

PANORAMA DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA DE VINHOS DO BRASIL

Rosilene Alves da Silva - rosilenealvessilva02@gmail.com

*Master's student in Intellectual Property and technology transfer for Innovation -
Federal University of Bahia*

Angela Machado Rocha - anmach@gmail.com

PhD in Energy and Environment - Federal University of Bahia

Marcelo Santana Silva - profmarceloifba@gmail.com

Post-Doctorate in Industrial Engineering - Federal Institute of Bahia

Daliane Teixeira Silva - daliane.economia@gmail.com

*Master in Intellectual Property and technology transfer for Innovation -
Federal Institute of Bahia*

Resumo - A Indicação Geográfica (IG) é uma modalidade de Propriedade Intelectual usada para identificar a origem de produtos ou serviços quando o local tenha se tornado conhecido ou quando determinada característica ou qualidade do produto ou serviços se deve a sua origem. O objetivo deste artigo é apresentar um panorama das Indicações Geográficas (IGs) de vinho e discutir a perspectiva de reconhecimento de vinhos no Brasil. Para isso, utilizou-se de pesquisa exploratória e abordagem qualitativa, com coleta de dados por levantamento bibliográfico e documental, informações de órgãos de pesquisa e instituições brasileiras ligadas à produção de vinho. Constatou-se que o Brasil possui 12 IGs para vinhos registradas, duas regiões potenciais (Santa Teresa e São Roque), e outras que poderão surgir, pois houve expansão no número de vinícolas espalhadas em regiões não tradicionais, do aparato tecnológico e científico aplicado à produção do vinho, adaptadas às diferentes regiões, colocando o país como um campo promissor para o investimento de novas IGs de vinhos.

Palavras-chave– Vitivinicultura, Indicação de Procedência, Denominação de Origem.

Abstract – Geographical Indication (GI) is a type of Intellectual Property used to identify the origin of products or services when the location has become known or when a certain characteristic or quality of the product or services is due to its origin. The objective of this article is to present an overview of wine Geographical Indications (GIs) and discuss the perspective of wine recognition in Brazil. To achieve this, exploratory research and a qualitative approach were used, with data collection through bibliographic and documentary surveys, information from research bodies and Brazilian institutions linked to wine production. It was found that Brazil has 12 registered GIs for wines, two potential regions (Santa Teresa and São Roque), and others that may emerge, as there has been an expansion in the number of wineries spread across non-traditional regions, the technological and scientific apparatus applied to wine production, adapted to different regions, placing the country as a promising field for investment in new wine GIs.

Keywords – Winemaking, Indication of Origin, Denomination of Origin.

1 INTRODUÇÃO

A dinâmica do desenvolvimento regional, compreendida como um processo de transformação econômica, social e política é construída a partir do local e da imprescindível participação e interação ativa de seus atores, quais sejam: indivíduos, grupos ou organizações que possuem capacidade de influenciar, de maneira direta ou indireta, a formulação e o resultado de políticas públicas (PELLIN, 2019).

A partir da intensificação das relações comerciais, culturais, turísticas e econômicas que a globalização estimula, as Indicações Geográficas (IGs) emergem como ferramenta de desenvolvimento em nível local, regional, nacional e internacional (BRANCO *et al.*, 2013).

A Indicação Geográfica (IG) pode ser conceituada como uma modalidade de Propriedade Intelectual usada para identificar a origem de produtos ou serviços quando o local tenha se tornado conhecido ou quando determinada característica ou qualidade do produto ou serviços se deve a sua origem (CALDAS *et al.*, 2017; SALDANHA *et al.*, 2023; SILVA *et al.*, 2023).

As IGs são ferramentas coletivas de valorização de produtos tradicionais vinculados a determinados territórios e possuem ao menos duas funções principais: agregar valor ao produto e proteger a região produtora (VENÂNCIO *et al.*, 2023).

Conforme Giesbrecht *et al.* (2014), em razão das suas especificidades, cadeia produtiva e mercado, os três setores no Brasil que mais se destacam na busca do reconhecimento de IG são o vinho, o artesanato e o café.

O vinho acompanha a humanidade e sob muitos aspectos a sua história é linear. Desde o início dos tempos, o vinho sempre foi ligado a rituais religiosos, tornando-se parte da teologia, do ritual e da tradição cristãs. Culturalmente também era considerado um símbolo de civilidade e sofisticação. Economicamente, o vinho sempre foi importante em muitas regiões, algumas hoje são líderes na produção mundial (RIZZON, 2010).

