

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DIREITO
NÍVEL MESTRADO**

DAVID MEDEIROS ORTENZI

**VALE DOS VINHEDOS:
Um Estudo de Caso sobre Denominações de Origem e seus Regulamentos de
Uso**

**PORTO ALEGRE
2018**

DAVID MEDEIROS ORTENZI

VALE DOS VINHEDOS:

**Um Estudo de Caso sobre Denominações de Origem e seus Regulamentos de
Uso**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Direito da Empresa e dos Negócios, pelo Programa de Pós-Graduação em Direito da Escola de Direito da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS.

Orientador: Prof. Dr. Sílvio Bitencourt da Silva

PORTO ALEGRE

2018

O77v

Ortenzi, David Medeiros.

Vale dos vinhedos: um estudo de caso sobre denominações de origem e seus regulamentos de uso / por David Medeiros Ortenzi. – Porto Alegre, 2018.

94 f. : il. ; 30 cm.

Dissertação (mestrado) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Direito da Empresa e dos Negócios, Porto Alegre, RS, 2018.

Orientação: Prof. Dr. Sílvio Bitencourt da Silva, Escola de Direito.

1.Direito empresarial. 2.Vinícolas – Vinhedos, Vale dos (RS). 3.Indicações geográficas (Marcas de origem). 4.Vinho e vinificação – Marcas de origem. 5.Propriedade industrial.
I.Título. II.Silva, Sílvio Bitencourt da.

CDU 347.7

663.2(816.5):347.77

Catálogo na publicação:
Bibliotecária Carla Maria Goulart de Moraes – CRB 10/1252

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DIREITO DA EMPRESA E DOS NEGÓCIOS
NÍVEL MESTRADO PROFISSIONAL

O Trabalho de Conclusão de Curso intitulado: "**VALE DOS VINHEDOS: UM ESTUDO DE CASO SOBRE DENOMINAÇÕES DE ORIGEM E SEUS REGULAMENTOS DE USO**" elaborada pelo mestrando **David Medeiros Ortenzi**, foi julgada adequada e aprovada por todos os membros da Banca Examinadora para a obtenção do título de MESTRE EM DIREITO DA EMPRESA E DOS NEGÓCIOS - Profissional.

São Leopoldo, 23 de abril de 2018.


Prof. Dr. Wilson Engelmann

Coordenador do Programa de Mestrado Profissional em Direito da Empresa e dos Negócios

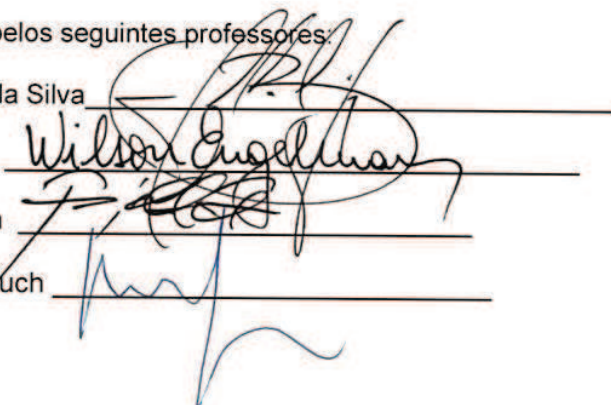
Apresentada à Banca integrada pelos seguintes professores:

Presidente: Dr. Silvio Bitencourt da Silva

Membro: Dr. Wilson Engelmann

Membro: Dr. Fabiano Koff Coulon

Membro: Dra. Kelly Lissandra Bruch



RESUMO

A pesquisa *Vale dos Vinhedos: um estudo de caso sobre Denominações de Origem e seus Regulamentos de Uso* oferece uma abordagem sobre os impactos da ausência de cultura de origem no Brasil, propondo que a adoção tardia das Denominações de Origem no país trouxe consigo desafios à adesão dos produtores ao Regulamento de Uso das Denominações de Origem, quando visto como um contrato de adesão. Assim, a pesquisa busca oferecer uma hipótese para explicar a forma com que os produtores vitivinícolas da Denominação de Origem Vale dos Vinhedos são levados ou não a aderir ao seu Regulamento de Uso, considerando sua instrumentalização como contrato de adesão. A metodologia de abordagem utilizada foi o estudo de caso, na perspectiva de Yin, e o caso elencado foi o Vale dos Vinhedos, no Rio Grande do Sul, única Denominação de Origem vitivinícola do Brasil até o momento. Foi feita a coleta dos dados numéricos de produção e rotulagem de vinhos com a Denominação junto à associação de produtores, a leitura flutuante do Regulamento de Uso e a entrevista com seis vinícolas - três aderentes e três não aderentes. O método de procedimento elencado foi a análise de conteúdo, de acordo com Laurence Bardin. O referencial teórico buscou apresentar os Regulamentos de Uso como contratos de adesão, explorando os conceitos de indicação geográfica, Denominação de Origem, *terroir*, proteção jurídica, estruturas de gestão e de controle, questões econômicas - em especial a teoria dos custos de transação e a teoria do problema do principal-agente, e noções de comportamento das partes em contratos de adesão. Descobriu-se, ao longo da pesquisa, que o Regulamento de Uso não é causa dos incentivos existentes, mas consequência, e que a maioria dos incentivos é pela não adesão, reforçados pela evolução mercadológica negativa da Denominação de Origem Vale dos Vinhedos, enquanto que as vinícolas aderentes o são por estarem envolvidas desde a concepção da proteção e da redação do Regulamento de Uso. Propõe-se, ao fim, um *framework* teórico de avaliação de futuras Denominações de Origem, além de uma contribuição prática para propositura/criação de futuras Denominações de Origem e autoavaliações das já existentes.

Palavras-chave: Propriedade Intelectual. Denominações de Origem. Regulamento de Uso. Custos de transação. Problema do principal-agente.

ABSTRACT

The research Vale dos Vinhedos: a case study on Appellations of Origin and its Regulations of Use offers an approach on the impacts of the absence of culture of origin in Brazil, proposing that the late adoption of Appellations of Origin in the country brought with it challenges to the adhesion to the Regulation of Use of the Appellations of Origin, when viewed as a standard form contract. Thus, the research seeks to offer a hypothesis to explain the way in which the winemakers of the Appellation of Origin Vale dos Vinhedos are led or not to adhere to its Regulation of Use, considering its instrumentation as a standard form contract. The methodology used was the case study method, from the perspective of Yin, and the chosen case was the Vale dos Vinhedos, in Rio Grande do Sul, the only wine Appellation of Origin in Brazil to date. Numerical data on the production and labeling of wines with the Appellation were collected from the winemakers' association, with also the floating reading of the Regulation of Use and the interview with six wineries - three adherents and three non-adherents. The procedure method chosen was the content analysis, according to Laurence Bardin. The theoretical framework sought to present the Regulations of Use as standard form contracts, exploring the concepts of geographical indication, Appellation of Origin, *terroir*, legal protection, management and control structures, economic issues - in particular, transaction cost theory and theory of the principal-agent problem, and notions of parties' behavior in standard form contracts. Throughout the research, it was discovered that the Regulation of Use is not a cause of the existing incentives, but a consequence, and that most incentives are for the non-adherence, reinforced by the negative market evolution of the Appellation of Origin Vale dos Vinhedos, while the adherent winemakers are so because they were involved since the conception of the protection and drafting of the Regulation of Use. A theoretical framework for evaluating future Appellations of Origin is proposed, and also a practical contribution for the proposition/creation of future Appellations of Origin and self-evaluation of the existing ones.

Keywords: Intellectual Property. Appellations of Origin. Regulation of Use. Transaction costs. Principal-agent problem.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Número de vinícolas solicitantes.....	54
Gráfico 2 – Solicitações (em garrafas – 750 ml.).....	55
Gráfico 3 – Número de garrafas aptas a serem comercializadas até julho de 2017	56
Gráfico 4 – Solicitações em garrafas X número de garrafas aptas	56

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Dimensões, Categorias de Análise e Autores	47
Quadro 2 – Categorias de Análise e Perguntas da Entrevista	48
Quadro 3 – Perguntas da Entrevista, de acordo com o Quadro 2, e Respostas Obtidas	63
Quadro 4 – Uma Nova Proposta de <i>Framework</i> para o Estudo de Caso em Denominações de Origem	82

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Comparativo, ano a ano, de 2009 a 2016, dos dados de produção e rotulagem de vinhos com a Denominação de Origem Vale dos Vinhedos	53
--	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	18
2.1 Indicações Geográficas	18
2.2 Denominações de Origem	19
2.3 Terroir.....	22
2.4 Proteção Jurídica Internacional e Nacional	25
2.5 Estruturas de Gestão e de Controle	30
2.6 Teoria Econômica e as Denominações de Origem	34
2.7 O Regulamento de Uso como Contrato de Adesão	39
3 METODOLOGIA ADOTADA	43
3.1 Coleta de Dados – Estudo de Caso	43
3.1.1 Definição do Caso	44
3.1.2 Instrumento de Pesquisa para Coleta de Dados	46
3.2 Análise dos Dados – Análise de Conteúdo.....	50
4 COLETA E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS.....	52
4.1 Coleta dos Dados Quantitativos e Qualitativos.....	52
4.2 Interpretação dos Dados Coletados	70
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	81
REFERÊNCIAS.....	88
APÊNDICE A – INSTRUMENTO DE PESQUISA.....	94

1 INTRODUÇÃO

Não há, tradicionalmente, no Brasil, uma cultura de origem. Esta é uma característica notável de grande parte dos países com produção vinícola recente, como os países do continente americano, a África do Sul, a Austrália e a Nova Zelândia, entre outros. A percepção é pressuposta pela simples análise dos hábitos de consumo dos brasileiros: em uma ida ao supermercado, não se localizam produtos de fabricação nacional com selo de destaque para sua origem. Vai-se além: aqueles produtos tradicionalmente com potencial de destacar sua origem foram vulgarizados, como é o caso do queijo Minas. Produtos como o café, por exemplo, começaram apenas recentemente a ganhar destaque por sua origem, graças ao processo de “gourmetização” da bebida.

No entanto, não é por não se ter a cultura de origem que inexista origem nos produtos brasileiros. A grande maioria do que é produzido, especialmente na área de alimentos e bebidas, hoje incluindo *commodities* como o arroz (INPI, 2017), tem uma origem única. Além disso, o que não se valoriza na origem nacional é valorizado nos itens de consumo de origem internacional: o consumidor conhece e valoriza itens como os queijos parmesão, brie, camembert e gorgonzola, o presunto parma e o Champagne.

No continente americano, as Denominações de Origem – ou DOs – começaram a ganhar expressividade na década de 2000, sendo ainda incipientes e estando longe de desafiar o continente europeu como referência global em Denominações, mas havendo, ao mesmo tempo, considerável investimento por parte de associações de produtores para que tais regiões demarcadas agreguem valor aos produtos ali produzidos – uma das finalidades das DOs enquanto indicações geográficas (WIPO, 2013). Exemplos disso são a proteção da região produtora do agave e da Tequila, no México, do Pisco, no Chile e no Peru, dos vinhos de Luján de Cuyo, na Argentina, dos vinhos do Napa Valley, nos EUA, e do arroz do Litoral Norte Gaúcho, primeira DO concedida no Brasil.

No Brasil não é diferente, tendo havido constantes esforços no fortalecimento desse instituto como mecanismo gerador de riquezas. Atualmente, além da Denominação de Origem Vale dos Vinhedos, há um número expressivo de DOs concedidas e em análise pelo INPI para os mais diversos ramos produtivos. Até agosto

de 2017, já haviam sido concedidas 10 (dez) DOs nacionais, enquanto 6 (seis) estavam pendentes de análise (INPI, 2017).

Ao todo, já são 53 Indicações Geográficas (gênero que define signos ou expressões utilizados principalmente com a finalidade de indicar a procedência geográfica de um produto ou serviço) nacionais, entre Indicações de Procedência – IPs (espécie de indicações geográficas cuja proteção é voltada à reputação de uma região geográfica em função de determinado produto/serviço) e Denominações de Origem – DOs (espécie de indicações geográficas cuja proteção tem no seu cerne a noção de *terroir* como fator exclusivo ou essencial na qualidade do produto/serviço) (IBGE, 2017).

O crescimento do instituto das Indicações Geográficas no país causou também o aumento na busca, por parte de associações estrangeiras, do reconhecimento de suas DOs no Brasil para proteção desse signo distintivo. Neste cenário, já existem 8 (oito) DOs estrangeiras concedidas, tais como Vinho Verde, Cognac e queijo Roquefort, com 14 (quatorze) pendentes de análise, tais como presunto Parma e queijo Grana Padano (INPI, 2017).

O estudo das DOs no Brasil ganha importância, portanto, pelo crescimento em sua importância, uso, valorização e geração de ganhos para produtores (tanto os pequenos quanto as empresas), para as regiões produtoras e para o mercado consumidor. Os produtores obtêm ganhos ao agregar valor aos seus produtos que atendam aos requisitos de uma dada Denominação de Origem, enquanto a região obtém ganhos diretos, por meio da melhoria econômica de seus produtores e da exploração do turismo local, e indiretos, por meio da sua maior divulgação, do aumento das exportações e do seu reconhecimento internacional (uma vez feito o devido esforço pela associação). Por fim, os consumidores obtêm ganhos ao consumir produtos com origem certificada e qualidade mínima garantida, podendo, na medida em que existir um trabalho de conscientização quanto ao valor agregado dos produtos com DO, apreciar e optar por consumir estes produtos, no lugar de produtos sem sinalização de origem.

As DOs são um instrumento para designar um produto originário de um país, região ou local quando a qualidade ou características de tal produto se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, aí inclusos os fatores humanos e naturais (TORTORELLI, 2010), e que, quando vistas pelo conteúdo dos seus Regulamentos de Uso (documentos indispensáveis, elaborados pelas próprias

associações de produtores, que irão reger o uso e funcionamento da Indicação Geográfica), merecem atenção sob o aspecto da análise econômica dos contratos, uma vez que os referidos Regulamentos são verdadeiras espécies de contratos de adesão para os produtores.

Ao olhar para o Regulamento de Uso sob a óptica do contrato de adesão, também ganha importância a análise dos custos de transação envolvidos no conteúdo deste contrato, bem como a análise de eventuais problemas de agência existentes na relação entre os produtores, que meramente aderem ao Regulamento, e a associação representativa desses produtores, que é quem redige de fato o seu conteúdo.

Logo, o Regulamento de Uso de uma DO, além de efetivamente regular a operacionalização do uso do signo coletivo, precisa ser bem elaborado o suficiente para, ao mesmo tempo, manter uma identidade única para a DO e apresentar atrativos – os incentivos – para que os produtores optem por aderir àquelas regras e elaborar seus produtos de acordo com as normas definidas (o que, geralmente, trará um custo de produção mais elevado).

Historicamente, as DOs dos países que não possuem tradição secular vitivinícola caminham juntas, sendo ainda, de certa forma, uma novidade nos respectivos mercados internos e de exportação. Todavia, é importante alertar para o fato de que existem dois paradigmas distintos, dois sistemas de concretização das DOs na legislação dos países, que diferem em muito e refletem na forma de efetivação deste instituto em cada nação, bem como no grau de adesão dos produtores nacionais de cada país: o paradigma europeu continental e o paradigma americano, adotado por países como EUA, México e Chile, em que cabe, geralmente, a uma autoridade governamental estabelecer os limites territoriais e critérios de produção de um bem protegido.

