Assim, a maleabilidade para a adaptação deste instrumento nos contextos locais possibilita aos produtores negociarem condições menos restritas e pensar na evolução gradual das normas. O problema é que a utilização do mesmo instrumento de proteção para processos de produção diferenciados pode tanto colocar os produtores em condições desiguais de competição, quanto induzir os consumidores ao erro. No primeiro caso, um regulamento que defina exigências menos rígidas em relação à produção da uva, por exemplo, permitirá aos produtores operar com uma estrutura de custos relativamente menor, o que se tornará uma diferença importante no mercado. No caso dos consumidores, ao reconhecer a indicação geográfica em dois vinhos distintos eles podem ser induzidos a considerar que os mesmos foram produzidos sob condições similares (Bruch, 2008).

De certo modo, a inexistência deste tipo de harmonização reflete a opção brasileira por não definir um “selo” comum para todos os produtos de indicação geográfica. Alega-se que o sistema não deve ser pensado como uma “certificação de qualidade” dos produtos, posto que ele “apenas” reconhece a distinção preexistente de um nome geográfico. Na prática, não é assim que produtores e consumidores utilizam-no. No interior dos projetos, as IGs estão sendo concebidas como mecanismos de qualificação e são comunicadas para fora da rede como tal. Deste modo, o descompasso entre a legislação e a prática dos atores coloca mais uma dificuldade para a estabilização do sistema. Ou admite-se institucionalmente que a IG atesta qualidades vinculadas à origem (de modo que a própria notoriedade pode atender a um “requisito de qualidade” (BRASIL, Lei 9.279, art. 182); ou redefine-se o modo como este mecanismo tem sido apropriado nos contextos locais.

Até o momento, a inexistência de um entendimento a este respeito tem levado os diferentes atores a formular modelos conceituais específicos. No caso do segmento vitivinícola, a coordenação de diferentes projetos exercida pela Embrapa permitiu a articulação de uma rede coerente de organizações. No seu interior formulou-se um modelo particular de indicações geográficas que revela um arranjo institucional híbrido, conformado pela confluência entre dispositivos regulamentares característicos do setor vitivinícola europeu e mundial e o quadro normativo brasileiro. Isto explica a razão destes projetos seguirem trajetórias similares no que se refere ao reconhecimento de IP e DO, e porque eles

definem condições de produção que, se não são idênticas, fazem ao menos referência a um mesmo modelo conceitual.

Em que pese à importância deste tipo de coordenação institucional para estabelecer um sistema coeso de indicações geográficas vitivinícolas, ele pode restringir o desenvolvimento das IGs em contextos sociais que não o seguem. Nos Vales da Uva Goethe, por exemplo, a perspectiva de valorização de um vinho de mesa foge ao tipo de entendimento gestado no interior dos demais projetos e questiona os compromissos valorativos que fundamentam a construção do modelo acima referido. Por sua vez, as reações a este projeto demonstram que alguns atores ligados ao segmento de vinho finos pretendem construir um quadro normativo específico para esta cadeia produtiva, tal qual ocorre em outros países.

Nos termos em que opera o debate, emerge uma discussão importante sobre as atribuições de diferentes organizações. O Ministério da Agricultura, por exemplo, tem se proposto a articular o desenvolvimento das IGs em diferentes cadeias agroalimentares, assim como pretende uma participação mais ativa nos sistemas de controle criados para monitorar a aplicação das regras definidas pelos Regulamentos de Uso. Há quem sugira que o órgão deveria ter uma participação mais relevante no próprio processo de reconhecimento das IGs referentes a produtos de origem animal e vegetal, eximindo o INPI da responsabilidade exclusiva de julgar aspectos técnicos que fogem de sua alçada, sobretudo em relação à legislação sanitária e fitossanitária. No entanto, isto exige um enorme esforço de governança para garantir que não se desenvolvam modelos conceituais paralelos no interior de diferentes organizações. Por sua vez, a unificação das atribuições em uma única estrutura é, para o momento, uma possibilidade fora da pauta de discussões. Ao que tudo indica, a estabilização deste sistema estará associada à formação de uma ampla rede de atores e organizações, cada qual assumindo papéis específicos, o que exigirá um esforço permanente de coordenação em todos os níveis.

Seja como for, estas são conjecturas que emergem em face do momento crítico com o qual as indicações geográficas deparam-se, isto é, o momento de instabilidade decorrente da falta de um quadro institucional consolidado. Como este momento será superado é uma questão que somente o tempo poderá responder. É certo que isto passará pela negociação do Projeto de Lei atualmente em discussão no âmbito governamental. Quando o mesmo for colocado para julgamento público, um amplo processo de redefinição deste instrumento deve ser aberto, incitando os atores a se reposicionarem na rede e legitimarem suas proposições – ao mesmo tempo em que novas justificações e atores poderão aparecer. Um entendimento que parece cada vez mais presente a todas as organizações é que, da mesma forma que as histórias agrárias são distintas, o desenvolvimento das IGs no Brasil não passará exatamente pela mesma estrutura institucional e organizacional que encontramos na França. No entanto, cada vez mais, as questões relevantes aos projetos de IG no contexto brasileiro devem caminhar ao encontro daquelas em evidência não apenas no âmbito francês, mas em todo o cenário mundial, com uma crescente participação dos países emergentes. Mesmo com a resistência de muitos países, a universalização deste mecanismo pressiona para a conformação de um sistema mundial de reconhecimento e proteção e, portanto, para uma harmonização dos quadros jurídicos. Como esta reorganização institucional estará associada ao novo espírito do mundo dos vinhos é uma questão que permanece na agenda de pesquisas futuras. O que é genial no sistema, é que ele nunca está acabado.

REFERÊNCIAS

- ABARZUA, C. Método champenoise. *Bon vivant*, Flores da Cunha/RS, dez.2008. p.20.
- ACAVITIS. *Nasce um novo polo vitícola*. Disponível em www.acavitis.com.br/. Acesso em nov. 2010.
- ACAVITIS. *Acavitis busca qualificar os vinhos finos de altitude*. Disponível em www.acavitis.com.br. Acesso em out. 2010.
- AGUIAR, M. *O vinho na era da técnica e da informação: um estudo sobre Brasil e Argentina*. Belo Horizonte: Autêntica, 2008.
- AKERLOF, G. The market for lemons: quality uncertainty and the market mechanism. *Quarterly Journal of Economics*, n.3, p.488-500, 1970.
- ALI, H.H.; LECOCQ, S.; VISSER, M. The impacto f gurus: parker grades and em primeur wine prices. *Journal of wine economics*, v.5, n.1, p.22-39, 2010.
- ALLAIRE, G. Economics of conventions and the new economic sociology and our understanding of food quality and new food markets and trade institutions. What are markets that pure economics does not know? In: *27th International Conference of Agricultural Economists*. Beijing, China: IAAE, 2009
- ALLAIRE, G. Quality in economics: a cognitive perspective. In: HARVEY, M.; McMEEKIN, A.; WARD, A. (eds.) *Qualities of food*. Manchester: Manchester University Press, 2004. pp.66-92.
- ALLAIRE, G. *et al.* Les dispositifs français et européens de protection de la qualité et de l'origine dans le contexte de l'OMC: justifications générales et contextes nationaux. In: *Symposium international Territoires et enjeux du développement régional*. Lyon: CIHEAM-IAMM. 2005.
- ALLAIRE, G. *et al.* Synthesis and scenarios analysis built on case study reports. *WP6 Report, SINER-GI Project – Strengthening International Research on Geographical Indications: from research foundation to consistent policy*, Montpellier: SINER-GI, 2007.
- ALLAIRE, G.; SYLVANDER, B. Qualité spécifique et systèmes d'innovation territoriale. *Cahiers d'Economie et Sociologie Rurales*, n.44, p.29-59, 1997.
- ALMEIDA, J. A agroecologia entre o movimento social e a domesticação pelo mercado. *Ensaio FEE*, v.24, n.2, p.499-520, 2003.
- ALMEIDA, M. *et al.* L'indication géographique, un instrument de pérennisation des productions localisées en Amazonie? Le cas de la farine de manioc de Cruzeiro do Sul (Acre, Brésil). *Novos cadernos NAEA*, v.12, n.1, p.93-108, 2009.
- AMABLE, B.; PALOMBARINI, S. *Retour sur “cette intersection vide de l'économie et de la sociologie”*: l'inexorable déchirement entre l'économie des conventions et la régulation, 2004. (mimeo).
- AMABLE, B.; PALOMBARINI, S. *L'économie politique n'est pas une science morale*. Paris: Raisons d'agir, 2005.
- AMBROSINI, L.; GIRAUD, G.; FILIPPI, E.E. Indicação de origem “montanha” e ancrage territorial: o caso dos produtos alimentares de montanha na França. In: *Anais XLVII Congresso da sociedade brasileira de economia, administração e sociologia rural*. Porto Alegre: SOBER, 2009.

- ANDRIGUETO, J.R.; KOSOSKI, A.R. Desenvolvimento e conquista da produção integrada de frutas no Brasil. In: *Valorização de produtos com diferencial de qualidade: indicações geográficas e certificações para a competitividade nos negócios*. Brasília/DF: SEBRAE, 2005. pp.163-179.
- APPADURAY, A. Introdução: mercadorias e a política de valor. In: APPADURAY, A. (Org.). *A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural*. Niterói/RJ: EdUFF, 2008. pp.15-88.
- APPADURAI, A. *The social life of things: commodities in cultural perspective*. Cambridge: Cambridge University Press, 1986.
- AWBC. *GI Introduction*. Disponível em: www.wineaustralia.com Acesso em: nov. 2010a.
- AWBC. *Register of protected GI's and other terms: geographical indications*. Disponível em: <http://www.wineaustralia.com/australia/Default.aspx?tabid=834> Acesso em: nov. 2010b.
- BAGNASCO, A.; TRIGLIA, C. *La construction sociale du marché: le defi de la Troisieme Italie*. Paris: Julillet, Editions de l'ENS-Cachan, 1993.
- BAILLY, A. Le temps des cépages, du terroir au système-monde. *Annales de géographie*, v.109, n.614-615, pp.516-524, 2000.
- BARHAM, E. Les indications géographiques dans le nouveau monde: état des lieux et concepts. In: SYLVANDER, B.; CASABIANCA, F.; RONCIN, F. *Produits agricoles et alimentaires d'origine: enjeux et acquis scientifiques*. Montpellier: INRA, 2005. pp.173-183.
- BARHAM, E. Translating terroir: the global challenge of French AOC labeling. *journal of rural studies*, v.19, p.127-138, 2003.
- BARJOLLE, D.; ALLAIRE, G.; TISENKOPFS, T. *Empirical evidences on rural development impact*. Rome: FAO/SINER-GI Meeting, 2008.
- BARJOLLE, D.; THÉVENOT-MOTTED, E. Ancrage territorial des systèmes de production: le cas des Appellation d'Origine Controlée. *Industries alimentaires et agricoles*, v.6, 2004.
- BARREY, S.; COCHOY, F.; DUBUISSON-QUELLIER, S. Designer, packager et merchandiser: trois professionnels pour une même scène marchande. *Sociologie du travail*, v.42, p.457-482, 2000.
- BATIFOULIER, P. (dir.) *Théorie des conventions*. Paris: Economica, 2001.
- BATIFOULIER, P.; LARQUIER, G. De la convention et de ses usages. In: BATIFOULIER, P. (dir.) *Théorie des conventions*. Paris: Economica, 2001. pp.09-31.
- BATIFOULIER, P.; THÉVENON, O. Interpétation et fondement conventionnel des règles. In: BATIFOULIER, P. (dir.) *Théorie des conventions*. Paris: Economica, 2001. pp.219-252.
- BELLETTI, G.; MARESCOTTI, A. Social and economic issues. *WP2 Report, SINER-GI Project – Strengthening International Research on Geographical Indications*, Montpellier: SINER-GI, 2006.
- BECCATINNI, G. Le district marshallien: une notion socio-économique. In: BENKO, G.; LIPIETZ, A. (eds.) *Les régions qui gagnent: district et réseaux. Les nouveaux paradigme de la géographie économique*. Paris: PUF, 1992.
- BECKERT, J. The great transformation of embeddedness: Karl Polanyi and the New Economic Sociology. *MPIfG Discussion Paper*, n.7, 2007.

