

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E
TECNOLOGIA DO SERTÃO PERNAMBUCANO
CAMPUS PETROLINA ZONA RURAL**

CURSO DE TECNOLOGIA EM VITICULTURA E ENOLOGIA

**INDICAÇÃO GEOGRÁFICA E OS VINHOS DO VALE DO SÃO
FRANCISCO**

ANTÔNIO PEDRO LAURINDO CASÉ

**PETROLINA, PE
2019**

ANTÔNIO PEDRO LAURINDO CASÉ

INDICAÇÃO GEOGRÁFICA E OS VINHOS DO VALE DO SÃO FRANCISCO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao IF SERTÃO-PE *Campus* Petrolina Zona Rural, exigido para a obtenção de título de Tecnólogo em Viticultura e Enologia.

**PETROLINA, PE
2019**

C337

Casé, Antônio Pedro Laurindo.

Indicação geográfica e os vinhos do Vale do São Francisco / Antônio Pedro Laurindo Casé. - 2019.

32 f.: il. ; 30 cm.

Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnologia em Viticultura e Enologia)-Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sertão Pernambucano, Petrolina, 2019.

Bibliografia: f. 30-32-.

1. Enologia. 2. Indicação geográfica. 3. Vale do São Francisco. I. Título.

CDD 663.2

ANTÔNIO PEDRO LAURINDO CASÉ

INDICAÇÃO GEOGRÁFICA E OS VINHOS DO VALE DO SÃO FRANCISCO

Trabalho de Conclusão do Curso apresentado ao IF SERTÃO-PE *Campus* Petrolina Zona Rural, exigido para a obtenção de título de Tecnólogo em Viticultura e Enologia.

Aprovada em: ____ de _____ de ____.

Professor (Membro da banca examinadora)

Professor (Membro da banca examinadora)

Professor (Orientador)

RESUMO

No Brasil, a procura dos setores agroindustriais pela certificação relacionada a Indicação Geográfica é uma forma importante de diferenciação e da conta da grande diversidade de ingredientes existente no Brasil. Desde 2002, alguns produtos estão dando um passo além e conquistando o registro de Indicação Geográfica (IG), que atestam não somente a sua qualidade como dão ao consumidor a certeza de está comprando um item original de determinado local. O objetivo deste trabalho foi estudar a viabilidade do Vale do São Francisco ser uma Indicação Geográfica, além de realizar uma breve abordagem das Indicações Geográficas no Brasil e no mundo. Conclui-se que a região do Vale do São Francisco tem perfil para se tornar uma Indicação Geográfica, sendo a primeira IG de vinhos fora da região Sul.

Palavras-chave: Indicação Geográfica, Vinho, Vale do São Francisco.

Dedico este trabalho aos meus pais, que sem o apoio e dedicação eu nada conseguiria e a todos que acreditaram e torceram por mim.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus acima de tudo pela vida e pela proteção diária e por me iluminar durante toda essa caminhada acadêmica e principalmente nos momentos em que pensei em desistir.

A minha família, em especial meus pais por todo amor, dedicação, incentivos, paciência e compreensão.

Aos meus amigos de turma pelo companheirismo e alegrias compartilhadas. Em especial aos meus amigos Anátalia Cardoso, Douglas Castro e Laíse Ferreira, por toda ajuda e incentivo, e por suportarem meus estresses diários.

A minha orientadora Dra. Rosemary Barbosa de Melo que confiou, apostou e sempre exigiu sempre o meu melhor, por todo apoio, paciência e orientação.

A todos os professores do curso, que deram o melhor de si, tornando-se verdadeiros mestres.

Enfim, a todos que contribuíram para o meu crescimento moral, espiritual e profissional. Muito Obrigado!

O domínio de uma profissão não
exclui o seu aperfeiçoamento. Ao contrário,
será mestre quem continuar aprendendo.
(Pierre Feuter)

LISTAS DE TABELAS

Tabela 1 – 4 enfoques do terroir, conforme Blume (2008) e Radaelli (2017)	20
Tabela 2 – IG de Vinhos Registradas e Associações de Produtores	25
Tabela 3 – Projetos de novas Indicações Geográficas no Brasil	26
Tabela 4 – Indicações Geográficas no mundo	27

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 –	Representação das dimensões do <i>terroir</i> no sistema produtivo e cultural local	20
Figura 2 –	Indicações Geográficas (IG) de Vinhos do Brasil	25
Figura 3 –	Projetos de novas Indicações Geográficas no Brasil (mapa)	26

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
DO	Denominação de Origem
FAO	Food and Agriculture Organization of the United Nations
IG	Indicação Geográfica
INPI	Instituto Nacional de Propriedade Industrial
IP	Indicação de Procedencia
RIDE	Rede Integrada de Desenvolvimento

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	12
2. REFERENCIAL TEÓRICO	15
2.1 Indicações geográficas	15
2.2 Legislação	15
2.3 O <i>terroir</i> – a qualidade enraizada	18
2.4 O Vale do São Francisco e a produção de uva	21
3. OBJETIVOS	23
3.1 Objetivo geral	23
3.2 Objetivos específicos	23
4. MATERIAIS E MÉTODOS	24
5. RESULTADOS E DISCUSSÃO	25
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	29
7. REFERÊNCIAS	30

1. INTRODUÇÃO

Dado o cenário competitivo trazido pela globalização, produzir e vender não são mais as únicas preocupações das empresas. O consumidor está, cada vez mais, atento à qualidade e à origem dos produtos. As organizações devem centrar suas ações não só na qualidade do seu produto, mas também na diferenciação do mesmo em relação aos seus concorrentes.

A Indicação Geográfica (IG) é usada para identificar uma localização geográfica ou a origem específica (uma cidade, região ou país) de um produto. Especialmente no Brasil, que tem produtos de qualidade com identidade própria que podem atender até mesmo os mercados mais exigentes, a IG pode servir como estratégia de diferenciação do produto nacional (YAMAGUCHI *et al*, 2013).