Se no nível mais elementar, o vinho é resultado de um processo natural onde tudo que se tem que fazer para transformar uva em vinho é esmagar os frutos e aguardar a fermentação, hoje, o vinho produzido é resultado final de uma série de decisões amparadas na experiência, tradição e pesquisa científica.

No Brasil, a viticultura foi introduzida no século XVI por portugueses e espanhóis. No entanto, sua consolidação se deu com a chegada de imigrantes alemães e italianos, no século XIX, a partir de 1975 (FLORES *et al.*, 2019).

As IGs de vinhos do Brasil são estruturadas a partir da realidade histórica de cada território, expressando as originalidades da produção dos vinhos de qualidade em cada IG (TONIETTO; FALCADE, 2018).

Entre os anos de 2002 e 2022, no Brasil foram reconhecidas 12 IGs de vinhos e espumantes. A grande maioria está presentes na Região Sul do país, mais especificamente, na região vitivinícola da Serra Gaúcha, no estado do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná (INPI, 2023).

Contudo, já existem iniciativas de vitícolas em outras regiões do Brasil, como a Região Nordeste, nos estados de Pernambuco, Bahia, Ceará, Maranhão e Piauí; a Região Centro-Oeste, nos estados do Mato Grosso e Goiás; e Região Sudeste, nos estados de Minas Gerais e Espírito Santo (PROTAS *et al.*, 2006).

Neste contexto, o objetivo deste artigo é apresentar um panorama das Indicações Geográficas (IGs) de vinho e discutir a perspectiva de reconhecimento de vinhos no Brasil. Para tal, serão realizadas conceituações sobre IG, identificando aquelas que envolvem vinhos, apresentação de dados e elementos do mercado de produção e consumo e também a nova geografia que vem sendo redesenhada com o advento das Indicações Geográficas.

2 METODOLOGIA

Para o desenvolvimento deste estudo utilizou-se pesquisa exploratória e abordagem qualitativa, com coleta de dados por levantamento bibliográfico e documental.

A pesquisa bibliográfica conduz os pesquisadores a se comunicarem com o que já foi abordado sobre o tema (LAKATOS; MARCONI, 2003). Para isso, foram utilizadas informações de fontes diversas, tais como: artigos científicos; legislações; relatórios produzidos por órgãos de pesquisa e instituições brasileiras ligadas à produção de vinho, como a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA) e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE); e site do órgão responsável pela análise e concessão de pedidos de reconhecimento de IG no Brasil, o Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI).

Para a análise dos dados qualitativos, adotou-se as diretrizes da Análise de Conteúdo de Bardin (2010). A Análise de Conteúdo, conforme Bardin (2010), consiste em uma metodologia de pesquisa usada para descrever e interpretar o conteúdo de toda classe de documentos e textos.

3 CONTEXTUALIZAÇÃO DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS

No âmbito da Propriedade Industrial, Indicação Geográfica (IG) é o nome dado ao tipo de proteção cabível a produtos ou serviços que são originários de uma determinada área geográfica (país, cidade, região ou localidade de seu território) que se tenham tornado conhecidos por possuírem qualidades ou reputação relacionadas à sua forma de extração, produção ou fabricação (MAPA, 2023a).

As IGs são ferramentas coletivas de valorização de produtos tradicionais vinculados a determinados territórios e possuem duas funções principais: agregar valor ao produto e proteger a região produtora. Cabe ressaltar que as IGs não protegem produtos ou métodos de produção, apenas conferem aos produtores de uma determinada área geográfica o direito exclusivo de usar um signo distintivo que identifique seus produtos (SEBRAE, 2023; VENÂNCIO *et al.*, 2023).

O marco legal das IGs no Brasil é a Lei da Propriedade Industrial (nº 9.279/1996), que regula os direitos e obrigações sobre Propriedade Industrial e Intelectual no Brasil (BRASIL, 1996). Atualmente, sua regulamentação segue a Portaria INPI/PR nº 04/2022, que estabelece as condições para o registro das IGs (BRASIL, 2022; SALDANHA *et al.*, 2023; SILVA *et al.*, 2023).

As IGs são classificadas em duas categorias: Indicação de Procedência (IP) e Denominação de Origem (DO). Objetivamente, a IP designa 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; já a DO refere-se ao 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 (INPI, 2023).

