

**A** origem dos produtos vinícolas constitui-se num fator de identidade, associado ao conceito de qualidade. Atualmente, nos mercados mais exigentes é fundamental a origem dos produtos, bem caracterizada através das indicações geográficas. Sem elas, a competitividade dos produtos fica prejudicada, quando não inviabiliza o acesso aos mercados. A abordagem aqui apresentada objetiva proceder a uma análise técnica quanto à proteção das indicações geográficas no Brasil na área vitivinícola.

As indicações geográficas têm uma expressão singular nos produtos vinícolas, mais do que em outros produtos da atividade agropecuária ou agroindustrial, e de forma ainda mais marcante quando comparadas com aquelas de produtos industrializados. As indicações geográficas para vinhos podem compreender dois níveis de identificação com o meio geográfico de produção: um representado pela indicação de procedência e outro, mais complexo, pela denominação de origem.

Quando a indicação geográfica refere-se a uma indicação de procedência, o meio geográfico não possui necessariamente a importância conferida à denominação de origem e o nome geográfico da região ou localidade que se tornou conhecido indica de onde o produto procede. Já na denominação de origem diversos outros requisitos devem ser atendidos. A definição do Acordo de Lisboa deixa clara esta questão ao definir: denominação de origem é a denominação geográfica de um país, de uma região ou de uma

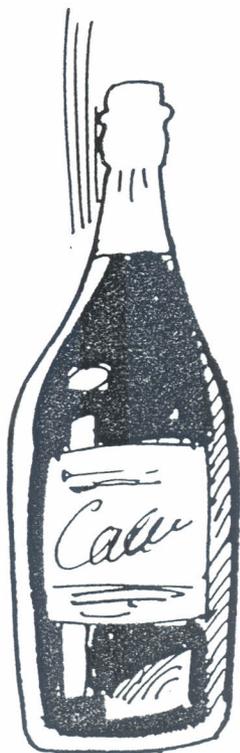
localidade, que serve para designar um produto que lhe é originário, e cuja qualidade e características são devidas exclusivamente ou essencialmente ao meio geográfico, compreendendo os fatores naturais e os fatores humanos; o país de origem é aquele onde está situada a região ou localidade cujo nome constitui a denominação de origem que deu ao produto seu renome.

Nos países vitivinícolas existem denominações de origem cujo nome não corresponde ao nome geográfico da região ou da localidade onde estão situadas, muito embora atendam aos demais requisitos da definição de denominação de origem, inclusive quanto aos aspectos relativos ao meio geográfico. Assim sendo, tais denominações de origem serão consideradas neste trabalho dentro do conceito de indicações geográficas.

## Uso das indicações geográficas

A importância da origem para a vitivinicultura moderna pode ser quantificada pelas indicações geográficas existentes em países tradicionalmente vitivinícolas: 351 na França (AOC, VDQS), 245 na Itália (DOC, DOCG), 33 na Espanha (DO, DOC), 235 indicações geográficas na Alemanha e 36 na África do Sul.

Afinal, quem nunca ouviu falar de indicações geográficas consagradas de vinhos como *Alsace*, *Bordeaux*, *Graves*, *Margaux*, *Médoc*, *Bourgogne*, *Beaujolais*, *Saint-Emilion*, *Chablis*, *Chianti*, *Frasca-*



ti, Moscato d'Asti, Loreley, Johannisberg, Rioja, Porto, Jerez-Xérès-Sherry, Málaga, Madeira ou Sauternes? Ou do vinho espumante Champagne? Ou então dos destilados Cognac e Armagnac?