É cada vez mais valorizado pelo mercado o conhecimento na busca de inovação e diferenciação, garantindo a competitividade. Ao utilizar a IG em um produto, esta pode agir com uma certificação de qualidade, pois significa que o produto possui certas qualidades e é feito de acordo com os métodos tradicionais. De maneira geral, quando determinada característica ou qualidade do produto ou serviço se deve a sua origem, a IG pode atuar como certificação de qualidade, agregando valor ao produto. (BRUCH & KRETSCHMANN, 2014)

A Indicação Geográfica tem como principal função oficializar o que já tem valor, por ser um serviço ou produto que tem características únicas como sabor e aroma, no caso do vinho.

A partir do momento que uma região se torna uma IG, ela passa a possuir uma numeração que serve para o controle daquela garrafa e uma identificação no rótulo. Assim, esse produto se torna mais valorizado por ter um processo de qualidade mais rigoroso.

Além dos benefícios observados para a diferenciação do produto local, partir do momento que uma determinada região se torna IG ela passa a ser referencia mundial naquele produto ou serviço, gerando uma cadeia de oportunidades, aumentando o turismo, geração de emprego nas áreas de lazer, trabalho no campo, além da facilidade em exportar devido ao reconhecimento do produto oriundo daquela região.

É importante ressaltar que quando se torna conhecido, determinado

signo de diferenciação do produto, como a IG, associa o produto assinalado à qualidade que o produto da região possui. Essa diferenciação pode se traduzir, além da qualidade, em um preço mais elevado ou em uma demanda constante (BRUCH e KRETSCHMANN, 2014; CERDAN, BRUCH e SILVIA, 2010). Assim, muitos concorrentes acabam se apropriando do signo e o utilizando em um produto que não é original, para concorrer diretamente e abocanhar uma fatia do mercado.

Para contornar essa situação existem hoje no Brasil formas de proteger nacionalmente e internacionalmente esses signos distintivos. Assim, somente o titular pode utilizá-lo ou autorizar que outros o utilizem (BRUCH e KRETSCHMANN, 2014). Ao longo da evolução da regulamentação da proteção e do uso de signos distintivos, não só no Brasil, mas no mundo todo, pode-se compreender que a IG se trata de um signo distintivo da origem do produto.

Todavia, nem todos os países entendem a IG de maneira positiva: há os que entendem a IG como uma certificação ou como uma forma de repressão à concorrência desleal. Muitos não possuem um sistema específico para a sua proteção. No Brasil, a IG é regida pelo Instituto Nacional da Propriedade Intelectual, que dispõe de resoluções e instruções normativas que condicionam a certificação (INPI, 2019)

O Vale do São Francisco é caracterizado por uma terra fértil que tem recebido diversos homens de negócios que aqui chegam para investir. Recebeu também, ao longo dos anos, diversos investimentos do governo. É hoje um notório produtor de frutas e hortaliças. A sub-região que mais se desenvolve é a cidade de Juazeiro/BA e Petrolina/PE, que juntas são a maior região urbana do semiárido.

A imagem estereotipada do sertão é de pobreza, em uma terra seca e árida (que não cessou de existir totalmente), mas ao menos neste pedaço de nordeste não é mais a tônica. O forte da região são as uvas de mesa – as quais a região é a maior produtora nacional – e as mangas. A produção de alta qualidade faz deste o Estado responsável por quase toda a produção deste tipo de uva do País, para consumo interno e exportação (ADEGA, 2008).

O Polo de Petrolina-Juazeiro reúne os maiores produtores de manga e uva do país. Alguns deles já fornecem a fruta para mercados externos. A área plantada com uva de mesa cresceu em 71,8% no período de 1991 a 1995, alcançando uma área de 4.500 hectares comparado a 2.620 hectares do período anterior. A produção cresceu ainda mais rápido: no mesmo período, ocorreu um

aumento de 344%, o que corresponde a 32 mil toneladas de fruta. Houve um crescimento de 1.050 toneladas, para cerca de 12.500 toneladas da produção da região. A exportação de frutas nesse período gerava cerca de 18000 empregos diretos.

Sendo assim, O Vale do São Francisco é a mais nova região produtora de vinho no Brasil e tem um grande potencial para ser um Indicador Geográfico de vinhos, pois possui um *terroir* (clima, solo, topografia somado ao manejo e a cultura local) que proporciona a colheita o ano inteiro, além de ser a única região do mundo a ter mais de 2 colheitas ao ano.

O Vale do São Francisco possui vinhos e espumantes com características únicas, alguns já foram até premiados internacionalmente e com isso vem a importância de preservar e agregar valor a esse produto através da Indicação Geográfica e como consequência o desenvolvimento da economia local e reconhecimento internacional da região.

Este trabalho está estruturado em 4 partes. O referencial teórico, que traz conceitos importantes para a compreensão do trabalho; os objetivos gerais e específicos, que se pretendem alcançar nesta pesquisa; a metodologia, abordando de que maneira foi conduzida a pesquisa; os resultados e a discussão, informando o que foi alcançado, e a conclusão.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico deste trabalho foi organizado com o objetivo de situar acerca de temas pertinentes ao estudo desenvolvido. Estão organizados nos seguintes tópicos: (1) a indicação geográfica, (2) a legislação e (3) o *terroir* – a qualidade enraizada.

2.1 INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS

As Indicações Geográficas são indicações que identificam um produto como originário do território de um membro, região ou localidade deste território, quando determinada qualidade, reputação ou outra característica do produto seja essencialmente atribuída à sua origem geográfica. (BRUCH, 2008)

É dividida entre Indicação de Procedência (IP) e Denominação de Origem (DO). A Indicação Geográfica de Procedência é o nome geográfico de uma localidade que se tornou conhecida por ser o centro de produção, fabricação ou extração de determinado produto ou prestação de serviços. Já a Indicação Geográfica de Origem é o nome geográfico de uma localidade aonde o produto tem determinada característica que leva em conta o meio geográfico, incluindo fatores naturais e humanos (cultivo, tratamento, manufaturas). (INPI, 2017).