- BELLAS, C.A. O Consumo de bens culturais e a salvaguarda do patrimônio imaterial: o caso do capim dourado do Jalapão. In: *Anais IV Encontro Nacional de Estudos do Consumo*. Rio de Janeiro: ENEC, 2008.
- BÉRARD, L.; MARCHENAY, P. *From localized products to geographical indications: awareness and action*. Paris: CNRS, 2008.
- BÉRARD, L.; MARCHENAY, P. Localized products in France: definition, protection and value-adding. *Anthropology of Food*, S2, 2007.
- BÉRARD, L.; MARCHENAY, P. *Les produits de terroir entre cultures et règlements*. Paris: CNRS, 2004.
- BERGER, P.T.; LUCKMANN, T. *A construção social da realidade*. 12 ed. Petrópolis: Vozes, 1995.
- BESSIS, F. Quelques convergences remarquables entre l'Économie des Conventions et la Théorie de la Régulation. *Revue Française de Socio-Economie*, n.1, p.9-25, 2008.
- BESSIS, F. Sur quelques critiques récurrentes de l'Économie des Conventions. *Economix - Document de Travail*, n.7, 2007.
- BESSY, C. Institutional embeddedness of economic exchange: convergence between new institutional economics and the economics of conventions. In: FAVEREAU, O.; LAZEGA, E. *Conventions and structures in economic organizations: markets, networks and hierarchies*. Cheltenham: Edward Elgar, 2002. pp.79-92.
- BESSY, C.; FAVEREAU, O. Institutions et économie des conventions. *Cahiers d'économie politique*, v.44, n.1, p.119-164, 2003.
- BETTÚ, O. Obsessão pela qualidade. *Acvitis: Artigos*, 2010. Disponível em: http://www.acavitis.com.br/site/web/site_dev.php/artigos/ler/n/5 Acesso em: nov.2010.
- BIENABE, E.; SAUTIER, D. Commerce équitable et indications géographiques: relations, tensions, complémentarités: réflexions à partir du cas du rooibos en Afrique du Sud. In: *Anais 3e Colloque international sur le commerce équitable*. Montpellier: FTIS, 2008.
- BIENCOURT, O., CHASERANT, C., REBÉRIOUX, A. L'économie des conventions : l'affirmation d'un programme de recherche. In: BATIFOULIER, P. (dir.) *Théorie des conventions*. Paris: Economica, 2001. pp.193-218.
- BIGGART, N.W.; BEAMISH, T.D. The economic sociology of conventions: habit, custom, practice, and routine in market order. *Annual review sociology*, v.29, p.443-464, 2003.
- BLUME, R. *Explorando os recursos estratégicos do terroir para a vitivinicultura brasileira*. Tese (Doutorado em Agronegócios). Porto Alegre: UFRGS, 2008.
- BLUME, R.; HOFF, D.N.; PEDROZO, E.A. Potencialidade competitiva e recursos essenciais para a produção de vinhos finos: um estudo da vitivinicultura de São Joaquim, SC. In: *Anais do XLV Congresso da sociedade brasileira de economia e sociologia rural*. Londrina: SOBER, 2007.
- BOLTANSKI, L. *De la critique: précis de la sociologie de l'émancipation*. Paris: Gallimard, 2009.
- BOLTANSKI, L. Institutions et critique sociale: une approche pragmatique de la domination. *Tracés – Revue de sciences humaines*, n.8, p.17-43, 2008.
- BOLTANSKI, L. Nécessité et justification. *Revue économique*, v.53, n.2, p.275-289, 2002.
- BOLTANSKI, L.; CHIAPELLO, E. *Le nouvel esprit du capitalismo*. Paris: Gallimard, 1999.

- BOLTANSKI, L.; THEVENOT, L. The sociology of critical capacity. *European journal of social theory*, v.2, n.3, p.359-377, 1999.
- BOLTANSKI, L.; THEVENOT, L. *De la justification*, Paris: Gallimard, 1991.
- BONANNO, A. *et al. From Columbus to ConAgra: the globalization of agriculture and food*. Lawrence (KA): University of Kansas Press, 1994.
- BORGHEZAN, M.; ERN, R.; SILVA, A.L. (Org.s) *Vales da uva goethe: indicação geográfica e desenvolvimento territorial*. Florianópolis: Alternativa Gráfica, 2008.
- BOURDIEU, P. *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp/Zouk, 2007.
- BOURDIEU, P. *Razões práticas: sobre a teoria da ação*. Campinas: Papirus, 1996.
- BOURDIEU, P. *Le sens pratique*. Paris: Minuit, 1980.
- BOYER, R. L'économie des conventions 15 ans après: un point de vue à partir de la théorie de la régulation. In: EYMARD-DUVERNAY, F. (Org.). *L'économie des conventions: méthodes et résultats*. Tome I - Débats. Paris: La Découverte, 2006. pp.45-66.
- BOWEN, S.; ZAPATA, A.V. Geographical indications, terroir, and socioeconomic and ecological sustainability: The case of tequila. *Journal of Rural Studies*, n.25, p.108-119, 2009.
- BRANDÃO, J.S. *Dicionário mítico-etimológico da mitologia grega*. 2.ed., v.1. Petrópolis: Vozes, 1993.
- BRANDÃO, Y.B.B. *Processos de elaboração dos vinhos late harvest, sauternes e tokaji. Monografia* (Curso Tecnologia em Viticultura e Enologia), Bento Gonçalves: IFRS, 2009.
- BRASIL. Decreto 99.066 de 08 de março de 1990: Regulamenta a Lei n.º 7.678, de 8 de novembro de 1988, que dispõe sobre a produção, circulação e comercialização do vinho e derivados do vinho e da uva. 1990.
- BRASIL. Supremo Tribunal Federal. *Recurso extraordinário nº 78835 de 1974*. Brasília, 25 de fevereiro de 1975.
- BRIGHENTI, E.; TONIETTO, J. O clima de São Joaquim para a viticultura de vinhos finos: classificação pelo sistema CCM Geovitícola. *Embrapa Uva e Vinho: artigos técnicos*, 2004. Disponível em: <http://www.cnpuv.embrapa.br> Acesso em dez.2010.
- BRODHAG, C., Agriculture durable, terroirs et pratiques alimentaires. *Courrier de l'environnement de l'INRA*, n.40, p.33-45, 2000.
- BROUSSEAU, E.; CODRON, J.M. The hybridization of governance structures: supplying french supermarkets with off-season fruits. In: *SFER Congress modern food retailing*, Montpellier/France: SFER, 1997.
- BRUCH, K.L. Indicações geográficas para o Brasil: problemas e perspectivas. In: PIMENTEL, L.O.; BOFF, S.O.; DEL'OLMO, F.S. (Org.) *Propriedade intelectual: gestão do conhecimento, inovação tecnológica no agronegócio e cidadania*. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2008.
- BRUCH, K. Analisando a legislação brasileira sobre indicações geográficas. *A Vindima*, Flores da Cunha/RS, ago./set. 2008, p.22.
- BRUCH, K.L. Tradição e cultura preservadas: indicações geográficas são meio para assegurar reconhecimento aos diferenciais de uma região produtora. *Bon vivant*, Flores da Cunha/RS, jan./fev. 2009, p.12.
- BRUCH, K.L.; VITROLES, D.; LOCATELLI, L. Estudo de caso : IP Vale dos Vinhedos, IP Paraty e IP Vale do Submédio São Francisco. In: PIMENTEL, L.O. (Org.). *Curso e*

propriedade intelectual & inovação no agronegócio: Módulo II. Florianópolis: SEAD/UFSC/FAPEU, 2009, pp.286-331.

BRUNORI, G. Post-rural processes in wealthy rural areas. In: MARSDEN, T.; MURDOCH, J. *Between the local and the global: confronting complexity in the contemporary agri-food sector*. Amsterdam: Elsevier, 2006. pp.121-145.

BURRONE, E. Economics aspects of GIs. In: *Anais international workshop on geographical indication*. Ankara-Turkey, 2008.

BURT, R.S. *Structural holes: the social structures of competition*. England: Harvard University Press, 1992.

CARBONNEAU, A. L'évolution de la conduite du vignoble en fonction du changement climatique. *Le progrès agricole et viticole*. v.12, n.5.6, p.105-110, 2010.

CARBONNEAU, A. Problèmes posés à la viticulture française par le changement climatique. *Le progrès agricole et viticole*. n.2, p.30-32 2006.

CARBONNEAU, A. La surface foliaire exposée potentielle: guide pour sa mesure. In: *Anais 8º Jornadas do grupo europeo de estudio de los sistemas de conducción de viñedo*. Vairao/Portugal: GESCO, p.39-48, 1993.

CARBONNEAU, A.; LEBON, E. Premières tendances observées dans le reseau d'essais de systèmes de conduite en Languedoc. In: *Anais 8º Jornadas do grupo europeo de estudio de los sistemas de conducción de viñedo*. Vairao/Portugal: GESCO, p.49-58, 1993.

CAILLÉ, A. Remarques sur l'économie des conventions. In: EYMARD-DUVERNAY, F. (Org.). *L'économie des conventions: méthodes et résultats*. Tome I - Débats. Paris: La Découverte, 2006. pp.93-102.

CAILLÉ, A. Nem holismo nem individualismo metodológicos: Marcel Mauss e o paradigma da dádiva. *Revista brasileira de ciências sociais*, v.13, n.38, p.5-37, 1998.

CALLON, M. Dos estudos de laboratório aos estudos de coletivos heterogêneos, passando pelos gerenciamentos econômicos. *Sociologias*, v.10, n.19, p.302-321, 2008.

CALLON, M. Introduction: the embeddedness of economic markets in economics. In: CALLON, M. *The laws of the markets*. Oxford: Blackwell, 1998. pp.1-57.

CALLON, M. *Ces réseaux que la raison ignore*. Paris: L'Harmattan, 1993.

CALLON, M. Techno-economic networks and irreversibility. In: LAW, J. *A sociology of monsters: essays on power, technology and domination*. Londres: Routledge, 1991, pp.132-161.

CALLON, M. Eléments pour une sociologie de la traduction: la domestication des coquilles Saint-Jacques et des marins-pêcheurs dans la baie de Saint-Brieuc. *L'année sociologique*, n.36, p.169-208, 1986.

CALLON, M.; MÉADEL, M.; RABÉHARISOA, V. The economy of qualities. *Economy and society*, v.31, n.2, p.194-217, 2002.

CALOËTE, E.Q.M. *Construção de uma estratégia de desenvolvimento para o APL do Vale dos Vinhedos*. Brasília: CEPAL, 2007.

CAMARGO, U.A.; PROTAS, J.F. da S.; MELLO, L.M.M. A viticultura brasileira: realidade e perspectivas. In: REGINA, M.A. (Org.). *Viticultura e enologia: atualizando conceitos*. Caldas: EPAMIG-FECD, 2002. pp.17-32.

- CAPPELLIN, P. Entre a memória e o mercado – o desenvolvimento da empresa de porte médio no Brasil. *Revista de sociologia e política*, v.16, n.3, nov.2008.
- CAPRA, G. Uma nova era na “terra do espumante brasileiro”: vinícolas de Garibaldi se organizam em consórcio visando à promoção do produto local. *Bon vivant*, Flores da Cunha/RS, dez. 2008, p.13.
- CAPRARA, B.S.; LUCHESE, T.A. *Da colônia Dona Isabel ao município de Bento Gonçalves: 1875/1930*. Porto Alegre/Bento Gonçalves: CORAG/VISOGRAF, 2005.
- CASABIANCA, F. *et al.* Terroir et typicité: deux concepts-clés des Appellations d’Origine Contrôlée - Essai de définitions scientifiques et opérationnelles. In: *Symposium international "Territoires et enjeux du développement régional"*. Lyon: INRA, 2005
- CASABIANCA, F.; SAINTE MARIE, C. To design innovations for the typical products. Some lessons from the Corsican dry pork products. In: *52ème Séminaire EAAE*, Parme/Italia: EAAE, 1997.
- CAUS, M. *Produtores de vinho protestam na praça da matriz*. Zero Hora, 3/07/2008, Economia. Disponível em: www.zerohora.clicrbs.com.br. Acesso em: 03/07/08.
- CERDAN, C. Valorização dos produtos de origem e do patrimônio dos territórios rurais no sul do Brasil: Contribuição para o desenvolvimento territorial sustentável. *Política & sociedade*, n.14, p.277-299, 2009.
- CERDAN, C. Produtos de qualidade, patrimônio cultural e desenvolvimento territorial: o caminho de Pedra e o Vale dos Vinhedos. In: *2º Simpósio de segurança alimentar: debatendo qualidade*. Bento Gonçalves: SBCTA-RS, 2008.
- CERDAN, C. *Contribuição das políticas de qualidade agroalimentar para o desenvolvimento territorial sustentável*. s.d. Disponível em: http://www.cirad.org.br/pesquisa_e_desenvolvimento/desenvolvimento_territorial/contribuicao_das_politicas Acesso em: jun. 2009.
- CERDAN, C.; SOUZA, M.; FLORES, M. Enfoques y estrategias para el desarrollo territorial rural con identidad cultural: o caso da imigração italiana no RS. *Intercâmbios*, v.78, 2007.
- CERDAN, C.; VITROLLES, D. Valorisation des produits d’origine : contribution pour penser le développement durable dans la Pampa Gaúcha au Brésil. *Géocarrefour*, v.83, n.3, p.191-200, 2008.
- CERDAN, C. *et al.* Penser la conservation des ressources bioculturelles sous l’angle de la valorisation de l’origine : la mise en place d’indications géographiques dans le Sud Brésil. *Autrepart*, n.50, p.153-166, 2009.
- CERDAN, C. *et al.* Pampa gaúcho da campanha meridional meat. In: *Congress sharing views on quality products linked to geographical origin*. Rome: FAO/Siner-GI, 2008.
- CERVIM. *Zone viticole: Languedoc Roussillon*. Disponível em: www.cervim.org/fr/languedoc-roussillon.aspx Acesso em: dez.2010.
- CERVIM. *Viticulture de montagne*: periódico di viticoltura di montagna, n.17, set.2009.
- CHADDAD, F.R. *Denominações de origem controlada: uma alternativa de agregação de valor no agribussines*. Dissertação (Mestrado em Administração). São Paulo: USP, 1996.
- CHAMBERLIN, E.H. *Theory of monopolistic competition*. Havard: Havard University Press, 1933.

