

INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS, TIPLICIDADE E PRODUTOS LOCALIZADOS: OS NOVOS COMPROMISSOS VALORATIVOS NA VITIVINICULTURA DO VALE DOS VINHEDOS¹

Paulo André Niederle²

Míriam Aguiar³

RESUMO: O artigo analisa o processo de institucionalização das Indicações Geográficas para vinhos no Brasil. A partir de informações coletadas em estudo de caso realizado na principal região vitivinícola do país (Vale dos Vinhedos, Estado do Rio Grande do Sul), o estudo discute os compromissos valorativos a partir dos quais diferentes atores (produtores, técnicos, consumidores, pesquisadores) buscam legitimar concepções qualitativas que fundamentam as escolhas técnicas, as normas e os padrões de produção. Os resultados demonstram a complexa interação entre inovação nas práticas produtivas e estratégias de valorização da tipicidade do produto associada ao terroir. Ao longo do processo de construção social da qualidade dos vinhos ensejado pela IG, vêm à tona conflitos envolvendo a valorização cultural dos bens materiais e imateriais do território e uma estratégia de modernização da produção vinícola regional.

Palavras-chave: indicações geográficas, tipicidade, mercado vinícola, valores.

GEOGRAPHICAL INDICATIONS, TYPICITY AND LOCALIZED PRODUCTS: NEW COMMITMENTS TO EVALUATION IN VITICULTURE IN VALE DOS VINHEDOS

ABSTRACT: The paper discusses the institutionalization of Geographical Indications for wines in Brazil. The emphasis is on the evaluative disputes underway in hybrid forums where different actors seek to build a collective agreement concerning the norms and standards of production. The analysis highlights the different understandings of quality relating to the discourses and practices of the actors (producers, technicians, researchers, consumers) involved in the construction of the GIs. The results are derived from research conducted in the most important Brazilian viticultural region (Vale dos Vinhedos, Rio Grande do Sul State). It demonstrates the complex interactions between innovation of productive practices and the strategies for valorization of the product typicity related to the terroir. In the course of the social construction of quality catalyzed by the GI conflicts emerge concerning the valorization of cultural goods and a modernization strategy for the regional wine production.

Key-words: geographical indications, typicity, wine market, quality, values.

JEL Classification: O18, O33, Q18.

¹Registrado no CCTC, REA-26/2012.

²Ciências Sociais, Doutor, Professor do Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas da Universidade Federal do Paraná (UFPR), Curitiba, Estado do Paraná, Brasil (e-mail: paulo.niederle@yahoo.com.br).

³Comunicação Social, Doutora, Rio de Janeiro, Estado do Rio de Janeiro, Brasil (e-mail: miriab@ig.com.br).

1 - INTRODUÇÃO

A construção de uma Indicação Geográfica (IG) está diretamente vinculada às formas de 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 a partir de um saber coletivamente partilhado (BÉRRARD; MARCHENAY, 2004). Mas esta unidade também é fundada em uma diversidade interna considerável, de modo que observamos um processo social de construção e redefinição dos critérios considerados válidos para julgar (classificar) o que é típico (CASABIANCA et al., 2005). A pertinência dos diferentes componentes da tipicidade é negociada pelos atores que reivindicam o uso da IG.

Existem inúmeras manifestações de tipicidade de um produto alimentar que não possuem vínculo com a origem geográfica. Neste caso, o reconhecimento desta característica não se relaciona à sua procedência. Seus fundamentos (variedades, raças ou procedimentos tecnológicos) não são produzidos por efeitos do *terroir*. Ao contrário, as justificações que legitimam o reconhecimento da IG podem estar relacionadas a formas de tipicidade decorrentes do desempenho técnico do processo de produção, de modo que a IG constitui-se como um instrumento para catalisar a padronização das práticas produtivas. De fato, no mundo dos vinhos há uma ideia generalizada em torno do potencial desse dispositivo em criar produtos que exprimem um conjunto uniforme de propriedades organolépticas e sensoriais, as quais conferem uma “identidade enológica” reconhecida por *experts* e consumidores. Os riscos desta perspectiva envolvem a possibilidade de descaracterização do vinho e a dissolução de sua ligação histórico-cultural com o território.

Teoricamente, mais que um “produto local” as IGs catalisam o reconhecimento de patrimônios vivos partilhados por grupos sociais e

instituídos por estes como marcos identitários (FROEHLICH, 2012). Não é exatamente o espaço físico que elas colocam em evidência, mas os elementos através dos quais se constroem ligações duráveis entre as características específicas do *terroir*, compreendendo tanto os fatores naturais quanto humanos. Esta perspectiva qualitativa deve imperativamente reconhecer um processo evolutivo onde inovações e tradições articulam-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, mas visa garantir que toda inovação faça sentido dentro do sistema de conhecimentos partilhado pela comunidade.

Por sua vez, enquanto instrumento de propriedade intelectual reconhecido legalmente, a IG procura salvaguardar um saber singular em relação às mudanças oriundas de um universo que lhe é exterior. Não se trata de um “localismo defensivo” que protege uma homogeneidade local idealizada face às transformações em curso na sociedade englobante (HINRICHS, 2000). As IGs acentuam a valorização do local demonstrando sua aptidão para receber o que lhe é externo: a expressão do *terroir* é, portanto, um processo dinâmico de adaptação e mudança, gerenciado por atores situados em redes que extrapolam os limites da área geográfica delimitada.

Inevitavelmente, existem tensões inerentes a esta dinâmica, a começar pela própria definição dos atores que constituem as redes. Em cada IG encontra-se uma perspectiva mais ou menos distribuída entre os distintos atores da cadeia produtiva e do território. O caráter compartilhado dos saberes que definem a tipicidade do produto é, então, uma propriedade comum do conjunto destes atores e não apenas de alguns dentre eles. A tipicidade emerge como atributo relacional, definido a partir do momento em que os atores entram em acordo sobre a pertinência dos conhecimentos (locais e exógenos) que definem o processo de qualificação do produto. Por fim, a tipicidade passa a ser negociada a partir do confronto entre os

diferentes sistemas de valores considerados legítimos pelos atores envolvidos na construção da IG e institucionalizada em normas e práticas que definem a construção de itinerários sociotécnicos específicos para elaboração do produto.