Além de atribuir aos produtos e serviços valor intrínseco e identidade própria que os diferencia dos demais disponíveis no mercado, a IG também protege os consumidores, que obtém verdadeiras informações sobre o que foi adquirido.

2.2 LEGISLAÇÃO

A história da Indicação Geográfica teve seu início na Rodada do Uruguai de Negociações Comerciais Multilaterais do Acordo Geral sobre Tarifas e Comércio (GATT) em 1994. Na ocasião, foram discutidos e assinados, entre diversos

tratados, o Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio (ADPIC). Dentre os direitos previstos neste acordo, encontram-se as indicações geográficas, definidas no seu art. 22, inciso 1, conforme Pereira (2005):

“indicações que identifiquem 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” (PEREIRA, 2005)

Assim, decorrente do acordo, cada país participante adquiriu a obrigação de interiorizar as obrigações conforme seu interesse e conveniência. No Brasil a proteção é conferida pela Lei da Propriedade Industrial (Lei n.º 9.279/96), que foi aprovada somente em 1996, e assegura os direitos do titular da indicação geográfica (ALMEIDA, 2010). O Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) é a instituição que executa as normas no âmbito nacional, que regula a Propriedade Industrial, e também concede registros e emite certificados sobre ela (MAPA, 2017).

O Brasil, ao ratificar o Acordo TRIPS, teve de rever a legislação sobre propriedade intelectual e direito autoral, elaborando novas leis sobre o assunto, daí surgindo a Lei da Propriedade Industrial, n.º 9.279, de 14 de maio de 1996, em vigor desde 1997. Esta lei inovou ao prever que o INPI estabelecesse as condições de registro das indicações geográficas, previstas nos arts. 176 a 182. (GOLLO, CASTRO, 2019)

A Lei 9.279/1996 – que regula os direitos e as obrigações relativas à propriedade intelectual, especificamente em seu título IV, trata das Indicações Geográficas. Conforme o art. 178 e 177 (BRASIL, 1996):

Art. 177. Considera-se indicação de procedência o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço.

Art. 178. Considera-se denominação de origem o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos.

Assim, fica claro que a IG deve remeter ao local de origem, através do nome do local. O artigo 179 ainda diz que deve ser representado graficamente a

localização cujo nome seja IG. O artigo seguinte proíbe a indicação geográfica no caso em que o nome do local tenha se tornado de uso comum (BRASIL, 1996)

O artigo 187 define, ainda, a Denominação de Origem (DO), que é “o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos” (BRASIL, 1996)

As exigências do mercado vitivinícola mundial têm tornado as IGs um instrumento de modernização que transfigura a própria noção de *terroir* (BARHAM, 2003).

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).

No Brasil, a esta certificação se dá o nome de Indicação Geográfica (IG). O surgimento das IGs remonta a história da humanidade: ao se referir a um produto, por muito tempo, este era relacionado ao seu local de origem. Muito tempo antes da criação e utilização de marcas, o local de origem tinha um significado, como pode ser encontrado na Bíblia, como os vinhos e cedros lá citados. (EMBRAPA, 2009)

As condições climáticas e de luminosidade encontradas na região do submédio do Vale do São Francisco favorecem a produção de duas safras anuais de uva, diferente de muitas regiões produtoras de uvas no Brasil e no mundo. Na região, a videira se adaptou muito bem ao clima, possibilitando um sistema de cultivo baseado além da produção de uvas e vinhos, na redução de agrotóxicos e os impactos ambientais naturais da atividade de agricultura. (EMBRAPA, 2009)

O Vale do São Francisco foi uma das primeiras regiões a produzir vinhos tropicais no Brasil, iniciando a partir da década de 1980, com as cultivares tintas Syrah e Alicante Bouschet e Chenin Blanc e Moscato Canelli como uvas brancas.

Os vinhos produzidos na região são, em sua maioria, frutados, de baixo teor alcoólico e acidez moderada. Variam de leve a encorpados, mas são

predominantemente jovens. Os espumantes são o carro-chefe da produção, com 2,5 milhões de litros, seguidos dos vinhos tranquilos, com 1,5 milhão de litros. (EMBRAPA, 2017).

Em 2013 foram iniciados estudos acerca da possibilidade do Vale do São Francisco se tornar uma Indicação Geográfica para os vinhos finos tranquilos e espumantes, com previsão de término em dezembro de 2017. Conforme a Embrapa:

As atividades desenvolvidas possibilitaram a caracterização histórica e geográfica do território vitivinícola do Vale do Submédio São Francisco; a delimitação da área geográfica da Indicação de Procedência Vale do São Francisco; a caracterização do relevo, das condições climáticas, dos solos, dos vinhedos comerciais; levantamento das paisagens vitícolas da região; estudos das uvas e enológicos para a melhoria da qualidade, da tipicidade e da estabilidade dos vinhos tropicais, incluindo a caracterização da composição química, metabólica e sensorial. Também foi definido o regulamento de uso da IP, além do plano de controle dos produtos. (EMBRAPA, 2017).

A Indicação de Procedência (IP) é delimitada pelos municípios de Juazeiro, Casa Nova, Sobradinho e Curaçá (Bahia) e Petrolina, Lagoa Grande, Santa Maria da Boa Vista e Orocó (Pernambuco). Todos integrantes da Rede Integrada de Desenvolvimento (RIDE) Petrolina-Juazeiro. (EMBRAPA, 2017).

O registro de IP Vale do São Francisco garantirá a constante melhoria da qualidade dos vinhos produzidos, que passarão por avaliação sensorial realizada às cegas, sendo aprovados apenas os que atendam aos requisitos da IP (EMBRAPA 2017).