- CHAUVIN, P.M. Les classifications en actions. De la sociologie durkheimienne des classifications aux hiérarchies des vins de Bordeaux. *Tracés*. Revue de sciences humaines, n.10, 2006.
- CHIFFOLEAU, Y. From politics to co-operation: the dynamics of embeddedness in alternative food supply chains. *Sociologia ruralis*, v.49, n.3, p.218-235, jul. 2009.
- CHIFFOLEAU, Y. La “révolution qualité dans le Biterrois. *Pôle sud*. n.9, p.111-123, nov.1998.
- CHIFFOLEAU, Y.; LAPORTE, J-P.; TOUZARD, J-M. White and wines: un modèle de marché à l'épreuve des vins du Languedoc. In: CHIFFOLEAU, Y.; DREYFUS, F.; TOUZARD, J-M. (Org.). *Les nouvelles figures des marchés agroalimentaires*. Montpellier: INRA, 2006. pp.87-105.
- CIVC. *L'appellation Champagne: les clés des vins de Champagne*. Epernay: CIVC, 2003. Disponível em: <http://www.champagne.fr>. Acesso em 22/02/2010.
- COCHOY, F.; DUBUISSON-QUELLIER, S. Introduction. Les professionnels du marché: vers une sociologie du travail marchand. *Sociologie du travail*, v.45, p.359-368, 2000.
- COELHO, A.; COUDERC, J.P. Globalisation + financialisation = concentration? Trends on mergers, acquisitions and financial investment in the wine sector. In: Anais III International wine business & marketing research conference, Montpellier: SupAgro, 2006.
- COMUNELLO, F.J. *Trabalhar com agroecologia: movimentos sociais e mercados no circuito de maçã agroecológica em São Joaquim/SC*. Dissertação (Mestrado de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade. Rio de Janeiro: UFRRJ, 2010.
- CONEIN, B.; DODIER, N.; THEVENOT, L. (eds.). *Les objets dans l'action*. Paris: EHESS, 1993.
- CONTERATO, M. *et al.* Mercantilização e mercados: a construção da diversidade da agricultura na ruralidade contemporânea. In: SCHNEIDER, S.; GAZOLLA, M. (Org.) *Os atores do desenvolvimento rural: práticas produtivas e processos sociais emergentes*. Porto Alegre: UFRGS, 2011.
- CORCUFF, P. *As novas sociologias: construções da realidade social*, Bauru: Edusc, 2001.
- CORDEIRO, W.C. *A vitivinicultura em São Joaquim - SC: uma nova atividade no município*. Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas). Florianópolis: USFC, 2006.
- CORDELIER. *Produtos*. Disponível em: <http://www.cordelier.com.br>. Acesso em: 12/02/2010.
- CORMIER-SALEM, M.C.; ROUSSEL, B. Localiser les produits et valoriser les spécialités locales : une dynamique générale et foisonnante, *Autrepart*, n.50, p.3-16, 2009.
- CPEG. *Regulamento de avaliação da conformidade (RAC)*. Disponível em: <http://www.cpeggaribaldi.com.br/anexos/rac.pdf>. Acesso em 04/12/2010.
- CPEG. *Estatuto do consórcio de produtores de espumantes de garibaldi (CPEG)*, 2007. Disponível em: <http://www.cpeggaribaldi.com.br/anexos/rac.pdf>. Acesso em 04/12/2010.
- CRENN, C.; TECHOUEYRES, I. Vin et mondialisation: le point de vue d'un géographe. *Anthropology of Food*, n.3, 2004.
- CYR, D.; KUSY, M. Canadian ice wine production: a case for the use of weather derivatives. *Journal of Wine Economics*, v.2, n.2, p.145-167, 2007.

- D'AVENI, R. A. *Hipercompetição: estratégias para dominar a dinâmica do mercado*. Rio de Janeiro: Campus, 1995.
- DARDEAU, R. *Vinhos: uma festa dos sentidos*. 4.ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.
- DAVID, P.A. Understanding the necessity of QWERTY: the necessity of history. In: PARKER, W.N. *Economic history & the modern economist*. New York: Basil Blackwell, 1986, pp.30-49.
- De PARIS, A. *Memórias: Bento Gonçalves-RS – fundamentação histórica*. 2 ed. Bento Gonçalves: Arquivo Histórico Municipal, 2006.
- DEBON, A. Não entendo o porquê de uma região estar buscando uma DO. *Bon vivant*, Flores da Cunha/RS, ago. 2009. p.12.
- DEBON, A. Trajetória de respeito: figura de destaque no setor do vinho, Idalêncio Francisco Angheben conta sua história e destaca a necessidade de se diferenciar e ter um produto ícone. *Bon vivant*, Flores da Cunha/RS, abr. 2008, entrevistas, p.11.
- DEFALVARD, H. Critique de l'individualisme méthodologique revu par l'économie des conventions. *Revue économique*, v.43, n.1, p.127-144, 1992.
- DELFOSE, C. *Géographie rurale, culture et patrimoine*. HDR, Lille : Université de Lille I, 2003.
- DELFOSE, C. *La France fromagère (1850-1990)*. Paris: La Boutique de l'Listoire, 2007.
- DELFOSE, C.; BERNARD, C. Vente directe et terroir, *Méditerranée*, n.109, p.23-29, 2007.
- DELFOSE, C., PROST, J.A. Transmission et appropriation des savoir fromagers: un siècle de relations entre industriels de Roquefort et transformateurs courses. *Ruralia*, v.2, p.23-43, 1998.
- DEMING, W. Dr. *Deming: o americano que ensinou a qualidade total aos japoneses*. Rio de Janeiro: Record, 1993.
- DEQUECH, D. Institutions, social norms, and decision-theoretic norms. *Journal of economic behavior & organization*, v.72, p.70-78, 2009.
- DEQUECH, D. Logics of justification and logics of action. *Journal of economic issues*, v.42, p.527-535, 2008.
- DESPLOBINS, G. Tradition contre modernism dans la vitiviniculture brésilienne. *Agroalimentaria*, n.21, p.29-42, 2005.
- DESPLOBINS, G.; SILVA, A.L.; SCHMIDT, W. Construção de qualidade e de reconhecimento na vitivinicultura tradicional do vale do rio do peixe, em Santa Catarina. *Cadernos de ciência & tecnologia*, v.22, n.2, p.399-411, 2005.
- DIAS, J.F.V.R. *A construção institucional da qualidade em produtos tradicionais*. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Agricultura e Sociedade). Rio de Janeiro: UFRJ, 2005.
- DiMAGGIO P. Culture and cognition. *Annual review of sociology*, v.23, p.263-287, 1997.
- DODIER, N. Les appuis conventionnels de l'action : éléments de pragmatique sociologique. *Réseaux*, n.65, p.63-86, 1993.
- DODIER, N. Agir dans plusieurs mondes. *Critiques*, n.529-530, p.428-458, 1991.
- DONAZZOLO, J. et al. *A vitivinicultura na região nordeste do Estado do Rio Grande do Sul: história, trajetória e perspectivas*. Sananduva/RS: UERGS, 2007.

- DORIGON, C. *Mercados de produtos coloniais da região oeste de Santa Catarina: em construção*. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção). Rio de Janeiro: COPPE/UFRJ, 2008.
- DOSI, G.; METCALFE, S. Approches de irréversibilité en theorie économique. In: BOYER, R. (ed.) *Les figures de l'irréversibilité en économie*. Paris: EHESS, 1991. pp.37-68.
- DOSSE, F. *O império dos sentidos: a humanização das ciências humanas*. Bauru/SP: Edusc, 2003.
- DOUGLAS M.; ISHERWOOD, B. *O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.
- DOUGLAS, M. *Como as instituições pensam*. São Paulo: EDUSP, 1998.
- DULLIUS, P.R.; FROEHLICH, J.M.; VENDRUSCOLO, R. Identidade territorial e agricultura familiar: a abordagem das indicações geográficas no Brasil. In: *IV Congresso internacional de la red Sial*. Mar del Plata/Argentina: ALFATER, 2008.
- DUPUY, J.P. et al. Introduction. *Revue économique*, v.40, n.2, p.141-145, 1989.
- DUPUY, J.P. Convention et Common Knowledge. *Revue économique*, n.2, p.361-370, 1989.
- DURKHEIM, E. *Da divisão do trabalho social*. São Paulo: Martins Fontes, 1977.
- ECHOLS, M.A. *Geographical indications for food products*. Netherlands: Kluwer Law International BV, 2008.
- EMPERAIRE, L. A biodiversidade agrícola na Amazônia brasileira: recurso e patrimônio. *Revista do patrimônio histórico e artístico nacional*, v.32, p.31-43, 2005.
- EMBRAPA. *Dados da vitivinicultura*. Disponível em: <http://www.cnpuv.embrapa.br/produtos/vitivinicultura/importacao/> Acesso em: nov. 2010.
- ENRICONI, R. Villa Francioni lança linha de vinhos com foco na sustentabilidade ambiental. *Portal Serra-SC: Jornal mural on-line*. Serra Catarinense. 18/11/2010.
- EPAGRI. *Síntese anual da agricultura de Santa Catarina*, 2006. Disponível em: http://cepa.epagri.sc.gov.br/Publicacoes/sintese_2007/sintese%202007%20pdf.pdf Acesso em: ago. 2010.
- EUR-LEX. Publicação de um pedido de registo em conformidade com o n.2 do artigo 6. do Regulamento (CE) n. 510/2006 do Conselho relativo à protecção das indicações geográficas e denominações de origem dos produtos agrícolas e dos géneros alimentícios. *Jornal oficial*, n.C247 de 14/09/2010, p. 12-18. Disponível em: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2010:247:0012:01:PT:HTML>. Acesso em out.2010.
- EUROPEAN COMMISSION. Agriculture and rural development, *wines from Brazil*, s.d. Disponível em: <http://ec.europa.eu/agriculture/markets/wine/e-bacchus/index.cfm?event=pdfThirdgi&language=PT&thirdgiId=563> Acesso em: ago.2010.
- EYMARD-DUVERNAY, F. L'économie des conventions entre économie et sociologie. In: STEINER, P.; VATIN, F. *Traité de sociologie économique*. Paris: Quadrige-PUF, 2009. pp.131-164.
- EYMARD-DUVERNAY, F. Introduction. In: EYMARD-DUVERNAY, F. (ed.). *L'économie des conventions: méthodes et résultats*. Tome I - Débats. Paris: La Découverte, 2006a.

- EYMARD-DUVERNAY, F. Introduction. In: EYMARD-DUVERNAY, F. (ed.). *L'économie des conventions: methods et résultats*. Tomo II - Développements. Paris: La Découverte, 2006b.
- EYMARD-DUVERNAY, F. Conventionalist approaches to enterprise. In: FAVEREAU, O.; LAZEGA, E. *Conventions and structures in economic organizations: markets, networks and hierarchies*. Cheltenham: Edward Elgar, 2002. pp.60-78.
- EYMARD-DUVERNAY, F. L'économie des conventions a-t-elle une théorie politique? In: BATIFOULIER, P. (dir.) *Théorie des conventions*. Paris: Economica, 2001. pp.279-297.
- EYMARD-DUVERNAY, F. Les compétences des acteurs dans les réseaux. In: CALLON, M. et al. (Org.) *Réseau et coordination*. Paris : Economica, 1999. pp.153-178.
- EYMARD-DUVERNAY, F. Conventions de qualité et formes de coordination. *Revue économique*, v.40, n.2, p.329-59, 1989.
- EYMARD-DUVERNAY, F. et al. Valeurs, coordination et rationalité : trois thèmes mis en relations par l'économie des conventions. In: EYMARD-DUVERNAY, F. *L'économie des conventions: méthodes et résultats*. Tome I - Débats. Paris: La Découverte, 2006. pp.23-44.
- EYMARD-DUVERNAY, F. et al. Pluralist integration in the economic and social sciences: the economy of conventions. *Heterodox economics from the post-autistic economics review*, n.34, 2005.
- EYMARD-DUVERNAY, F.; MARCHAL, E. *Façons de recruter: le jugement des compétences sur le marché du travail*. Paris: Centre d'Etudes de l'Emploi, 1997.
- FALCADE, I. As indicações geográficas e a reorganização do espaço rural brasileiro. In: MARAFON, G.; RIBEIRO, M.A.; RUA, J. (Org.). *Abordagens teórico-metodológicas da geografia agrária*. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2007, pp.225-253.
- FALCADE, I. *Indicações geográficas, o caso da região com Indicação de Procedência Vale dos Vinhedos*. Dissertação (Mestrado em Geografia). Porto Alegre: UFRGS, 2005.
- FALCADE, I.; MANDELLI, F. (Orgs.). *Vale dos Vinhedos - caracterização geográfica da região*. Caxias do Sul: EDUCS, 1999.
- FALCADE, I.; TONIETTO, J. *A viticultura para vinhos finos e espumantes na região da Serra gaúcha, Brasil: topônimos e distribuição geográfica*. Bento Gonçalves: Embrapa-CNPV, 1995.
- FANET, J. La restructuration des vignobles du Languedoc-Roussillon. *Options méditerranéennes*, n.89, p.231-236, 2009.
- FARINA, E.M.M.Q.; AZEVEDO, P.F.; SAES, M.S.M. *Competitividade: mercado, estado e organizações*. São Paulo: Singular, 1997.
- FARINA, E.M.M.Q.; ZYLBERSZTAJN, D. Economics of networks and patterns of competition in food and agribusiness. In: *Anais IV Intenational Pensa conference*, Ribeirão Preto/SP: PENSA, 2007.
- FAVEREAU, O. L'économie du sociologue ou penser (l'ortodoxie) à partir de Pierre Bourdieu. In: LAHIRE, B. (ed.). *Le travail sociologique de Pierre Bourdieu: dettes et critiques*. Paris: La Découverte, 2001. pp.255-314.
- FAVEREAU, O. Marchés internes, marchés externes. *Revue économique*, v.40, n.2, p.273-328, 1989.
- FAVEREAU, O.; BIENCOURT, B.; EYMARD-DUVERNAY, F. Where do markets come from? From (quality) conventions! In: FAVEREAU, O.; LAZEGA, E. *Conventions and*

structures in economic organizations: markets, networks and hierarchies. Cheltenham: Edward Elgar, 2002. pp.213-252.

FAVORETO, R.L. *et al.* Perfeição empreendedora: uma reflexão a partir da experiência da Villa Francioni Vinhos e Vinhedos. In: XII SEMEAD/USP. São Paulo: USP, 2009.

FEIGENBAUM, A.V. Controle da qualidade total. São Paulo: Makron Books.1994.

FENSTERSEIFER, J.E. The emerging Brazilian wine industry: challenges and prospects for the Serra Gaúcha wine cluster. *International journal of wine business research*, v.19, p.187-206, 2007.