A partir de estudos de caso vinculados a pesquisas de doutoramento e pós-doutoramento realizadas pelos autores⁴ junto à principal região vitivinícola do país, o Vale dos Vinhedos, este artigo discute como as disputas avaliativas em torno da definição da tipicidade são conduzidas entre diferentes atores que necessitam construir um acordo acerca das normas e padrões de produção. Os dados que fundamentam a discussão foram coletados em entrevistas realizadas entre 2011 e 2012 junto aos atores da cadeia produtiva e do território, agentes responsáveis pela regulamentação e promoção dos vinhos, bem como em documentos secundários referentes à normatização das indicações geográficas. Os resultados apontam para uma hibridização entre valores mercantis/industriais e valores domésticos/patrimoniais, em decorrência do processo de qualificação articular. A valorização do patrimônio local (cultural e ecológico), com uma estratégia de modernização da produção brasileira de vinhos, está empreendida com vistas a fazer frente aos novos desafios competitivos do mercado global. Dentre as implicações dessa estratégia está a formação de uma nova referência de tipicidade para os vinhos e um questionamento ao dualismo outrora presenciado entre “vinhos de *terroir*” e “vinhos varietais” (GARCIA-PARPET, 2007).

Durante décadas, as IGs revelaram-se a expressão máxima de um estilo de produção asentado na valorização dos territórios e em métodos tradicionais de viticultura e vinificação, constituindo um contraponto a um modelo industrial de vitivinicultura que procurava superar os limites impostos pela natureza a partir da padronização das técnicas de produção. Esta padroniza-

ção resultaria em vinhos cujas qualidades sensoriais deveriam atender à crescente uniformização dos gostos (LOTTY, 2010). Atualmente, face ao desenvolvimento acelerado das IGs no “novo mundo” vitivinícola, mas também sua reinstitucionalização nos países mais tradicionais, essa distinção perde seu sentido. 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 (NIEDERLE; VITROLLES, 2010). No caso brasileiro, pode-se afirmar que as IGs contribuíram para a modernização da produção vitivinícola, catalisando desde a reconversão dos sistemas de condução dos vinhedos e mudanças nas cultivares até o uso de novas tecnologias de vinificação.

2 - OS DIFERENTES MUNDOS DE PRODUÇÃO DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS

Ao longo das duas últimas décadas, as discussões acerca das transformações no mercado vitivinícola apontaram para a formação de diferentes mecanismos de qualificação. Dentre eles, as IGs foram associadas àquilo que a economia das convenções nomeia “mundo doméstico” (PONTE, 2009), o que sustenta uma ideia mais ou menos recorrente segundo a qual elas estão vinculadas à construção de mecanismos de resistência ao processo de commoditização em curso no mercado vitivinícola e no sistema agroalimentar como um todo. Nesta perspectiva, 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 de uma identidade coletiva.

Ademais, neste caso as IGs constituiriam uma forma de coordenação onde os mecanismos de verificação da qualidade passariam pela recor-

⁴O detalhamento do referencial teórico-metodológico da pesquisa pode ser encontrado em Niederle (2011) e Aguiar (2012).

rência das relações entre produtores e consumidores, envolvendo vínculos de confiança e respeito aos costumes e tradições. Segundo Letablier e Delfosse (1995, p. 100),

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.

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; STORPER, 1992). Fora dos grandes circuitos de produção e consumo massificados, as IGs estariam diretamente associadas ao crescimento de um mundo relativo aos mercados marshallianos de produtos especializados e particulares (MURDOCH; MARSDEN; BANKS, 2000).

Neste mesmo sentido, as IGs são frequentemente concebidas como ferramentas potenciais de desenvolvimento territorial endógeno. Dentre os argumentos discriminados a favor dessa 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; CERDAN, 2009; SAUTIER, 2006; MASCARENHAS, 2008; TONIETTO, 2005; BARJOLLE; THÉVENOT-MOTTED, 2004). Como menciona Touzard (2010), a contribuição das IGs à criação de um “modelo agroalimentar patrimonialista” associa-se aos investimentos que produtores e consumidores estão dispostos a fazer para gerar uma “renda territorial” através da qualificação dos

recursos locais.

Não obstante, ainda que o processo de qualificação almejado pelos atores possa perenizar este tipo de dinâmica territorial, é o formato específico e socialmente construído de uma IG que determina se ela atuará como um aglutinador das estratégias dos atores locais, contendo um apelo sobre o patrimônio coletivo e o bem público, ou, de outro modo, se ela constituirá um “bem de club”, podendo conter um forte efeito de exclusão (THIEDIG; SYLVANDER, 2000). Em si mesma, “uma IG não garante a instauração de um clima de confiança e de comportamentos cooperativos” (FOURNIER, 2008, p. 547).

A lógica de contrapor o modelo territorial e patrimonialista àquele dos mercados alimentares globais não possui, atualmente, o mesmo poder explicativo. As próprias IGs foram largamente incorporadas ao regime sociotécnico dominante, talvez de modo ainda mais destacado no caso dos vinhos (NIEDERLE, 2012). A certificação que alguns sistemas preconizam revela uma tentativa de extrapolar os circuitos locais de produção e consumo com vistas a 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 não se opõe a uma dinâmica global e setorial, mas associa-se a ela.

Mas cabe também citar formas de reação a este processo de apropriação, por meio das quais se estruturam mecanismos de ressingularização dos produtos e revalorização dos bens imateriais presentes nos territórios. Essa dialética de apropriação e reapropriação gera um contexto particularmente complexo de hibridização entre mercados universalistas e particularistas, fazendo 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 dispositivo 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), de opinião (construção de notoriedade) e inspiracional (singularização do vinho)⁵.