Muito embora o foco desta pesquisa seja apresentar o panorama das IGs de vinho e discutir a perspectiva de reconhecimento de novas IGs de viticultura, cabe uma breve análise da evolução dos números totais de IGs reconhecidas no interstício de 2018 e julho 2023, considerando o trabalho de Gonçalves *et al.* (2018) que mapeou e caracterizou áreas produtoras que possuíam IG até o dia 29 de outubro de 2018 (Tabela 1).

Tabela 1 – Distribuição de Indicação Geográfica por categoria, produto e região no ano de 2018

CATEGORIAS		CENTRO-OESTE	NORDESTE	NORTE	SUDESTE	SUL	BRASIL
Denominação de Origem	11						100%
Alimentos	7	-	2	-	2	3	64%
Vinhos	1	-	-	-	-	1	9%
Pedras	3	-	-	-	3	-	27%
Indicação de Procedência	50						100%
Alimentos	28	2	4	2	10	10	56%
Artesanato	6	-	3	1	2	-	12%
Bebidas	4	-	1	-	3	-	8%
Vinhos/Espumantes	5	-	-	-	-	5	10%
Pedras	2	-	1	-	1	-	4%
Serviços	1	-	1	-	-	-	2%
Couro	1	-	-	-	-	1	2%
Calçado	1	-	-	-	1	-	2%
Textel	1	-	1	-	-	-	2%
Peixe ornamentais	1	-	-	1	-	-	2%
TOTAL de IG	61	2	13	4	22	20	100%

Fonte: GONÇALVES (2018, p.136).

Das 61 IGs brasileiras reconhecidas até outubro de 2018, 82% eram IP e 18% DO. Desse total, as IGs de vinhos/espumantes representavam 9,8% (5 IPs e 1 DO).

Em julho de 2023, estavam registradas 113 IGs, sendo 9 estrangeiras, totalizando 104 IGs nacionais. As IGs de vinhos/espumantes representam 11,5% (Tabela 2).

Tabela 2 – Distribuição de Indicação Geográfica por categoria, produto e região no ano de 2023*

CATEGORIAS	QUANT.	CENTRO-OESTE	NORDESTE	NORTE	SUDESTE	SUL	BRASIL
Denominação de Origem	33	-	-	-	-	-	100%
Alimentos	14	-	2	2	3	7	42,42%
Bebidas	5			1	4	-	15,15%
Vinhos	2	-	-	-	-	2	6,06%
Pedras	3	-	-	-	3	-	9,09%
Estrangeiras	9	-	-	-	-	-	27,27%
Indicação de Procedência	80						100%
Alimentos	36	3	2	7	12	12	45,00%
Artesanato	9	2	4	-	3	-	11,25%
Bebidas	16	-	4	-	11	1	20,00%
Vinhos Espumantes	10	-	1	-	-	9	12,50%
Pedras	1	-	-	-	1	-	1,25%
Serviços	1	-	1	-	-	-	1,25%
Couro	1	-	-	-	-	1	1,25%
Calçado	2	-	-	-	2	-	2,50%
Têxtil	3	-	3	-	-	-	3,75%
Peixes Ornamentais	1	-	-	1	-	-	1,25%
TOTAL DE IG	113	5	17	11	39	32	100%

Fonte: Elaborado pelos autores com base em INPI (2023).

*dados até julho de 2023.

Nota-se que nesse percurso de quase 5 anos, de 2018 a 2023, houve um aumento significativo das IGs para vinhos, saltando de 6 para 12 IGs, sendo 10 IPs e 2 DOs (INPI, 2023), representando um percentual de 100% de aumento.

No âmbito geral de IGs reconhecidas no país no período referenciado acima, a evolução percentual foi de 85,25%. Sem dúvida, uma evolução expressiva, mas ainda muito aquém frente a extensão territorial, a biodiversidade e a enorme quantidade de recursos naturais e conhecimentos aplicados a regiões do Brasil.

4 CONTEXTUALIZAÇÃO DA PRODUÇÃO DE VINHOS NO BRASIL

De acordo com Tonietto e Facalde (2018), a vitivinicultura brasileira apresenta enorme importância socioeconômica, iniciada com a chegada da colonização italiana à Região Sul, com a produção de vinhos na região da Serra Gaúcha, no estado do Rio Grande do Sul, a partir de 1875.