FIANI, R. Teoria dos custos de transação. In: KUPFER, D.; HASENCLEVER, L. *Economia industrial: fundamentos teóricos e práticas no Brasil*. 12 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002. pp.267-286.

FLEXOR, G. Qualidade, incertezas e normas: os mercados alternativos de alimentos. *Tempo social*. Revista de sociologia da USP, 2010. (no prelo).

FLIGSTEIN, N. *The architecture of markets: an economic sociology of twenty-first-century capitalist societies*. Princeton/NJ: Princeton University Press, 2001.

FLORES, C.A. *et al.* Vinhos de Pinto Bandeira: características de identidade regional para uma indicação geográfica. *Circular técnica*, n.55, Bento Gonçalves: Embrapa, 2005.

FLORES, M. Arroz do litoral norte gaúcho conquista denominação de origem: INPI concede a produtores da região direito de usar selo por produto apresentar características peculiares. *Agência SEBRAE de notícias*. 30/08/2010. Disponível em: www.agenciasebrae.com.br. Acesso em: set.2010.

FLORES, M.X. *Da solidariedade social ao individualismo: um estudo sobre o desenvolvimento do vale dos vinhedos na serra gaúcha*. Tese (Doutorado em Sociologia Política). Florianópolis: UFSC, 2007.

FONSECA, M.C.L.; ABREU, T.C.; ALVES, A. C. L. Panela, caldeirão e frigideira: o ofício das Paneleiras de Goiabeiras. *Tempo brasileiro*, v.147, p.55, 2001.

FORAY, D. Standard de référence, coûts de transaction et économie de la qualité: un cadre d'analyse. In: VALESCHINI, E.; NICOLAS, F. (Orgs.). *Agro-alimentaire: une économie de la qualité*. Paris: INRA, 1995. pp.139-154.

FORT, F.; PEYROUX, C.; TEMRI, L. Mode de gouvernance des signes de qualité et comportements d'innovation: une étude dans la région Languedoc-Roussillon. *Économie rurale*, n.302, p.23-39, 2007.

FOURNIER, S. Les Indications géographiques: une voie de pérennisation des processus d'action collective au sein des Systèmes agroalimentaires localisés? *Cahiers agricultures*, v.17, n.6, p.547-551, 2008.

FRANCEAGRIMER. *Statistiques – filière viticole*, 2009.

FRANCEAGRIMER. *Conditions de production des vins de pays*. Disponível em: <http://www.onivins.fr/EspacePro/Production/VinPaysIndex.asp> Acesso em: nov.2010.

FRIEDMANN, H. Feeding the empire: the pathologies of globalized agriculture. In: MILIBAND, R. (ed.). *The socialist register*. London: Merlin Press, 2004, pp.124-143.

FROEHLICH, J.M. *et al.* *Identidades e desenvolvimento territorial: estudo prospectivo de potencialidades a partir da noção de Indicação Geográfica*. Projeto de pesquisa: UFSM/CNPq. 2008.

GARCIA-PARPET, M.F. *Le marché de l'excellence: les grands crus à l'épreuve de la mondialisation*. Paris: Seuil, 2009.

GARCIA-PARPET, M.F. Mundialização dos mercados e padrões de qualidade. Vinho: o modelo francês em questão. *Tempo Social*, v.16, n.2, p.129-150, 2007.

GARCIA-PARPET, M.F. Mondialisation et transformations du monde viticole : processus de reclassement des vins du Languedoc-Roussillon. *Sociétés contemporaines*, n.68, v.4, 2007.

GARCIA-PARPET, M.F. Dinâmica de mercado e trajetória de produtores em face do sistema de classificação de vinhos. *RAE – Revista de administração de empresas*, v.47, n.2, p.26-36, 2004.

GARRIER, G. *L'étonnante histoire du Beaujolais Nouveau*. Paris: Larousse, 2002.

GARRIER, G. *Paysans du Beaujolais et du Lyonnais 1800-1970*. Grenoble: Presses universitaires de Grenoble, 1973.

GAUTIE, J.; GAZIER, B. Les marchés transitionnels du travail: à quel paradigme appartiennent-ils? In: EYMARD-DUVERNAY, F. (Org.). *L'économie des conventions: méthodes et résultats*. Tome I - Débats. Paris: La Découverte, 2006. pp.103-116.

GIDDENS, A. *As conseqüências da modernidade*. São Paulo: Editora UNESP, 1991.

GIULIANI, E. The selective nature of knowledge networks in clusters: evidence from the wine industry. *Journal of economic geography*, v.7, p.139-168, 2007.

GLASS, R.F.; CASTRO, A.M.G. *As indicações geográficas como estratégia mercadológica para vinhos*. Brasília: Embrapa Informação Tecnológica, 2009. (Textos para discussão, n.35).

GODBOUT, J. T.; CAILLE, A. *Le sprit du dom*. Paris: La Découverte, 1992.

GOLLO, S.S. Delineamento e aplicação de Framework para análise das inovações numa perspectiva de processo interativo: estudo de caso da indicação de procedência vale dos vinhedos - Serra Gaúcha/RS. *Teoria e evidência econômica*, v.14, p.247-277, 2006.

GOLLO, S.S.; CASTRO, A.W.V. Indicações geográficas: o processo de obtenção da indicação de procedência Vale dos Vinhedos Serra gaúcha/RS/Brasil. In: *Anais 45º Congresso brasileiro de economia e sociologia rural*. Londrina: Sober, 2007.

GONÇALVES, M.F.W. *Propriedade industrial e a proteção dos nomes geográficos: indicações geográficas, indicações de procedência e denominações de origem*. Curitiba: Juruá, 2007.

GOODMAN, D. The quality 'turn' and alternative food practices: reflections and agenda. *Journal of rural studies*, v.19, n.1, p.1-7, 2003.

GOODMAN, D. Agro-food studies in the "age of ecology": nature, corporeality, bio-politics. *Sociologia ruralis*, v.39, n.11, p.17-39, 1999.

GOODMAN, D.; SORJ, B.; WILKINSON, J. *Da lavoura às biotecnologias: agricultura e indústria no sistema internacional*. Rio de Janeiro: Campus, 1990.

GRANOVETTER, M. The impact of social structure on economic outcomes. *Journal of economic perspectives*, v.19, n.1, p.33-50, 2005

GRANOVETTER, M. Economic action and social structure: the problem of embeddedness. *American journal of sociology*, v.91, n.3, p.481-510, 1985.

GRANOVETTER, M. The strength of weak ties. *American journal of sociology*, v.78, n.6, p.1360-1380, 1973.

- GULA, *A potente tannat do Uruguai*. Disponível em: www.gula.com.br/vinhos/branco/a-potente-tannat-do-uruguai.html Acesso em: jun. 2010.
- HABERMAS, J. *Consciência moral e agir comunicativo*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1989.
- HEMPEL, C.G.; OPPENHEIM, P. Studies in the logic of explanation. *Philosophy of Science*, v.15, n.2, p.135-175, 1948.
- HERSCOVICI, A. Irreversibilidade, incerteza e teoria econômica: reflexões à respeito do indeterminismo metodológico e de suas aplicações na ciência econômica. *Estudos econômicos*, v.34, n.4, p.805-825, 2004.
- HINNEWINKEL, J.C. Les AOC dans la mondialisation. *Anthropology of food*, n.3, dez.2004.
- HINRICHS, C.C. The practice and politics of food system localization. *Journal of rural studies*, v.19, p.33-45, 2003.
- HINRICHS, C.C. Embeddedness and local food systems: notes on two types of direct agricultural market. *Journal of rural studies*, v.16, p.295-303, 2000.
- HIRSHMAN, A. *As paixões e os interesses: argumentos políticos a favor do capitalismo antes de seu triunfo*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.
- HIRCZAC, M.; MOLLARD, A. Qualité des produits agricoles et de l'environnement : le cas de Rhone-Alpes. *Revue d'économie regionale et urbaine*, n.5, p.845-868, 2004.
- HOBBSBAWM, E. Introdução: a invenção das tradições. In: HOBBSBAWM, E.; RANGER, T. (orgs.). *A invenção das tradições*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.
- HOFF, R. et al. Uso de imagens orbitais no estudo das características espectrais das rochas para o estabelecimento de critérios para uma indicação de procedência vinícola na região de Pinto Bandeira, Bento Gonçalves, RS, Brasil. In: *Anais XIII Simpósio brasileiro de sensoriamento remoto*. Florianópolis: INPI, p.233-240, 2007.
- HOFSTEDE, G.J. Trust and transparency in supply netchains: a contradiction? In: *Actes 8 th AIM Conference*, Grenoble: AIM, 2003.
- HUET, S. Vignes OGM de Colmar: divergences syndicales. *Liberation*, 25 de out. 2010.
- IBRAVIN, *Vinícolas brasileiras aplicam nova tecnologia para o cultivo de uva sem uso de agrotóxicos e pesticidas*. Notícias, 13/01/2011. Disponível em www.ibravin.org.br. Acesso em: jan. 2011.
- IBRAVIN. *Dados estatísticos*. Disponível em: www.ibravin.org.br. Acesso em: nov. 2010.
- IBRAVIN. *Estudo do mercado brasileiro de vinhos*. Bento Gonçalves: IBRAVIN, 2009.
- IBRAVIN. *Estudo do mercado brasileiro de vinhos tranquilos e vinhos espumantes*. Bento Gonçalves: IBRAVIN, 2001.
- INAO. *Les signes de la qualité et de l'origine (SIQO)*. Villefranche: INAO, 2010a. (mimeo).
- INAO. *Principales conclusions du Comité Nacional AOC viticole*, 2010b. Disponível em: www.inao.gouv.fr/public/communiques/detailComm.php?id=206&pop=1. Acesso em dez. 2010.
- INAO. *Guide du demandeur d'une Appellation d'Origine*. Versão de 03/2009. Paris: INAO, 2009a.
- INAO. *Guide du demandeur d'une indication géographique protégée*. Versão de 02/2009. Paris: INAO, 2009b.

- INDIA. *Geographical indications registry*. Disponível em: <http://www.ipindia.nic.in/girindia/> Acesso em: nov. 2010.
- INSEE. *Mobilité touristique et population presente*, 2010. Disponível em: <http://www.tourisme.gouv.fr/mobilite/Dynamique/dep34.pdf> Acesso em: jun. 2010.
- INMETRO. Produção integrada de frutas - PIF. Disponível em: www.inmetro.gov.br/qualidade/pif.asp Acesso em: nov. 2010.
- INTERBEAUJOLAIS. *Données d'économie 2006*. Villefranche-sur-Saone, 2007.
- INTEROC. *Pays d'Oc IGP*. Lattes: InterOc, 2009.
- IPR2. *Comprehensive feasibility study for possible negotiations on a geographical indications agreement between China and the EU*. 2009. Disponível em: http://www.ipr2.org/storage/Study_for_GI_negotiations-EN737.pdf Acesso em: nov. 2010.
- IVALDI, M. Les vins sans indication géographique ont le vent en poupe. *Revue ressuir Vigne*, n.167, p.8, out.2010.
- IVDP. *Porto: um vinho com história*. Disponível em: www.ivp.pt/index.asp . Acesso em: out. 2010.
- IL SOMMELIER. Novità enologiche: il legno nel vino. *Il sommelier*, n.4, p.38, 2006. (tradução Paola Tedeschi).
- JALFIN, A. Elementos para o estudo da agroindústria vinícola: uma abordagem da Cooperativa Vinícola Aurora. *Ensaio FEE*, v.14, n.2, p.689-708, 1993.
- JALFIN, A. Elementos para o estudo da agroindústria vinícola: uma abordagem da Indústria Vinícola Rio-grandense. *Ensaio FEE*, v.12, n.1, p.229-247, 1991.
- JALFIN, A.; GRANDO, M.Z. Os novos rumos da vitivinicultura do Rio Grande do Sul. *Indicadores Econômicos FEE*, v.17, n.4, p.194-206, 1990.
- JOAS, H. Symbolic interactionism. In: GIDDENS, A.; TURNER, J. (Eds.) *Social theory today*. Stanford, CA: Stanford University Press, 1987. pp.82-115.
- JOSLING, T. The war on terroir: geographical indications as a transatlantic trade conflict. *Journal of agricultural economics*, v.57, n.3, p.337-363, 2006.
- JORNAL BON VIVANT. *Uma nova era na 'Terra do espumante brasileiro'*. Flores da Cunha/RS, dez.2008. p.13.
- JOURNAL OFFICIEL DE LA RÉPUBLIQUE FRANÇAISE. *Avis relatif à l'ouverture d'une procédure nationale d'opposition pour la demande de révision de l'aire géographique des appellations d'origine contrôlées Champagne et Coteaux champenois*. n. 0087, 12/04/2008, texto 181. Disponível em: <http://textes.droit.org/JORF/2008/04/12/0087/0181/> Acesso em: out. 2010.
- JOURNAL OFFICIEL DE LA RÉPUBLIQUE FRANÇAISE. Décrets, arrêtés, circulaires. Texto 29. 3/05/2007. Disponível em: <http://www.languedoc-wines.com/documents/decretlanguedocjo.pdf> Acesso em: ago. 2010.
- KARPIC, L. Éléments de l'économie des singularités. In : STEINER, P.; VATIN, F. *Traité de sociologie économique*. Paris: PUF, 2009. pp.165-208.
- KARPIC, L. *L'économie des singularités*. Paris: Gallimard, 2007.
- KARPIK, L. L'économie de la qualité. *Revue française de sociologie*, v.30, p.187-210, 1989.
- KAKUTA, S.M. *Indicações geográficas: guia de respostas*. Porto Alegre: SEBRAE, 2006.