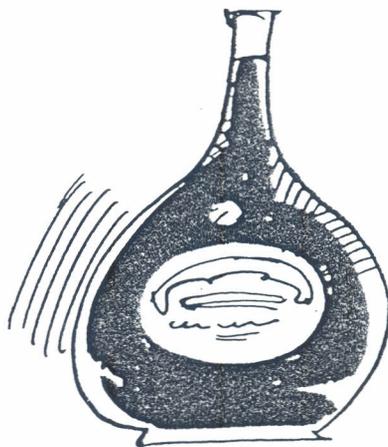
É objetivo das indicações geográficas proteger os produtos originados dos respectivos meios geográficos, bem como proteger a sua denominação. Isso beneficia tanto os produtores vitivinícolas, que têm interesses comerciais e ficam sujeitos ao cumprimento de um conjunto de regras de produção, quanto os consumidores, que têm a garantia da autenticidade da origem, com um referencial de qualidade e tipicidade dos produtos.

## Legislação brasileira e indicações geográficas

A atual legislação brasileira está firmada na Lei nº 7.678, de 08/11/88, que dispõe sobre a produção, circulação e comercialização de vinhos e derivados da uva e do vinho e que está regulamentada pelo Decreto nº 99.066, de 08/03/90.

A referida legislação possui itens bastante claros. Um deles determina que o rótulo dos produtos vitivinícolas não poderá conter denominação, símbolo, figura, desenho ou qualquer indicação que induza a erro ou equívoco sobre a origem, natureza e composição do produto, nem atribua-lhe finalidade, qualidade ou características que não possua. O texto desse artigo constitui-se num dispositivo de proteção, objetivando impedir o uso indevido de indicações geográficas que não reportem a real origem do produto.

A legislação também estabelece que é vedada a comercialização de vinhos e derivados nacionais e importados que contenham no rótulo designações geográficas ou indicações técnicas que não correspondam à verdadeira origem e significado das expressões utilizadas. Tal referência é elogiável



sob o ponto de vista de proteção das indicações geográficas. Não obstante, consta na legislação brasileira a possibilidade de uso do termo *tipo*, seguido da indicação geográfica, que, segundo estabelece, pode ser empregado em vinhos derivados de uva e do vinho cujas características correspondam àquelas encontradas em produtos clássicos internacionalmente conhecidos. As restrições estabelecidas na referida legislação para o uso do termo *tipo* são: 1) o produto deve ser elaborado com a mesma tecnologia da origem; 2) para os vinhos de mesa devem ser utilizadas as mesmas variedades de uva de origem, em percentuais a serem estabelecidos pelo Ministério da Agricultura; e 3) no caso de vinhos licorosos e compostos, a matéria-prima deve ser de variedades viníferas similares.

Ora, sabemos que um produto vitivinícola pertencente a uma denominação de origem (na lei referida como produtos clássicos internacionalmente conhecidos) jamais poderá ser elaborado em uma origem distinta, tendo em vista que a origem faz parte da denominação de origem, sendo portanto um fator natural indispensável e obrigatoriamente associado a este conceito. O subterfúgio estabelecido na legislação de utilizar a *mesma tecnologia e as mesmas variedades de uva de origem* não possibilita reproduzir as características típicas do produto original em outro meio geográfico.

O vinho e seus derivados possuem características organolépticas que são a expressão dos fatores naturais e humanos que con-

correm na produção das uvas, na sua elaboração e envelhecimento. Sabe-se que vinhos de diferentes regiões, elaborados com a mesma tecnologia, apresentam produtos distintos, com características próprias. Daí a importância do conceito de denominação de origem, que valoriza as peculiaridades das diferentes regiões de produção que, por serem diferentes, são únicas.

Portanto, engana-se o consumidor ao considerar o termo *tipo*. Primeiro porque não se pode reproduzir o produto com as características que lhe são inerentes e segundo porque se utiliza o nome da região ou localidade ou ainda do produto clássico, que de fato pertence a outro meio geográfico. Pelo exposto, considera-se importante rever este item na legislação brasileira, já em uso pelo setor produtivo.

## Champagne e Cognac

Duas indicações geográficas francesas constam em nossa legislação na forma de produtos para os quais se deu definição distinta da original: Champagne ou Champanha e Conhaque (do francês *Cognac*).