Assim, importante apontar que, neste quesito, o Brasil adotou o paradigma europeu continental de proteção positiva das Denominações de Origem, se inspirando na lei de países como Portugal, Espanha, França e Itália (BRUCH; KRETSCHMANN, 2014), inclusive com as associações de produtores redigindo os regulamentos de uso com a rigidez dos produtos desses países (TONIETTO *et al.*, 2016), o que resultou no Brasil ter, atualmente, somente uma DO vitivinícola reconhecida pelo INPI, com algumas outras indicações de procedência reconhecidas e em análise (INPI, 2017), como resultado da mencionada rigidez, o que chegou inclusive a impedir produtores de utilizar Indicações Geográficas concedidas, como se verá mais à frente.

Poder-se-ia discutir o valor de se adotar o sistema de Indicações Geográficas e, por consequência, das Denominações de Origem no Brasil, mas o fato é que, após o ingresso do país na Organização Mundial do Comércio (OMC) e a assinatura do Acordo TRIPS (Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights), acordo que apresentou um escopo mínimo de proteção aos direitos de propriedade intelectual relacionados ao comércio obrigatório aos países membros da OMC, não apenas o Brasil atuou em conjunto com os países do sul econômico, negociando por maior proteção das Indicações Geográficas (RANGNEKAR, 2010), como também se tornou obrigado a, pelo menos, prover os “meios legais” de proteção a esse instituto de Propriedade Intelectual, independentemente de ter ou não uma cultura de origem, jogando uma pá de cal no debate (WTO, 1994; BRUCH; KRETSCHMANN, 2014).

Outro fator que pesa favoravelmente ao sistema de Indicações Geográficas – e, logo, das DOs – é que não fica comercialmente adequado para o país desrespeitar ou não reconhecer as DOs já consolidadas em países com os quais mantém intensa troca cultural e comercial, como é o caso dos países da Europa continental. Já relatamos o caso do Champagne gaúcho em outra ocasião e vimos que, embora a vinícola Peterlongo tivesse obtido autorização do Supremo Tribunal Federal para seguir rotulando seu espumante como “champagne”, a empresa vinha se abstendo da prática¹ por não ser bem vista comercialmente, tanto no mercado interno, onde os diversos produtores adotam a nomenclatura “espumante”, quanto no mercado externo, que conhece e valoriza a origem do Champagne (KRETSCHMANN; ORTENZI, 2016).

O próprio país, e a América Latina como um todo, têm voltado os olhos ao tema das Indicações Geográficas agrícolas há cerca de quinze anos, com o crescimento de discussões e publicações acadêmicas sobre o tema em áreas tão diversas quanto agronomia, direito, sociologia e desenvolvimento econômico, o que é visível pela diversidade de áreas do conhecimento dos periódicos utilizados como referência para este trabalho. Isto decorre do fato de que o tema tem comprovada importância como veículo do desenvolvimento territorial e do fortalecimento de vocações econômicas de regiões, refletindo no turismo e no fortalecimento da identidade cultural regional,

¹ Lamentavelmente, em passo de retrocesso, a vinícola possui, atualmente, uma única linha de produtos espumantes, a Elegance, cujos dois produtos são rotulados como “Champagne” (PETERLONGO, 2018).

exemplo das Indicações de Procedência Vales da Uva Goethe e Vale dos Vinhedos (antecessora da DO de mesmo nome) (THAINES, 2013; VIEIRA; PELLIN, 2015).

Da mesma forma, hoje é natural encontrarmos prateleiras recheadas de produtos com DO nos supermercados e rotisseries. Assim, quanto mais o consumidor tem contato com esses produtos, maior e mais considerável é o potencial de desenvolvimento de Indicações Geográficas na América Latina, como forma de ampliar a identidade, a qualidade e o valor agregado de diversos produtos, em especial aqueles mais conhecidos (LACOSTE; JIMÉNEZ; SOTO, 2014).

Como reflexo para o consumidor, o que se vê ao andar por cadeias de supermercados e lojas especializadas em vinhos é que o número de produtos com a DO Vale dos Vinhedos sendo vendido é consideravelmente mais baixo do que aqueles da mesma região produtora sem DO. Por outro lado, são numerosos os vinhos comercializados nesses mesmos estabelecimentos com outras Denominações de Origem de diversas partes do mundo, muitas delas com período de exposição ao mercado e ao consumidor semelhante ao da DO Vale dos Vinhedos, como é o caso, por exemplo, da DO Luján de Cuyo, na Argentina.

Logo, considerando estar pressuposto que os regulamentos de uso das DOs são, de fato, verdadeiras espécies de contrato de adesão, como se detalhará adiante na revisão da teoria de referência deste trabalho, surge o seguinte problema: de que forma os produtores vitivinícolas da Denominação de Origem Vale dos Vinhedos são levados ou não a aderir ao seu Regulamento de Uso, considerando sua instrumentalização como contrato de adesão?

Uma hipótese preliminar seria a de que os custos de transação e a assimetria de informação decorrente do problema do principal-agente com a associação trariam poucos incentivos econômicos aos produtores vitivinícolas para que estes adotem os rígidos padrões de exigência contidos no Regulamento de Uso da DO, o que se ilustra pela observação, nos pontos de venda (supermercados e lojas especializadas em vinhos), da baixa quantidade de vinhos do Vale dos Vinhedos com DO, em comparação com a quantidade total de vinhos à venda da mesma procedência.

Ao mesmo tempo, o uso, em si, da DO “Vale dos Vinhedos” na rotulagem das garrafas não tem, aparentemente, destacado um ganho comercial considerável, pelo registro observável dos dados da EMBRAPA Uva e Vinho disponíveis ao público até o momento. Dentre os problemas existentes na estruturação do Regulamento de Uso estaria, por exemplo, a limitação drástica na quantidade de espécies de uvas cuja

vinificação é permitida, o que pode refletir no fato de que a DO “Vale dos Vinhedos”, cuja primeira safra produzida para comercialização ocorrera no ano de 2008, tem um desempenho fraco no mercado.

Buscar-se-á validar ou refutar essa hipótese mediante a análise dos dados de produção e rotulagem coletados no período de 2009 a 2016 e do discurso das vinícolas entrevistadas.

Este trabalho objetiva, portanto, analisar a forma com que os produtores vitivinícolas da Denominação de Origem Vale dos Vinhedos são levados ou não a aderir ao seu Regulamento de Uso, considerando sua instrumentalização como contrato de adesão.

Para atingir seu objetivo geral, esta pesquisa atenderá aos objetivos específicos de explorar os conceitos de Indicações Geográficas, Denominações de Origem e *terroir*, apresentar a proteção jurídica internacional e nacional das DOs, analisar as estruturas de gestão e de controle de uma DO, explorar as relações entre a teoria econômica – a saber, a teoria dos custos de transação e o problema do principal-agente – e as DOs, e, por fim, definir o Regulamento de Uso de uma DO como contrato de adesão, explorando o conceito e o funcionamento deste último.

O assunto se apresenta ideal para ser abordado como um problema científico a ser investigado pelo método do estudo de caso, especialmente fazendo uso da coleta de dados numéricos de comercialização de garrafas de vinho pelas vinícolas, além da realização de entrevistas em profundidade com os responsáveis por cada empresa.

O método de investigação para processamento das informações coletadas será a análise de conteúdo, conforme definido por Laurence Bardin, se dando a pré-análise com a leitura flutuante do Regulamento de Uso da DO Vale dos Vinhedos e das entrevistas em profundidade realizadas, para, na fase de exploração do material, confrontar a codificação, classificação e a categorização das informações encontradas na leitura dos documentos e entrevistas com os dados numéricos levantados, tratando, por fim, os resultados por meio da inferência e interpretação da informação à luz do referencial teórico escolhido.

A análise de conteúdo se mostra fundamental para melhor compreender todas as informações coletadas, uma vez que os números, por si, não dizem nada de relevante, sendo necessário se extrair do conteúdo das entrevistas e dos textos analisados informações que expliquem a razão dos números serem estes, e assim adquirir-se compreensão sobre os motivos que impedem um melhor desempenho

comercial da DO. Sabe-se, por exemplo, que as *Appelations D'Origine Controlée* francesas deliberadamente mantêm a produção baixa para elevar o preço final por garrafa (BOHLING, 2014), o que ilustra que, naquele caso, a mera análise de dados de produção, engarrafamento e venda pode levar a falsas impressões que mascaram as verdadeiras intenções daqueles grupamentos de produtores.

Existe, ainda, uma lacuna teórica que este trabalho tem a oportunidade de preencher, uma vez que a literatura conhecida sobre o tema das Denominações de Origem não combina o referencial teórico aqui proposto para fazer uma leitura dos Regulamentos de uso como contratos de adesão, trazendo custos de transação e problemas de agência aos produtores aderentes.

Quanto ao atual estado da técnica da literatura conhecida, Pereira, Tonietto e Martinazzo (2016) comparam com sucesso Regulamentos de Uso e estruturas de controle de indicações geográficas no Brasil e na Itália, mas não mencionam fatores econômicos ou as relações entre produtores e associações.

Niederle, Bruch e Vieira (2016) analisam a construção dos Regulamentos de Uso de Indicações Geográficas no Brasil, mas não dão enfoque específico às Denominações de Origem, além de se limitarem a um ponto de vista de coordenação setorial e organizacional, privilegiando o viés corporativista, e não o dos produtores.

Por sua vez, Sturza e Hundertmarch (2016), Jenoveva-Neto, Freire e Vieira (2015) e Thaines (2013) abordam as indicações geográficas sob o prisma do seu potencial para o desenvolvimento regional, para a organização da cadeia produtiva, para a melhoria dos produtos e processos envolvidos, e para a promoção da conservação da cultura local e da sustentabilidade, não mencionando Regulamentos de Uso ou as relações econômicas entre os agentes envolvidos senão a economia como aspecto macro e como ferramenta de desenvolvimento.

Mello et al. (2014) utilizam uma extensa metodologia de avaliação de impactos econômicos, sociais e ambientais para indicações geográficas, conduzindo estudo de caso no Vale dos Vinhedos, apontando impactos da existência da referida Indicação de Procedência sobre o elo industrial e as propriedades integradas de forma vertical à produção vitivinícola, mas igualmente não avançando sobre a relação direta entre produtores e associação, e tampouco explorando o conteúdo do Regulamento de Uso, já vigente – embora de conteúdo mais flexível – à época da IP.

Na literatura internacional, Teil (2010) traz um interessante ponto de vista sobre a suspeita do mercado, dos consumidores e dos outros países acerca das

Denominações de Origem Controlada francesas, e de como os produtores das diversas DOs daquele país se utilizaram das críticas para melhorar a qualidade dos produtos oferecidos no mercado, mas igualmente falha em expor a relação entre os agentes inseridos dentro da cadeia produtiva, em especial produtores e associação.

Do ponto de vista italiano, Martino (2013) avança na questão da governança das estruturas de gestão das DOs, trazendo a importância da correta atribuição de direitos de decisão nas organizações de gestão coletiva, mas igualmente não explora custos de transação ou problemas de agência contidos nos Regulamentos de Uso que possam configurar desincentivo aos produtores a aderir às DOs. Vittori (2010) menciona, ainda, a preocupação global dos produtores de indicações geográficas com a eficácia do sistema internacional de proteção proposto no Acordo TRIPS, mas sua abordagem em relação aos produtores fica restrita a este panorama internacional, não apontando as relações internas nas regiões produtoras.

Logo, o distanciamento desta pesquisa do atual estado da técnica se dá pelo fato de se trazer o estudo das Denominações de Origem da perspectiva de seus usuários/aderentes, sendo pioneira na leitura das DOs instrumentalizadas como contratos de adesão que trazem aos produtores, em maior ou menor medida, problemas de agência e custos de transação a serem considerados na tomada de decisão.

Ou seja, embora se saiba que desenvolvimento territorial e direitos de propriedade intelectual são aspectos que tendem a acentuar o desempenho econômico de um produto ou serviço, isso não necessariamente acontecerá de forma automática pela mera obtenção da proteção de uma Denominação de Origem.

É preciso investigar, por exemplo, se a forma com que os regulamentos de uso são elaborados incentiva os produtores a realizarem o investimento adicional para se adequar às normas da DO e utilizar o selo em seus produtos, o que poderia ser um motivo possível para não adesão.

Para cumprir o objetivo proposto e oferecer uma hipótese ao problema apresentado, o trabalho se divide em quatro partes: em primeiro lugar, o referencial teórico do conceito e tratamento jurídico das Denominações de Origem é explorado, apresentando-se, para melhor compreensão, noções de teoria contratual, contratos de adesão, custos de transação e problema do principal-agente. No segundo momento, a metodologia do estudo de caso de Yin será melhor apreciada, assim como a metodologia da análise de conteúdo de Bardin. A terceira etapa trará a coleta dos

dados, a saber: dados de engarrafamento e comercialização, conteúdo do Regulamento de Uso e entrevistas em profundidade. Por fim, a quarta parte se encarregará da interpretação destes dados e da efetiva análise do caso Vale dos Vinhedos. Nas considerações finais, algumas sugestões serão deixadas aos produtores vitivinícolas da DO Vale dos Vinhedos, e mesmo aos produtores de quaisquer bens possíveis de serem protegidos pelo instituto da Denominação de Origem, como recomendações de boas práticas a serem seguidas na redação de futuros regulamentos de uso, referenciando as implicações teóricas, limitações deste trabalho e recomendações para estudos futuros.

Busca-se, com isso, apontar o que, em uma próxima Denominação de Origem, vitícola ou não, deve ser levado em consideração no momento de sua elaboração e redação de seu Regulamento de Uso, como forma de melhorá-la em relação às DOs anteriores, no sentido de conciliar o problema de agência e reduzir os custos de transação.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Tendo em vista que as Denominações de Origem são o cerne do presente trabalho, o referencial teórico passa, necessariamente, pela definição de seu conceito, tanto de forma técnica quanto de forma jurídica. Assim, é importante, em primeiro lugar, delinear os conceitos de Indicação Geográfica (IG), Denominação de Origem (DO) e *terroir*.

Após essa breve conceituação, será necessário explorar a legislação internacional e nacional concernentes às Denominações de Origem, como forma de ilustrar a maneira que o instituto é reconhecido e protegido no Brasil, apresentando depois a autorregulação do instituto por meio das estruturas de gestão e de controle. Além disso, duas teorias econômicas, a teoria dos custos de transação e a teoria do problema do principal-agente, serão referenciadas, no intuito de demonstrar de que forma a economia impacta na origem, reconhecimento, gestão e controle de uma Denominação de Origem. Por fim, o tema dos contratos de adesão será referenciado e relacionado à forma com que os regulamentos de uso das DOs são redigidos.

2.1 Indicações Geográficas

Sendo as Denominações de Origem espécie do gênero *Indicações Geográficas*, é preciso primeiro explorar brevemente a noção de Indicação Geográfica.

Indicações Geográficas, ou IGs, no conceito amplo, são signos ou expressões utilizados principalmente com a finalidade de indicar a procedência geográfica de um produto ou serviço, podendo tal procedência ser um país, um grupo de países, uma região, uma cidade ou qualquer outra localidade territorialmente delimitada (TORTORELLI, 2010).