2.3. O TERROIR – A QUALIDADE ENRAIZADA

Embora à primeira vista, o “terroir” signifique qualidade, firmeza e confiança, é preciso olhar a fundo para entender o que esse termo realmente significa.

Para um produtor, o *terroir* é o território único que dará aos seus vinhos um "senso de lugar" característico. Especialmente na viticultura, o meio ambiente local é essencial. A quantidade de chuva, a variação na temperatura, a natureza do solo ou sub-solo e a adaptação da vinha e a qualidade da própria vinha. Todos

estes elementos, combinados, formam o *terroir* e dão ao vinho um sabor distinto. E como Hugh Johnson, um dos mais eminentes escritores de vinhos do mundo, escreveu certa vez: "diferente de outros produtos, de onde vem o vinho é o ponto principal" (PETTERSON *et al*, 2018)

Terroir é um termo que está diretamente ligado à Indicação Geográfica. Lima (2006, p. 39) afirma que o termo *terroir* é uma noção que engloba a “valorização e transformação da produção para agregar o máximo de valor aos produtos e funciona com um instrumento de reconhecimento dos produtos locais, no mercado mundial (associação de um produto a uma região)”. Deffontaines e Pettit descrevem *terroir* como:

[...] uma porção de um território de uma região, que são totalmente ou em parte localizáveis entre as explorações agrícolas e seus utilizadores do espaço, relação que têm influência sobre os sistemas de produção e sua evolução [...] é um lugar no interior do qual se manifestam restrições ou vantagens particulares ao desenvolvimento das atividades agrícolas (DEFFONTAINES; PETIT, 1985, p. 10)

Terroir significa "regionalidade", mas homens e mulheres também têm um papel a desempenhar. É preciso paixão e conhecimento para encontrar o pedaço de terra certo e trazer o que há de melhor nele. Em seus *territórios*, os vinicultores devem dominar os métodos locais de corte, atamento, mantendo o solo saudável, combatendo doenças e, eventualmente, transformando uvas em excelente vinho. Como resultado, o *terroir* também é história; é o conto de como homens e mulheres construíram centenas de hectares de vinhedos ao longo dos séculos e os conhecimentos que adquiriram ao longo de todas estas décadas ou séculos. Um exemplo notável é a região da Borgonha, onde alguns vinhedos precisamente demarcados são chamados de “climas”. 'foram cultivados desde a Alta Idade Média. Eles foram adicionados à lista do Patrimônio Mundial da UNESCO em julho de 2015. Por toda a sua história, um *terroir* também deve abraçar o futuro. A *Veuve Clicquot*, por exemplo, está fazendo exatamente isso proibindo todos os herbicidas até 2020 para tornar todos os seus vinhedos sustentáveis.

No entanto, apesar de todos os seus encantos, o termo "*terroir*" é frequentemente abusado. 'Monsieur *terroir*', 'Sélection *terroir*' e até mesmo '*Terroir do Vale do São Francisco*': inúmeras empresas de alimentos e bebidas usam este termo como um marketing fácil para adicionar um pouco de glamour à sua marca.

Blume (2008) divide o terroir em 4 enfoques, conforme tabela a seguir:

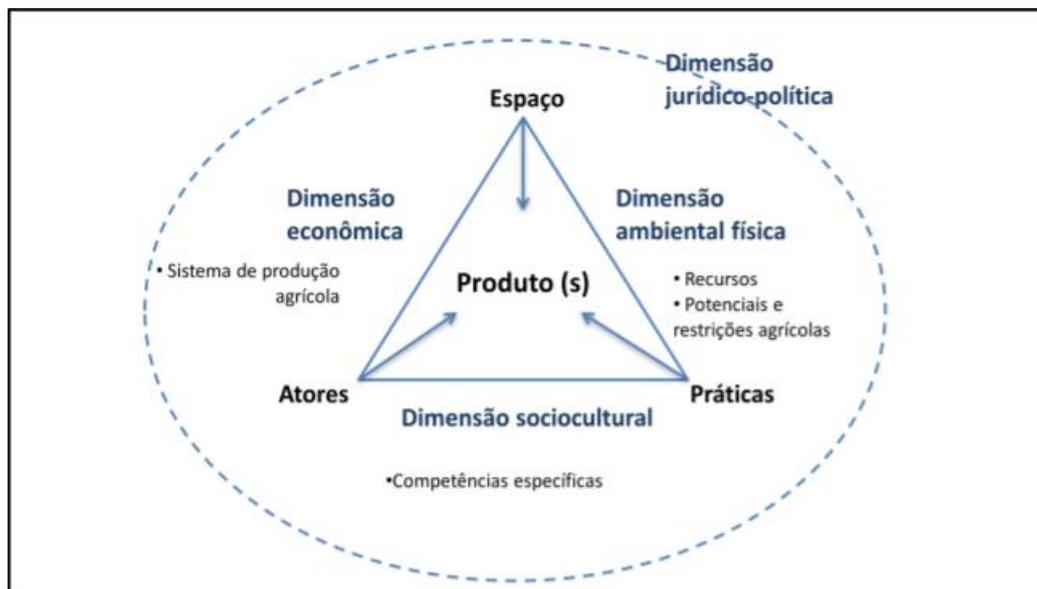
Tabela 1: 4 enfoques do terroir, conforme Blume (2008) e Radaelli (2017)

4 ENFOQUES DO TERROIR	
DIMENSÃO	PREMISSA
Ambiental física	a qualidade de um produto agrícola é determinada pelas características do lugar de onde ele vem; o terroir está, simbolicamente, enraizado ao solo
Humana sócio-cultural	as tradições e práticas culturais enraizadas contribuem para o desenvolvimento e evolução de determinados alimentos.
Jurídico-política	poder de garantir a exclusividade e coibir a falsa indicação de procedência dos produtos, assim, manter o prestígio e a reputação de uma região
Econômica	Como um rótulo de marketing, que agrega valor, o terroir pode aumentar o preço através da promoção do capital cultural do produto, baseado na distinção do local de produção

Fonte: Blume (2008) e Radaelli (2017)

A figura abaixo representa as dimensões do terroir no sistema produtivo e cultural local:

Figura 1: Representação das dimensões do *terroir* no sistema produtivo e cultural local



Fonte: Radaelli (2017)

Podemos concluir que a Indicação Geográfica se trata, dentro dessas 4 dimensões, da dimensão jurídico- política. Embora o Brasil já tenha dado seus passos no que diz respeito à IG, a França deve ser reconhecida pela atuação do direito francês no reconhecimento de regiões de prestígio e combate à falsificação de produtos.