Mas, como um projeto de IG pode conviver com princípios qualitativos díspares em seu interior? A conformação de um dispositivo convencional nesses termos passa pela criação de “compromissos” entre diferentes grandezas valorativas (BOLTANSKI; THÉVENOT, 1991). Por um lado, os projetos buscam suspender os objetos de conflito. Neste caso, o compromisso é fundado na exclusão de todo actante que possa ser causa de instabilidade para o dispositivo. Ao longo da construção do Regulamento de Uso, os atores esforçam-se em deslegitimar determinados atores, cultivares, métodos de cultivo, técnicas de vinificação, componentes da paisagem, etc., que possam incitar interpretações desviantes. Esse processo excludente permite solidificar os acordos entre aqueles atores que permanecem vinculados ao projeto, fortalecendo-os em face das críticas que possam incidir sobre o mesmo.

Por outro lado, o compromisso pode emergir de uma concepção integrada de valores que fundam um novo tipo de princípio qualitativo (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 1999). O “projeto” passa a ser 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 vinho, é possível manter o compromisso. Trata-se de um acordo transitório que poderá ser desconstituído na medida em que não se produzam os resultados esperados ou, se novos princípios forem in-

troduzidos. 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 contestação e de legitimá-lo perante o conjunto dos atores.

3 - OS COMPROMISSOS VALORATIVOS EMERGENTES: o caso da IG Vale dos Vinhedos

O Brasil contabiliza uma produção vitícola anual de 1,22 milhão de toneladas. 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 outros derivados da uva e do vinho (IBRAVIN, 2009). A maior parte dessa produção está concentrada no Rio Grande do Sul, onde são industrializados cerca de 90% dos vinhos nacionais. No entanto, a participação do estado tem decrescido gradualmente na última década em virtude do crescimento de novas regiões como o Vale do São Francisco, noroeste de São Paulo, Vale do Rio do Peixe e São Joaquim em Santa Catarina, as quais passaram a desenvolver novas perspectivas qualitativas associando a modernização da produção e a inscrição em um *terroir* específico.

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 definem como uma “dualidade estrutural”. A mesma 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”, basea-

⁵A noção de “mundos” deriva das discussões empreendidas no âmbito da “economia das convenções”, em especial do trabalho seminal de Boltanski e Thévenot (1991).

do na produção de vinhos finos. São modelos com características 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. Contudo, trata-se também de modelos que, embora envolvam circuitos de produção e consumo diferenciados, são altamente relacionais, frequentemente coexistindo no interior das vinícolas, o que torna o setor particularmente complexo para uma caracterização precisa das estratégias dos atores envolvidos.

O segmento dos vinhos de mesa mostra-se ainda largamente predominante no que diz respeito à área cultivada e quantidade produzida. As uvas americanas e híbridas correspondem a 85% das cepas plantadas e os vinhos de mesa abarcam quase 90% do mercado nacional em volume comercializado. 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 (IBRAVIN, 2009). Este predomínio da produção de vinhos de mesa deve-se a uma série de razões técnicas, econômicas e sociais dentre as quais destaca-se: (1) a constituição de itinerários ou rotinas técnicas reproduzidas desde o período de colonização da região e perpetuadas entre as gerações de agricultores; (2) 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; (3) o fato deste modelo possibilitar maior garantia de comercialização da produção em virtude da diversidade de produtos elaborados a partir das “uvas comuns”; e (4) o elevado custo fixo de implantação de um vinhedo, aliado ao fato de que, enquanto as vinhas híbridas permanecem produtivas por diversas gerações, as cultivares viníferas são rentáveis por períodos que variam entre 10 e 20 (DESPLOBINS, 2005).

Mesmo assim, a produção de *Vitis vinifera* também revela uma trajetória ascendente nos últimos anos. Durante a segunda metade dos anos 1990, 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 Rio Grande do Sul. Essa expansão dos vinhos finos tem se revelado, contudo, concentrada em determinadas regiões, as quais passaram a capitanear um processo de reconversão e modernização da produção vitícola e vinícola. Dentre essas regiões está o Vale dos Vinhedos.

O Vale dos Vinhedos foi uma das primeiras zonas da Serra Gaúcha a receber imigrantes italianos, que ali se estabeleceram a partir de 1875 e passaram a desenvolver um sistema de policultivo e pecuária que sustentou a formação da chamada “agricultura colonial”, termo ainda hoje reivindicado para caracterizar o modo de vida e a identidade camponesa e étnica que essas comunidades rurais construíram no sul do Brasil (SANTOS, 1978). Atualmente, o Vale dos Vinhedos representa a 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”, a qual procura conciliar os traços culturais da agricultura colonial com um novo padrão de excelência na produção de vinhos finos.

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, associado às recentes 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 descen-

dentes.

O resultado é a constituição de uma identidade que é, cada vez mais, fruto de investimentos empreendidos hodiernamente pelos atores econômicos no plano simbólico para projetar o Vale dos Vinhedos e seus vinhos para fora do território (FROEHLICH, 2012).

Não é simples definir os fatores que possibilitaram a consolidação da região como uma dentre aquelas 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. Como destacam Silva et al. (2009), 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. Para a formação desta rede, além da presença de instituições de pesquisa, foi fundamental a formação de enólogos e técnicos em vitivinicultura. Assim, se os “nós” centrais da rede são as cantinas familiares, os “laços fracos” que dinamizaram o processo de inovação somente se constituíram em virtude de uma geração de jovens enólogos que, nesta época, estava sendo formada no Brasil e no exterior⁶.

⁶Para Granovetter (1973), a inovação está condicionada à existência de uma rede de atores e à constituição de “laços fracos” que permitam a circulação de informações não-redundantes dentro da rede, isto é, informações inéditas prove-

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 e queijarias ajudou a fazer do local um dos principais destinos turísticos do sul do Brasil, recebendo cerca de 250 mil pessoas anualmente. 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 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 se iniciou em 1995 com a criação da associação de produtores (APROVALE) e teve seu momento decisivo com a obtenção da Indicação de Procedência (IP), em 2002.