As Indicações Geográficas têm sua proteção reconhecida no âmbito da Organização Mundial do Comércio por meio do Acordo TRIPS, em sua Seção 3, dedicando inclusive um artigo, o 23, à proteção dos vinhos e bebidas espirituosas (WTO, 1994). No entanto, foi o Acordo de Lisboa para Proteção das Denominações de Origem, e mais recentemente sua modificação pelo Ato de Genebra, que apresentaram definições mais precisas do instituto, inclusive prevendo a possibilidade de existência de IGs binacionais, o que possibilitaria, por exemplo, o reconhecimento

oficial do Pisco como bebida protegida no Peru e no Chile sem que um país incorresse em ato de concorrência desleal com o outro (LACOSTE *et al.*, 2013).

Assim, na definição legal mais recente, trazida pelo Ato de Genebra ao Acordo de Lisboa, uma Indicação Geográfica é uma indicação consistindo de ou contendo o nome de uma área geográfica, ou outra indicação conhecida por se referir a tal área, que identifique um bem como originário daquela área geográfica, em que uma determinada qualidade, reputação ou outra característica do bem seja essencialmente atribuível à sua origem geográfica (WIPO, 2015). Esta é uma definição muito próxima daquela que o Brasil adota para as Indicações de Procedência, outra espécie do gênero *Indicações Geográficas* com proteção mais voltada à reputação de uma região geográfica em função de determinado produto/serviço.

É possível afirmar, ainda, que as Indicações Geográficas são um instituto da regulação alimentar que autentica e simboliza um direito de propriedade intelectual de um selo ou expressão, de propriedade coletiva de todos os produtores de um determinado gênero alimentício ou de bebidas em uma região, de maneira que a legislação protege produtores e suas reputações, bem como reafirma aos consumidores a autenticidade da origem declarada no rótulo desses bens (JAY; TAYLOR, 2013).

Seu objetivo, como instituto, é o de ser um signo distintivo de origem, indicando o local e as condições sob as quais um determinado bem foi elaborado, agregando-lhe valor por meio do aumento da confiança do consumidor no produto, elevação do preço final e demanda constante (BRUCH; KRETSCHMANN, 2014).

2.2 Denominações de Origem

As *Denominações de Origem*, ou DOs, por sua vez, são espécie do gênero *Indicações Geográficas*, e têm sua proteção reconhecida no âmbito da Organização Mundial do Comércio por meio do Acordo TRIPS.

De acordo com a definição legal trazida pelo Ato de Genebra ao Acordo de Lisboa, *Denominação de Origem* é uma denominação consistindo de ou contendo o nome de uma área geográfica, ou outra denominação conhecida por se referir a tal área, que sirva para designar um bem como originário daquela área geográfica, em que a qualidade ou características do bem são devidas exclusiva ou essencialmente

ao meio geográfico, incluindo fatores naturais e humanos, e que tenha dado ao bem sua reputação (WIPO, 2015).

Tortorelli (2010) esmiúça o conceito de DO, afirmando que as DOs formam uma categoria das Indicações Geográficas e servem para designar um produto originário de um país, região ou local quando a qualidade ou características de tal produto se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, aí inclusos os fatores humanos e naturais, e ressaltando, ainda que a proteção das DOs tende a ser maior do que a das “Indicações Geográficas” (no Brasil, Indicações de Procedência), justo pelo fato de que as DOs possuem mais exigências para serem concedidas nos ordenamentos jurídicos em que ambas as espécies possuem proteção legal.

Além de serem um óbvio benefício aos produtores de uma determinada região associada a um certo produto, as Denominações de Origem são um excelente benefício aos consumidores daquele produto, pois são o selo oficial, a chancela de uma autoridade regulamentadora (geralmente uma associação de produtores, como é o caso da APROVALE, no Vale dos Vinhedos, e do Consorzio del Formaggio Parmigiano-Reggiano, na Emilia-Romagna) de que os produtos marcados com a DO são legítimos e atendem a um padrão mínimo de qualidade.

As Denominações de Origem são, portanto, a expressão jurídica da preocupação em se proteger o meio geográfico e humano que possibilita a produção de determinado produto. Carregam, intrinsecamente, a noção do *terroir*, expressão francesa que engloba, em uma só palavra, a soma do solo, sua estrutura, sua exposição ao sol, vento e chuva, sua orientação geográfica, sua topografia, o clima, o microclima e o conjunto de relações humanas e identitárias que lhe estão associados (CAVICCHIOLI, 2006).

Há quem afirme que, justamente por causa da noção do *terroir*, que se explicará mais à frente, as Denominações de Origem, mais do que ser um instituto legal de propriedade intelectual, estariam inseridas em um direito da propriedade cultural, por serem instrumento de preservação de diversidades de expressões culturais (CAVICCHIOLI, 2006).

Uma DO diferencia e valoriza o produto que distingue, buscando fornecer garantia de qualidade ao consumidor e fortalecendo os laços entre os produtores e a economia de uma determinada região por meio de associações e alianças entre os agentes (TORTORELLI, 2010).

No Brasil, o instituto das DOs ainda é incipiente, embora apresente alguma maturidade no universo vitivinícola, com uma série de estudos de clima, solo e variedades de uvas sendo realizados, principalmente, pela EMBRAPA Uva e Vinho.

Já na Europa, historicamente, o uso de Denominações de Origem como forma de conferir exclusividade a uma população de determinada região geográfica para a confecção de um determinado produto remonta ao início da idade moderna, como é o caso do queijo *roquefort*, que se originou na França do século XIV e obteve, pela primeira vez, pelas mãos do rei Carlos VI, o monopólio oficial de sua fabricação pelos habitantes daquela região no século XVI, posteriormente se convertendo em direito de exclusividade concedido pelo parlamento de Toulouse, no século XVII e, por fim, tendo conquistado o reconhecimento da Denominação de Origem no ano de 1925 (PÉREZ VILLAREAL, 2012).

A partir do século XIX, as DOs ganharam corpo como instrumento de proteção jurídica em países como Espanha e Itália, em especial para vinhos, azeites e queijos, por serem produtos especialmente sensíveis à influência do clima, dos solos e da forma de cultivo, além de seu resultado final estar diretamente ligado aos processos de elaboração e maturação utilizados (PÉREZ VILLAREAL, 2012).

Essa preocupação com o estabelecimento de critérios para produção em regiões demarcadas foi acentuada pela história dos vinhos franceses tradicionais, que correram o risco de desaparecer nas mãos de produtores de “vinhos industrializados”, que se utilizaram do momento de fragilidade da produção de vinho nas últimas décadas do século XIX, com a devastação de parte significativa dos vinhedos da França após a propagação da filoxera (TORTORELLI, 2010), para se apropriar de nomes como Champagne, Bordeaux e Bourgogne, em uma prática fraudulenta de rotulagem de vinhos de baixa qualidade que não pertenciam a essas regiões geográficas. Assim, as associações de produtores de vinhos dessas regiões pressionaram por maior controle sobre a produção, com aumento da qualidade e diminuição da quantidade, culminando na edição de leis que criaram o sistema de Denominações de Origem Controlada francês e no surgimento da Organização Internacional do Vinho, passando a dividir a produção vinícola em vinhos de denominação e vinhos industriais (TORTORELLI, 2010; BOHLING, 2014).

Esse talvez seja o melhor exemplo de *win-win situation* gerada a produtores e consumidores pela criação de um sistema de Denominações de Origem, uma vez que as Denominações de Origem Controlada, ou DOC, tinham o potencial de beneficiar

produtores, consumidores e o próprio Estado, protegendo o vinho de imitações e fraudes, passando ao consumidor uma visão clara sobre a origem e o conteúdo da bebida e eliminando subsídios governamentais à superprodução, organizando assim o mercado e aumentando a arrecadação de tributos e a geração de riqueza com exportações (BOHLING, 2014).

Ao contrário, o preço de não se buscar fomentar uma cultura de origem e proteger produtos e serviços que representam uma localidade geográfica, sua população e seu *terroir* é a aniquilação da cultura e da tradição, com a descaracterização e banalização de produtos que outrora já foram famosos ou icônicos, como ocorre com o queijo Minas, no Brasil, e também ocorreu, de forma mais proeminente e documentada, com o queijo Chanco, no Chile, em que a ausência de caracterização e proteção deste famoso queijo naquele país levou a uma alteração das características organolépticas do produto, de forma que o queijo hoje denominado de Chanco já se distingue fundamentalmente do registro histórico, não possuindo, até o momento, proteção por Indicação de Procedência ou Denominação de Origem (LACOSTE; JIMÉNEZ; SOTO, 2014).

Produtores e consumidores, portanto, ganham de várias formas, econômica e culturalmente, desde a mitigação da propaganda enganosa e da concorrência desleal até a propagação de um produto oriundo de uma DO por todo o mundo, ganhando valor de mercado, proeminência e admiração, ao ponto de se realizarem verdadeiras mobilizações sociais em torno de debates envolvendo certos produtos ou Denominações de Origem².

2.3 Terroir

O conceito de *terroir*, por sua vez, é o que efetivamente diferencia as Denominações de Origem como espécie do gênero Indicações Geográficas.

² É o caso, por exemplo, de dois episódios recentes: na Itália, na região da Emilia-Romagna, após forte terremoto em 2012, o chef Massimo Bottura promoveu, pelas redes sociais, a venda de todas as peças de queijo Parmigiano-Reggiano que haviam sido danificadas ou que não tinham mais onde ser guardadas para maturação (cujo período pode chegar a até três anos, a depender do tipo de queijo que se deseja produzir), realizando, na sequência, um jantar online no qual ensinou a tradicional receita do *risotto cacio e pepe* (OLMSTED, 2012); por sua vez, em Portugal, a região de Monção e Melgaço vive momentos polêmicos e apaixonados em decorrência da futura perda de sua exclusividade na produção de uvas da casta Alvarinho, a rainha das castas para a produção do Vinho Verde, com o assunto tendo chegado a dominar jornais e telejornais por semanas (CARVALHO, 2015).

O *terroir* distingue cada DO por seus fatores naturais e humanos, não bastando a mera delimitação geográfica. Assim, importam fatores como a composição do solo, a inclinação do solo, o clima, a incidência solar, a umidade, a população que reside naquela região, a forma dessa população se relacionar, adubar e umidificar o solo, a forma de fazer a rotação de culturas, as práticas de cultivo e colheita, entre outros (TORTORELLI, 2010).

Para entender melhor a diferença entre as características do *terroir* que compõem o meio geográfico e aquelas que compõem o meio humano, é válida a exemplificação de Tonietto (1993, p. 10) quanto às Denominações de Origem de regiões vinícolas:

[...] entende-se como fatores naturais aqueles sobre os quais o homem não pode ter influência direta, e que são determinantes da qualidade e característica dos vinhos (latitude, altitude, formação geológica, declividade, textura, estrutura e composição do solo, precipitação pluviométrica e sua distribuição, umidade do ar, soma térmica, insolação, ventos, flora natural, entre outros).

Já os fatores humanos são aqueles sobre os quais o homem tem influência direta e que também são determinantes da qualidade e características dos vinhos (porta-enxertos e variedades recomendadas, espaçamento, sistema de condução e poda, época de colheita, sistemas de vinificação e envelhecimento, entre outros).

Portanto, o *terroir* pode ser visto como um ecossistema interativo que relaciona as características de um produto agrícola e as influências de sua origem geográfica (FELGAR *et al.*, 2015), trazendo consigo a identidade e a personificação de uma cultura local, em que a comunidade vive de forma tão intensa e com tanto orgulho para o cultivo e produção de um determinado produto que o resultado final deixa de ser simples mercadoria para se tornar uma verdadeira obra de arte (CAVICCHIOLI, 2006)

Outro conceito de importância na produção vitivinícola é o de *microterroir*, ou seja, a identificação de parcelas de solo e zonas contíguas que, ainda que plantadas com as mesmas variedades e cultivadas da mesma forma, entregam produtos finais diferentes, exigindo a adaptação da gestão das videiras e dos solos a depender do local e da casta (FELGAR *et al.*, 2015).

O fator *microterroir* é de tamanha relevância no produto final engarrafado que vinhedos em zonas contíguas podem ter suas Denominações de Origem identificadas com precisão superior a 80% (oitenta por cento) em exames laboratoriais, mesmo

quando considerado somente o fator agroclimático e afastado o fator humano, demonstrando que as diferenças entre vinhos de uma mesma região não se dão unicamente pelo trabalho dos enólogos envolvidos, o que reforça ainda mais o conceito de *terroir* (GONZÁLEZ-CENTENO *et al.*, 2015).

Resta claro, portanto, que o fator *terroir* não pode ser desconsiderado quando se busca o reconhecimento e a proteção de uma Denominação de Origem. É que, diferentemente de uma Indicação Geográfica (ou indicação de procedência, como espécie), em que apenas os limites territoriais são considerados, é impossível dissociar o *terroir* da sua região.

Ou seja, não se pode falar em vulgarização ou generalização de uma Denominação de Origem, porque não há como se replicar um *terroir* em outra região geográfica.

Assim, diferentemente do queijo Minas, que dificilmente viria a ter sua DO reconhecida em função do tamanho e abrangência do território do Estado de Minas Gerais (KRETSCHMANN; ORTENZI, 2016), quando o Instituto Mexicano da Propriedade Industrial (IMPI) negou o registro do queijo Cotija por entender que a denominação era genérica (uma vez que, por anos, já eram comercializados queijos “tipo Cotija” em todo o país), confundiu Indicação Geográfica lato senso com Denominação de Origem, uma vez que o *terroir* que faz do queijo Cotija algo único só existe na região da Serra de Jalmich, sendo impossível replicá-lo em outras regiões daquele país (POMÉON; BOUCHER; ESCOTO, 2009).

Por outro lado, no mesmo país, o Mezcal, bebida alcoólica tradicional mexicana antes vista como barata e de baixa qualidade, passou a gozar do *status* de bebida de alta qualidade, certificada e com boa procura de mercado, sendo vendida em uma das lojas mais exclusivas do México, após o reconhecimento de sua Denominação de Origem e de um trabalho intenso de marketing realizado pelo Comitê Nacional do Mezcal, estrutura de controle e gestão da DO Mezcal, demonstrando que o reconhecimento e proteção de uma Denominação de Origem podem contribuir positivamente para a reorganização dos produtores e da cadeia de suprimentos como uma indústria coesa, e não como mero grupamento de indivíduos (TREJO-PECH *et al.*, 2010).

No Brasil, enquanto a Denominação de Origem Vale dos Vinhedos já é reconhecida, há uma complexidade de fatores envolvidos em produtos como o café que impedem o reconhecimento de DOs para esse produto, como a falta de

organização dos produtores em associações, falta de delimitação precisa de regiões geográficas e seus *terroirs*, e falta de interesse de alguns agrupamentos de produtores que optam por se reunir em associações de cafés orgânicos ou sustentáveis, sem delimitação geográfica precisa (SOUZA, 2006). Tal fato demonstra que o caminho da adoção intensiva das Denominações de Origem em nosso país passa pela mitigação de conflitos de interesses e pela educação dos produtores quanto aos conceitos técnicos e jurídicos envolvidos, sob pena de se incorrer na vulgarização dos produtos.