2.4. O VALE DO SÃO FRANCISCO E A PRODUÇÃO DE UVA

A Região do Submédio São Francisco, onde se encontram as cidades de Petrolina-PE e Juazeiro-BA é responsável pela maior parte de produção de uvas para consumo *in natura* no Brasil. Características como a altitude, onde há uma topografia ondulada com vales muitos abertos, a precipitação, máxima de 800 mm, a temperatura e o clima, média anual de 27 °C, tipicamente semiárido, onde quase não chove, contribuem para que esta seja uma das melhores regiões do mundo para plantio de uva (ZANINI, 2010).

A região do Vale do São Francisco principalmente Petrolina-PE e Juazeiro-BA destacar-se no mercado brasileiro por ser importante na produção de frutas, principalmente uva e manga sendo responsável por cerca de 95% do mercado externo nacional de uvas finas de mesa (BRASIL, 2014). Já os municípios de Casa Nova (BA), Lagoa Grande (PE) e Santa Maria da Boa Vista (PE) são relevantes, como a primeira região vitivinícola tropical do mundo e o segundo maior centro produtor de vinhos finos do país, ficando atrás apenas do Vale dos Vinhedos.

Esses municípios nordestinos produzem em torno de sete milhões de litros de vinhos finos por ano, o que significa cerca de 15% do mercado Brasileiro (BON VIVANT, 2012). Os vinhos da região do Vale do São Francisco são comercializados tanto para o mercado brasileiro quanto para o mercado externo, sendo vendidos para países da Europa, Japão e Estados Unidos, entre outros. Calcula-se que 3 mil pessoas trabalhem no setor vitivinícola da região.

A falta de precipitação durante praticamente todo o ano e a irrigação, pelo Rio São Francisco, proporciona a colheita de até 2 safras e meia por ano (ZANINI, 2010).

Os investimentos em pesquisa e novas tecnologias, além das políticas de apoio aos Arranjos Produtivos Locais (APL), proporcionaram à região, além do desenvolvimento e crescimento social, o econômico também, e com isso o reconhecimento de um importante produtor de vinhos (SOBRINHO; PIRES, 2017).

No geral, a capacidade econômica, em finalidade dos recursos naturais e das condições climáticas, e das estratégias econômicas, junto com redes de supermercados internacionais impulsionaram o Vale do São Francisco na produção de frutas frescas e de qualidade, disputando o mercado internacional de frutas (SOBRINHO; PIRES, 2017).

Segundo Kroger (2012), No enoturismo, os empresários locais da vitivinicultura desejam uma oportunidade de melhorar seus negócios por meio do desenvolvimento turístico da região, tomando como exemplo o Vale dos Vinhedos no Rio Grande do Sul.

Foi identificado que o Vale do São Francisco possui sete vinícolas sendo localizadas em Pernambuco e na Bahia: Mandacaru, Botticelli, Bianchetti, Terroir do São Francisco, Rio Sol e Quintas São Braz.

A cada ano, os produtores do Vale do São Francisco buscam inovar na produção das uvas. As frutas variam em tonalidades e tamanhos, com ou sem semente.

Porém, os grandes destaques são as uvas tintas: Syrah e Cabernet Sauvignon, e as variedades brancas: Moscatel, Muscadell, Chardonnay, Sauvignon Blanc, Silvaner e Moscato Canelli.

Os vinhos do vale do São Francisco são jovens, frutados, aromáticos, leves, de acidez acentuada e com o frescor perfeito para o clima tropical.

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivo Geral

O objetivo do presente trabalho é analisar o potencial do Vale do São Francisco para obtenção de Indicação Geográfica. Para isso, foram definidos os objetivos específicos que seguem.

3.2. Objetivos específicos

- 3.2.1 Identificar as Indicações Geográficas existentes no mundo e no Brasil envolvendo vinhos;
- 3.2.2 Analisar a evolução das Indicações Geográficas no Brasil;
- 3.2.3 Identificar a importância das Indicações Geográficas para o desenvolvimento do mercado do vinho brasileiro;
- 3.2.4 Apresentar a importância da Indicação Geográfica como estratégia mercadológica para os vinhos Finos do Vale do São Francisco

4. MATERIAL E MÉTODOS

Para atender aos objetivos propostos, foi conduzida pesquisa de abordagem mista, qualitativa e quantitativa.

Para obtenção de dados, esta pesquisa é classificada como bibliográfica documental (VERGARA, 2014)

As autoras Marconi e Lakatos definem a pesquisa bibliográfica como sendo “o levantamento de toda a bibliografia já publicada em forma de livros, revistas, publicações avulsas e imprensa escrita. Sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo aquilo que foi escrito sobre determinado assunto [...]” (MARCONI; LAKATOS, 2011, p. 43-44).

Já a pesquisa documental diz respeito à “todos os materiais, ainda não elaborados, escritos ou não, que podem servir como fonte de informação para a pesquisa científica. [...] Sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo aquilo que foi escrito sobre determinado assunto [...]” (MARCONI; LAKATOS, 2011, p. 43-44)”.