Embora o cultivo da videira tenha se iniciado na Região Sul, com a iniciativa de produtores e os avanços de pesquisa agrícola, a competência e a criatividade do vitiviniculor, têm contribuído para a expansão e o desenvolvimento de novas regiões vitivinícolas no Brasil (PEREIRA *et al.*2020).

Conforme Pereira *et al.* (2020), o Brasil é um dos países com maior diversidade e tipos de viticultura e produz comercialmente vinhos em três macrocondições distintas, em função de diferentes condições climáticas, geográficas e manejos. São elas: a viticultura tradicional, a viticultura tropical e a viticultura de inverno.

Segundo análise do Comunicado Técnico 226 da EMBRAPA (2022), a área plantada com videiras no Brasil, em 2021, foi de 75.007 ha, sendo que a região Sul ocupa 73% da área nacional, com o Rio Grande do Sul ocupando o lugar de principal estado produtor, representando 62,41% da área vitícola nacional, o que corresponde a uma área de 46.815 ha. O estado de Santa Catarina apresentou uma área de 3.940 ha e o Paraná 4.000 ha. Estima-se que o estado do Rio Grande do Sul responda por mais de 90% da produção total de vinhos e suco de uvas e cerca de 85% dos espumantes produzidos no país.

As regiões Sudeste e Nordeste, representam um percentual de 10,69% e 14,04%, respectivamente, da área vitícola nacional.

Toda a produção nacional de uvas se destina ao consumo *in natura* e ao processamento (vinho, suco e derivados), representando 51,93% para o primeiro e 48,07% para o segundo.

Notadamente, toda a produção de vinhos nacionais tem encontrado internamente um promissor mercado de consumidores. No âmbito da produção de vinhos nacionais, o Relatório Vitivinicultura EMBRAPA (2022) indica que o consumo de vinhos finos vem aumentando ao longo dos anos, especialmente os importados. De acordo com o referido relatório, o mercado brasileiro absorveu 184,77 milhões de litros, em 2021, 5,93% superior ao ano de 2020. Aumentou em 5,15% também a quantidade de vinhos importados, enquanto os vinhos finos nacionais aumentaram 10,14%. Entretanto, a participação dos vinhos importados nesse mercado continua elevada, 83,72% (Quadro 1).

Quadro 1 – Comercialização de vinhos finos, espumantes e suco de uva elaborados no Rio Grande do Sul (Mercado Interno) no período de 2017 a 2020 e janeiro e fevereiro de 2022

PRODUTOS	JAN/DEZ 2017	JAN/DEZ 2020	JAN/DEZ 2021	21/20	21/17
Vinhos Finos	15.589.144	24.233.965	27.003.774	11,43%	73,22%
Espumantes	17.404.531	21.904.815	30.337.864	38,50%	74,31%
Suco de Uva*	131.837.434	166.729.482	173.263.956	3,92%	31,42%

*Suco de Uva (Natural/Integral, Reprocessado/Reconstituído, Adoçado e Concentrado)

FONTE: SISDEVIN/SEAPDR - Elaboração: Uvibra – Informações recebidas em 27.01.2022

Em contrapartida, ao contrário dos vinhos finos, os espumantes nacionais (espumantes naturais e moscatéis espumantes), dominam o mercado interno. Foram comercializados 36,56 milhões de litros de espumantes, 22,72% superior à verificada no ano de 2020. A quantidade de espumantes importada, em 2021, foi de 5,31 milhões de litros, 7,37% superior ao ano anterior. Os espumantes nacionais, com volume de 31,24 milhões de litros, apresentaram aumento de 25,78% no ano de 2021, comparativamente ao ano anterior. A participação dos espumantes importados caiu para 14,53%, em 2021 (Quadro 2) (EMBRAPA, 2022).

Quadro 2 – Comercialização de vinhos finos, espumantes e suco de uva elaborados do Rio Grande do Sul – Mercado Interno - no período de 2017 a 2020 e janeiro e fevereiro de 2022

PRODUTO	JAN/21	JAN/22	CRESCIMENTO	21/20	21/17	CRESCIMENTO
Vinho Fino	632.307	1.039.184	64,35%	934.606	1.255.979	34,39%
Espumantes	611.903	1.157.533	89,16%	843.590	901.069	6,81%
Suco de Uva*	11.252.542	16.653.123	47,99%	12.177.671	19.502.843	60,15%

*Suco de Uva (Natural/Integral, Reprocessado/Reconstituído, Adoçado e Concentrado)

FONTE: SISDEVIN/SEAPDR - Elaboração: Uvibra – Dados coletados em 24 de março de 2022.