Em Bordeaux, na França, berço da Denominação de Origem vitivinícola de mesmo nome, as fronteiras legais são constantemente reforçadas, recriadas e redefinidas pelos valores e prioridades da sociedade daquela região geográfica, de maneira que não apenas a Denominação de Origem é um direito com multititularidade, mas uma verdadeira emanção de idiosincrasias, problemas e possibilidades coletivas, demonstrando a força do consenso como motor de funcionamento do instituto da Denominação de Origem em regiões onde existem estruturas sociais e comunitárias preexistentes trabalhando em favor da DO (FARMER, 2014).

No Reino Unido, em que o sistema jurídico funciona de forma diferente do vigente na Europa continental e a figura das Denominações de Origem não possui base legal robusta nem está intrinsecamente conectada às estruturas sociais existentes, a falta de habilidade jurídica em buscar proteção de um produto regionalmente demarcado é apontada como um dos fatores decisivos para a vulgarização do queijo Cheddar, com os produtores locais lamentando que as forças globalizantes desatrelaram o Cheddar de suas origens inglesas (FARMER, 2014).

Assim, é possível observar, da análise de alguns exemplos bem e mal sucedidos, que as Denominações de Origem têm o potencial de cumprir um papel de ancoragem legal de um determinado produto à região, população e *terroir* onde tal produto é originalmente desenvolvido.

2.4 Proteção Jurídica Internacional e Nacional

Para melhor compreensão de como um Regulamento de Uso associado a estruturas de gestão e de controle por meio de uma associação de produtores podem exercer poder de coerção e fiscalização sobre agentes privados, é preciso entender como se operam o reconhecimento e a proteção legal do instituto da Denominação de

Origem no Brasil, para, em seguida, se entender quais fenômenos estão envolvidos na origem, reconhecimento e proteção de uma DO.

A proteção legal às Indicações Geográficas como gênero, englobando as Denominações de Origem como espécie, no âmbito internacional, é relativamente nova, remontando ao texto do Acordo TRIPS (WTO, 1994).

Historicamente, no entanto, esses institutos são seculares. Foi essa tradição dos países que já detinham Denominações de Origem, associada ao interesse dos países do Sul Econômico em proteger o seu desenvolvimento rural endógeno e os produtos desenvolvidos por suas comunidades indígenas, que culminou na inserção, no Acordo TRIPS, da previsão dos “meios legais” de prevenção do uso indevido das Indicações Geográficas, em um raro momento de exigência dos países do Sul por proteção mais forte aos direitos de propriedade intelectual (RANGNEKAR, 2010), o que novamente nos dá pistas de que, provavelmente, as Denominações de Origem não sejam, de fato, propriedade intelectual, mas sim um direito de “propriedade cultural”, tendo em vista que, dificilmente, outros institutos de propriedade intelectual têm tamanho poder de impulsionar o desenvolvimento regional por meio do aumento do valor agregado dos produtos e do impacto socioeconômico em agentes não produtores (THAINES, 2013).

A proteção conferida pelo Acordo TRIPS acabou sendo tão somente a proteção negativa, por meio da qual os países-membros da Organização Mundial do Comércio se obrigam a prevenir o uso indevido de Indicações Geográficas.

Todavia, a proteção positiva não foi prevista no texto do tratado internacional, nem mesmo no seu artigo 23, dedicado exclusivamente às Indicações Geográficas de vinhos e bebidas espirituosas (WTO, 1994), muito em parte pela ausência de consenso entre os países-membros, mais especificamente pela discordância entre os países da Europa continental e os Estados Unidos (CARLS, 2016).

Como visto anteriormente, o Acordo de Lisboa e, posteriormente, o Ato de Genebra a este acordo, é que vieram regular internacionalmente a proteção às Denominações de Origem. No entanto, o Brasil não é, até o momento, signatário deste tratado, o que não impediu o país de criar um sistema interno de reconhecimento e proteção das Indicações Geográficas tão robusto quanto aquele utilizado na Europa continental (TONIETTO *et al.*, 2016).

É que, de toda forma, sendo o Brasil um país-membro da Organização Mundial do Comércio e, portanto, vinculado ao Acordo TRIPS, já estaria obrigado de forma

automática a fornecer, ao menos, a proteção negativa às Indicações Geográficas. Soma-se a isso o fato de que o Brasil é um dos países do Sul Econômico, tendo interesse especial em regular esse instituto internamente, o que ocorreu efetivamente quando da necessária revisão da estrutura legislativa referente à propriedade intelectual para que o país estivesse de acordo com as provisões do Acordo TRIPS.

Assim, a “nova” legislação interna brasileira de propriedade intelectual (ou propriedade industrial, para diferenciá-la da propriedade intelectual em sentido estrito), a Lei Federal nº 9.279, de 1996, trouxe, pela primeira vez, o conceito legal de Denominação de Origem (BORDA, 2010), definindo-a como “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).

Como se vê, este é um conceito praticamente idêntico àquele apresentado pelo Acordo de Lisboa, denotando o ânimo da legislação brasileira em fazer uso de um sistema bastante próximo e, inclusive, reconhecido pelo sistema da Comunidade Europeia de reconhecimento e proteção às DOs (TONIETTO *et al.*, 2016).

Outros avanços da atual legislação brasileira de propriedade industrial foram a harmonização de nomenclatura, extinguindo-se a confusa “indicação de proveniência” antes existente na lei e adotando Indicação Geográfica como gênero do qual são espécies a Indicação de Procedência e a Denominação de Origem, além da autonomia da proteção a esses institutos, antes protegidos apenas de forma reflexa, pelas normas de concorrência desleal (BORDA, 2010).

O conceito e os demais requisitos legais para o reconhecimento e proteção de uma Denominação de Origem são, até a presente data, regulados pela Instrução Normativa nº 25/2013, do Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI, que prevê, para o reconhecimento e concessão administrativos da proteção de uma DO, os seguintes requisitos (INPI, 2013):

- Art. 6º. O pedido de registro de Indicação Geográfica deverá referir-se a um único nome geográfico e nas condições estabelecidas em ato próprio do INPI, conterá:
- I – requerimento (modelo I), no qual conste:
 - a) o nome geográfico;
 - b) a descrição do produto ou serviço;
 - II – instrumento hábil a comprovar a legitimidade do requerente, na forma do art. 5º;
 - III – regulamento de uso do nome geográfico;

- IV – instrumento oficial que delimita a área geográfica;
- V – etiquetas, quando se tratar de representação gráfica ou figurativa da Indicação Geográfica ou de representação de país, cidade, região ou localidade do território, bem como sua versão em arquivo eletrônico de imagem;
- VI – procuração, se for o caso, observando o disposto nos art. 20 e 21;
- VII – comprovante do pagamento da retribuição correspondente.

Ou seja, é necessário o atendimento aos mesmos requisitos previstos para as Indicações Geográficas, como o modelo de requerimento, o regulamento de uso e o instrumento oficial de delimitação da área geográfica, somado ao cumprimento dos requisitos específicos para as Denominações de Origem constantes no artigo 9º do mesmo documento legal, que essencialmente compelem o requerente a descrever e comprovar o *terroir*:

Art. 9º Em se tratando de pedido de registro de Denominação de Origem, além das condições estabelecidas no Art. 6º, o pedido deverá conter:

- a) elementos que identifiquem a influência do meio geográfico, na qualidade ou características do produto ou serviço, que se devam exclusivamente ou essencialmente ao meio geográfico, incluindo fatores naturais e humanos;
- b) descrição do processo ou método de obtenção do produto ou serviço, que devem ser locais, leais e constantes;
- c) documento que comprove a existência de uma estrutura de controle sobre os produtores ou prestadores de serviços que tenham o direito ao uso exclusivo da denominação de origem, bem como sobre o produto ou prestação do serviço distinguido com a Denominação de Origem;
- d) documento que comprove estar os produtores ou prestadores de serviços estabelecidos na área geográfica demarcada e exercendo, efetivamente, as atividades de produção ou de prestação do serviço.

Estes, portanto, são os requisitos que guiarão os examinadores do INPI na análise do mérito dos pedidos de reconhecimento de Denominações de Origem e concessão ou não da proteção. É importante ressaltar que o registro de uma Denominação de Origem, no sistema brasileiro, tem natureza *declaratória*, ou seja, não provoca a criação de algo novo, mas sim reconhece uma situação já posta, uma vez atendidos os requisitos legais (CARLS, 2016).

Como se observa, estão presentes como requisitos a delimitação da área geográfica, a definição técnica do *terroir* dessa área, o Regulamento de Uso e a existência de estruturas de gestão e de controle, além do requerente ter de comprovar a sua legitimidade para o pedido, nos termos do artigo 5º do mesmo documento, ou

seja, demonstrando ser uma associação, instituto ou pessoa jurídica representativa da coletividade legitimada ao uso exclusivo do nome geográfico estabelecida no respectivo território (INPI, 2013).

Isto porque, para o pedido de reconhecimento e proteção de uma Denominação de Origem, um aspecto fundamental é que a titularidade da DO é coletiva de todos os produtores que se enquadrem nos requisitos de seu regulamento e, evidentemente, optem por utilizá-la, uma vez que sua adesão não é obrigatória.

Barbosa (2014) nos ensina que “no caso das exclusivas sobre Indicações Geográficas, a multititularidade é regra, e a hipótese de um só dono de indicação é um acidente”, complementando, ainda que “tem-se uma situação jurídica cujas consequências são uniformes para seus titulares, se expressando em poder de exclusão de todos terceiros de certos atos, e tolerância necessária dos mesmos atos quando praticados pelos pares”.

Assim, não se pode, via de regra, registrar como marca pertencente a um único indivíduo ou empresa, um nome representativo de uma região geográfica passível de apropriação por uma coletividade, cujo direito prevalecerá, em especial para evitar que o registro individual e especial de tal nome induza o consumidor em erro quanto à origem de um produto, ou mesmo seja utilizado como forma de concorrência desleal (BRUCH; KRETSCHMANN, 2014).

A forma com que uma Denominação de Origem recebe reconhecimento e proteção estatal se mantém relativamente a mesma desde o século XVIII, quando os produtores de Vinho do Porto obtiveram do Marquês de Pombal a proteção legal daquele tipo de vinho, após minuciosa análise e delimitação da área de produção, das regras de produção e das características da bebida, enfim obtendo um decreto determinando que o nome “Porto” estaria protegido para ser utilizado tão somente por aqueles vinhos que atendessem a todos os critérios (BRUCH; KRETSCHMANN, 2014).

Sendo a multititularidade a regra nas Denominações de Origem, sempre haverá uma pluralidade de agentes envolvida no desenvolvimento e reconhecimento de uma DO, formada pelos produtores de um certo produto em uma determinada região individualizada por um território geográfico único e um *terroir* único.

Assim, essa pluralidade de produtores precisa se organizar de forma a chegar em um consenso que permita estabelecer as diretrizes sob as quais o produto será produzido, protegido e reconhecido no mercado como único e distinto.

Surge, portanto, a relevância da associação de produtores, que trará consigo o encargo de fornecer as estruturas de gestão e de controle da Denominação de Origem.

2.5 Estruturas de Gestão e de Controle

As estruturas de gestão e de controle fazem parte da etapa de gestão pós-registro (CARLS, 2016) de uma Denominação de Origem, sendo responsáveis pela efetividade das normas estabelecidas e pela fiscalização da qualidade do produto final.

Em uma perspectiva organizacional, o surgimento de uma Indicação Geográfica – e, portanto, de uma Denominação de Origem – passa por cinco fases: primeiro, o engajamento, em que os agentes investem em uma ação de cooperação, enxergando benefícios próprios; segundo, a intercompreensão, em que os objetivos comuns entre os diversos agentes são definidos; terceiro, a explicitação e extensão, em que se passa a documentar por escrito as formas com que as relações entre as partes irão ocorrer e ser reguladas; quarto, a crítica, em que a situação até então estabelecida é posta em xeque com o surgimento de problemas e com o julgamento e questionamento das ações de alguns agentes por outros; quinto, a revisão, em que os documentos e ferramentas institucionais são revistos de forma a se construir uma configuração que processe, adotando ou não, as críticas apontadas (NIEDERLE, 2015).

Nesta perspectiva, as fases de engajamento e de intercompreensão dão origem à associação de produtores (permitindo ou não membros não-produtores), enquanto a fase de explicitação e extensão dá origem ao estatuto da associação, contendo as estruturas de gestão e de controle sobre os produtores de um determinado bem, originando outrossim o Regulamento de Uso daquela Denominação de Origem. Por sua vez, as fases de crítica e revisão se intercalarão de forma constante ao longo da existência da DO, como forma de equilíbrio entre as partes envolvidas e evolução orgânica da DO.

Assim, as estruturas de controle e de gestão serão, ao fim, a forma de externalização da Denominação de Origem por meio da gestão e comunicação com novos e atuais associados, bem como por meio do estabelecimento de um Regime de

Controle dos produtos daquela região, o qual poderá incluir ou não a certificação por terceiros (INPI, 2013; PEREIRA; TONIETTO; MARTINAZZO, 2016).

Das quatro determinantes apontadas para o sucesso comercial de uma Denominação de Origem, a efetividade da coordenação é a ponta em que se inserem as estruturas de controle e de gestão, como forma de garantir a governança e a qualidade da DO, coordenando os atores envolvidos na melhoria da cadeia de suprimentos e no ajuste das estratégias individuais à gestão coletiva (CARLS, 2016).

Por uma questão de imparcialidade, e como forma de garantir que terceiros não envolvidos com os produtores possam participar e contribuir de forma técnica, é recomendado que a estrutura de controle seja independente da estrutura de gestão, embora o estatuto da associação precise, necessariamente, prever a existência e a forma de composição da estrutura de controle (CARLS, 2016).

A estrutura de gestão é personificada pela associação dos produtores da Denominação de Origem, a qual já se viu que deve atuar, ao menos legalmente, como mero substituto da coletividade, verdadeira titular da DO. No entanto, para que isso se concretize de fato, é importante que a estrutura de gestão seja formalizada e tenha seu funcionamento de forma adequada, sob pena de ser monopolizada pelos agentes individuais economicamente mais fortes, que passam a fazer uso da associação em prol de interesses privados, e não coletivos (CARLS, 2016). Como se verá mais adiante, esta é uma situação de risco moral em que a associação pode incorrer como resultado do conflito de agência (JENSEN; MECKLING, 1976).

Algumas atividades da gestão interna que podem ser realizadas pela estrutura de gestão são a definição dos critérios técnicos e seu reflexo no Regulamento de Uso, a gestão direta de atividades de produção e redução de custos individuais aos produtores e a arbitragem de conflitos, enquanto algumas atividades da gestão externa, realizada em conjunto com os produtores, são o aumento do poder de negociação coletivo, a promoção da região e o uso de estratégias de marketing para maior comercialização dos produtos (CARLS, 2016).

Por sua vez, a estrutura de controle assegura o estabelecido no Regulamento de Uso da Denominação de Origem por meio de controles documentais, analíticos e de inspeção, sendo obrigatórios no Brasil somente os controles documentais e analíticos, inexistindo percentual ou frequência mínimos de realização dos controles de inspeção, e não havendo obrigatoriedade de realização dos controles por terceiro

certificado, embora os regramentos legais assim o permitam (INPI, 2013; PEREIRA; TONIETTO; MARTINAZZO, 2016).