- KNOWLES, T.; MOODY, R.; McEACHERN, M.G. European food scares and their impact on EU food policy. *British food journal*, v.109, p.43-67, 2007.
- KOPITOFF, I. The cultural biography of things: commoditization as process. In: APPADURAI, A. *The social life of things: commodities in cultural perspective*. Cambridge: Cambridge University Press, 1986.
- KOUMAKHOV, R. Herbert Simon et l'économie des conventions. In: EYMARD-DUVERNAY, F. (Org.). *L'économie des conventions: méthodes et résultats*. Tome I - Débats. Paris: La Découverte, 2006. pp.197-210.
- LAFAYE, C.; THEVENOT, L. Une justification écologique? Conflits dans l'aménagement de la nature. *Revue française de sociologie*, v.34, n.4, p.495-524, 1993.
- LAFFFONT, J.-J. *Economie de l'incertain et de l'information*. Paris: Economica, 1991.
- LAGARES, L.; LAGES, V.; BRAGA, C.L. *Valorização de produtos com diferencial de qualidade e identidade: indicações geográficas e certificações para competitividade nos negócios*. Brasília: Sebrae, 2005.
- LANCASTER, K. A new approach to consumer theory. *Journal of political economy*, v.74, n.2, p.132-157, 1966.
- LAPOLLI, J.N. *et al.* *A competitividade da vitivinicultura brasileira: análise setorial e programa de ação com destaque para o Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: Banrisul/Embrapa-CNPV/Sebrae-RS, 1995.
- LASH, S.; URRY, J. *Economies of signs and space*. London: Sage, 1994.
- LATOUR, B. *Politiques de la nature. Comment faire entrer les sciences en démocratie*. Paris: La Découverte, 1999.
- LATOUR, B. Moderniser ou écologiser? À la recherche de la "septième" cité. *Ecologie politique*, n.13, p.5-27, 1995.
- LATOUR, B. *Pasteur: guerre et paix entre les microbes*. Paris: Métailié, 1984.
- LATOUR, B.; WOOLGAR, S. *A vida de laboratório: a produção dos fatos científicos*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1997.
- LAVILLE, F. La cognition située: une nouvelle approche de la rationalité limitée. *Revue économique*, n.56, v.6, p.1301-1331, 2000.
- LAZEGA, E. MOUNIER, L. Interdependent entrepreneurs and social discipline of their cooperation: a research program for structural economic sociology in a society of organizations. In: FAVEREAU, O.; LAZEGA, E. *Conventions and structures in economic organizations: markets, networks and hierarchies*. Cheltenham: Edward Elgar, 2002. pp.147-199.
- LAZEGA, E.; FAVEREAU, O. Introduction. In: FAVEREAU, O.; LAZEGA, E. *Conventions and structures in economic organizations: markets, networks and hierarchies*. Cheltenham: Edward Elgar, 2002. pp.1-28.
- LAZZARINI, S.G.; CHADDAD, F.R.; COOK, M.L. Integrating supply chain and network analysis: the study of networks. *Journal of chain and network science*. v.1, n.1, p.13-22, 2001.
- LECLERCQ, M. The traditional knowledge about the endemic herbal tea "Rooibos" in South Africa in a labelling context. In: *SINER-GI PhD meeting of PhD researchers*, Genève: SINER-GI, 2007.

- LEE, H. *et al.* Wine markets in China: assessing the potential with supermarket survey data. *Journal of wine economics*, v.4, n.1, p.94-113, 2009.
- LENCLUD, G. La tradition n'est plus ce qu'elle était... Sur les notions de tradition et de société traditionnelle en ethnologie. *Terrain*, n.9, 1987.
- LEPETIF, B. Le présent de l'histoire. In: LEPETIF, B. (ed.). *Les Formes de l'expérience: une autre histoire sociale*. Paris: Albin Michel, 1995. pp.273-298.
- LES AOC DU LANGUEDOC. *Stratégie de développement*. Disponível em: http://www.languedoc-wines.com/aoc_languedoc.asp Acesso em: nov. 2010a.
- LES AOC DU LANGUEDOC. Languedoc découverte: appellations régionales. Disponível em: http://www.languedoc-wines.com/aoc_languedoc.asp Acesso em: nov. 2010b.
- LETABLIER, M.T.; DELFOSSE, C. Genèse d'une convention de qualité. In: ALLAIRE, G.; BOYER, R. (Org.). *La grande transformation de l'agriculture*, Paris: INRA/Economica, 1995. pp.97-118.
- LEWIS, D. *Convention: a philosophical study*. Cambridge: Harvard University Press, 1969.
- LIDIO CARRARO. *Conceito*. Disponível em: www.lidiocarraro.com Acesso em: Nov. 2010.
- LIMA, G.B.; CARVALHO, D.T. Internacionalização de empresas via consórcio de exportação: o caso Wines from Brazil. In: *Anais 5º Congresso virtual brasileiro de administração*. São Paulo: CONVIBRA, 2008.
- LIVIAN, Y-F.; HERREROS, G. L'apport des économies de la grandeur: une nouvelle grille d'analyse des organisations? *Revue française de gestion*, v.101, p.43-59, 1994.
- LOCATELLI, L. *Indicações geográficas: a proteção jurídica sob a perspectiva do desenvolvimento econômico*. Curitiba: Juruá, 2007.
- LOTTY, A. The commoditization of products and taste: Slow Food and the conservation of agrobiodiversity. *Agriculture and human values*, v.27, p.71-83, 2010.
- LUNDVALL, B.A. Innovation as an interactive process: from user-producer interaction to the national system of innovation. In: DOSI, G. *et al.* *Technical change and economic theory*. Londres: Pinter Publishers, 1988.
- MAFRA, L.A.S. *Indicação geográfica e construção do mercado: a valorização da origem no Cerrado Mineiro*. Tese (Doutorado de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade). Rio de Janeiro: UFRRJ, 2008.
- MALAFIA, G.C. *As convenções sociais de qualidade como suporte à configuração de sistemas agroalimentares locais competitivos: um estudo cross country na pecuária de corte*. Tese (Doutorado em Agronegócios). Porto alegre: UFRGS, 2007.
- MANDELLI, F.; MIELE, A. Poda seca. In: KUHN, G.B. (Org.). *Uva para processamento. Produção*. Bento Gonçalves: Embrapa Uva e Vinho, v.34, 2003, pp.73-80.
- MARIE-VIVIEN, D. *Le droit des indications géographiques en Inde: un pays de l'ancien monde face aux droits français, communautaire et international*. Thèse (Doctorat en Droit et Sciences Sociales). Paris: EHESS, 2010.
- MARSHALL, A. *Princípios de economia: tratado introdutório*. São Paulo: Abril Cultural, 1982.
- MARSDEN, T. New rural territories: regulating the differential rural spaces. *Journal of rural studies*, v.14, n.1, p.107-117, 1998.

- MARESCOTTI, A. Marketing channels, quality hallmarks and the theory of conventions. In: SYLVANDER, B.; BARJOLLE, D.; ARFINI, F. (Eds). *The socio-economics of origin labelled products in agro-food supply chains: spatial, institutional and co-ordination aspects*. Serie Actes et Communications, n.17, v.2, Paris: INRA, 2000, pp.103-122.
- MARIOT, E.J. *Produtos agroalimentares típicos (coloniais): situação e perspectivas de valorização no município de Urussanga*. Dissertação (Mestrado Internacional em Gestão do Desenvolvimento Rural. Vila Real (Portugal): Universidade de Trás-os-montes e Alto Douro/Universidade de Santiago de Compostela, 2002.
- MASCARENHAS, G. Indicações geográficas no Brasil: principais fatores determinantes do seu reconhecimento e desempenho. In: *Anais 4º Encontro nacional de estudos do consumo*, Rio de Janeiro: ENEC, 2008.
- McMICHEL, P.D. A food regime genealogy. *Journal of peasant studies*, v.36, n.1, p.139-169, 2009.
- MELLO, L.; MACHADO, C.A.E. Cadastro vitivinícola do Rio Grande do Sul. Bento Gonçalves: Embrapa Uva e Vinho, 2008.
- MÉNARD, C. Peut-on se passer des conventions? In: EYMARD-DUVERNAY, F. (Org.). *L'économie des conventions: méthodes et résultats*. Tome I - Débats. Paris: La Découverte, 2006. pp.67-76.
- MÉNARD, C. The economics of hybrid organizations. *Journal of institutional and theoretical economics*. v.160, n.3, p.345-376, 2004.
- MENDRAS, H. *Les sociétés paysannes: éléments pour une théorie de la paysannerie*, Paris: Gallimard, 1995.
- MERCIO, V.Z. et al. O processo de internacionalização na indústria vinícola brasileira: o caso do Miolo Wine Group. In: *5ème Colloque de l'IFBAE*. Grenoble: IFBAE, 2009.
- MEVEL, P. Método charmat. *Bon vivant*, Flores da Cunha/RS, dez.2008. p.19.
- MIELE, M. *Análise da transação entre produtores de uva e agroindústria vinícola*. Dissertação (Mestrado em Administração). São Paulo: USP, 2000.
- MIELE, A.; MANDELLI, F. Sistemas de condução. In: KUHN, G.B. (Org.). *Uvas para processamento, produção*. Bento Gonçalves: Embrapa Uva e Vinho, v.34, 2003, pp.56-65.
- MILAN, J. Indicação de procedência Vale dos vinhedos. In: *IV Curso de capacitação em Indicações Geográficas*. Bento Gonçalves: MAPA, 2009. (apresentação power point).
- MILAN, J. *Simpósio internacional sobre indicações geográficas*, Porto Alegre: FIERGS, 2008.
- MIOLO. *Vinhos*. Disponível em: www.miole.com.br/vinhos/vinicola_miole/ Acesso em: jan.2010.
- MORAN, W. Rural space as intellectual property. *Political geography*, v.12, n.3, p.263-277, 1993.
- MOREL, F. *Le vin au nature: la viticulture au plus près du terroir*. Paris: Sang de la Terre, 2008.
- MURDOCH, J.; MARSDEN, T.; BANKS, J. Quality, nature, and embeddedness: some theoretical considerations in the context of the food sector. *Economic geography*, v.76, n.2, p.107-125, 2000.

- MURDOCH, J.; MIELI, M. A new aesthetic of food? Relational reflexivity in the 'alternative' food movement. In: HARVEY, M.; MCMEEKIN, A.; WARDE, A. *Qualities of food*. New York: Palgrave, 2004. pp.156-175.
- MUSSELIN, C.; PARADEISE, C. Quality: a debate. *Sociologie du travail*, v.47, p.89-123, 2005.
- NABINGER, C. Estudos e pesquisas para o desenvolvimento das IG's: o caso da IP da carne bovina e da DO do arroz, no sul do Brasil. In: *II Seminário internacional de indicação geográfica*. João Pessoa: INSA, 2010. (Apresentação Power-point).
- NEE, V.; INGRAM, P. Embeddedness and beyond: institutions, exchange, and social structure". In: BRINTON, M. C.; NEE, V. *The new institutionalism in sociology*. New York: Russel Sage Foudation, 1998.
- NELSON, R.; WINTER, S. *An evolutionary theory of economic change*. Cambridge: Belknap Press, 1982.
- NERY, A.C. Indicação geográfica eleva preço em 15%. *Jornal Gazeta do Povo*. 17/10/2010. Disponível em: www.gazetadopovo.com.br/economia/conteudo.phtml?tl=1&id=1058043&tit=Indicacao-geografica-eleva-preco-em-15. Acesso em: out.2010.
- NIEDERLE, P.A. Controvérsias sobre a noção de indicações geográficas enquanto instrumento de desenvolvimento territorial: a experiência do Vale dos Vinhedos em questão. In: *Anais do 47º Congresso brasileiro de economia, administração e sociologia rural*, Porto Alegre: SOBER, 2009.
- NIEDERLE, P.A. Um negócio da China. *Winexperts*. 21/09/2008.
- NIEDERLE, P.A.; CRUZ, F.T. O muda quando a tradição se torna fast food? As reações dos consumidores italianos e franceses aos hamburgers "MacParmegiano-Reggiano" e "Quick Hallal". In: *Anais V Encontro nacional da ANPAS*. Florianópolis: ANPAS, 2010.
- NIEDERLE, P.A.; GILBERT, H. Une stratégie des territoires du vin face aux mutations du marché viti-vinicole mondial : la redéfinition des terroirs. In: DELFOSSE, C. (Org.). *Le terroir dans tous ses états*. Paris: Ed. Boutiques de l'Histoire, 2011. (no prelo)
- NIEDERLE, P.A.; RADOMSKY, R. Atores sociais, mercados e reciprocidade: convergências entre a nova sociologia econômica e o paradigma da dádiva. *Teoria & sociedade*, v.15, p.146-177, 2007.
- NORTH, D. Institutions. *Journal of economic perspectives*, v.5, n.1, p.97-112, 1991.
- NOSSITER, J. *Gosto e poder: vinho, cinema e a busca dos prazeres*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- NUTHALL, K. *EU-China agreement: no knockoff Champagne and Brie*. Disponível em: www.ausfoodnews.com.au/2010/09/16/eu-china-agreement-no-knockoff-champagne-and-brie.html Acesso em: nov. 2010.
- OIV. Worl statistics. In: *8th General assembly of the OIV*, Tbilisi: OIV, 2010. (apresentação power point).
- OIV. Situation du secteur vitivinicole mondial en 2007. *Statistiques vitivinicoles mondiales*. Paris: OIV, 2007.
- OLIVEIRA, R.; DUCATI, J.R.; BETTU, V. Vinhos de "terroir": consequências práticas da apreensão de um campo semântico. *Enología* (Edición Internacional), 2008.
- ORIGIN. *Le Tribunal de Première Instance (TPI) de la UE a décidé que le mot "Budweiser" reste tcheque*. 2009. Disponível em: www.origin-gi.com. Acesso em: 20/04/2009.