Conforme dados da União Brasileira de Vitivinicultura (UVIBRA) (2022), órgão representativo do setor vitivinícola do país, as vendas de vinhos finos, espumantes e suco de uva estão crescendo no mercado interno, significando que o brasileiro segue consumindo mais o produto nacional, o que demonstra que a qualidade do vinho brasileiro vem sendo percebida e aprovada.

Para a UVIBRA, os dados demonstram que o vinho brasileiro vive seu melhor momento na história da vitivinicultura nacional, capitaneado pelo surgimento de novas regiões produtoras, pela valorização da produção local, pela mudança de hábitos, pelo desenvolvimento do enoturismo e também pela crescente competitividade do setor.

Na mesma esteira, as exportações de vinhos também obtiveram importante evolução. Foram exportados 8,06 milhões de litros, superior em 82,74% em relação ao ano de 2020 (Quadro 3). O principal país importador dos vinhos brasileiros é o Paraguai, com 80,95% do volume das exportações. Na sequência Haiti (8,32%) e Rússia (1,70%), conforme Documento 121 da EMBRAPA (2020).

Quadro 3 – Dados da exportação de vinhos finos, espumantes e suco de uva no período de 2017 a 2021.

PRODUTOS	JAN/DEZ 2017	JAN/DEZ 2020	JAN/DEZ 2021	21/20	21/17
Vinhos Finos	3.064.716	4.437.810	8.132.342	83,25%	165,35%
Espumantes	256.748	770.642	935.243	21,36%	264,26%
Suco de Uva*	2.273.132	1.377.810	3.369.939	144,59%	48,25%

*Suco de Uva (Natural/Integral, Reprocessado/Reconstituído, Adoçado e Concentrado)

FONTE: Comextat/MDIC -Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços

Os vinhos representaram 86,85% do valor gasto com as importações, em 2021, com um aumento de 5,14% na quantidade e 12,18% no valor. Em 20221, foram importados 154,69 milhões de litros de vinhos, no valor de U\$ 451,73 milhões.

Os vinhos espumantes, que sofreram importante redução nas importações no ano de 2020, voltaram a crescer em 2021. Foram importados 5,31 milhões de litros, 7,38% superior à quantidade então importada.

Em 2021, as importações totais de produtos da cadeia vitivinícola somaram 520,12 milhões de dólares, valor superior em 9,53%, em comparação com o ano anterior.

Dos dados levantados, fica evidenciado que o mercado de vinhos permanece aquecido, sendo o ano de 2021 o maior registro de produção no país, com expressivo aumento no Rio Grande do Sul e no Vale do São Francisco. Bem assim, resta evidenciado significativo aumento nas vendas dos produtos processados (vinhos, espumantes e suco de uvas), tendo os vinhos finos nacionais ocupando cada vez mais sua participação no mercado interno.

5 O VINHO E A INDICAÇÃO GEOGRÁFICA: UMA COMBINAÇÃO PERFEITA

O vinho é um dos setores produtivos que mais se destaca na busca do reconhecimento de IG no Brasil (Giesbrecht *et al.*, 2014). Não obstante, a primeira IG reconhecida no Brasil foi a do Vale dos Vinhedos, no Rio Grande do Sul, em 2002, no INPI, sob a modalidade de Indicação de Procedência, num projeto que foi desenvolvido e coordenado pela Embrapa Uva e Vinhos.

Também na vanguarda, em 2022, o Nordeste teve registrada a primeira IP para vinhos do Vale do São Francisco, passando a ser considerada como a primeira IP de vinhos tropicais no mundo.

Conforme Quadro 4, a Região Sul possui o monopólio na produção de vinhos e registro de IG para esse produto, com destaque para o Rio Grande do Sul (RS) que detém oito IGs. Há ainda um pedido publicado de IP para vinhos de inverno, requerido pelo Núcleo Regional dos Produtores de Vinhos de Inverno do Sul de Minas (MG).