Sendo assim, a pesquisa realizada pautou-se na leitura e no fichamento de escritos de diferentes autores afeitos à área da Enologia com vistas à perspectiva da Indicação Geográfica

Foram consultados os bancos de dados da *Food and Agriculture Organization of the United Nations* (FAO) e da *Wine Institute*. Além disso, foi utilizado artigos científicos, livros e revistas que tratam sobre o tema pesquisado.

5. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Atualmente no Brasil existem 6 Indicações Geográficas no Brasil, conforme tabela abaixo:

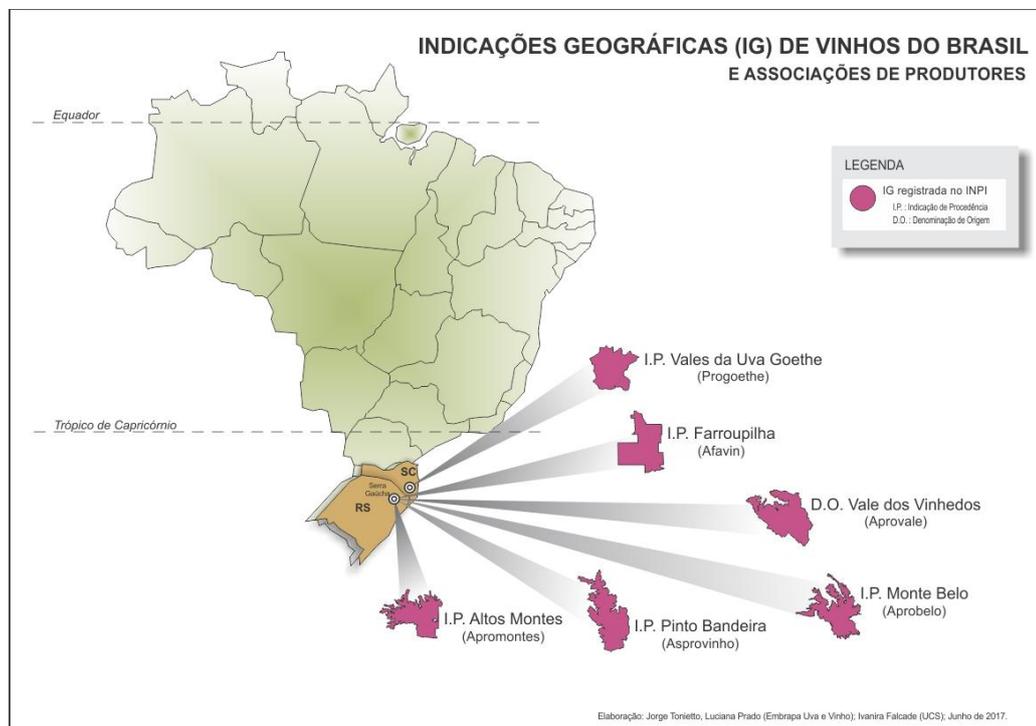
Tabela 2: IG de Vinhos Registradas e Associações de Produtores

Associação	Indicação Geográfica
Aprovale	D.O. Vale dos Vinhedos
Afavin	I.P. Farroupilha
Aprobelo	I.P. Monte Belo
Aprumontes	I.P. Altos Montes
Asprovinho	I.P. Pinto Bandeira
Progoethe	I.P. Vales da Uva Goethe

Fonte: Embrapa Uva e Vinho (2019)

A figura abaixo mostra as indicações geográficas e sua localização no Brasil:

Figura 2: Indicações Geográficas (IG) de Vinhos do Brasil



Fonte: Embrapa uva e Vinho (2019)

É possível observar que todas as IGs existentes estão localizadas no sul

do Brasil. Embora a Serra Gaúcha se destaque junto com o Vale do São Francisco, na produção de uva, a Serra Gaúcha acaba se destacando como a maior produtora de vinhos do Brasil, ao passo que a região do Vale do São Francisco detém o título de maior produtora de uvas para consumo *in natura*.

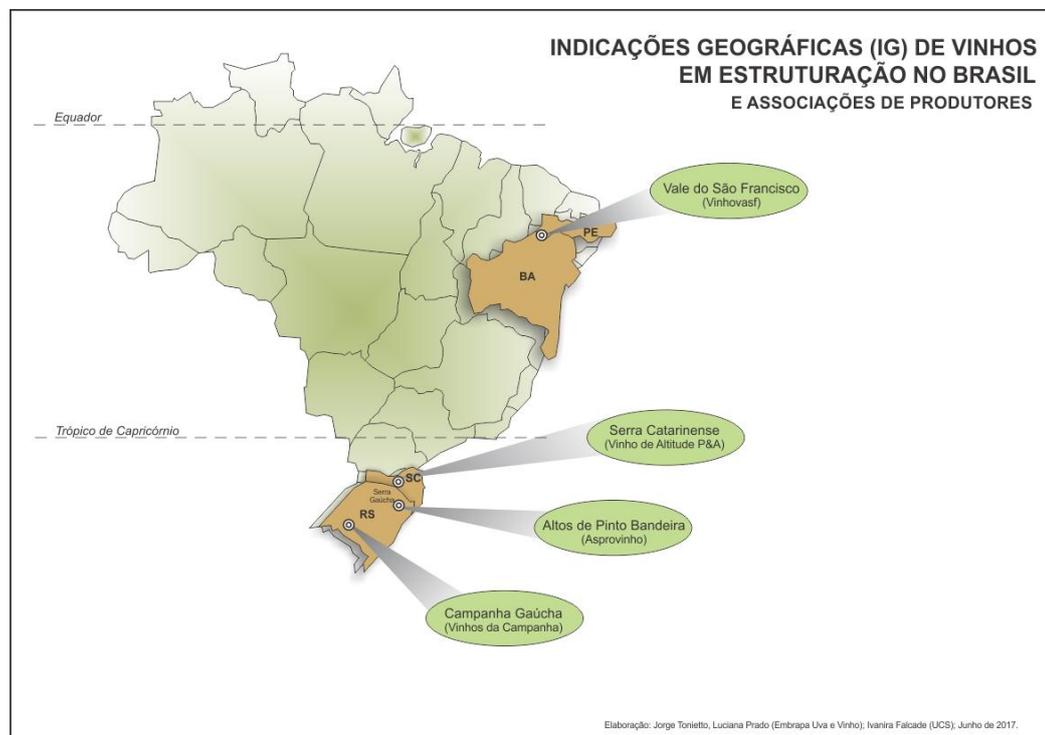
Atualmente também existem projetos de estruturação de novas IGs, conforme tabela e figura abaixo:

Tabela 3: Projetos de novas Indicações Geográficas no Brasil

Associação	Região
Asprovinho	Altos de Pinto Bandeira
Vinho de Altitude	Região do Planalto Catarinense
Vinhos da Campanha	Campanha Gaúcha
Vinhovaf	Vale do São Francisco

Fonte: Embrapa Uva e Vinho (2019)

Figura 3: Projetos de novas Indicações Geográficas no Brasil (mapa)



Fonte: Embrapa Uva e Vinho

Nas Indicações Geográficas de vinhos no mundo existem mais de 20

países, os quais estão localizados principalmente na Europa como: Itália, França, e Espanha, e minoritariamente em outros continentes como pode ser visto na tabela abaixo.

Tabela 4: Indicações Geográficas no mundo

País	Abordagem de IG ou atributo
Reino Unido	Atributos Regionais
Itália	D.O.C. I.G.T. D.O. D.O.P.
Japão	I.G. D.O. Atributos Regionais
Espanha	Atributos Regionais D.O.
França	D.O.
Estados Unidos	Atributos Regionais D.O.
Croácia	I.G. Atributos Regionais
Austrália	Atributos Regionais
Camarões	Indicação Geográfica
Kosovo	Atributos Regionais
Nova Zelândia	Atributos Regionais
África do Sul	Atributos Regionais
China	C.O.O.
Turquia	Atributos Regionais
Canadá	D.O.

Fonte: Elaborado pelo autor

Legenda:

I.G.: Indicação Geográfica

I.P.: Indicação de Procedência

D.O.: Denominação de Origem

I.G.T.: Indicação Geográfica Típica

D.O.P.: Denominação de Origem Protegida

I.G.P.: Indicação Geográfica Protegida

D.O.C.: Denominação de Origem Controlada

C.O.O.: Country of Origin

As Indicações Geográficas (IG) tem um papel presente nas políticas públicas para o desenvolvimento, especialmente no ambiente local. Pode-se não apenas conquistar espaço nos mercados, mas também aumentar a geração de empregos diretos e indiretos, renda e a fixação da população em seus locais de origem – e o mais importante: a organização dos produtores em torno da qualidade de produtos e serviços.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pode-se concluir que o Vale do São Francisco ao se tornar uma IG nos Vinhos locais se tornaria a única região do Brasil fora do sul a se tornar referência nesse produto, além do que estaria sendo comprovada a qualidade e tipicidade do mesmo, gerando emprego e renda para os moradores do Vale.

As indicações geográficas têm se transformado em importantes instrumentos de competitividade entre países. O Brasil com seu território tão extenso e diversificado não pode mais enxergar a Indicação Geográfica como algo praticamente inexistente ou secundário em seus projetos ligados a competitividade e inovação. Por outro lado, há um aumento no número de pesquisas desenvolvidas no país sobre o assunto. Está muito claro que as Indicações Geográficas de vinhos estão ocupando cada vez mais um espaço em jornais especializados na área, mas ainda assim, continua muito distante quando comparado a outros países, principalmente, países membros da União Européia.

Observou-se também que a Indicação Geográfica beneficia as duas pontas, tanto produtores que tem o reconhecimento do seu produto e a valorização e proteção do mesmo, como o consumidor que além de saber o que está consumindo tem a consciência que aquele produto teve um controle de produção mais rígido.

O vale do São Francisco é uma região com baixa precipitação anual, proporcionando produção o ano inteiro e tipicidade aos nossos vinhos com aromas e sabores únicos do Vale, o que remetem à qualidade sensorial e prestígio – capazes de gerar um diferencial competitivo no mercado, o Vale do São Francisco possui um grande potencial de se tornar IG.