A estrutura de controle nasce, imperiosamente, do conteúdo do Regulamento de Uso, pois é este quem estabelecerá as diretrizes a serem controladas posteriormente. Assim, embora no Brasil não haja previsão legal do conteúdo mínimo do Regulamento de Uso, a literatura aponta como requisitos essenciais deste documento, em especial para produtos agroalimentares, como é o caso do vinho, a listagem das características essenciais e diferenciadoras do produto (incluindo aspectos físicos, químicos, microbiológicos e organolépticos), os insumos e matéria-prima permitidos e proibidos, a descrição das etapas do processo produtivo (listando métodos permitidos e proibidos), a demonstração da qualidade como vínculo à região geográfica, a descrição da área territorial de produção (incluindo altitudes mínima e máxima), o nome e a etiquetagem do produto, e a definição e orientação sobre a realização dos controles (VANDECANDELAERE *et al.*, 2010).

A composição das normas que comporão o Regulamento de Uso e depois serão objeto da fiscalização pela estrutura de controle deve ser rígida o suficiente para que a Denominação de Origem tenha destaque e individualidade, mas flexível o suficiente para que a Denominação de Origem possa ser, efetivamente, utilizada pelos produtores daquela região geográfica, sob pena de seu uso se tornar excessivamente difícil, ou até mesmo impossível, como ocorre em algumas Indicações Geográficas brasileiras que, de tão restritivo que é seu Regulamento de Uso, dificilmente conseguem produzir produtos enquadrados nas normas (CARLS, 2016).

A falta de atenção ao equilíbrio entre conjunto de normas e possibilidade fática de produção acaba por privilegiar alguns poucos produtores e afastar todo o restante, o que impactará, inevitavelmente, nas vendas finais e na própria percepção do mercado e do consumidor sobre a Denominação de Origem.

Outro ponto a se destacar nesta seção é a efetivação da proteção jurídica a uma Denominação de Origem. Dada a existência da legislação internacional e nacional, com leis, decretos e instruções normativas regulando o instituto, bem como a existência, de outro lado, das estruturas de gestão e de controle da DO, documentadas no Regulamento de Uso, no estatuto da associação de produtores e nos demais documentos internos pertinentes, é possível se afirmar que as Denominações de Origem possuem proteção jurídica de duas formas: externa e interna.

A proteção externa se dá, primordialmente, pelo sistema jurídico e pela legislação existentes, e ocorrerá, essencialmente, quando um agente de fora atentar contra a DO, violando-a por meio de cópia, contrafação, falsificação, venda não autorizada, concorrência desleal, entre outros.

Desta forma, a parte atingida (geralmente a associação que representa os produtores) poderá se valer das instituições jurídicas existentes no ordenamento do país em que tem proteção reconhecida (ou seja, além do próprio país onde a DO está geograficamente localizada, todo e qualquer país no qual a DO também tenha obtido proteção, seja por solicitação direta, seja pelo alcance de tratados internacionais) para obter medidas legais para interromper a conduta desse agente, corrigir o injusto e obter indenização econômica pelo ilícito praticado.

Por outro lado, a proteção interna se dá, primordialmente, pela atuação das estruturas de controle e de gestão da Denominação de Origem, de maneira que o Direito surge como ferramenta de autorregulação. Essa proteção interna se inicia ainda na etapa de busca da proteção legal e reconhecimento da DO, com a escolha do quê e de como se deseja proteger, o que se refletirá na redação do Regulamento de Uso e a consequente estruturação de um Regime de Controle (PEREIRA; TONIETTO; MARTINAZZO, 2016), para depois atuar diretamente sobre os produtores associados que tenham decidido aderir à DO, por meio da fiscalização exercida pela estrutura de controle antes estabelecida, de acordo com as regras previstas no Regulamento de Uso.

Ou seja, a depender de como olhamos para o Direito, tanto *lato sensu* quanto *stricto sensu*, fica claro que o Direito pode servir tanto como incentivador quanto controlador para o desenvolvimento de uma Denominação de Origem. Ele pode impor obstáculos à efetiva adoção da DO, por meio de uma má autorregulação, mas pode também atuar como facilitador da proteção da DO, por meio da correção, pelo Poder Judiciário, de um injusto indeferimento do pedido por parte do INPI. Pode atuar como agente econômico efetivo ao contribuir para a inibição da concorrência desleal, como também pode atuar como entrave econômico ao ignorar práticas de mercado centenárias e conferir decisões distorcidas, como o caso do Champagne e do vinho Gamay Beaujolais, no Brasil, ou do Champagne de Mendoza e do vinho Bordeaux de Talca, na Argentina (LACOSTE *et al.*, 2014; KRETSCHMANN; ORTENZI, 2016).

Portanto, considerando que, no caso das Denominações de Origem, as fronteiras regulatórias acabam sendo um misto de legislativo e sociocultural

(FARMER, 2014), é visível a importância de que os documentos internos da DO sejam redigidos com toda a cautela, considerando debates entre produtores, participação de agentes não produtores e profunda reflexão acerca do conteúdo do seu texto, que passará a valer como verdadeira lei entre as partes aderentes, uma vez que, estando pronto o regulamento, a escolha dos produtores e demais associados será apenas entre aderir ou não aderir ao instrumento e, por consequência, à Denominação de Origem.

A adesão ou não adesão dos produtores, como agentes econômicos, dependerá dos incentivos e desincentivos a eles fornecidos para essa tomada de decisão, de maneira que se passa a explorar, brevemente, alguns conceitos de teoria econômica que auxiliarão na compreensão do tecido das relações sociais e econômicas em uma comunidade imersa em uma Denominação de Origem.

2.6 Teoria Econômica e as Denominações de Origem

Para melhor entendermos as relações complexas entre os agentes, bem como aquilo que os leva ou não a aderir a uma Denominação de Origem, uma vez formada a associação de produtores, estabelecidas as estruturas de controle e de gestão e redigido o seu Regulamento de Uso, é necessário olhar para as Indicações Geográficas como fenômeno e parte da Propriedade Intelectual, ou mesmo Propriedade Cultural, como vem sendo denominado mais recentemente o ramo jurídico de proteção das DOs (CAVICCHIOLI, 2006), pela óptica da economia.

Assim, duas teorias-chave deste campo de estudo se aplicam às Indicações Geográficas (e, portanto, às Denominações de Origem): a *teoria dos custos de transação* e o *problema do principal-agente*.

Quanto à teoria dos custos de transação, Williamson (1981) define transação como o fenômeno ocorrente quando um bem ou serviço é transferido através de uma interface tecnologicamente separável, e que uma interface com bom ou mau funcionamento determinará, em analogia à fricção gerada por engrenagens mal lubrificadas, a existência de custos de transação, na medida em que as partes nesta transferência operarem em harmonia ou com desentendimentos e conflitos frequentes.

Um ponto chave nos custos de transação diz respeito às estruturas de governança existentes nesta transferência e sua potencialidade em reduzir estes custos; como agravante a se considerar, há o elemento do comportamento humano,

assumindo-se por premissas que o ser humano, enquanto agente, possui racionalidade limitada, e que ao menos alguns agentes são inclinados ao oportunismo (WILLIAMSON, 1981).

Coase (1937) aponta que existem custos pela utilização do mercado e do seu mecanismo de preços, os quais serão mais elevados à medida que mais contratos forem necessários, e mais reduzidos à medida que os fatores de produção estiverem agrupados dentro de uma mesma firma.

Assim, a teoria dos custos de transação surge no ambiente das Indicações Geográficas tendo em vista que, para a busca da proteção de uma Denominação de Origem, se faz necessário que haja uma associação dos produtores/prestadores de serviço capitaneando a iniciativa em nome dos seus membros. Isto nos faz crer que a associação seria um motor de diminuição dos custos de transação dos produtores associados, uma vez que atenderia à premissa de redução de contratos e concentração dos fatores de produção, em especial na negociação com o Estado, representado pelo INPI, que é quem avaliará o mérito do pedido de reconhecimento da DO.

Todavia, os custos de transação dos produtores tenderão a aumentar justamente pela criação de um novo intermediário que se tornará responsável por julgar aptas ou não ao comércio as garrafas de vinho enviadas por cada associado que deseje utilizar a DO.

Em outras palavras, alguns produtores se verão em transações frequentes com a associação sobre ativos muito específicos em um ambiente de natural incerteza (WILLIAMSON, 1985), por depender de safra e dos padrões de qualidade das uvas colhidas, o que ultimarará no aumento dos custos de transação de cada produtor, em especial porque a associação cumpre papéis muito específicos de agrupamento de interesses, deixando a cargo de cada associado o restante das negociações.

Outro custo de transação a ser considerado é o fato de que, embora muitas vezes não haja interesse ou coesão dos produtores de um determinado bem tradicional para buscar seu reconhecimento e proteção por meio de uma DO, a indústria global os força a investir na DO para uso defensivo, como forma de evitar que agentes externos àquela região geográfica se apropriem do produto, se beneficiando do uso indevido de sua denominação (FARMER, 2014). Nesse cenário, quanto mais restritiva for uma DO, mais elevados serão os custos de adaptação da produção, e menos pessoas estarão aptas a produzir dentro dos novos critérios estabelecidos (CARLS, 2016).

Ainda, a depender da forma com que o Regulamento de Uso seja redigido, haveria a necessidade de um determinado produtor ter que readequar toda a sua forma de produção para poder se enquadrar no regramento, o que nem sempre vale a pena se for considerado o retorno financeiro potencial e os custos de transação envolvidos nas novas negociações para readequação, como a aquisição de bens e equipamentos ou mesmo a aquisição de mudas de variedades específicas de uvas. Neste cenário, outro custo de transação que surge é a elevação do preço final ao consumidor em decorrência de uma eventual obrigação de ter que plantar apenas um tipo de uva para se adequar à Denominação de Origem, ou de uma provável diminuição do número de garrafas produzidas para adequação de qualidade e fiscalização da DO.

A governança do sistema da Denominação de Origem também eleva os custos de transação, tendo em vista que a existência de uma DO atrela a valorização do bem ao aumento de sua qualidade final, de forma que a estrutura de governança é peça fundamental para lidar com as estratégias de qualidade escolhidas e a incerteza na obtenção dessa qualidade pelos produtores (MARTINO, 2013), o que exige um esforço para a escolha adequada da estrutura de governança e, especialmente, sua implantação e funcionamento, como forma de reduzir a assimetria de informações e baratear os custos de transação aos produtores (BARBOSA; CÂNDIDO; BARBOSA, 2016).

Logo, a alocação dos direitos de decisão às estruturas de controle e de gestão não apenas é recomendável como esperada pelos produtores e consumidores, como sinalização ao mercado de que o custo da incerteza na qualidade final dos produtos com a DO será mitigado, mas aumentando, de outro lado, os custos de fiscalização e medição técnica em decorrência da eficiência dessas estruturas e da entrega de um resultado final satisfatório (MARTINO, 2013).

Por sua vez, o problema do principal-agente está consubstanciado no conflito de agência, em que um agente – um mandatário – coloca seu interesse individual acima do interesse do principal – o mandante – dadas as devidas condições.

Este conflito nasce em decorrência da relação de agência, um contrato sob o qual uma ou mais pessoas (os principais) encarregam outra pessoa (o agente) de realizar algum serviço em seu lugar, o que envolve delegar algum grau de autoridade na tomada de decisões àquele agente. Se as duas partes desta relação visam maximizar a utilidade,

existem bons motivos para se acreditar que nem sempre o agente irá agir no melhor interesse do principal (JENSEN; MECKLING, 1976).

O principal pode limitar divergências do seu interesse por meio do estabelecimento de incentivos apropriados para o agente, e também arcando com custos de monitoramento pensados de forma a limitar qualquer atividade dissonante do agente. Além disso, em algumas situações, ele pagará ao agente para que este gaste recursos (custos de vinculação) para assegurar que não pratique certas ações que poderiam vir a prejudicar o principal, ou para garantir que o principal seja compensado caso o agente pratique tais ações (JENSEN; MECKLING, 1976).

De acordo com Jensen e Meckling (1976), na maioria das relações de agência haverá divergência entre as decisões do agente e aquelas decisões que maximizariam o bem-estar do principal, mesmo que o principal e o agente tenham custos de monitoramento e custos de vinculação (pecuniários ou não). Os autores definem o equivalente monetário da redução de bem-estar sofrida pelo principal como resultado desta divergência também como sendo um custo da relação de agência, denominado "perda residual", definindo "custos de agência" como a soma de: **i)** custos de monitoramento arcados pelo principal; **ii)** custos de vinculação arcados pelo agente, e; **iii)** perda residual.

O agente tomará decisões para maximizar utilidade e obter benefícios inclusive não-pecuniários, como escolha de equipe, nível de disciplina dos colaboradores, relações pessoais de amizade e/ou respeito com equipe e colaboradores, tamanho e configuração da sua sala, equipamentos melhores (JENSEN; MECKLING, 1976).

Em outras palavras, há um evidente conflito de interesses entre agente e principal, no qual o agente se beneficia de duas condições: **i)** a assimetria de informações em desfavor do principal, com o agente concentrando em suas mãos melhores informações, ocasionando a denominada *seleção adversa*, e; **ii)** o principal, por sua vez, não tem condições de observar permanentemente o comportamento desse agente, gerando o chamado *risco moral* (JENSEN; MECKLING, 1976).

Algumas formas de se contornar o conflito de agência, ou o problema do principal-agente, são: **i)** a criação de mecanismos, geralmente por meio de contratos, que busquem, de um lado, igualar o acesso às informações e otimizar o monitoramento do agente pelo principal e, de outro lado, sinalizar ao principal a honestidade do agente, o que incorre inevitavelmente em custos aos dois lados, denominados *custos de agência*, e; **ii)** criar mecanismos de incentivo e desincentivo

econômico para que os interesses do agente coincidam com os interesses do principal (CARVALHAL; BORDEAUX-RÊGO, 2010).

Custos de agência existem não apenas no ambiente corporativo, como também em outros formatos de sociedades, como cooperativas e associações sem fins lucrativos, conforme já estudado por Cordery e Howell (2017) e Costa e Melo (2017), de maneira que uma associação de produtores vitivinícolas se enquadraria como situação apta a apresentar custos de agência.

No caso das Denominações de Origem, o principal é representado pelos produtores do bem ao qual se busca a proteção pela DO, enquanto o agente é representado pela associação dos produtores.

Evidencia-se, pois, o potencial de conflito entre associados e gestores em uma associação como a APROVALE, uma vez presente a assimetria de informação e a dificuldade de monitoramento das ações dos gestores e de uma efetiva tomada de decisão que não seja autointeressada, especialmente em um quadro em que os próprios gestores são também associados. Soma-se a isso o fato de que os poderes de barganha e negociação são diferentes na medida em que cada vinícola associada possui um porte distinto e uma realidade financeira distinta, resultando em considerável chance da associação ser governada pelos membros com maior poder econômico e maior poder de barganha, o que impõe custos de monitoramento aos produtores menores que, caso não tenham como bancá-los, se verão diante de uma perda residual, diminuindo seu bem-estar e os colocando às margens das grandes negociações feitas de forma a maximizar o bem-estar dos agentes, enquanto gestores.