Constituída inicialmente por seis cantinas, atualmente a Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos (APROVALE) conta com 27 vinícolas associadas e 28 sócios não produtores (hotéis, pousadas, restaurantes, artesanatos e queijarias). Desde sua constituição, a associação teve como propósito atuar na cons-

nientes de outras redes, capazes de catalisar o processo de inovação.

trução 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 associação. Apesar de não contar com todas as vinícolas locais, e do grau de cooperação direta entre os associados ser relativamente pequeno, a APROVALE tornou-se um dos atores mais importantes no território. Isto é decorrência da presença de algumas das principais vinícolas nacionais, o que permitiu transformar o capital econômico dessas empresas em capital político e, com isso, obter influência sobre outras esferas sociais, notadamente para obtenção de recursos públicos.

Outra instituição que merece destaque nesta rede é a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA). A rigor, a proposição inicial da IG parece ter partido do poder público. Em busca de alternativas no mercado de vinhos, as vinícolas apostaram em um conceito que estava sendo proposto pelos pesquisadores. Assim, a EMBRAPA passou a coordenar e articular, em torno de si, um amplo conjunto de atores e organizações, constituindo uma espécie de “ponte” através da qual circulam recursos e informações elementares para a constituição dos projetos. É através dela que se articulam instituições públicas e privadas para formar um corpo de especialistas responsáveis por formular os estudos para definição das normas e padrões qualitativos. Ao mesmo tempo, a Embrapa integra o conjunto de projetos e associações em torno de um objetivo comum de valorização e regionalização da produção vinícola, definindo coletivamente qual produto estará à frente da identidade de cada território (vinho tinto no Vale dos Vinhedos; espumantes em Pinto Bandeira; moscatel espumante em Farroupilha). Por fim, a EMBRAPA também possibilita a ampliação da rede, mediando o contato entre os atores locais e organizações envolvidas com a promoção e reconhecimento das IGs em nível nacional e internacional.

O papel performativo dos pesquisadores

nos projetos de IG e sua posição central na rede sociotécnica colocou em relevo uma determinada concepção do processo de qualificação. De modo geral, os pesquisadores passaram a legitimar critérios de avaliação baseados em “eficiência técnica” e passíveis de decomposição em variáveis objetivas. Nessa perspectiva, a qualidade, mensurada a partir de uma bateria de testes tecnológicos, torna-se o resultado de uma relação funcional entre as características físico-químicas e sensoriais dos produtos (VALCESCHINI; NICOLAS, 1995). Por sua vez, a origem é considerada somente na medida em que interfere nestas propriedades. A isto, associa-se ainda a predominância, também constatada por Blume (2008), de uma concepção física do *terroir* e tecnológica da tipicidade (TONIETTO; CARBONEAU, 1999)⁷.

A seguir, será apresentado como a IG passou a introduzir um conjunto de inovações e exigências técnicas que se associam a essa concepção. Elas envolvem certas restrições em relação às variedades de uva e máximo rendimento por área, padrões de qualidade química e identidade organoléptica, traços culturais e procedência da matéria-prima, entre outras determinações.

4 - INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS E INSTITUCIONALIZAÇÃO DOS PADRÕES DE QUALIDADE

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

⁷Isso em oposição a uma perspectiva sociocultural em que o parâmetro para explicar a relação entre o produto e sua origem é o saber-fazer coletivamente compartilhado (BÉRARD; MARCHENAY, 2007). Neste caso, o que está em jogo é o reconhecimento de um processo evolucionário em que inovações e tradições se mesclam para formar um produto típico identificado a uma comunidade e ao espaço que esta ocupa.

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 mais ampla, em que o apelo à tradição é apenas uma entre várias justificativas em jogo (NIEDERLE; VITROLLES, 2010).

Em todo o mundo, as últimas três décadas marcaram a institucionalização de um modelo fundado em uma quantidade reduzida de cepagens, o que está associado a uma padronização dos conhecimentos e práticas produtivas (AGUIAR, 2008). Os consumidores foram conduzidos a reconhecer um número restrito de cultivares quase automaticamente identificadas a vinhos de qualidade, independentemente de sua inscrição em um *terroir* particular. Isto ocasionou transformações profundas nos vinhedos de todo o mundo. No Languedoc (França), quase se assistiu ao desaparecimento da “Carignan”, uma cepa tradicional, considerada excessivamente tânica, em prol da “Grenache” e da “Syrah” (NIEDERLE, 2012). No sul do Brasil, fenômeno similar de substituição acontece em relação à cultivar Isabel, símbolo identitário da agricultura colonial formada com a imigração italiana, descartada das reflexões que embasam os projetos de IG.

À diferença de outras regiões vitivinícolas, os produtores do Vale dos Vinhedos privilegiaram uma perspectiva modernizante, com a implantação de cultivares viníferas. 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.

O compromisso gestado entre os atores locais permitiu a exclusão 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 legítimo 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 ao longo do próprio processo de modernização responsável pela disseminação de cultivares como Cabernet Franc, Merlot e Cabernet Sauvignon, a partir dos anos 1970.

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 (GARCIA-PARPET, 2007). Existem dois diferenciais básicos nesta escolha. Primeiro, os consumidores são atraídos pelo fato de não precisarem 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 estes vinhos tendem a manter maior regularidade gustativa de uma colheita para outra, o que elimina a necessidade do consumidor informar-se sobre as mudanças no produto como decorrência, por exemplo, das variações climáticas que afetam a produção e distinguem diferentes *millésimes*.

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). Em outros contextos, alguns 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 “Trebiano” (vinífera) e “Seibel” (híbrida).

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 viníferas 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.