Ressalta-se que, além dos benefícios da valorização da região em relação ao produto que produz, é necessária a criação de um sistema de proteção a fim de valorizar o perfil dos produtos e as condições regionais. O primeiro passo é a valorização da cultura e tradição regional, a proteção do meio ambiente por um desenvolvimento sustentável e uma maior atenção ao turismo local.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, A. F. R. de. **A Autonomia Jurídica da Denominação de Origem**. Wolters Kluwer Portugal sob a marca Coimbra Editora. Coimbra: Almedina, 2010. 1475 p
- BLUME, R. **Explorando os Recursos Estratégicos do Terroir para a Viticultura Brasileira**. Tese (Doutorado em Agronegócio) – Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios. Programa de Pós-graduação em Agronegócios. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008.
- BON VIVANT. **Vinhos**: o berço dos vinhos tropicais no Brasil e no mundo. 2012. Disponível em: <<http://www.bonvivant.com.br/vinhos/o-berco-dos-vinhos-tropicais>>. Acesso em: 08/05/2019
- BRASIL. Ministério da Agricultura. **Culturas**: uva. [20__?]. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/vegetal/culturas/uva>>. Acesso: 10/05/2019.
- BRUCH, K. L.; COPETTI, M. Noções gerais sobre outros sinais distintivos. Disponível em: http://www.sead.ufsc.br/bibliotecas/upload/no%C3%A7%C3%B5es_gerais_sobre_ou_tros_sina_is_distintivos-1.pdf. Acesso em: 07 maio 2019.
- BRUCH, K. Li.; KRETSCHMANN, A. A compreensão da indicação geográfica como um signo distintivo de origem. **Propriedade Intelectual**, v. 1, p. 12.
- CASSAROTO FILHO, N.; PIRES, L. H. **Rede de pequenas e médias empresas e o desenvolvimento regional**. São Paulo: Atlas, 1999.
- CERDAN, C. M.; BRUCH, K. L.; SILVA, A. L. da. **Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio**: Módulo II, indicação geográfica. 2 ed. Brasília: MAPA, 2010. 348 p.
- COCCO, G.; GALVÃO, A. P.; SILVA, M. C. P. **Desenvolvimento Local e Espaço Público na Terceira Itália: Questões para a Realidade Brasileira**. In: Empresários e Empregos nos Novos Territórios Produtivos – O caso da Terceira Itália. Rio de Janeiro: DP & A Coope, P&D. Wills, p.12-31, 1999. (Org. Cocco, G; Urani, A.; Galvão, A.P).
- COMISSÃO EUROPEIA E-BACHUS. Disponível em: <<http://ec.europa.eu/agriculture/markets/wine/e-bachus>>. Acessado em: 02/05/2019
- DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor**: prática e princípios. São Paulo: Pioneira Thompson, 2003.
- EMBRAPA – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. Disponível em: <http://www.cnpma.embrapa.br/projetos/prod_int/regiaosf.html>. Acesso em: 10/05/2019

FALCÃO, T. F.; REVILLION, J. P. P. A indicação geográfica de vinhos finos segundo a percepção de qualidade de enófilos. **Ciência Rural, Santa Maria**, v. 40, n. 2, p. 453- 458, 2010.

GLASS, R. F.; CASTRO A.M.G. **As indicações geográficas como estratégia mercadológica para vinhos**. Texto para discussão 35. EMBRAPA Informação Tecnológica. Brasília: 2009, 113 p.

GOLLO, S. S. **Inovação e estratégia de cooperação competitiva**: estudo de caso da indicação de procedência Vale dos Vinhedos, Serra Gaúcha/RS. 2006. 359 p. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006.

GOLLO, S. S.; CASTRO, A. W. V. Indicações geográficas no Brasil: As indicações de procedências já outorgadas e as áreas e produtos com potencial de certificação. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIEDADE RURAL, 47., 2008, Rio Branco. **Anais eletrônico...** [online], Rio Branco, SOBER, 2008. 21p. Disponível em: <<http://www.alice.cnptia.embrapa.br/bitstream/doc/410227/1/778.pdf>>. Acesso em: 14/05/2019

GUIA DO ESTUDANTE. Disponível em: <http://guiadoestudante.abril.com.br/estudo/resumo-de-geografia-o-vale-do-sao-francisco-agricultura-e-caracteristicas-climaticas/> Acessado em: 14/05/2019

INPI – Instituto Nacional de Propriedade Industrial. Disponível em: <<http://www.inpi.gov.br/menu-esquerdo/indicacao>>. Acesso em: 10/05/2019

KROGER, Lídia Pina. **Enoturismo na Bahia**: uma análise sobre o potencial do enoturismo na Região do Vale do São Francisco. Programa de Pós-Graduação em Administração, Faculdade de Administração da Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2012. Dissertação (Mestrado em Administração).

LIMA, M. I. F. **Paisagem, terroir e sistemas agrários**: um estudo em São Lourenço do Sul. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural). Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande

MAPA [Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento]. **Indicação Geográfica**. Brasília, DF: MAPA, 2017.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do trabalho científico**: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos. 7. ed. – 6. reimpr. São Paulo: Atlas: 2011.

NASCIMENTO, J. S. et al. Indicações geográficas: agregação de valor aos produtos brasileiros e maranhenses. **Geintec**, v. 2, n. 4, p. 353-364, 2012

PATTERSON, T.; BUECHSENSTEIN, J.; FREEMAN, N. **Wine and place: A terroir reader**. Univ of California Press, 2018.

PEREIRA, G. O Vinho do Porto: entre o artesanato e a agroindústria. **Revista da Faculdade de Letras – História. Porto**, 3.S. vol.6, 2005, p.185-191

RADAELLI, A. A. P. Tempero brasileiro à francesa: o terroir e a pesquisa brasileira a partir da Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD). In: 6º Fórum Internacional Ecoinovar: Santa Maria-RS, 2017: **anais**.

REVISTA ADEGA. Disponível em: <http://revistaadega.uol.com.br/artigo/o-sertao-vai-virar-vinho_8376.html#ixzz4eLx92co3>. Acesso em: 12/05/2019

SOBRINHO, A. M. M. S.; PIRES, M. L. L. S. Fruticultura e desenvolvimento local: análise sobre arranjos produtivos locais no Vale do São Francisco. XVIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação: Recife-PE, 2017: **anais**.

YAMAGUCHI, C. K.; VIEIRA, A. C. P.; BRUCH, K. L.; JENOVEVA NETO, R.; WATANABE, M.; FELISBERTO, Z. Indicação geográfica como instrumento de criação do conhecimento nos Vales da Uva Goethe. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, v. 3, n. 2, p. 145-160, 2013.

ZANATTA, V. P. **Indicações geográficas e o desenvolvimento regional: o caso da Uva Goethe**. 2017. Monografia (Bacharel em Ciências Econômicas). Disponível em <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/185023>>. Acesso em: 07/05/2019

ZANINI, T.V.; ROCHA, J. M. (2010). O enoturismo no Brasil: um estudo comparativo entre as regiões vinícolas entre as regiões vinícolas do Vale dos Vinhedos (RS) e do Vale São Francisco (BA/PB). In: **Turismo em Análise**, São Paulo. V.21, n.1.