No caso do champanha elaborado no Brasil, de fato refere-se a um vinho espumante com graduação alcoólica e pressão atmosférica definida. Nele o anidrido carbônico resulta de uma segunda fermentação alcoólica do vinho base, em garrafa ou em grande recipiente. Originalmente, *Champagne* é uma denominação de origem consagrada, cujo produto provém de uma região demarcada da França (*montagne de Reims*, vale do *Marne*, *Côte des blancs* e as regiões de *Bar-sur-Aube* e *Bar-sur-Seine* no departamento de *Aube*), elaborado a partir de variedades de uva e de um sistema de cultivo definidos, utilizando o método *Champenoise*, além de obedecer a um conjunto de outras normativas no processo produtivo.

Quanto ao conhaque elaborado no Brasil, conforme a legislação, refere-se à bebida obtida de



destilados simples do vinho ou aguardente de vinho ou álcool vínico, ou ainda álcool vínico retificado, envelhecido ou não, com graduação alcoólica definida. A atual legislação brasileira incorporou, também, o termo *brandy* ou *conhaque fino* para designar este produto, que, neste caso, deve ser envelhecido em madeira, cumprindo ainda outras especificações. Cabe referir que o termo *brandy* é uma adaptação inglesa da palavra original holandesa *brandewijn* que, literalmente, significa vinho queimado. Assim sendo, não constitui designação geográfica, sendo adequado para designar o produto constante na legislação brasileira: bebida alcoólica elaborada exclusivamente a partir do destilado de vinho envelhecido em carvalho. Originalmente, *Cognac* é uma denominação de origem consagrada cujo produto provém exclusivamente de vinhos brancos de variedades determinadas, destilados pelo método *charentaise* e envelhecido em barris de carvalho, e que atende a um conjunto de outros procedimentos no processo produtivo e cuja região de produção demarcada cobre aproximadamente os departamentos de *Charente-Maritime* e *Charente* na França.

Cabe referir que no Brasil também são elaboradas outras bebidas indevidamente chamadas de *conhaque*, cujos destilados alcoólicos não são obtidos a partir do vinho: são os *conhaques* de destilado de cana-de-açúcar adicionados de substâncias aromáticas, como o *conhaque de gengibre* e o *conhaque de alcatrão*. Tal fato, possivelmente inédito no mundo, constitui-se num exemplo absolu-

tamente anômalo, capaz de causar grande constrangimento para o Brasil junto à comunidade internacional. É necessário que as questões levantadas sejam revistas na legislação brasileira.

## Mercosul e indicações geográficas

O diagnóstico atual nos países integrantes do Mercosul mostra que, em maior ou menor grau, todos utilizam, em alguns produtos vinícolas, indicações geográficas consagradas em outros países tradicionalmente vitivinícolas. As negociações dos setores privados dos quatro países, que estão sendo consolidadas no Código Vitivinícola do Mercosul, têm sofrido um processo evolutivo nos posicionamentos relativos ao uso das indicações geográficas de terceiros países.

Cabe destacar, mais recentemente, a firme postura do Uruguai, posicionando-se contrário à utilização de denominações de origem ou outras indicações geográficas reconhecidas de terceiros países que se encontram registradas no *Office International de la Vigne et du Vin — O.I.V.*, instituição intergovernamental especializada da vitivinicultura mundial, da qual, dos países do Mercosul, somente o Brasil e o Paraguai não são membros. Tal postura é elogiável e deveria ser seguida pelo Brasil. Por outro lado, não podemos ignorar que a cadeia produtiva do complexo vitivinícola atual incorporou, ao longo do tempo, o uso de indicações geográficas de



outros países para alguns produtos. Abdicar desses usos de imediato causaria impactos sócio-econômicos negativos para o setor produtivo. Sendo assim, julga-se necessário adotar uma postura contrária ao uso indevido das indicações geográficas e estabelecer um calendário que, dentro do menor prazo possível, permita assimilar a transição, possibilitando, inclusive, reeducar o consumidor para uma nova realidade. Tal procedimento seria oportuno para ser implementado no âmbito do Mercosul e mostraria um nível de maturidade do setor junto à comunidade vitivinícola internacional.