Assim, é de se prever que, em uma situação de maximização da utilidade de ambas as partes, a associação dos produtores não irá, necessariamente, atuar no melhor interesse dos produtores individuais como coletividade, mas eventualmente em nome do interesse de quem possua maior ingerência e menor assimetria de informações, ou daquele que esteja no controle da associação em determinado momento (JENSEN; MECKLING, 1976).

O grau de relevância do conflito de agência será maior ou menor à medida em que a confiança e o consenso entre os atores forem maiores ou menores, influenciando de forma direta na assimetria de informações e no risco moral existente e impactando, ao fim, no custo global da operação, resultando em aumento nos custos de monitoramento pelo principal – os produtores (JENSEN; MECKLING, 1976).

Na França, por exemplo, em que as Denominações de Origem são instituições fortes, tanto do ponto de vista jurídico quanto do ponto de vista comunitário, as comunidades e redes existentes em torno de uma DO contribuem para aumentar a fiscalização e o consenso, de maneira que o próprio arcabouço legal acaba sendo permeado por uma rede de significados culturais, com a lei exercendo um papel de reforço do consenso, ainda que os produtores sigam eventualmente negociando tais valores entre si (FARMER, 2014), o que demonstra que, no caso francês, o problema do principal-agente foi, em parte, culturalmente mitigado por haver menor assimetria de informações e maior grau de controle entre as partes.

No Brasil, como já visto, as Denominações de Origem são instituições incipientes, ou seja, ainda não têm o grau de maturidade das comunidades francesas, de maneira que é possível antever a existência de um conflito de agência, dada a menor importância dos significados culturais e o menor consenso entre as partes envolvidas, o que se buscará observar se, de fato, ocorre, quando da análise dos dados qualitativos, por meio do apontamento direto das interseções dos achados da pesquisa com o referencial teórico aqui apresentado.

2.7 O Regulamento de Uso como Contrato de Adesão

Uma vez entendido que existem custos de transação elevados e problemas de agência que influenciam no grau de confiança dos produtores em relação ao agente designado – a entidade reguladora –, passa-se a analisar a forma de instrumentalização da Denominação de Origem para um determinado grupo de produtores de uma região. Assim, ganha importância o conceito de contrato de adesão, uma vez que é por esta forma que o Regulamento de Uso é redigido. Conforme já apontado, não resta aos produtores, uma vez reconhecida a DO e estabelecidas as estruturas de controle e de gestão, opção que não seja aderir ou não aderir ao Regulamento de Uso, o que combina com a definição da literatura para os contratos de adesão.

Os contratos, nascidos como instrumento representativo da autonomia da vontade, se transmutaram em instrumento de limitação da vontade por força legal, em especial após o advento do Código de Defesa do Consumidor brasileiro (GOMES, 2010).

Por sua vez, os contratos de adesão são aqueles contratos originados de forma unilateral, onde não há espaço para debate das cláusulas e condições gerais, que são trazidas por apenas uma das partes, enquanto a outra parte – o aderente – se limita a aceitar todos os termos em bloco, ou então rejeitá-los por completo, dando ou não seu consentimento por meio da adesão (FISCILETTI, 2014).

A produção e a distribuição em massa de bens de consumo terminou por também originar contratos de consumo em massa, refletindo vendas que não mais ocorrem no mercado de bazar, com intensa negociação e fechamento de um acordo, mas sim na calma eficiência do varejo em massa, que não reflete o processo de barganha individual que originou o paradigma da oferta, negociação e acordo (JOHNSTON, 2006).

Seu conteúdo é formado, em parte, pelas denominadas “condições gerais” contratuais, que são nada mais do que um conteúdo de caráter normativo-contratual, dirigindo a conduta esperada das partes, podendo se originar de acordo entre as partes, de regramento administrativo, com alcance de uniformidade (FISCILETTI, 2014).

Os contratos de adesão dizem muito com a economia comportamental, tendo em vista que, por serem instrumentos que não permitiriam a discussão de suas cláusulas, tenderiam, por uma análise econômica tradicional, levar a crer que as partes agiriam racionalmente de forma a maximizar seus interesses, com a parte que redige seu texto tentando explorar ao máximo a parte aderente, e esta, por sua vez, buscando se cercar do melhor entendimento para não ser explorada, uma vez sabendo das reais intenções de quem redige essa espécie de contrato (GIORGI; HUPFFER, 2017).

O behaviorismo, por sua vez, ao incorporar a análise comportamental à economia, demonstra que a racionalidade humana é limitada, e que as heurísticas e vieses humanos acabam substituindo, na tomada de decisão, a busca pelo ideal pela busca pelo suficiente, denotando o objetivo da mera satisfação no lugar da maximização de interesses (COOTER; ULEN, 2010; GIORGI, HUPFFER, 2017).

Embora os contratos de adesão constituam uma situação de oportunismo bilateral, tanto da parte que o redige quanto da parte que adere, em especial se levados à discussão perante o Judiciário, no caso dos Regulamentos de Uso caberá a análise mais detida dos riscos à parte que não participou de sua redação, tendo em vista que são os custos dessa parte – os produtores – que se busca investigar no presente trabalho (KOROBKIN, 2013).

A própria leitura do instrumento surge como custo direto, uma vez que os contratos tipicamente redigidos do século XXI trazem alto nível de complexidade da linguagem, o que faz com que mesmo pessoas mais bem instruídas precisem eventualmente de um advogado para auxiliá-las na compreensão do conteúdo, e fazem uso de estratégias de redação que conduzem o leitor a incorrer no viés da confirmação, encontrando elementos textuais que confirmem, em vez de afastar, suas crenças no que já havia sido tratado oralmente ou na sua expectativa em relação ao negócio (KOROBKIN, 2013).

Como custo indireto de leitura, há o chamado “custo oculto do controle”, em que a parte que não redigiu o contrato está em posição análoga à do principal (como visto no problema do principal-agente, acima), enquanto a parte que redigiu está em posição análoga à do agente, de maneira que a menção em ler o conteúdo do contrato sinaliza desconfiança e preocupação com o risco de maximização dos interesses do agente em detrimento daqueles do principal, fazendo com que o aderente opte, muitas vezes, por assinar sem ler o conteúdo, como forma de demonstrar confiança e estimular reciprocidade (KOROBKIN, 2013).

Ainda, outro custo indireto existente é o custo psicológico da aversão à perda, colocando em ação o viés do *status quo*, de maneira que a parte que não redigiu o contrato, se prometidas condições prévias, tenderá a aceitar assinar o contrato, mesmo que seu conteúdo escrito contradiga o acerto prévio, por enxergar que o custo de rejeitar o contrato depois de uma certa altura, mesmo com termos adversos, é maior do que o custo de aceitá-lo desta forma, garantindo o negócio como um todo e mantendo, assim, o *status quo* já estabelecido (KOROBKIN, 2013).

O processo de inovação contratual nos contratos de adesão é lento, tendo em vista que a utilidade aparente de uma certa cláusula depende, em grande parte, da quantidade de indivíduos que fazem uso daquele contrato (COFONE, 2015).

Assim, os responsáveis pela redação não possuem incentivos à inovação, dado o custo de redação de cláusulas novas e de redução da incerteza quanto à sua aceitação, seja pelas partes aderentes, seja por uma eventual decisão judicial que as discuta (COFONE, 2015).

Não é apenas nas relações de massa e de consumo que os contratos de adesão desempenham protagonismo como instrumento de formalização de negócios, mas inclusive em questões de direito transnacional, como é o caso das transações com derivativos de balcão (OTC), em que o instrumento de adesão é utilizado como forma

de excluir cortes nacionais de países específicos de sua regulação, em favor de remédios contidos no próprio contrato, sanções de mercado e métodos alternativos de solução de conflitos, como a arbitragem internacional (BRAITHWAITE, 2012).

Da mesma forma, nas Denominações de Origem, os Regulamentos de Uso fazem uso da espécie do contrato de adesão para funcionarem e operarem como regramento interno que defina as condições de uso de uma DO, sendo tal regramento um elemento fundamental (e previsto em Instrução Normativa como requisito) para proteção da DO, por ser este o documento que determina as características que o produto deverá ter, além de apontar todas as condições necessárias ao efetivo uso da Denominação (TORTORELLI, 2010).

Assim, o Regulamento de Uso tem, simultaneamente, características de instrumento de formalização de negócios (a produção de vinhos com DO), de regramento administrativo (sua existência decorre de exigência legal e sua criação vem da entidade administradora da DO), de negociação em massa e barateamento de custos (diversidade de produtores em uma região), apresentando ainda alto custo de inovação pela parte redatora – a associação (por depender da aprovação de discussões internas dos associados para sua modificação), e elevados custos diretos e indiretos de entrada e de saída pela parte aderente – o produtor (compreensão do conteúdo, controle, desconfiança com a associação e aversão à perda do *status quo* já adquirido), de maneira que sua instrumentalização como contrato de adesão é natural, dada a própria natureza da relação havida entre as partes envolvidas: produtores vitivinícolas, estrutura de controle e estrutura de gestão.

3 METODOLOGIA ADOTADA

Como ferramental metodológico desta pesquisa, foram elencados o método do Estudo de Caso, na forma proposta por Robert K. Yin (2010), com a construção da teoria de hipótese amparada na forma proposta por Kathleen M. Eisenhardt (1989), e o método da Análise de Conteúdo, na forma proposta por Laurence Bardin (2002), sobre os quais o trabalho foi realizado, por se mostrarem os métodos mais aptos a refletir a necessária abordagem qualitativa na construção da resposta ao problema de pesquisa proposto.

3.1 Coleta de Dados – Estudo de Caso

O *estudo de caso*, como método de abordagem elencado, se presta a instrumentalizar este trabalho por atender aos propósitos *descritivo*, com a efetiva descrição de *como* a DO Vale dos Vinhedos *é/funciona*, e *explanatório*, buscando entender *por que* a DO Vale dos Vinhedos *é/funciona* de uma determinada forma (YIN, 2010).

Outra razão pela qual o estudo de caso se apresenta como método de pesquisa mais adequado ao presente trabalho diz respeito ao fato de que os eventos aqui analisados são contemporâneos, refletindo um recorte do tempo presente, ao mesmo tempo em que não é possível manipular os comportamentos relevantes dos agentes, por se tratar de uma situação que envolve o ambiente empresarial e o dia-a-dia do mercado e dos negócios, mas com a vantagem de se poder conduzir entrevistas com esses agentes, extraindo evidências que auxiliem a responder o problema de pesquisa formulado (YIN, 2010).

Em outras palavras, a presente pesquisa tem por escopo um fenômeno que não pode ser dissociado de seu contexto de vida real, por não haver limites definidos entre um e outro, o que exige a escolha de um método abrangente – o estudo de caso – que possibilite coletar dados oriundos de diversas variáveis de interesse para posterior convergência e análise dos dados coletados (YIN, 2010).

Quanto à unidade de análise, esta pode ser um evento, uma entidade, decisões, processos de implementação e mudança organizacional, se relacionando com a forma com que as questões iniciais de pesquisa foram definidas (YIN, 2010).

Assim, a unidade de análise deste trabalho é o processo de tomada de decisão para adesão ou não das vinícolas localizadas na região geográfica delimitada pela descrição da Denominação de Origem Vale dos Vinhedos ao seu Regulamento de Uso, por ser a percepção deste processo parte do contexto necessário ao entendimento do objetivo proposto: *analisar a forma com que os produtores vitivinícolas da Denominação de Origem Vale dos Vinhedos são levados ou não a aderir ao seu Regulamento de Uso, considerando sua instrumentalização como contrato de adesão.*

3.1.1 Definição do Caso

Quanto à definição do caso, a escolha do Vale dos Vinhedos como região para estudo é relevante por ser esta a única Denominação de Origem vitivinícola concedida no Brasil até o presente momento, tendo sido reconhecida há mais de cinco anos, o que confere um lapso temporal adequado para o seu estudo. Além disso, como visto na literatura do estado da técnica e naquela que referencia esta pesquisa, o Vale dos Vinhedos é mencionado como exemplo de desenvolvimento econômico oriundo da institucionalização e do reconhecimento da indicação geográfica. Assim, o Vale dos Vinhedos se torna representativo por proporcionar que, da análise dos fenômenos ali ocorridos, se extraiam conteúdos a serem interpretados que sirvam de guia para as próximas Denominações de Origem e de sugestão de estudo para as próximas pesquisas sobre o tema.

No que diz respeito às fontes de evidência utilizadas, a documentação coletada para análise possui importância e relevância, tendo em vista que, no estudo de caso, os documentos são utilizados para corroborar e aumentar a evidência de outras fontes, ainda que esses documentos não sejam sempre precisos e apresentem parcialidades, desde que utilizados com cuidado (YIN, 2010).

Uma das fontes de informação mais importantes no estudo de caso é a entrevista, exigindo que o pesquisador opere em dois níveis ao mesmo tempo: satisfazer as necessidades da sua linha de investigação e, simultaneamente, utilizando questões que não sejam ameaçadoras nas entrevistas abertas (YIN, 2010).

O estudo de caso vai além da análise de variáveis isoladas, de maneira que, como subproduto e característica final na apreciação da pesquisa em estudo de caso, os dados relevantes têm maior probabilidade de emergir não de uma única fonte de

evidência, mas sim de múltiplas, o que vai ao encontro das fontes de evidência utilizadas no trabalho e do objetivo de abordar uma variação maior de aspectos históricos e comportamentais: três entrevistas com produtores aderentes à Denominação de Origem Vale dos Vinhedos, três entrevistas com produtores não aderentes, e a análise dos dados fornecidos pela entidade reguladora, a saber, o Regulamento de Uso e os dados numéricos de produção e rotulagem de vinhos com DO (YIN, 2010; YIN, 2012).

A pesquisa documental se deu por meio da análise do Regulamento de Uso da DO Vale dos Vinhedos e dos dados numéricos de produção e rotulagem de vinhos com DO, estes últimos como forma de uso de dados secundários complementares, para comparação direta da produtividade ano a ano na região e análise da pertinência desses dados com o discurso das entrevistas.

O meio de coleta dos dados secundários, referentes às solicitações das vinícolas para produção e rotulagem de vinhos com DO entre os anos de 2009 e 2016, inclusive, foi a solicitação direta, por e-mail, à APROVALE, dos mencionados dados, uma vez que estes números são de acesso restrito e obteníveis somente por meio da própria associação, que é a responsável por gerir o processo de elaboração desses dados.

Para a construção da teoria de hipótese ao problema de pesquisa formulado, com a conseqüente apresentação do *framework* teórico e da entrega prática propostos, fez-se uso do instrumental proposto por Eisenhardt (1989) para justificar as escolhas adotadas na pesquisa.

Assim, para a seleção do caso Denominação de Origem Vale dos Vinhedos, além da relevância já explicitada acima, considerou-se a escolha deste caso e das amostras elencadas como forma de se configurar um caso teoricamente útil e apto ao preenchimento das categorias conceituais (as dimensões e categorias de análise) elencadas (EISENHARDT, 1989).