- ORLÉAN, A. Logique walrasienne et incertitude qualitative: des travaux d'Akerlof et de Stiglitz aux conventions de qualité. *Economie et société*, n.14, p.137-160, 1991.
- ORLÉAN, A. Pour une approche cognitive des conventions économiques. *Revue économique*, v.40, n.2, p.241-272, 1989.
- PARKER, R.M. *Parker's wine buyer's guide*. 7ed. New York: Simon & Schuster, 2008.
- PAYS D'OC IGP. *Quality guarantee*. 2009. Disponível em: <http://www.vindepaysdoc.com/files/vpo/documentation/Brochure-Instit-GB.pdf> Acesso em: jun.2010.
- PECH, R. *Entreprise viticole et capitalisme en Languedoc-Roussillon*. Toulouse: Université de Toulouse Le Mirail, 1975.
- PECQUEUR, B. Qualite et développement: l'hypothese du panier de biens. In: *Anais Symposium sur le developpement regional*. Montpellier: INRA, 2000.
- PEREIRA, G.M. A região do vinho do Porto: origem e evolução de uma demarcação pioneira. *Douro, estudos e documentos*, n.1, p.177-194, 1996.
- PERNIN, J. L. Essai sur les régimes de combinaisons de cités et la dynamique des mondes. *Cahiers du GRES*, n.4, 2005.
- PIMENTEL, L.O. A propriedade intelectual como instrumento de proteção jurídica dos resultados de I+D e da inovação no agronegócio. In: ARROYO, D.P.F.; KLOR, A.D. (Org.) *DeCITA 10: propiedad intelectual*. Asunción: CEDEP, v.10, 2009. pp.50-75.
- PIORE, M. Stabilité et flexibilité dans l'économie: le comportement économique entre rationalité et interprétation. In: EYMARD-DUVERNAY, F. (Org.). *L'économie des conventions: méthodes et résultats*. Tome I - Débats. Paris: La Découverte, 2006. pp.117-127.
- PIORE, M.; SABEL, C. *The second industrial divide: possibilities for prosperity*. New York: Basic book, 1984.
- PIVETTA, M. Traquinagens etílicas: análises de átomos de carbono flagrant adulterações no processo de fabricação de bebidas alcoólicas. *Pesquisa on-line FAPESP*, n. 94, dez. 2003.
- PIVETTA, M. A nova ecologia dos tintos e brancos: com mais e melhores produtores, os vinhos orgânicos e biodinâmicos conquistam consumidores e se firmam no mercado. *Bon vivant*, Flores da Cunha/RS, abr. 2008.
- PLOEG, J.D. van der. *Camponeses e impérios alimentares: lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização*. Porto Alegre: UFRGS, 2008.
- POLANYI, K. *A grande transformação: as origens da nossa época*. Rio de Janeiro: Campus, 1980.
- POLITA, F. O processo de desenvolvimento do vale dos vinhedos (Bento Gonçalves-RS). Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento), Íjuí: Unijui, 2006.
- PONTE, S. Governing through quality: conventions and supply relations in the value chain for South African wine. *Sociologia ruralis*, v.49, n.3, p.236-257, 2009.
- PONTE, S.; GIBBON, P. Quality standards, conventions and the governance of global value chains. *Economy and society*, v.34, n.1, p.1-31, 2005.
- PORTER, M.E. *Competição*. Edição revista e ampliada. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
- POSTEL, N.; SOBEL, R. Quelle théorie hétérodoxe de l'acteur économique. In: EYMARD-DUVERNAY, F. (Org.). *L'économie des conventions: méthodes et résultats*. Tome I - Débats. Paris: La Découverte, 2006. pp.131-150.

- POUZENC, M. *et al.*, Diversification des modèles de qualité territorialisée des produits agroalimentaires: risque ou opportunité pour les terroirs? *Méditerranée*, n.109, p.31-40, 2007.
- PROGOETHE. *Histórico da PROGOETHE/Indicação de procedência*. Disponível em: <http://www.progoethe.com.br/procedencia.php> Acesso em: dez.2009.
- PROTAS, J.F.S. A produção de vinhos finos: um flash do desafio brasileiro. *Agropecuária catarinense*, v.21, n.1, 2008.
- PROTAS, J.F.S. Programa de desenvolvimento estratégico da vitivinicultura do Rio Grande do Sul - Visão 2005. In: *Anais 10º Congresso latino americano de viticultura e enologia*, Bento Gonçalves, Embrapa: 2005. p.109-130.
- RADOMSKY, G. *Certificação participativa e regimes de propriedade intelectual*. Tese (Doutorado em Antropologia Social). Porto Alegre: UFRGS, 2010.
- RAMAUX, C. Les assymetries et les conflits sont-ils solubles dans la cognition? une lecture critique de l'Économies de la grandeur. *Économies et société*, n.9, p.71-84, 1996.
- RAY, C. Culture, intellectual property and territorial rural development. *Sociologia ruralis*, v.38, n.1, p.3-20, 1998.
- REBOLLAR, P.M. *et al.* *Vales da Uva Goethe*. Urussanga: Progoethe, 2007.
- REBOUÇAS, R. Deve-se usar chips para os bons vinhos. *Vinhos e vinhedos do Sul da França*. 31/03/2007. Disponível em: vinhosulfranca.blogspot.com Acesso em ago. 2009.
- RÉUSSIR VIGNE. *La simplicité pour les vins sans IG*. n.155, Actualités, set.2009
- REVILLION, J.P. *Gestão da qualidade em agronegócios*, s.d (apresentação Power-point). Disponível em: www.ufrgs.br/.../Gestão%20da%20Qualidade%20em%20Agronegócios.ppt Acesso em: nov. 2010.
- RIBAUT, J.C. Le spleen du beaujolais nouveau. *Journal le monde*. 16/11/2005. Disponível em: http://www.lemonde.fr/aujourd-hui/article/2005/11/16/le-spleen-du-beaujolais-nouveau_710762_3238.html Acesso em: out. 2010.
- RIZZON, L.A., MIELE, A. Avaliação da cv. Merlot para elaboração de vinho tinto. *Ciência e tecnologia de alimentos*, v.23, p.156-161, 2003.
- RIZZON, L.A.; MIELLE, A. Avaliação do cv. Cabernet Sauvignon para a elaboração de vinho tinto. *Ciência e tecnologia de alimentos*, v.22, p.192-198, 2002.
- ROBINSON, J.; JOHNSON, H. *Atlas mundial do vinho*, 6.ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.
- ROESE, M. O *mondovino* de cabeça para baixo: as transformações no mercado internacional do vinho e o novo empresariado vinícola. *Revista de sociologia política*, v.16, n.31, p.71-83, 2008.
- ROESE, M.; NEIS, L.O. A construção social da inovação no Vale dos Vinhedos: tradição e inovação na indústria vinícola de Bento Gonçalves – RS. In: *Anais 31º Encontro anual da ANPOCS*. Caxambu/MG: ANPOCS, 2007
- ROEST, k; MENGHI, A. Reconsidering “traditional” food: the case of parmigiano reggiano cheese. *Sociologia ruralis*, v.40, n.4, p.439-451, 2000.
- ROSA, S.M. Em busca da casta brasileira: nossos vizinhos sul-americanos são marcados por alguns de seus vinhos varietais, como a Malbec argentina. Mas o Brasil ainda não chegou lá. Será que precisa. *Adega*, São Paulo/SP, ed.23, set. 2007.

- ROSIER, J.P. Vinhos de altitude: característica e potencial na produção de vinhos finos brasileiros. *Informe agropecuário*, v.27, p.105-110, 2006.
- ROSIER, J.P.; LOSSO, M. Cadeias produtivas do estado de Santa Catarina: vitivinicultura. *Boletim técnico*, n.83, p.1-41, 1997.
- ROSIER, J.P. *et al.* Comportamento da variedade cabernet sauvignon cultivada em vinhedos de altitude em São Joaquim – SC. In: *Anais eletrônicos do 8º Congresso brasileiro de fruticultura*. Florianópolis: SBF, 2004.
- SACCO DOS ANJOS, F.; CALDAS, N.V. Indicaciones geográficas, desarrollo e identidad territorial. *Agricultura familiar en España*, v.1, p.207-214, 2010.
- SAES, A.M. Do vinho ao café: aspectos sobre a política de diferenciação. *Informações econômicas*, v.36, n.2, p.7-19, 2006.
- SALAI, R. L'analyse économique des conventions du travail. *Revue économique*, n.40, v.2, p.199-240, 1989.
- SALAI, R.; STORPER, M. The four worlds of contemporary industry. *Cambridge Journal of economics*, v.16, n.2, p.69-94, 1992.
- SANTOS, J.R.L. *O processo de abertura comercial brasileiro e os impactos sobre a vitivinicultura gaúcha – 1980-1997*. Dissertação (Mestrado em Economia). Campina Grande, PB: UFPB, 1999.
- SATO, G. S. Vinícola Miolo, criando reputação no mercado de vinhos: um estudo de caso. In: *Anais XLII Congresso brasileiro de economia e sociologia rural*. Cuiabá: SOBER, 2004.
- SATO, G.S.; ANGELO, J.A. Exportações de vinhos e derivados e o processo de internacionalização das vinícolas brasileiras. *Informações econômicas*. v.37, p.15-25, 2007.
- SAUTIER, D. Geographical indication in developing countries today: trends, hindrances and opportunities. *Meeting of SINGER-GI Project*. Montpellier, 2006.
- SAUTIER, D.; BIENABE, E.; SALLEE, B. Les indications géographiques dans les pays du sud : potentiel et enjeux. In: SYLVANDER, B.; CASABIANCA, F.; RONCIN, F. (Eds.) *Produits agricoles et alimentaires d'origine*. Montpellier: INRA/INAO, 2005. pp.184-198.
- SCHATZKI, T.; KNORR CETINA, K.; VON SAVIGNY, E. (eds.). *The practice turn in contemporary theory*. London e New York: Routledge, 2001.
- SCHIRMER, R. Les vins du Nouveau Monde sont-ils a-géographiques? *Bulletin de l'association des géographes français*, v.1, p.65-80, 2007.
- SCHIRMER, R. Une nouvelle planète des vins. In: *Actes 15ème festival international de géographie*. Saint-Dié-des-Vosges/France: Saint-Dié-des-Vosges, 2004.
- SCHMIDT, C.M. Criação e apropriação de valor no sistema agroindustrial do vinho do Vale dos Vinhedos. Tese (Doutorado em Administração). São Paulo: USP, 2010.
- SCHNEIDER, S.; NIEDERLE, P.A. Resistance strategies and diversification of rural livelihoods: the construction of autonomy among Brazilian family farmers. *Journal of peasant studies*, v.37, p.379-405, 2010.
- SCHUMACHER, W. *A Itália também tem “DENOREX”*. Disponível em: http://werner.schumacher.zip.net/arch2009-08-02_2009-08-08.html Acesso em jul. 2010a.
- SCHUMACHER, W. *Vinícolas e vinhedos: o casamento entre o plátano e videira*. Disponível em: http://vinicolasevinhedos.blogspot.com/2009/04/o-casamento-entre-o-platano-e-videira_06.html Acesso em jul. 2010b.

- SCHUMPETER, J. *Histoire de l'analyse économique*. Paris: Gallimard, 1983.
- SCIOLINO, E. Tempestade em taça de champanhe. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 3/01/2008, Caderno Paladar,
- SEYFERTH, G. Identidade camponesa e identidade étnica (um estudo de caso). *Anuário antropológico*, p.31-63, 1991.
- SEN, A.K. *On ethics and economics*. Oxford: Basil Blackwell, 1987.
- SEN, A.K. Rational fools: a critique of the behavioral foundations of economic theory. *Philosophy and public affairs*, n.6, v.4, p.317-344, 1977.
- SEVILHA GUZMAN, E. *De la sociologia rural a la agroecologia, perspectivas agroecológicas*. Barcelona: Icaria Editorial, 2007.
- SILVA, L.C. *et al.* Níveis de produção em vinhedos de altitude da cv. Malbec e seus efeitos sobre os compostos fenólicos. *Revista brasileira de fruticultura*, v.30, n.3, p.675-680, 2008.
- SILVA, L.C. *et al.* Cluster thinning in high altitude vineyards and wine quality from the cultivar Syrah. *Pesquisa agropecuária brasileira*, v.44, n.2, p.148-154, 2009.
- SILVA, T.N. *et al.* Redes de cooperação, desenvolvimento tecnológico e indicadores de competitividade da cadeia do vinho. In: *Anais V international pensa conference*, São Paulo: Pensa/USP, 2005.
- SIMON, H. *A racionalidade do processo decisório em empresas*. São Paulo: Edições Multiplic, 1980.
- SIQUEIRA, T.V. Vitivinicultura mundial: 1961-2007. *BNDES setorial*, n.26, p.233-298, 2007.
- SLUSZZ, T.; PADILHA, A.C.M. Estratégias de internacionalização dos espumantes: um estudo de cinco vinícolas do Rio Grande do Sul. *Revista brasileira de gestão e desenvolvimento regional*, v.4, n.4, p.3-24, 2008.
- SMITH, A. *Teoria dos sentimentos morais*. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- STANZIANI, A. *Histoire de la qualité alimentaire: XIXe-XXe siècles*. Paris: Seuil, 2005.
- STEINER, P.; VATIN, F. *Traité de sociologie économique*. Paris: PUF, 2009.
- STIGLER, G.J.; BECKER, G. Gustibus non est disputandum. *The american economic review*, n.67, v.2, p.76-90, 1977.
- STIGLITZ, J.E. The causes and consequences of the dependence of quality on prices. *Journal of Economic Literature*, v.25, p.1-48, 1987.
- STRAETE, E.P.; MARSDEN, T. Exploring dimensions of quality in foods. In: MARSDEN, T.; MURDOCH, J. *Between the local and the global* (Research in rural sociology and development), Emerald Group, 2006, pp.269-297.
- SYLVANDER, B.; ALLAIRE, G. *WP3 Report Siner-GI Project – Strengthening international research on geographical indications: conceptual synthesis*. Montpellier: SINER-GI. 2006.
- SYLVANDER, B. *et al.* Qualité, origine et globalisation : justifications générales et contextes nationaux, le cas des Indications Géographiques. *Canadian journal of regional science*, n.29, v.1, p.43-54, 2006.
- TAGLIARI, P. S. Potencial para produção de vinhos finos nas regiões mais altas de Santa Catarina. *Agropecuária catarinense*. Florianópolis: EPAGRI, v.16, n.2, jul.2003.