Quadro 4 - Lista das Indicações Geográficas de vinhos e espumantes no Brasil em 2023

Ord.	Nome Geográfico	Estado	Modalidade	Ano de Registro	Associação
1	Vale dos Vinhedos	RS	IP	2002	Aprovale
2	Pinto Bandeira	RS	IP	2010	Asprovinho
3	Altos Montes	RS	IP	2012	Apromontes
4	Vale da Uva Goethe	SC	IP	2012	Progoethe
5	Vale dos Vinhedos	RS	DO	2012	Aprovale
6	Monte Belo	RS	IP	2013	Aprobelo
7	Farroupilha	RS	IP	2015	Afavin
8	Campanha Gaúcha	RS	IP	2020	Vinhos da Campanha
9	Santa Catarina	SC	IP	2021	Produtores e Associados
10	Bituruna	PR	IP	2022	Apruvibi
11	Vale do São Francisco	PE/BA	IP	2022	Instituto do Vinho do Vale do São Francisco
12	Altos de Pinto Bandeira	RS	DO	2022	Asprovinho

Fonte: Elaborado pelos autores com base em INPI (2023).

No Quadro 5, a seguir, se pode observar quais produtos são produzidos pelas IGs brasileiras relacionadas ao vinho.

Quadro 5 - Tipo de vinhos com registros de IG no Brasil em 2023.

Ord.	Nome Geográfico	Estado	Modalidade	Ano de Registro	Produto
1	Vale dos Vinhedos	RS	IP	2002	Vinhos tinto, branco e espumante.
2	Pinto Bandeira	RS	IP	2010	Vinhos tintos, brancos e espumantes
3	Altos Montes	RS	IP	2012	Vinhos e espumantes
4	Vale da Uva Goethe	SC	IP	2012	Vinhos branco, espumante e licoroso
5	Vale dos Vinhedos	RS	DO	2012	Vinho e espumantes
6	Monte Belo	RS	IP	2013	Vinhos e espumantes
7	Farroupilha	RS	IP	2015	Vinho fino branco moscatel, Vinho moscatel espumante, Vinho frizante moscatel, Vinho licoroso moscatel, Mistela simples moscatel, Brandy de vinho moscatel
8	Campanha Gaúcha	RS	IP	2020	Vinho fino branco tranquilo; vinho fino rosado tranquilo; vinho fino tinto tranquilo; vinho espumante fino
9	Santa Catarina	SC	IP	2021	Vinho fino, vinho nobre, vinho licoroso, espumante natural, vinho moscatel espumante e brandy
10	Bituruna	PR	IP	2022	Vinhos Vinho de mesa branco seco; Vinho de mesa branco suave; Vinho de mesa branco demi-sec; Vinho de mesa tinto seco; Vinho de mesa tinto suave; Vinho de mesa tinto demi-sec.
11	Vale do São Francisco	PE/BA	IP	2022	Vinho fino, vinho nobre, espumante natural e vinho moscatel espumante
12	Altos de Pinto Bandeira	RS	DO	2022	Espumante natural

Fonte: Elaborado pelos autores com base em INPI (2023).

Conforme Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) (2023b), o Brasil apresenta regiões potenciais a novas IGs para vinhos, a exemplo de Santa Teresa (Espírito Santo) e São Roque (São Paulo). Através dos estudos da Embrapa, o desenvolvimento de IGs de vinhos brasileiros colaboram com a consolidação da viticultura nacional. O Brasil é o único país do mundo onde se verifica 3 tipos de viticulturas: a tradicional (Rio Grande do Sul, Santa Catarina, paraná, Minas Gerais, São Paulo e Rio de

Janeiro); a tropical (Pernambuco e Bahia) e a de inverno (Minas Gerais, São Paulo, Goiás, Bahia, Espírito Santo, Rio de Janeiro e Distrito Federal) (EMBRAPA, 2020).

A viticultura tradicional é praticada no Brasil há mais de 100 anos, já a viticultura tropical é relativamente recente, tendo sido iniciada em meados dos anos 70. Por sua vez, a viticultura de inverno é ainda mais recente, iniciada nos anos 2000. De forma geral, cada um dos tipos de viticultura contam com os avanços tecnológicos em técnicas de manejo e seleção de videiras adaptadas às diferentes regiões, valorizando a natureza do solo onde a videira é cultivada (o *terroir*) e possibilitando a obtenção de produtos com qualidade e custo compatível (EMBRAPA, 2020).