No Brasil, um caso particularmente importante, que destoa dos projetos de IG em desenvolvimento na Serra Gaúcha, é aquele dos Vales da Uva Goethe, cujo reconhecimento como IP em 2011 gerou protestos entre os defensores do projeto modernizante para o setor vitivinícola nacional. A IP Vales da Uva Goethe tornou-se o centro das atenções porque, ao valorizar uma cultivar híbrida característica da região, passou a evidenciar uma realidade incômoda para muitas organizações, a qual ratifica a importância da vitivinicultura tradicional baseada na produção de vinhos de mesa (NIEDERLE, 2011). Ao fazer isso, colocou em questão a imagem mundialmente construída dos vinhos finos como os únicos portadores de uma qualidade inerente (GARCIA-PARPET, 2009), a qual foi amplamente incorporada aos projetos de IG na

Serra Gaúcha.

Outro fato que marca o processo de institucionalização das IG, a partir de um novo compromisso qualitativo, diz respeito às modificações no modo de condução da videira. A produção vitivinícola brasileira foi construída com base no sistema de condução em latada (ou pérgola), o mesmo utilizado na Itália pelos agricultores imigrantes que colonizaram a Serra Gaúcha. Oferecendo um grande volume de uvas por hectare, este sistema revelou-se adequado 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 passou a ser substituído por novos modos de condução que permitem melhor exposição solar e ventilação do vinhedo, condições ditadas necessárias à produção de uvas de qualidade.

De fato, a mudança nos modos de condução é indispensável às escolhas técnicas que foram processadas, inclusive no caso das cultivares. As críticas que emergem face às mudanças em curso são oriundas das consequências que as novas técnicas possuem à redefinição da paisagem da Serra Gaúcha, componente destacado do *terroir*. A mudança do modo de condução define a perda de uma característica importante de diferenciação dos vinhedos locais, relacionada ao uso do plátano como esteio dos arames que formam a estrutura do vinhedo conduzido na forma latada. Estas árvores tornaram-se elementos peculiares à geografia vitícola regional (FALCADE, 2011), compondo a paisagem e o próprio imaginário das pessoas: “os plátanos permanecem como testemunhas de um tempo passado” (SCHUMACHER, 2009).

Finalmente, cabe destacar as redefinições em curso nos padrões de identidade enológica. Associada a uma concepção de qualidade da uva como um atributo intrínseco, os controles de identidade enológica envolvem o monitoramento de

uma série de variáveis associadas às técnicas de produção. Assim, além de definir as cultivares, o Regulamento de Uso da IG 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, como superfície folhar e número de gemas por planta.

Estas definições técnicas estão direta ou indiretamente associadas a uma concepção qualitativa que privilegia dois atributos: 1) grau de açúcar do fruto, responsável por garantir fermentação adequada à produção de vinho (quanto mais açúcar, maior o teor alcoólico) e 2) presença de substâncias químicas e compostos fenólicos essenciais, responsáveis por conferir padrões sensoriais ao vinho. Apesar de parecerem escolhas simples e objetivas, estas definições geralmente são objeto de inúmeras controvérsias, as quais demonstram que mesmo as informações técnicas são passíveis de diferentes interpretações à luz de distintos princípios valorativos.

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 vitivinicultores do Vale dos Vinhedos 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, subsolação, dentre outros, podem tornar o solo apto a um determinado tipo de cultivo. Durante muito tempo, os solos relativamente argilosos do Vale dos Vinhe-

dos 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 reportagem da Revista Gula, uma das mais renomadas no círculo de enófilos brasileiros (GULA, 2010).

A definição de um rendimento máximo também é uma alternativa recorrente para controlar produção e qualidade, mas nem por isso menos controversa. Nenhum produtor ou técnico questiona a relação absoluta entre rendimento e qualidade. No entanto, muitos criticam definições demasiadamente rígidas que, ao definirem 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.

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. 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 mosto é complementada pela adição de açúcar de cana antes ou durante o processo de fermentação. Esta prática denomina-se chaptalização, sendo utilizada para elevar o teor de álcool potencial. Trata-se de uma técnica legal e amplamente utilizada em muitas regiões vinícolas, mas proibida em outras.

Na Serra Gaúcha, o clima úmido e frio 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, aumentam-se os riscos de apodrecimento da uva. Ao contrário, se antecipada excessivamente, a uva terá pouco açúcar, além de um gosto herbáceo, vegetal e taninos verdes. Assim, durante muito tempo, os “problemas qualitativos” do vinho brasileiro foram associados à recorrência da chaptalização. Contudo, do ponto de vista químico e gustativo, muitos técnicos afirmam que não há mecanismos para diferenciar o álcool gerado a partir da fermentação da uva ou do açúcar de cana. 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. Em razão disto, o Regulamento de Uso da DO Vale dos Vinhedos veta esta prática.

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. 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).

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 enxofre (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)⁸.

Outra prática de vinificação que gera polêmica no mundo dos vinhos diz respeito ao uso do carvalho. O emprego da madeira é uma prática ancestral na produção de vinhos. No entanto, 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. A recente generalização do seu uso fez emergir 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 determinados aromas apreciados pelos consumidores. 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.

No Brasil, o emprego generalizado de barricas de carvalho começou há cerca de duas décadas, associado ao processo de modernização em curso no setor. Desde então, a madeira foi rapidamente incorporada pelas vinícolas, para a produção de determinados vinhos “mais qualitativos”. No entanto, algumas foram ainda mais longe, optando por métodos radicais como a utilização de *chips*, pequenas lascas de carvalho soltas dentro dos tanques de inox para repassar ao vinho os componentes da madeira. Além de acelerar o processo, eles permitem a redução expressiva do

⁸Enquanto 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.

custo, haja vista que o preço pago por uma barrica de carvalho francês pode chegar a US\$1.500. No caso da DO Vale dos Vinhedos, o Regulamento de Uso reconhece como legítimo o uso dos barris de carvalho - que, utilizados “corretamente”, contribuem para ressaltar a tipicidade do vinho -, mas condena e proíbe o uso dos *chips*, expressão máxima de uma lógica industrial no mundo dos vinhos (NIEDERLE, 2011).