TAVARES DOS SANTOS, J.V. *Colonos do Vinho: estudo sobre a subordinação do trabalho camponês ao capital*. São Paulo: HUCITEC, 1978.

TECHNORESTO. *Le Beaujolais*. Disponível em: technorest.org/vdf/beaujolais/index.shtml Acesso em: out. 2010.

TEIL, G.; BARREY, S. Organic vine growing: from breaking new ground to bringing back the taste of the terroir. *Carrefours de l'innovation agronomique*, v.4, p.427-440, 2009.

TF1NEWS. *Beaujolais trop sucré: lourdes amendes pour les viticulteurs*, 18/03/2009. Disponível em: <http://lci.tf1.fr/france/justice/2009-03/beaujolais-trop-sucree-lourdes-amendes-pour-les-viticulteurs-4868142.html> Acesso em: ago.2010.

THÉRET, B. As instituições entre as estruturas e as ações. *Lua nova*, n.58, p.225-255, 2003.

THEVENOD-MOTTET, E. *Legal and institutional issues related to GIs. WPI Report, Siner-GI Project – Strengthening international research on geographical indications: from research foundation to consistent policy*, Montpellier: Siner-GI, 2006.

THÈVENOT, L. Un gouvernement par les normes: pratiques et politiques des formats d'information. In: CONEIN, B.; THÈVENOT, L. *Cognition et information en société*. Paris: Ed. de l'EHESS (Raisons Pratiques 8), 1997. pp.205–241.

THÈVENOT, L. *L'action au pluriel: sociologie des régimes d'engagement*, Paris: La Découverte, 2006a.

THÈVENOT, L. Convention school: specifications and differences. In: BECKERT, J.; ZAFIROVSKI, M. *International encyclopedia of economic sociology*. London: Routledge, 2006b. pp.111-115.

THÈVENOT, L. Conventions of co-ordination and framing of uncertainty. In: FULLBROOK, E. (ed.). *Intersubjectivity in economics*. London: Routledge, 2002. pp.181-197.

THÈVENOT, L. Organized complexity: conventions of coordination and the composition of economic arrangements. *European journal of social theory*, n.4, v.4, p.405-425, 2001a.

THÈVENOT, L. Pragmatic regimes governing the engagement with the world. In: SCHATZKI, T.; KNORR CETINA, K.; VON SAVIGNY, E. (eds.). *The practice turn in contemporary theory*. London e New York: Routledge, 2001b. pp.56-73.

THÈVENOT, L. Emotions et evaluations dans les coordinations publiques. In: PAPERMAN, P.; OGIEN, R. (eds.). *La couleur des pensées. Emotions, sentiments, intentions*. Paris: EHESS, 1995. pp.145-174.

THÈVENOT, L. Equilibre et rationalité dans un univers complexe. *Revue économique*, numéro especial L'économie des conventions, n.2, p.147-197, 1989.

THÈVENOT, L. Les investissements de forme. In: THÈVENOT, L. (ed.). *Conventions économiques*. Paris: Presses Universitaires de France, 1986. pp.21-71.

THIEDIG, F.; SYLVANDER, B. Welcome to the club? An economical approach to geographical indications in the European Union. *Agarwirstschaft*, n.49, v.12, 2000.

TIBOLA, C.S.; FACHINELLO, J.C.; ROMBALDI, C.V. *Guia para indicação de procedência para frutas: pêssegos em calda da região de Pelotas*. Pelotas: Gráfica Sem Rival, 2005.

TOLEDO, J.C., Gestão da qualidade na agroindústria, In: BATALHA, M.O. (org), *Gestão agroindustrial*, São Carlos: Ed. Atlas, v.1, 1997, pp.437-487.

TONIETTO, J. Geographical indicators for grapes. *Acta horticulturae*, n.785, p.467-476, 2008.

TONIETTO, J. Afinal, o que é Terroir? *Bon vivant*, Flores da Cunha/RS, abr. 2007, p.08.

TONIETTO, J. Experiências de desenvolvimento de indicações geográficas: vinhos da Indicação de Procedência Vale dos Vinhedos. In: LAGES, V.; LAGARES, L.; BRAGA, C. (Orgs.). *Valorização de produtos com diferencial de qualidade e identidade*. Brasília: Sebrae, 2005. pp.146-162.

TONIETTO, J. Vinhos brasileiros de 4ª geração: o Brasil na era das indicações geográficas. *Comunicado técnico*, n.45. Bento Gonçalves/RS: Embrapa: 2003.

TONIETTO, J.; CARBONNEAU, A. Análise mundial do clima das regiões vitícolas e de sua influência sobre a tipicidade dos vinhos: a posição da viticultura brasileira comparada a 100 regiões em 30 países. In: *Anais do IX Congresso brasileiro de viticultura e enologia*. Bento Gonçalves: Embrapa Uva e Vinho, 1999.

TONIETTO, J.; FALCADE, I. Vinhos regionais: regulamentação no Brasil. In: *Anais do 10º Congresso brasileiro de viticultura e enologia*, Bento Gonçalves: Embrapa Uva e Vinho, p.153-157, 2006.

TONIETTO, J. ZANUS, M. Indicações Geográficas de Vinhos Finos do Brasil - Avanços e Projetos em Desenvolvimento. *Bon vivant*, Flores da Cunha/RS, jun.2007, p.29.

TONIETTO, J. et. al. Monte Belo: características da identidade regional para uma indicação geográfica de vinhos. *Circular técnica*: Embrapa Uva e vinho, n.76, 2008.

TORRES, O. *La guerre des vins, l'affaire Mondavi, mondialisation et terroirs*. Paris: Dunod, 2005.

TOUZARD, J.M. Construction institutionnelle des indications géographiques et des signes de qualité. *Relatório de Pesquisa - Projeto CAPES-COFECUB n.649-09*, 2010a (mimeo).

TOUZARD, J.M. Les caves coopératives dans la transformation du vignoble Languedocien. In: RAYNAUD, C. Vins, vignes et territoires. *Etudes héraultaises*, 2010b.

TOUZARD, J.M. La construction économique et politique des marchés : l'exemple de la reconversion viticole en Languedoc-Roussillon. *Les cahiers du CEVIPOF*, n.48, abr. 2008.

TOUZARD, J.M. Régulation sectorielle, dynamique regional et transformation d'un système productif local: exemplo de la viticulture languedocienne. In: ALLAIRE, G.; BOYER, R. (Ed.). *La grande transformation de l'agriculture*. Paris: INRA/Economica, 1995. pp.293-322.

TOUZARD J.M., Le retrait viticole et les conditions de la diversification agricole en Languedoc-Roussillon. *Revue d'économie méditerranéenne*, v.41, n.163, p.45-63, 1993.

TOUZARD, J.M.; LAPORTE, J.P. Deux décennies de transition viticole en Languedoc-Roussillon: de la production de masse à une viticulture plurielle, *Pôle Sud*, n.9, p.26-47, 1998.

TTB. *Wine appellations of origin*. Disponível em: www.ttb.gov/appellation/index.shtml Acesso em: dez.2010.

UNION DES VIGNERONS DU BEAUJOLAIS. *Beaujolais: un travail d'orfèvre*. Disponível em: <http://www.beaujolais-wines.com/Appellations-crus-vins-beaujolais/beaujolais-cepage-gamay-vinification.asp> Acesso em: jul.2010.

USDC. *U.S. wine industry – 2008*. Disponível em: <http://trade.gov/td/ocg/wine2008.pdf> Acesso em: nov. 2010.

USPTO. *Office of the administrator for policy and external affairs - Geographical Indications*. Disponível em: <http://www.uspto.gov/ip/global/geographical/index.jsp> Acesso em: nov. 2010.

UVIBRA. *Dados estatísticos*. Disponível em: www.uvibra.com.br. Acesso em nov.2010.

UVIBRA. *Manual de produção de uvas de alta qualidade 2007/2008*. Bento Gonçalves: UVIBRA, 2008.

VACCARI, N. *et al.* Compostos fenólicos em vinhos e seus efeitos antioxidantes na prevenção de doenças. *Revista de ciências agroveterinárias*, v.8, n.1, p.71-83, 2009.

VALCESCHINI, E.; NICOLAS, F. La dynamique économique de la qualité agro-alimentaire. In: NICOLAS, F. ; VALCESCHINI, E. *Agroalimentaire: une économie da la qualité*. Paris: INRA-Economica, 1995. pp.15-37.

VALDUGA, V. *O processo de desenvolvimento do enoturismo no Vale dos Vinhedos*. Dissertação (Mestrado em Turismo). Caxias do Sul: UCS, 2007.

VALDUGA, V.; VALDUGA, G. Região, Vinho e Identidade: uma visão sobre o Vale dos Vinhedos. In: *Anais do 28º Encontro estadual de geografia*. Bento Gonçalves: UCS, 2008.

VALE, G.M.V. *Laços como ativos territoriais: análise das aglomerações produtivas na perspectiva do capital social*. Tese (Doutorado em Administração). Lavras: UFLA, 2006.

VAN DE KOP, P.; SAUTIER, D.; GERZ, A. (Eds.). Origin-labeled products: lessons for pro-poor market development. *Bulletin 372*. Amsterdã/Montpelier: KIT/CIRAD, 2006.

VANDECANDELAERE, E. *et al.* *Linking people, places and products*. Rome: FAO/SINERGI, 2009.

VANDENBERGHE, F. *Teoria social realista: um diálogo franco-britânico*. Belo Horizonte: UFMG, 2010.

VANDENBERGUE, F. Construção e crítica na nova sociologia francesa. *Sociedade e estado*, v.21, n.2, p.315-366, 2006.

VEJA. Barril de pólvora: Documentário transforma a vinicultura em tema explosivo. *Cinema*. Edição 1855, 26/05/2004.

VELLOSO, C. *Indicação geográfica e desenvolvimento territorial sustentável: a atuação dos atores sociais nas dinâmicas de desenvolvimento territorial a partir da ligação do produto ao território (um estudo de caso em Urussanga, SC)*. Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas). Florianópolis: UFSC, 2008.

VIEIRA, E. O vinho se transforma no rei do supermercado - como a bebida deixou de ser um produto restrito às elites para entrar na casa da classe média brasileira. *Revista época*. São Paulo/SP. 5/11/2007.

VINEFLHOR-INFOS. *Bilans de campagne régionaux à mi-campagne 2007-2008*. Tome 2. n.152, abr. 2008. Disponível em: <http://www.onivins.fr/pdfs/749.pdf> Acesso em: nov. 2010.

VITROLLES, D. *Comment concilier préservation d'un patrimoine culturel et gastronomique et normalisation d'une production traditionnelle? L'exemple du fromage Serrano au Sud du Brésil*. In: Colloque International « Localiser les Produits ». Paris, France. 2009.

VITROLLES, D. *Construction sociale et institutionnelle du lien à l'origine dans le cadre de l'émergence des Indications Géographiques au Brésil: cas de la viande do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional*. Dissertação (Mestrado em geografia), Lyon/France: Université Lumière Lyon 2, 2007.

- WALRAS, L. *Études d'économie sociale*. Paris: R. Pichon e R. Duran-Auzias, 1936.
- WESZ JUNIOR, V.J. *As políticas públicas de agroindustrialização na agricultura familiar: análise e avaliação da experiência brasileira*. Dissertação (Mestrado de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade). Rio de Janeiro: UFRRJ, 2009.
- WHITE, H. *Markets from networks*. Princeton: Princeton University Press, 2001.
- WHITE, H. Where do markets come from? *American journal of sociology*, n.87, p.517-547, 1981.
- WILKINSON, J. *Mercados, redes e valores: o novo mundo da agricultura familiar*. Porto Alegre: UFRGS, 2008.
- WILKINSON, J. Network theories and political economy: from attrition to convergence? In: MARSDEN, T.; MURDOCH, J. *Between the local and the global: confronting complexity in the contemporary agri-food sector*. Amsterdam: Elsevier, 2006. pp.11-38.
- WILKINSON, J. A new paradigm for economic analysis? *Economy and society*, v.26, n.3, p.305-339, 1997.
- WILKINSON, J. Sociologia econômica e agroindústria. *Estudos sociedade e agricultura*, n.6, p.81-90, 1996.
- WILLIAMSON, O. *The economics institutions of capitalism*. New York: Free Press, 1985.
- WIKIPÉDIA. *Vinho fino*. s.d. Disponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/Vinho_fino Acesso em: nov.2010.
- WINE INSTITUTE. *American viticultural areas by name*, 2010. Disponível em: <http://www.iwineinstitute.com/avabynome.asp> . Acesso em: out. 2010.
- WINES OF BRASIL. Sobre o projeto. Disponível em: www.winesfrombrazil.com/sobreprojeto.php Acesso em: nov. 2010.
- WINTER, M. Embeddedness, the new food economy and defensive localism. *Journal of rural studies*, v.19, p.23-32, 2003.
- ZANUS, M.C. Efeito do terroir na qualidade dos espumantes da Serra Gaúcha. In: *IV Curso de capacitação em Indicações Geográficas*. Bento Gonçalves: MAPA, 2009. (apresentação power point).
- ZANUS, M.C. *Avaliação da distinguibilidade de vinhos varietais visando uma proposta para recomendação de variedades para vinho fino*. Bento Gonçalves: EMBRAPA-CNPV, 1996. (Relatório de pesquisa).
- ZANUS, M.C.; TONIETTO, J. Riesling Itálico: um vinho emblemático para a Serra Gaúcha/Brasil. In: *Anais 10º Congresso brasileiro de viticultura e enologia*, Bento Gonçalves: Embrapa Uva e Vinho, p.147-152. 2006.
- ZAOUAL, H. *Nova economia das iniciativas locais: uma introdução ao pensamento pós-global*. Rio de Janeiro: DP&A/Consulado Geral da França/ COPPE-UFRJ, 2006.
- ZELIZER, V. Circuits within capitalism. In: NEE, V.; SWEDBERG, R. *The economic sociology of capitalism*. Cambridge: Cambridge University Press, 2003. pp.289-319.
- ZELIZER, V. Repenser le marché: la construction sociale du 'marché aux bébés' aux États-Unis, 1870-1930. *Actes de la recherche en science sociales*, n.94, p.3-26, 1992.
- ZELIZER, V. *The social meaning of money*. New York: Basic Books, 1994.