## Identidade para os produtos nacionais

A análise do que estabelece a legislação brasileira de vinhos permite verificar que existe uma demanda no sentido de caracterizar e demarcar as zonas de produção, até hoje não atendida. Ainda não são definidos itens relativos às indicações geográficas próprias, nem mesmo os conceitos de indicação de procedência ou denominação de origem, com vistas à sua implementação na vitivinicultura brasileira.

Sete estados do Brasil participam da produção de vinhos e derivados: Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, São Paulo, Minas Gerais, Bahia e Pernambuco. Recente pesquisa identificou doze regiões vitivinícolas nestes estados. O Rio Grande do Sul possui seis regiões. O estado é responsável por mais de 90% da produção nacional de vinhos e derivados, sendo a maior delas a região da Serra Gaúcha.

Observa-se que a citação da região de produção no rótulo dos produtos não é obrigatória nem usual, mostrando que pouco se tem explorado do valor técnico, social e econômico contido na origem geográfica de produtos vitivinícolas. Contudo, a abertura do mercado nacional, a implementação do Mercosul e a possibilidade ou necessidade de incrementar a

exportação de produtos brasileiros, são fatores que irão pressionar a institucionalização das indicações geográficas no Brasil.

O incremento do comércio internacional irá, cada vez mais, estabelecer restrições quanto ao uso indevido de indicações geográficas, o qual, diga-se de passagem, é praticado em grande número de países. O uso de indicações geográficas exógenas faz parte de uma estratégia comercial, muitas vezes utilizada para produtos que não apresentam nível qualitativo que permita a competitividade, ou para produtos que ainda não obtiveram renome. Contudo, tal procedimento, além de ser incorreto, não constrói uma base sólida para o desenvolvimento setorial a longo prazo.

A recente lei brasileira, que dispõe sobre a proteção do consumidor, é um instrumento valioso na atualidade, que pode resguardar a oferta e a apresentação de produtos em geral, pois estabelece que os mesmos devem assegurar informações corretas, claras, precisas e ostensivas sobre suas características, qualidades e origem, dentre outros.

Existem muitos vinhos e derivados brasileiros de qualidade e é preciso dizer ao consumidor onde são elaborados, através das indicações geográficas. Afinal, são produtos que têm identidade — possuem nome e endereço. No Brasil, as questões relacionadas com o desenvolvimento de indicações geográficas próprias têm assumido historicamente uma importância secundária, não mais compa-

tível com as demandas atuais. É necessário, portanto, passarmos a adotar uma nova postura na vitivinicultura nacional.

## Proteção das indicações geográficas

Na atualidade têm ocorrido ações significativas no âmbito mundial, objetivando a proteção das indicações geográficas, independentemente do produto considerado. O próprio projeto de lei que tramita no Brasil, e que regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial, aborda o item relativo às indicações geográficas. Tal tendência deverá continuar e ser incrementada no próximo século. É de se esperar, como conseqüência, que as indicações geográficas venham a ser, cada vez mais, respaldadas do ponto de vista técnico e jurídico. Conforme já tem sido verificado, isto deve levar a uma ação cada vez mais intensa, seja das organizações intergovernamentais especializadas, como a O.I.V. e a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (Ompi), seja através das negociações comerciais no âmbito do Acordo Geral sobre Tarifas e Comércio (Gatt), seja através dos acordos internacionais bilaterais ou multilaterais, como o que tem ocorrido com a Comunidade Européia.

Jorge Tonietto  
Pesquisador da Embrapa