Os instrumentos de pesquisa utilizados (aqui compreendidos o instrumento propriamente dito e a pesquisa nas demais fontes de evidência do caso) foram elaborados/escolhidos de forma a se tomar vantagem das características únicas do caso Vale dos Vinhedos, além de favorecer a triangulação das evidências, fazendo-se uso da confrontação das respostas à entrevista com a análise gráfica dos dados numéricos como ferramenta de visão sinérgica das evidências coletadas (EISENHARDT, 1989).

A lógica que une os dados coletados é a de se apresentar tanto as percepções subjetivas sobre o desempenho da Denominação de Origem Vale dos Vinhedos, por meio da entrevista em profundidade, quanto os resultados eminentemente objetivos e chancelados pela associação dos produtores, que entregam a evolução, ano a ano, desde o início da série histórica da produção de vinhos com a DO, do desempenho da produção, rotulagem e adesão de vinícolas à Denominação de Origem.

A teoria de hipótese apresentada, o *framework* teórico e o modelo prático de autoavaliação e/ou proposição de novas DOs foram moldados com base na busca dos porquês por trás das relações identificadas nas fontes de evidência, em uma tentativa de entregar robustez na validação interna dos achados, além de oferecer um retorno à literatura pesquisada que proporcionou a reordenação das categorias de análise em novas dimensões, contribuindo com a elevação do nível teórico do tema e com maior nitidez na generalização e na construção do novo modelo proposto (EISENHARDT, 1989).

Assim, a lógica por trás das proposições e dos critérios para julgamento da qualidade científica deste trabalho passa pela verificação se o instrumento de coleta de dados extraiu informações subjetivas dos entrevistados que fossem relevantes e aptas o suficiente a embasar a teoria de hipótese proposta, além da verificação se a combinação da análise do conteúdo das entrevistas, da análise gráfica dos dados numéricos coletados e da análise teórico-textual do Regulamento de Uso da Denominação de Origem Vale dos Vinhedos foram igualmente relevantes e aptas o suficiente a embasar o *framework* teórico proposto, com o reagrupamento das categorias de análise em novas dimensões para a ressignificação da propositura/criação e da autoavaliação de uma Denominação de Origem.

3.1.2 Instrumento de Pesquisa para Coleta de Dados

O instrumento de pesquisa para a coleta de dados escolhido foi a entrevista em profundidade, elaborada por meio de roteiro semiestruturado a ser aplicado aos respondentes-chave que, no caso do presente trabalho, são os representantes das vinícolas aderentes e não aderentes à Denominação de Origem Vale dos Vinhedos que possuam conhecimento sobre a DO, sobre o Regulamento de Uso e sobre os motivos que levaram a vinícola a aderir ou não à DO, por serem essas as pessoas

bem informadas (YIN, 2010) aptas a evidenciar o que se busca coletar por meio do instrumento.

A entrevista com os representantes das vinícolas se deu no início do mês de dezembro de 2017, em visita ao Vale dos Vinhedos específica para tal finalidade.

O instrumento de coleta de dados se amparou no referencial teórico adotado, por meio do qual foram elencadas as categorias de análise apresentadas no Quadro 1 para posterior construção das perguntas que viriam a servir de base para o roteiro semiestruturado aplicado junto aos representantes das vinícolas entrevistadas:

Quadro 1 – Dimensões, Categorias de Análise e Autores

DIMENSÕES	CATEGORIAS DE ANÁLISE	AUTORES
Indicação Geográfica	- Reconhecimento da proteção	WTO (1994); Bruch e Kretschmann (2014)
Denominação de Origem	- Relações humanas e identitárias - Benefícios ao mercado	Cavicchioli (2006) Bohling (2014)
Terroir	- Ecossistema interativo - Consenso e estruturas sociais e comunitárias preexistentes	Felgar <i>et al.</i> (2015) Farmer (2014)
Proteção Jurídica	- Propriedade cultural - Multititularidade	Thaines (2013) Barbosa (2014)
Estruturas de Gestão e de Controle	- Perspectiva organizacional - Coordenação de atores e ajuste das estratégias individuais à gestão coletiva - Requisitos essenciais do Regulamento de Uso - Regulação mista legislativa e sociocultural	Niederle (2015) Carls (2016) Vandecandelaere <i>et al.</i> (2010) Farmer (2014)
Teoria Econômica	- Custos de transação frequentes com a associação e estrutura de governança - Problema do principal-agente e risco moral	Williamson (1981); Williamson (1985); Coase (1937); Martino (2013) Jensen e Meckling (1976)
Regulamento de Uso	- Contrato como instrumento de limitação da vontade - Consentimento por adesão - Custo de inovação contratual	Gomes (2010) Korobkin (2013); Fisciletti (2014) Cofone (2015)

Fonte: Elaborado pelo autor.

A partir da eleição das categorias de análise, foram elaboradas dezesseis perguntas que indagassem o entrevistado e o guiassem a dar respostas esperadas

para elucidar a relação do caso Vale dos Vinhedos com o referencial teórico explorado, atendendo aos requisitos de satisfação da necessidade da investigação e uso de tom não ameaçador nas perguntas (YIN, 2010), buscando ainda uma narrativa que não induzisse a falsos positivos, evitando viés de confirmação. Assim, as perguntas se vinculam às categorias da forma ilustrada no Quadro 2, ressalvado o fato de que uma pergunta pode se repetir por auxiliar na elucidação de mais de uma categoria de análise.

Quadro 2 – Categorias de Análise e Perguntas da Entrevista

CATEGORIAS DE ANÁLISE	PERGUNTAS DA ENTREVISTA
Reconhecimento da proteção	A vinícola entende adequada a forma com que foi redigido o Regulamento de Uso da DO?
Relações humanas e identitárias	A vinícola já tinha atividade comercial consolidada quando a Denominação de Origem foi reconhecida?
Benefícios ao mercado	Caso a vinícola seja aderente à DO, como percebe hoje o impacto nas vendas/mercado da adoção da DO em seus produtos, em relação ao período anterior à DO? Em relação à sua perspectiva de negócio, quais as vantagens da DO que influenciaram ou influenciariam na sua adesão? E as desvantagens da DO que influenciaram ou influenciariam na sua não-adesão?
Ecosistema interativo	Quais as vantagens que a vinícola vê na Denominação de Origem para a região, independentemente de sua adesão? E quais as desvantagens, também independentemente de sua adesão?
Consenso e estruturas sociais e comunitárias preexistentes	A vinícola já tinha atividade comercial consolidada quando a Denominação de Origem foi reconhecida?
Propriedade cultural	A vinícola entende adequada a forma com que foi redigido o Regulamento de Uso da DO?
Multititularidade	Qual a posição da vinícola em relação à entidade reguladora da Denominação de Origem? A vinícola se sente representada pela entidade? A vinícola possui voz e/ou voto na entidade? A vinícola influencia as decisões da entidade de alguma forma?
Perspectiva organizacional	Qual a posição da vinícola em relação à entidade reguladora da Denominação de Origem? A vinícola se sente representada pela entidade? A vinícola possui voz e/ou voto na entidade? A vinícola influencia as decisões da entidade de alguma forma?
Coordenação de atores e ajuste das estratégias individuais à gestão coletiva	Em relação à sua perspectiva de negócio, quais as vantagens da DO que influenciaram ou influenciariam na sua adesão?

	E as desvantagens da DO que influenciaram ou influenciariam na sua não-adesão? A vinícola se sente representada pela entidade?
Requisitos essenciais do Regulamento de Uso	Se a vinícola não aderiu à DO, pretende aderir no futuro próximo? Por quê?
Regulação mista legislativa e sociocultural	Qual a posição da vinícola em relação à entidade reguladora da Denominação de Origem? A vinícola se sente representada pela entidade? A vinícola possui voz e/ou voto na entidade? A vinícola influencia as decisões da entidade de alguma forma?
Custos de transação frequentes com a associação e estrutura de governança	Em relação à sua perspectiva de negócio, quais as vantagens da DO que influenciaram ou influenciariam na sua adesão? E as desvantagens da DO que influenciaram ou influenciariam na sua não-adesão?
Problema do principal-agente e risco moral	Qual a posição da vinícola em relação à entidade reguladora da Denominação de Origem? A vinícola se sente representada pela entidade? A vinícola possui voz e/ou voto na entidade? A vinícola influencia as decisões da entidade de alguma forma? A vinícola entende adequada a forma com que foi redigido o Regulamento de Uso da DO?
Contrato como instrumento de limitação da vontade	Se a vinícola não aderiu à DO, pretende aderir no futuro próximo? Por quê?
Consentimento por adesão	A vinícola, atualmente, é aderente à Denominação de Origem? Se sim, quantos rótulos diferentes com a DO são produzidos? Qual o percentual do portfolio? E qual o percentual do faturamento? A vinícola aderiu à Denominação de Origem desde a primeira safra? Em relação à sua perspectiva de negócio, quais as vantagens da DO que influenciaram ou influenciariam na sua adesão? E as desvantagens da DO que influenciaram ou influenciariam na sua não-adesão?
Custo de inovação contratual	A vinícola entende adequada a forma com que foi redigido o Regulamento de Uso da DO?

Fonte: Elaborado pelo autor.

É importante frisar que, por se tratar de roteiro semiestruturado, as perguntas servem de guia para a conversa, e não necessariamente precisam ser feitas da forma em que se apresentam ou forçar respostas precisas dos entrevistados, sob pena de descaracterizar a entrevista em profundidade e transformá-la em questionário.

3.2 Análise dos Dados – Análise de Conteúdo

Para a estratégia de tratamento dos resultados e análise dos dados coletados, a metodologia que se entendeu mais apropriada foi a *análise de conteúdo*, na definição de Laurence Bardin, tendo em vista ser uma ferramenta metodológica que se presta com eficácia à análise do *corpus* constituído pelas entrevistas em profundidade, pelo texto dos documentos e pelos dados de produção coletados.

Conforme sintetizado por Câmara (2013), a análise de conteúdo é formada por:

[...] um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando a obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens.

Construindo-se o método de Bardin em três fases, ou “três polos cronológicos” (BARDIN, 2002), sua organização atende ao processamento dos dados colhidos e seu adequado tratamento na vinculação às categorias de análise propostas, em especial os custos de transação e dos problemas de agência que motivam uma empresa produtora vitivinícola a aderir ou não a uma DO, estando atendidos os demais requisitos legais.

Assim, a pré-análise se deu na escolha dos documentos a serem analisados e sua leitura flutuante. Esse *corpus* foi formado pelas entrevistas em profundidade realizadas com as vinícolas, pelos documentos que regem a Denominação de Origem Vale dos Vinhedos, e também pelos dados secundários de produção de vinhos da DO.

Frise-se que, no caso deste trabalho, é possível trabalhar por amostragem, o que foi feito em relação às vinícolas entrevistadas. Em um universo de vinte e nove vinícolas localizadas no perímetro (APROVALE, 2012), com vinte e quatro delas associadas à APROVALE (APROVALE, 2017b), buscou-se selecionar a amostra representativa deste todo, elencando-se criteriosamente seis vinícolas e evitando a escolha de vinícolas que, por razões óbvias, não atenderiam a mínimos critérios geográficos ou políticos, como, por exemplo, ter a produção de vinhos dentro do Vale dos Vinhedos mas utilizar uvas oriundas de vinhedos em outras regiões, ou não ser associada à APROVALE, inexistindo relação entre produtor e associação.

Para a escolha de cada vinícola, importou dividi-las em dois grupos fundamentais: o grupo das vinícolas aderentes à Denominação de Origem e o grupo das vinícolas não aderentes. Já para a escolha de quais vinícolas comporiam cada amostra de cada um desses grupos, aceitou-se a indicação da APROVALE pela facilidade de agendamento das entrevistas, com a orientação de que cada um dos grupos tivesse, pelo menos, uma vinícola grande e uma vinícola pequena (consideradas suas expressões de mercado).

Tendo em vista que, para todas as seis vinícolas escolhidas, foi aplicado o mesmo roteiro estruturado, atendeu-se às regras da representatividade, da homogeneidade e da pertinência (BARDIN, 2002). O roteiro foi aplicado, em cinco vinícolas, de forma presencial, com gravação da entrevista e posterior transcrição, e na última vinícola por e-mail e telefone, com transcrição direta das complementações das respostas dadas via telefone.

Na fase de exploração do material, por se tratar de um *corpus* de volume relativamente pequeno, com seis entrevistas de duração inferior a uma hora, um documento textual de pequena extensão e dados secundários enviados por e-mail na forma de tabelas, a opção para codificação, classificação e a categorização das informações foi pela forma manual, e não computadorizada (BARDIN, 2002).

Na fase de tratamento dos resultados, buscou-se fazer as provas de validação do conteúdo das entrevistas realizadas tanto pela confrontação dos discursos quanto pela comparação com os dados secundários coletados, passando-se à síntese e seleção dos resultados que apontassem para as categorias de análise elencadas, em especial os custos de transação e os problemas de agência existentes no processo de tomada de decisão de cada vinícola para aderir ou não à Denominação de Origem Vale dos Vinhedos, com a posterior inferência e interpretação dos resultados (BARDIN, 2002) para sua utilização com a finalidade de, respondendo ao problema de pesquisa proposto, apontar o que, em uma próxima DO, deve ser levado em consideração no momento de sua elaboração e redação de seu Regulamento de Uso no sentido de conciliar o problema de agência e reduzir os custos de transação.

4 COLETA E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

4.1 Coleta dos Dados Quantitativos e Qualitativos

Na Denominação de Origem Vale dos Vinhedos, as estruturas de controle e de gestão estão consubstanciadas na associação dos produtores – a APROVALE. No caso específico desta DO, a APROVALE funciona como associação interprofissional, aceitando tanto associados produtores de uva e vinho quanto associados ligados indiretamente à DO, seja por meio do turismo e da gastronomia, seja por meio do desempenho de atividades técnicas e de certificação (CARLS, 2016).

A estrutura de controle da Denominação de Origem Vale dos Vinhedos é o Conselho Regulador de Indicação Geográfica, Técnico e de Pesquisa (APROVALE, 2017^a). A forma de controle associa autocontrole dos próprios produtores combinado com o controle interno exercido pelo Conselho Regulador, que é composto também por membros externos, como forma de conferir transparência. Esse conjunto de controle fiscaliza, promove, protege e efetua a gestão da DO (PEREIRA; TONIETTO; MARTINAZZO, 2016).

Com base nas regras definidas no Regulamento de Uso, o Conselho Regulador efetua a análise dos padrões de identidade e qualidade química e organoléptica dos vinhos para os quais as vinícolas solicitaram a rotulagem com a Denominação de Origem Vale dos Vinhedos (TONIETTO, 2013).

Assim, quanto aos dados quantitativos, a coleta dos dados numéricos de produção e rotulagem de vinhos com a DO Vale dos Vinhedos se mostrou relevante por apresentar indícios de como funciona a aprovação da rotulagem da DO pela APROVALE, de como evoluiu o interesse das vinícolas associadas em produzir vinhos com a DO desde o primeiro ano de sua implementação e de como a produção de vinhos com DO evoluiu, como um todo, desde a primeira safra com a DO Vale dos Vinhedos até a última safra com garrafas liberadas para comercialização, que foi a do ano de 2016.

Os dados foram fornecidos de forma direta pela APROVALE, uma vez que, como já referido, os números são de acesso restrito e obteníveis somente por meio da própria associação. O período de envio dos dados foi o mês de junho de 2017.