Esse conjunto de alterações técnicas atinge um público consumidor que não conhece exatamente o que consagra uma IG, acentuando uma referência de tipicidade associada à variedade da uva e às técnicas de produção. Segunda essa percepção, é a cepagem que pode diferenciar o gosto de um vinho para outro. De outro modo, beber um vinho da DO Vale dos Vinhedos é muito mais se transportar para a paisagem e cultura local do que propriamente degustar um tipo de bebida. A qualidade não se reduz às características físicas, decorrentes do fato da produção ter ocorrido segundo condições edafoclimáticas peculiares. São atributos naturais, sociais, culturais e econômicos do *terroir*, atuando através de imagens socialmente construídas, que tornam a identidade do vinho reconhecível⁹. Além do controle de técnicas de produção, a qualidade envolve a manipulação de signos e significados culturais (LASH; URRY, 1994).

5 - A TIPICIDADE COMO ATRIBUTO DA IDENTIDADE

A identidade, argumento nuclear da tipicidade, dificilmente se sustenta desconectada da cultura e dos contextos que reconhecem e validam as particularidades das práticas e produtos, que se transformam ao longo das gerações. A ciência, ao promover o avanço de técnicas e tecnologias apli-

⁹Nesse sentido, o enoturismo demonstra sua capacidade de atuar como ferramenta de comercialização, promoção e entretenimento, aspectos que estão no centro das perspectivas do *marketing* contemporâneo e, ao mesmo tempo, funciona como um instrumento de transmissão de valores, conhecimento e cultura que promove a qualidade do produto local.

cáveis à vitivinicultura, revela sua capacidade de superar deficiências e adversidades naturais, tornando possível a produção de vinhos “corretos” em locais antes inaptos para essa prática, como nos mostra o êxito da vinicultura do Vale do São Francisco. No entanto, a singularidade deste tipo de tipicidade resta como um atributo de difícil percepção fora dos laboratórios.

O que muitas pesquisas apontam é que o traço físico, quando passado à percepção organoléptica, se perde, mesmo dentre os ambientes e grupos que mais se empenham no sentido de reconhecer e demarcar essas diferenças. As caracterizações visuais, olfativas e gustativas indicam, quando muito, o pertencimento a um estilo, a um “*air de famille*” (CADOT et al., 2011) ou a uma “tipicidade” (GIRAUD, 2005).

Pesquisa desenvolvida por Ballester et al. (2011), junto a produtores da região de Vosne-Romanée, Borgonha, buscou identificar suas percepções a respeito da tipicidade organoléptica dos vinhos regionais e encontrou significativas divergências entre as avaliações olfativa, retronasal, do potencial de envelhecimento e da qualidade em geral. Além disso, a tipicidade organoléptica foi identificada como um fator menos importante na avaliação da qualidade dos vinhos por parte desses produtores. Por sua vez, o estudo de Cadot et al. (2012), com produtores da região do Vale do Loire demonstra que, apesar da maioria dos produtores sustentarem que o solo é o principal aspecto para demarcar as diferenças qualitativas entre distintos *terroirs* (o que pode ser identificado em nível físico-químico), quando passam às degustações, há uma grande lacuna entre a imagem ideal e a percepção real do produto. Essas lacunas são identificadas tanto nas incoerências entre os relatos de aspectos físicos da produção e os resultados sensoriais do produto, quanto nas caracterizações subjetivas e coletivas de suas tipicidades. Já no contexto brasileiro, Ducati e Bettú (2012) revelam que a maioria das degustações às cegas revela-se insuficiente para identificar a tipicidade e identidade de um *terroir*.

Esses estudos, ao invés de delegarem a responsabilidade pela qualidade do vinho às características físicas, vêm corroborar a ideia de que a identidade organoléptica é insuficiente para demarcar um tipo, cuja definição é uma construção social, que une justificativas diversas para a produção de um resultado que corresponda a um estilo de vinho historicamente concebido como vinho local. Essa explicação deverá fazer sentido e se reatualizar em função das transformações e inovações físicas e humanas que são feitas, de tempos em tempos, para preservar o *status* de qualidade reconhecido como bom e como próprio. Essa justificativa é eminentemente coletiva, mesmo que a sua identificação seja difusa, dificilmente objetivável e muitas vezes percebida apenas por aqueles que compartilham o mesmo repertório sociocultural. Como apontado na introdução deste artigo, a tipicidade emerge como um atributo relacional compartilhado e negociado. Apenas a construção social e o reconhecimento dela como legítima, razoável, será capaz de sustentar a relação entre natureza, técnica, tipicidade e a definição de um *terroir*.

O enraizamento sociocultural de um produto está, assim, dependente de um acordo e reconhecimento coletivo por parte dos produtores e de outros atores e instituições que o promovem, comercializam e legitimam sua aceitação social. Este reconhecimento, se não for possível a partir da tradição e costumes de uma região, terá de ser construído por ações, discursos e regras que façam sentido. Segundo Cadot et al. (2011), deverá, ainda assim, ser atualizado e confrontado constantemente com aqueles que o referendam, para que acompanhe o dinamismo da cultura, do mercado e de uma tipicidade que lhe corresponda, unindo tradição e inovação.

No Brasil, onde o processo de regulamentação das IGs ainda é incipiente, é precária a compreensão das relações entre este instrumento de valorização territorial e cultural, sua dinâmica comercial e promocional e as inovações técnicas e tecnológicas inerentes à validade de sua qualidade, mesmo dentre aqueles que protagonizam o

processo de implementação. De fato, as sinergias entre os mundos doméstico, mercantil e industrial são complexas. 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 (VITROLLES, 2011).

A DO Vale dos Vinhedos apenas principia um trabalho de construção e reconhecimento da tipicidade, com um discurso que se apoia nas características da cultivar Merlot, eleita como a “típica” casta da região. Para o público externo e mesmo interno, isso é uma novidade a ser constatada a partir de um confronto em relação ao que se enuncia¹⁰, já que lhes falta esse repertório mnemônico. Como bem anuncia a propaganda da Casa Valduga, uma das principais vinícolas locais, o Storia começa a ser construído, sobre um fundo velado de um passado que conta uma outra história:

A nova safra do Merlot mais emblemático do Brasil finalmente está disponível. Casa Valduga Storia 2008. Após o inegável sucesso das safras 2005 e 2006, uma nova história inicia¹¹.