ZEN, A.C. *A influência dos recursos na internacionalização de empresas em clusters: uma pesquisa no setor vitivinícola no Brasil e na França*. Tese (Doutorado em Administração). Porto Alegre: UFRGS, 2010.

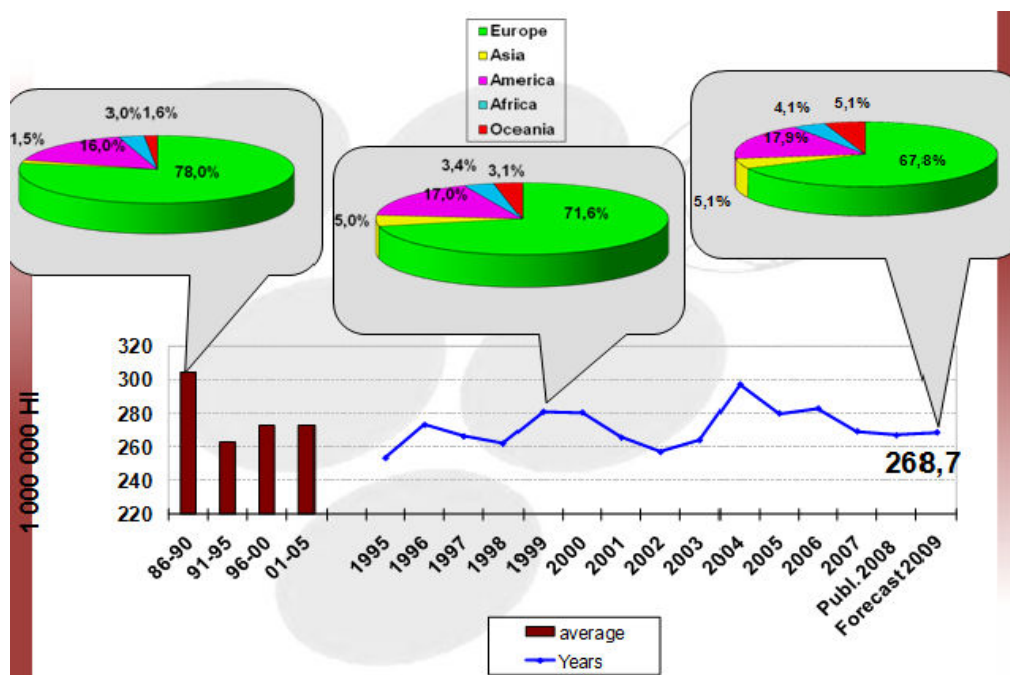
ZUKIN, S.; DiMAGGIO, P. Introduction. In: ZUKIN, S.; DiMAGGIO, P. *Structures of capital*. Cambridge: Cambridge University Press, 1990. pp.1-36.

ZYLBERSZTAJN, D. *Estruturas de governança e coordenação do agribusiness: uma aplicação da nova economia das instituições*. Tese (Livre Docência). São Paulo: USP, 1995.

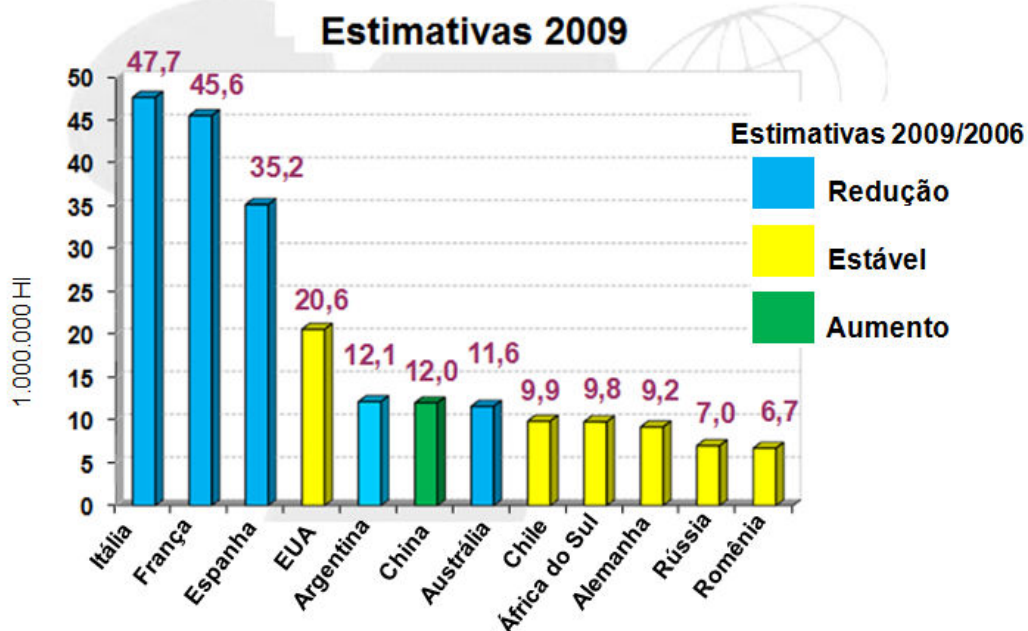
ZYLBERSZTAJN, D.; MIELE, M. Stability of contracts in the brazilian wine industry. *Revista de economia e sociologia rural*, v.43, n.2, p.353-371, 2005.

ANEXOS

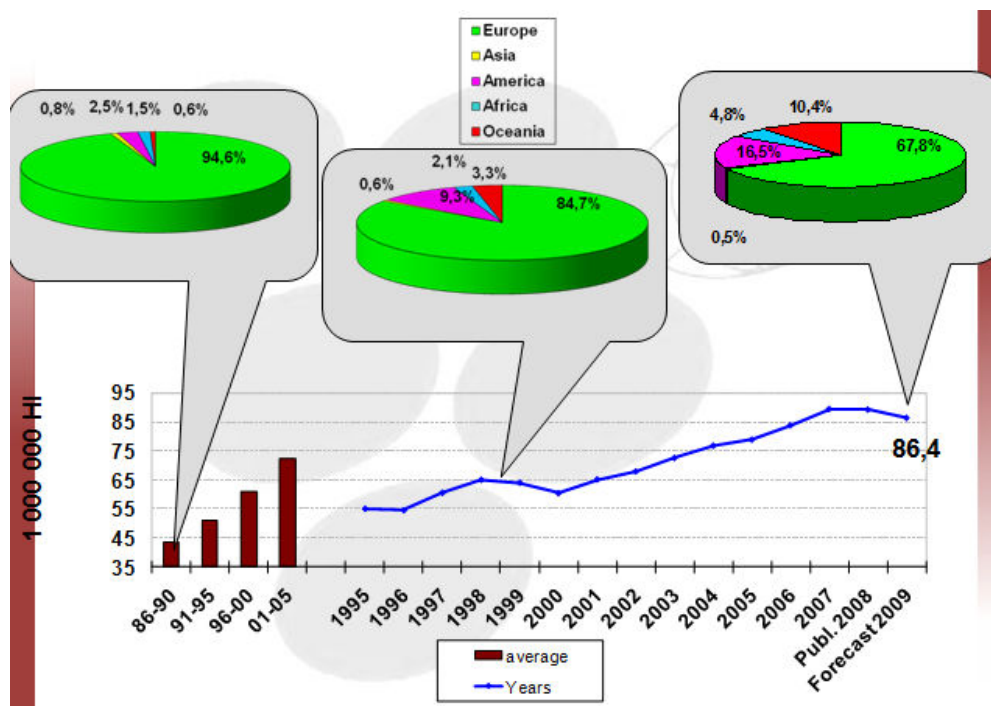
Anexo 1 – Dados relativos ao mercado mundial de vinhos.



Evolução da produção mundial de vinho e participação dos continentes.
Fonte: OIV (2010).



Estimativas de produção de vinho em 2009 para os 12 países líderes.
Fonte: OIV (2010).



Exportações mundiais de vinho.

Fonte: OIV (2010).

Anexo 2 – Ata de reunião entre Aprovale e Embrapa, agosto, 1995.

RECEPÇÃO DA EMBRAPA LOCAL À COMITIVA APROVALE EM 22/AGOSTO/1995.

LOCAL . embrapa local

HORA . 8.30 Hs.

DATA 22/AGOSTO DE 1995.

ASSUNTOS:

FOI APRESENTADO À EMBRAPA PELA APROVALE, a NOSSA INTENÇÃO DA DENOMINAÇÃO DE ORIGEM DO VALE DOS VINHEDOS, E SOLICITADO, APOIO DAQUELA ENTIDADE DE PESQUISAS.

- FEITA A EXPLANAÇÃO DAS INTENÇÕES DA APROVALE, Os REPRESENTANTES DA EMBRAPA DEMONSTRARAM O MAIOR INTERESSE PELO ASSUNTO.

- PARA TAL, A APROVALE REUNIRÁ TODA A DOCUMENTAÇÃO POSSÍVEL, E SOLICITARÁ POR ESCRITO ESTE AUXÍLIO QUE SERÁ REMETIDO À CENTRAL DA EMBRAPA E AVALIADO.

- OS REPRESENTANTES DA EMBRAPA ESPLANARAM SOBRE O ASSUNTO: "PRODUTORES ORGANIZADOS", QUE É A GRANDE TENDÊNCIA DA ATUALIDADE PARA VENCER OS NOVOS DESAFIOS PARA A SOBREVIVÊNCIA EMPRESARIAL, e CITOU COMO EX. OS SUINOCULTORES DE LAJEADO E OS PRODUTORES DE UVA DE MESA DO VALE DO SÃO FRANCISCO NO NORDESTE DO PAÍS , ONDE OS MESMOS TRABALHAM EM SISTEMA TOTAL DE COOPERATIVISMO.

-- INFORMARAM, TAMBÉM O LANÇAMENTO DE SEU LIVRO SOBRE A EMBRAPA E SUAS PESQUISAS SOBRE SEU TRABALHO REALIZADO EM CARTOGRAFIA DA NOSSA REGIÃO;

- Nos INDICARAM PARA MANTER CONTATO COM A Sra. IVANIRA FALCADE DA UCS, PROFESSORA E PESQUISADORA.

- A EMBRAPA ESTÁ DESENVOLVENDO, TAMBÉM, NA ÁREA DE UVAS, UM TRABALHO SOBRE RECURSOS GEOGRÁFICOS E CONDIÇÕES CLIMÁTICAS DA NOSSA REGIÃO, e SOLO.

- ISSO VAI NOS LOCALIZAR MELHOR, EM CULTIVAR A UVA CERTA NA REGIÃO EXATA.

- SERÁ REMETIDO PELA APROVALE PARA AQUELE CENTRO DE PESQUISAS, UM PERFIL AROMÁTICO DOS VINHOS DO VALE DOS VINHEDOS.

- FICOU COMO SUJESTÃO, TAMBÉM UM VIDEO SOBRE O VALE DOS VINHEDOS.

- PRESENTES À REUNIÃO:

APROVALE: MARCOS VALDUGA - ADRIANO MIOLO - JOÃO VALDUGA - ADEMIR BRANDELLI

EMBRAPA : Dr. PAULO DIAS DE OLIVEIRA - DIRETOR

JORGE TONNETTO - PESQUISADOR.

SECRETÁRIO DO ENCONTRO ELVANDER L. CONZATTI

Anexo 3 – Registro da Indicação de Procedência Vale dos Vinhedos.



REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior
Instituto Nacional da Propriedade Industrial

REGISTRO DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA Nº IG 20000




O INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL - INPI reconhece a denominação **VALE DOS VINHEDOS** como **INDICAÇÃO GEOGRÁFICA** para **VINHOS TINTOS, BRANCOS E ESPUMANTES**, concedendo o seu registro para os fins e efeitos da proteção de que trata a Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996, nos seguintes termos:

Espécie da Indicação Geográfica: **Indicação de Procedência**

Apresentação: **Mista** Natureza: **De Produto**

País: **Brasil**

Área Geográfica: Área total de 81,23 km², em coordenadas extensas localiza-se entre os paralelos 29°09' e 29°15' Sul e os meridianos 51°51'38' Oeste de Greenwich. A referida área encontra-se distribuída em municípios de Monte Belo do Sul, Garibaldi e Bento Gonçalves, onde localizada sua maior parte. A área possui a forma aproximada de triângulo isósceles, cujos vértices localizam-se a Nordeste da cidade de Bento Gonçalves, a Leste da cidade de Monte Belo do Sul e ao Nordeste da cidade de Garibaldi.

Data do pedido de registro: **06 de julho de 2000**

Titular: **Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos APROVALE**

Endereço: **Estrada da Vindima, s/nº
Vale dos Vinhedos
95700000 - Bento Gonçalves - RS - Brasil**

Rio de Janeiro, em 22 de novembro de 2002.

Faia Elizabeth Bizarro
Diretora de Marcas do INPI

Guaraciara
Presidente do INPI