Sobre o *terroir* e sua relação como o vinho, Tonietto (2007), reflete:

A palavra *terroir* passa a exprimir a interação entre o meio natural e os fatores humanos. E esse é um dos aspectos essenciais do *terroir*, de não abranger somente aspectos do meio natural (clima, solo, relevo), mas também, de forma simultânea, os fatores humanos da produção - incluindo a escolha das variedades, aspectos agrônômicos e aspectos de elaboração dos produtos. Na verdade, o *terroir* é revelado, no vinho, pelo homem, pelo saber-fazer local (TONIETTO, 2007, p. 8)

6 CONCLUSÃO

Notadamente há uma expansão no número e diversidade de vinícolas no Brasil. O cultivo de uvas saiu do eixo tradicional do sul do país e passou para regiões com climas e solos bastante diferentes, diversificando a geografia da produção nacional e mundial de vinhos.

Há por trás dessa expansão um grande investimento em tecnologia e pesquisa num trabalho colaborativo entre produtores, empresas de pesquisa e instituições de ensino que permitiram a elaboração de vinhos nas novas regiões vitivinícolas, com qualidades e tipicidades específicas que resulta da natureza do solo onde a videira é cultivada, o *terroir*.

Outro fator relevante é o aumento do consumo interno e da exportação de vinhos brasileiros, que crescem também em visibilidade e reconhecimento e revela-se um rentável ativo econômico.

Cabe destacar também que a conquista de uma IG por parte dos produtores enseja o desenvolvimento de produtos com qualidade superior, criando, assim, diferencial de mercado.

Desse modo, conclui-se que a qualidade dos vinhos brasileiros, inclusive os que são produzidos nas regiões não tradicionais, o crescente interesse do consumidor pelos produtos nacionais e o aparato tecnológico e científico voltado ao manejo e produção do vinho, coloca o Brasil como um campo promissor para o investimento de novas Indicações Geográficas de vinhos.

AGRADECIMENTOS

Ao CNPq - Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - Chamada nº 40/2022 – Pro-Humanidades, Processo:421143/2022-3

REFERÊNCIAS

BARDIN, L. Análise de conteúdo. São Paulo: Edições 70, 2010.

BRANCO, N. P. N. C. S. *et al.* Indicações geográficas (IGs) como ferramenta para desenvolvimento regional: uma prospecção tecnológica sobre IGs relacionadas à farinha de mandioca e o potencial da IG da farinha de mandioca copioba do Recôncavo Baiano. **Geintec**, v. 3, n. 5, p. 205–220, 2013.

BRASIL. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF, 15 maio 1996. Seção 1, p. 8353.

BRASIL. Ministério da Economia. INPI. Portaria INPI nº 4, de 12 de janeiro de 2022. **Diário Oficial da União**. Publicado em 25/01/2022, ed. 17, seção 1, página 40. Disponível em:

<https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/portaria/inpi/pr-n-4-de-12-de-janeiro-de-2022-375778644>. Acesso em: 15 fev. 2023.

CALDAS, A. S.; ARAÚJO, C. C.; COURY, R. L. M. As Indicações Geográficas (IGs) como estratégia de Desenvolvimento Territorial: desafios e potencialidades no Distrito de Maragogipinho, Aratuípe, BA. **Revista de Desenvolvimento Econômico – RDE**, Salvador, BA, ano XIX, v. 3, n. 38, p. 81-108, dezembro de 2017. DOI: <http://dx.doi.org/10.21452/rde.v3i38.5032>

EMBRAPA. Vinhos no Brasil: contrastes na geografia e no manejo das videiras nas três viticulturas do país. 2020. Disponível em: <https://www.infoteca.cnptia.embrapa.br/infoteca/bitstream/doc/1128174/1/Doc121-21.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2023.

EMBRAPA. Indicações Geográficas de Vinhos do Brasil. 2022. Disponível em: <https://www.embrapa.br/uva-e-vinho/indicacoes-geograficas-de-vinhos-do-brasil>. Acesso em: 15 fev. 2023.

FLORES, S. S.; TONIETTO, J.; TAFFAREL, J. C. Painel de indicadores para avaliação das indicações geográficas de vinhos brasileiros. **Cadernos de Prospeção**, v. 12, n. 4, dez. 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.9771/cp.v12i4.27973>. Acesso em: 17 maio 2022.