6 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

O conflito entre o mundo patrimonialista, ressaltado pelas tradições e costumes locais, e

¹⁰“Pela predominância do emprego da uva “Merlot”, os vinhos guardam tipicidade associada com a variedade, ou seja, apresentam notas de frutas vermelhas, frescas, com acidez bastante equilibrada.” (Trecho de texto publicado no site do INPI quando do reconhecimento da DO Vale dos Vinhedos. Disponível em: http://www.inpi.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=1596:vale-dos-vinhedos-conquista-o-registro-de-denominacao-de-origem&catid=50:slideshow&Itemid=146).

¹¹Texto promocional do e-mail *marketing* da Enoteca Decanter, Belo Horizonte, recebido em 24 setembro de 2012.

os mundos mercantil e industrial é, talvez, a característica mais recorrente nos projetos de IG para vinhos no Brasil. 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). Há quem sustente 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, de modo que qualquer pessoa pode aproveitar-se da reputação deste patrimônio para fins mercantis, as IGs constituem uma possibilidade de proteção deste patrimônio, uma vez que garantem a exclusividade do nome geográfico para uso de determinada comunidade. Mas é preciso reconhecer que esta aparente sinergia também pode ocultar formas de apropriação indevida 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 Appaduray (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.

Isso não significa que as tradições devem

ser “protegidas” contra todo e qualquer tipo de inovação. Porém, no caso de uma indicação geográfica, a inovação só é aceitável “quando o produto continua fazendo sentido” (CRENN; TECHOU-EYRES, 2004), isto é, quando a comunidade continua reconhecendo no produto aqueles saberes e práticas socialmente compartilhados que estiveram na sua origem. As tradições e os conhecimentos não são estanques, eles evoluem dinamicamente junto às inovações que se processam nos territórios. O problema que está posto diz respeito à ruptura que formas específicas de inovação podem significar em relação à identidade local.

LITERATURA CITADA

AGUIAR, M. **Em busca de uma noção de qualidade entre a origem, a produção, o gosto e o consumidor: o caso do vinho.** 2012. Relatório de Pós-Doutorado - Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro/Montpellier: UFRRJ/CIRAD, 2012.

_____. **O vinho na era da técnica e da informação: um estudo sobre Brasil e Argentina.** Belo Horizonte: Autêntica, 2008.

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: EdUFF, 2008. p. 15-88.

BALLESTER, J. et al. Sensory approach of terroir: the case of Vosne-Romanée. In: CONGRES INTERNATIONAL DES TERROIRS VITIVINICOLES, 9., 2011, Dijon e Reims **Annals...** Dijon e Reims, 2011.

BARJOLLE, D.; THÉVENOT-MOTTED, E. Ancrage territorial des systèmes de production: le cas des appellation d'origine contrôlée. **Industries Alimentaires et Agricoles**, Paris, v. 121, n. 6, p. 19-27, 2004.

BÉRARD, L.; MARCHENAY, P. Les produits de terroir entre cultures et règlements. **Nouveauté**, Paris: CNRS, 2004.

_____; _____. Localized products in France: definition, protection and value-adding. **Anthropology of Food**, França (S2), mars. 2007.

BLUME, R. Explorando os recursos estratégicos do terroir para a vitivinicultura brasileira. 2088. 360 p. Tese (Doutorado em Agronegócios) - Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008.

BOLTANSKI, L.; CHIAPELLO, E. **Le nouvel esprit du capitalisme**. Paris: Gallimard, 1999. 843 p.

_____.; THEVENOT, L. **De la justification**. Paris: Gallimard, 1991. 485 p.

CADOT, Y. et al. Vins et terroirs: du concept à la réalisation; ou la nécessaire appropriation individuelle d'un patrimoine collectif. In: COLLOQUE LES TERRITOIRES DU VIN. 2011, França. **Annales...** França: Angers/ESSCA, 2011.

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. p. 17-32.

CAPPELLIN, P. Entre a memória e o mercado: o desenvolvimento da empresa de porte médio no Brasil. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, v. 16, n. 3, 2008.

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 DEVELOPPEMENT REGIONAL. 2005. Lyon. **Annales...** Lyon: INRA, 2005.

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**, Santa Catarina, n. 14, p. 277-299, 2009.

CRENN, C.; TECHOUEYRES, I. Vin et mondialisation: le point de vue d'un géographe. **Anthropology of Food**, n. 3, 2004.

DESPLOBINS, G. Tradition contre modernism dans la vitiviculture brésilienne. **Agroalimentaria**, República Dominicana, n. 21, p. 29-42, 2005.

DUCATI, J.; BETTÚ, V. On the meaning of looking for terroir perceptions in blind tastings. In: CONGRES DES TERROIRS VITIVINICOLES, 9., 2012, Dijon et Rheims. **Annales...** Dijon et Rheims: INRA, 2012.

FALCADE, I. A paisagem como representação espacial: a paisagem vitícola como símbolo das indicações geográficas de vinhos Vale dos Vinhedos, Pinto Bandeira e Monte Belo (Brasil). 2011. 309 p. Tese (Doutorado em Geografia) - Instituto de Geociências - Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.

FLORES, M. X. Da solidariedade social ao individualismo: um estudo sobre o desenvolvimento do vale dos vinhedos na serra gaúcha. 2007. 311 p. Tese (Doutorado em Sociologia Política) - Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2007.

FOURNIER, S. Les indications géographiques: une voie de pérennisation des processus d'action collective au sein des Systèmes agroalimentaires localisés?. **Cahiers Agricul-**

tures, France, v. 17, n. 6, p. 547-551, 2008.

FROELICH, J. M. (Org.). **Desenvolvimento territorial: produção, identidade e consumo**. 1. ed. Ijuí: UNIJUI, 2012. 424 p.

GARCIA-PARPET, M. F. **Le marché de l'excellence: les grands crus à l'épreuve de la mondialisation**. Paris: Seuil, 2009. 266 p.