GIESBRECHT, H. O.; MINAS, R. B. A.; GONÇALVES, M. F. W.; SCHWANKE, F. H. **Indicações geográficas brasileiras**. Brasília: SEBRAE, INPI, 2014, 264 p.

GONÇALVES, L. A. S.; ALMEIDA, B. A.; BASTOS, E. M. S. PANORAMA DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS NO BRASIL. **Revista de Desenvolvimento Econômico – RDE** - Ano XX – V. 3 - N. 41 – Dezembro de 2018 - Salvador, BA – p. 130 – 144.

INPI – INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL. Indicações geográficas. **Indicação Geográfica no Brasil**. 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/indicacao-geografica-no-brasil>. Acesso em: 29 abr. 2022.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MAPA – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Indicações Geográficas. 2023a. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/sustentabilidade/indicacao-geografica#:~:text=Indica%C3%A7%C3%A3o%20Geogr%C3%A1fica,-Info&text=O%20que%20C3%A9%20Indica%C3%A7%C3%A3o%20Geografica,seus%20similares%20dispon%C3%ADveis%20no%20mercado>. Acesso em: 20 jun. 2023.

MAPA – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Mapa Interativo - Signos Distintivos Registrados e Produtos Potenciais. 2023b. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/sustentabilidade/indicacao-geografica/dados-sobre-igs-registradas-e-produtos-tipicos-potenciais/mapa-interativo-1>. Acesso em: 26 set. 2023.

PELLIN, V. Indicações Geográficas e desenvolvimento regional no Brasil: a atuação dos principais atores e suas metodologias de trabalho. **INTERAÇÕES**, Campo Grande, MS, v. 20, n. 1, p. 63-78, jan./mar. 2019. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/inter/v20n1/1518-7012-inter-20-01-0063.pdf>. Acesso em: 05 abr. 2023.

PEREIRA, G.E.; ZANUS, M.C.; MELLO, L. M. R.; LIMA, M. S.; PEREGRINO, I. Panorama da produção e mercado nacional de vinhos espumantes. **Informe Agropecuário**, 2020, 41(310), 07-18.

PROTAS, J.F.S.; CAMARGO, U.A.; MELLO, L.M.R. Vitivinicultura brasileira: regiões tradicionais e polos emergentes. **Informe Agropecuário**, Belo Horizonte, v. 27, n. 234, p. 7-15, 2006.

RIZZON, L. A. Metodologia para análise de vinho. Brasília: Embrapa Informação Tecnológica, v. 120, 2010.

SALDANHA, C. B.; SILVA, D. T.; MARTINS, L. O. S.; LOPES, J. M. ; SILVA, M. S. . Overview of Brazilian Geographical Indications and the Experience of Cachaca Indications of Procedure. **JOURNAL OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT**, v. 16, p. 119-135, 2023. <https://doi.org/10.5539/jsd.v16n3p119>



SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Indicações Geográficas Brasileiras. 2023. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/indicacoes-geograficas-brasileiras,8a47d106b5562510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 26 maio 2023.

SILVA, D. T.; SALDANHA, C. B. ; MARTINS, L. O. S.; LOPES, J. M. ; SILVA, M. S. Coffee Production and Geographical Indications (GI): An Analysis of the World Panorama and the Brazilian Reality.

JOURNAL OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT, v. 16, p. 47-62, 2023.

<https://doi.org/10.5539/jsd.v16n3p47>

TONIETTO, J. Afinal, o que é Terroir? **Bon Vivant**, Flores da Cunha, v. 8, n. 98, p. 08, abr. 2007.

TONIETTO, J.; FALCADE, I. Indicações geográficas de vinhos do Brasil: a estruturação e a valorização da produção nos territórios do vinho. **Territoires du Vin**, [S./l.], v. 9, p. 1-5, 2018.

UVIBRA – União Brasileira de Vitivinicultura. Disponível em: <http://www.uvibra.com.br/>. Acesso em: 20 dez. 2022.

VENÂNCIO, M. F. D.; CONCEIÇÃO, V. S. ; SILVA, D. T. ; PIAU, D. D. N. ; ARAÚJO, M. L. V. ; SILVA, M. S. Indicações geográficas e suas contribuições para as políticas públicas regionais. **REVISTA DE GESTÃO E SECRETARIADO**, v. 14, p. 15482-15499, 2023. <https://doi.org/10.7769/gesec.v14i9.2804>