_____. Mundialização dos mercados e padrões de qualidade: vinho, o modelo francês em questão. **Tempo Social** (Revista de Sociologia da USP). Tradução Paulo Neves. São Paulo, v. 16, n. 2, p. 129-150, 2007.

GIRAUD, G. The role of typicality judgement in consumer choice process with respect to food: a theoretical framework. In: WORLD FOOD & AGRIBUSINESS SYMPOSIUM, 2005, Chicago. **Proceedings...** Chicago: IAMA, 2005.

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. **Teoria e Evidência Econômica**, Serra Gaúcha, v. 14, p. 247-277, 2006.

GRANOVETTER, M. The strength of weak ties. **American Journal of Sociology**, Vol. 78, Issue 6, pp. 1360-1380, 1973.

GULA - COMER BEM É A MELHOR VINGANÇA. **A potente tannat do Uruguai**. Disponível em: <<http://www.gula.com.br/vinhos/branco/a-potente-tannat-do-uruguai.html>>. Acesso em: jun. 2010.

HINRICH, C. C. Embeddedness and local food systems: notes on two types of direct agricultural market. **Journal of Rural Studies**, Vol. 16, pp. 295-303, 2000.

INSTITUTO BRASILEIRO DO VINHO - IBRAVIN. Pesquisa sobre o mercado brasileiro de vinhos. **Relatório Consolidado**, Bento Gonçalves: IBRAVIN, 2009. 279 p.

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. 273 p.

LASH, S.; URRY, J. **Economies of signs and space**. London: Sage, 1994. 360 pp.

LETABLIER, M. T.; DELFOSSE, C. Genèse d'une convention de qualité. In: ALLAIRE, G.; BOYER, R. (Orgs.). **La grande transformation de l'agriculture**. Paris: INRA (Economica), 1995. pp. 97-118.

LOTTY, A. The commoditization of products and taste: slow food and the conservation of agrobiodiversity. **Agriculture and Human Values**, Manchester, Vol. 27, pp. 71-83, 2010.

MASCARENHAS, G. Indicações geográficas no Brasil: principais fatores determinantes do seu reconhecimento e de-

sempenho. In: ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS DO CONSUMO, 4., 2008, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ENEC, 2008. CD-ROM.

MURDOCH, J.; MARSDEN, T.; BANKS, J. Quality, nature, and embeddedness: some theoretical considerations in the context of the food sector. **Economic Geography**, Worcester, Vol. 76, Issue 2, pp.107-125, 2000.

NIEDERLE, P. A. Compromissos para a qualidade: projetos de indicação geográfica para vinhos no Brasil e na França. 2011, 261 p. Tese (Doutorado de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade) - Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2011.

_____. Controvérsias sobre a noção de indicações geográficas enquanto instrumento de desenvolvimento territorial: a experiência do Vale dos Vinhedos em questão. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, 47., 2009, Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre: SOBER, 2009. CD-ROM.

_____. O mercado vitivinícola e a reorganização do sistema de indicações geográficas na região do Languedoc, França. **Organizações Rurais e Agroindustriais**, Minas Gerais, v. 14, p. 155-173, 2012.

_____.; VITROLLES, D. Indicações Geográficas e qualificação no setor vitivinícola brasileiro. **Estudos Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro, v. 18, p. 5-55, 2010.

PONTE, S. Governing through quality: conventions and supply relations in the value chain for South African wine. **Sociologia Ruralis**, Vol 49, Issue 3, pp. 236-257, 2009.

SALAS, R.; STORPER, M. The four worlds of contemporary industry. **Cambridge Journal of Economics**, Vol. 16, Issue 2, pp. 69-94, 1992.

SANTOS, J. V. T. **Colonos do Vinho**: estudo sobre a subordinação do trabalho camponês ao capital. São Paulo: HUCITEC, 1978. 182 p.

SAUTIER, D. Geographical indication in developing countries today: trends, hindrances and opportunities. **Meeting of SINER-GI Project**. Montpellier, 2006.

SCHUMACHER, W. **Vinícolas e vinhedos**: o casamento entre o plátano e videira. Porto Alegre, abr. 2009. Disponível em: <http://www.vinicolasevinhedos.blogspot.com/2009/04/o-casamento-entre-o-platano-e-videira_06.html>. Acesso em: jul. 2010.

SILVA, L. C. et al. Cluster thinning in high altitude vineyards and wine quality from the cultivar Syrah. **Pesquisa Agropecuária Brasileira**, Brasília, v. 44, n. 2, p. 148-154, 2009.

THIEDIG, F.; SYLVANDER, B. Welcome to the club? An economical approach to geographical indications in the European Union. **Agrarwirtschaft**, Vol. 12, Issue 49, 2000.

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, 2005, Brasília. **Anais...** Brasília: SEBRAE, 2005. p. 146-162.

_____. 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: CONGRESSO BRASILEIRO DE VITICULTURA E ENOLOGIA, 9., 1999, Bento Gonçalves. **Anais...** Bento Gonçalves: Embrapa, 1999.

TOUZARD, J. M. Construction institutionnelle des indications géographiques et des signes de qualité. **Relatório de Pesquisa** (Projeto CAPES-COFECUB), n. 649-09, 2010 (mimeo).

VALCESCHINI, E.; NICOLAS, F. La dynamique économique de la qualité agro-alimentaire. In: NICOLAS, F.; VALCESCHINI, E. Agroalimentaire: une économie de la qualité, 1995, Paris. **INRA-Economica**, Paris, 1995. pp.15-37.

VALDUGA, V. O processo de desenvolvimento do enoturismo no Vale dos Vinhedos. 2007. 149 p. Dissertação (Mestrado em Turismo) - Programa de Pós-Graduação em Turismo, Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2007.

VITROLLES, D. When geographical indication conflicts with safeguarding food heritage. **Anthropology of Food**, Issue 8, 2011.

Recebido em 11/10/2012. Liberado para publicação em 08/04/2013.