Quanto ao número de garrafas aptas a serem comercializadas, é importante apontar que, por questões do portfólio de produtos das vinícolas, alguns vinhos mais

especiais somente são comercializados após um número mínimo de anos na cave (os chamados vinhos de guarda), e assim somente são disponibilizados para análise e degustação depois de um período, de maneira que o número de garrafas aptas, em cada ano, está sujeito a aumento constante, tendo em vista que são realizadas, anualmente, de quatro a seis degustações de renovação (APROVALE, 2017d). Sobre isso, destaca-se que:

[...] muitos vinhos aprovados, ainda estão em fase de amadurecimento (principalmente as safras mais recentes). Nestes casos, a numeração de rótulo apenas ocorre quando o vinho é aprovado em degustação de renovação de certificado, após o período de guarda. Após essa degustação, com a aprovação do vinho e do rótulo, ele recebe a numeração (APROVALE, 2017d).

A Tabela 1 mostra a evolução do número de vinícolas solicitantes, número de garrafas solicitadas e número de garrafas aptas a serem comercializadas até o mês de junho de 2017, desde o ano de 2009, primeiro ano em que foram rotuladas garrafas de vinho com a DO Vale dos Vinhedos, até o ano de 2016, último ano com dados de rotulagem completos.

Na sequência, são apresentados gráficos individuais para cada coluna da tabela, de forma a permitir a visualização da evolução, ano a ano, do número de vinícolas solicitantes da rotulagem de vinhos com a DO Vale dos Vinhedos, o número de solicitações por garrafa, o número de garrafas aptas a serem comercializadas até junho de 2017 e, por último, um cruzamento do número de solicitações em garrafas com número de garrafas aptas a serem comercializadas.

Tabela 1 – Comparativo, ano a ano, de 2009 a 2016, dos dados de produção e rotulagem de vinhos com a Denominação de Origem Vale dos Vinhedos

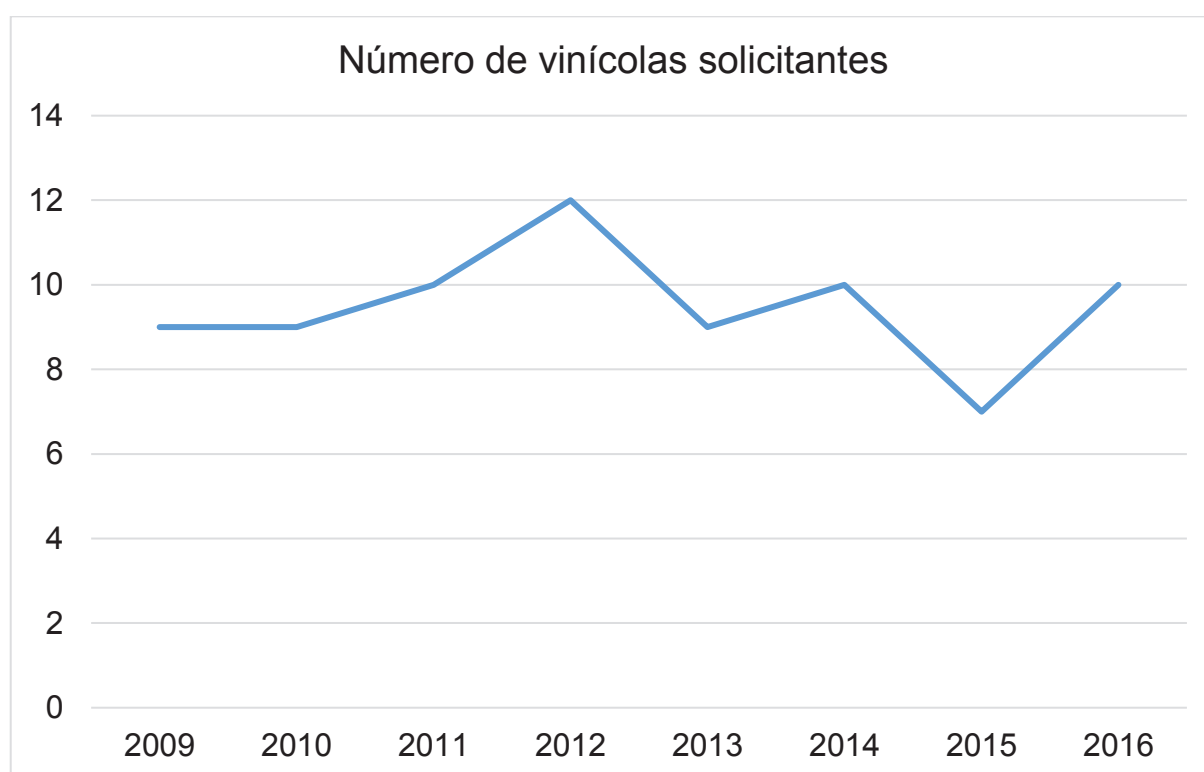
Ano	Número de vinícolas solicitantes	Solicitações (em litros)	Solicitações (em garrafas – 750 ml.)	Número de garrafas aptas a serem comercializadas até julho de 2017
2009	9	318.425	424.566	348.000
2010	9	323.420	431.227	150.465
2011	10	565.385	753.847	532.202
2012	12	408.949	545.266	350.645
2013	9	296.622	395.496	99.766
2014	10	199.697	266.263	92.800
2015	7	253.350	337.800	170.527
2016	10	94.385	125.847	19.887

Fonte: APROVALE (2017c); APROVALE (2017d).

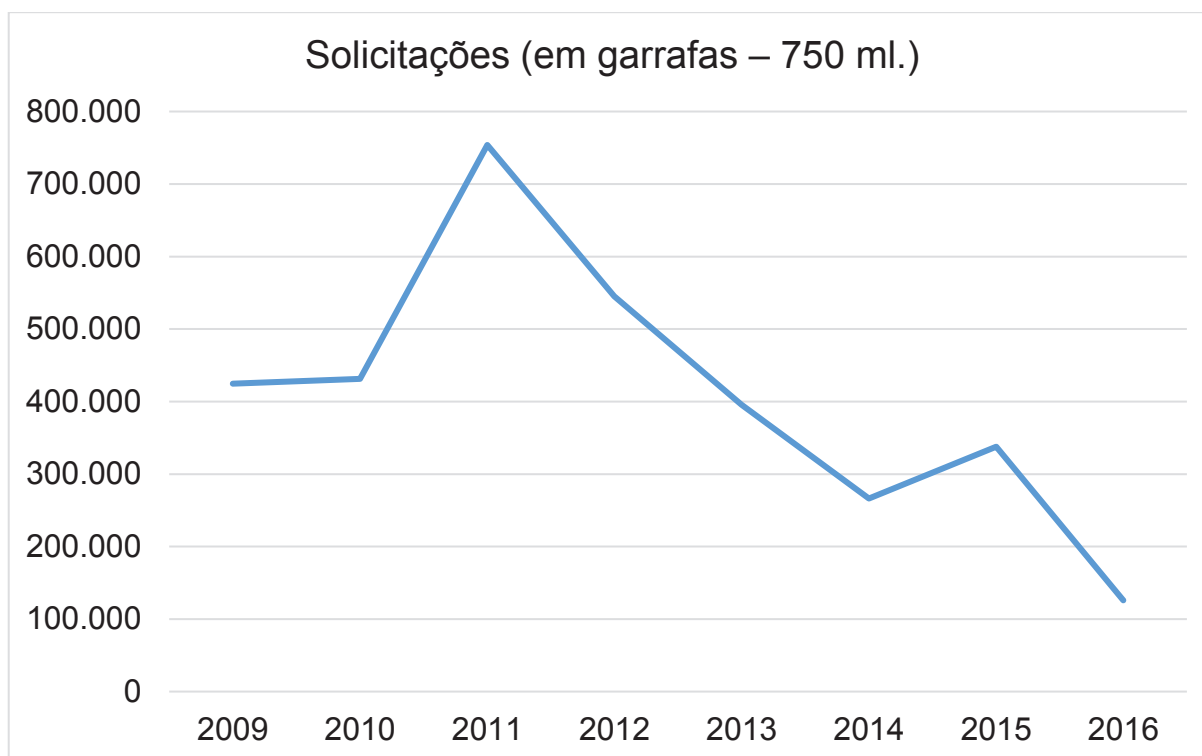
É importante atentar, quando da análise da Tabela 1, para o fato de que eventuais quebras de safra, como aquela notoriamente ocorrida no ano de 2016 (ISAIA, 2016), não guardam relação de causalidade necessária com os dados em análise, especialmente por não ter havido impacto significativo no número de vinícolas solicitantes. Pelo contrário, no ano de 2015, em que houve aumento da safra em relação ao ano imediatamente anterior, a redução no número de vinícolas solicitantes foi de **30%** (trinta por cento), conforme se observa em mais detalhes no Gráfico 1, a seguir.

Outra informação ilustrada pelo Gráfico 1 é a linha de vinícolas solicitantes que, embora atinja um pico de solicitações no ano de 2012, não retorna a tal patamar em nenhum outro momento, oscilando para baixo e compondo média de 9,5 (nove e meia) vinícolas por safra, dentre as vinte e quatro associadas.

Gráfico 1 – Número de vinícolas solicitantes



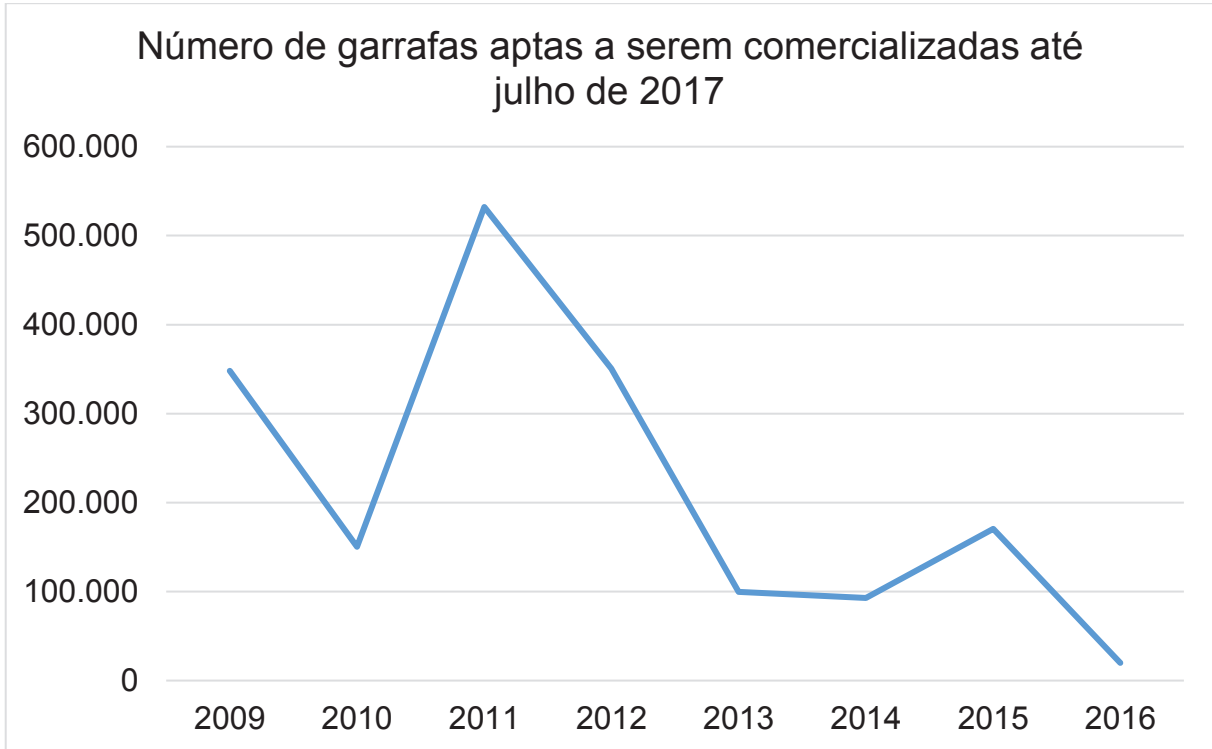
Fonte: APROVALE, 2017c.

Gráfico 2 – Solicitações (em garrafas – 750 ml.)

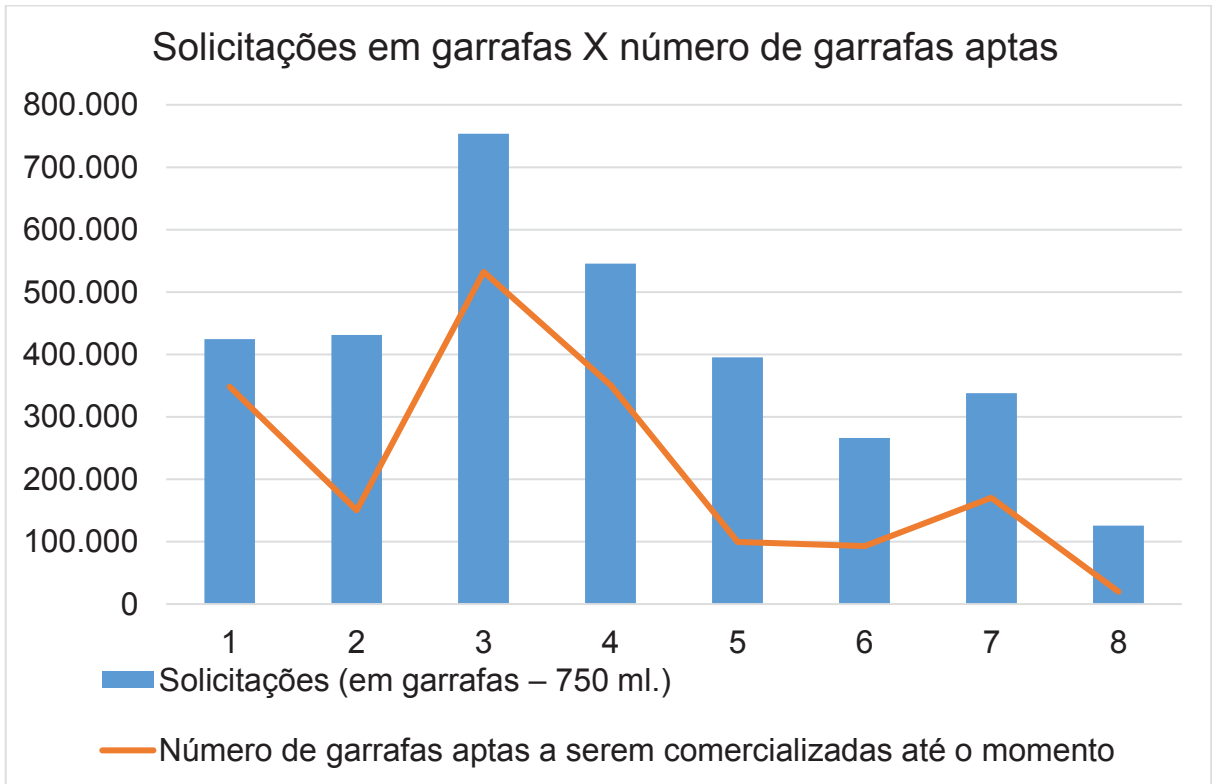
Fonte: APROVALE (2017c).

O Gráfico 2, acima, por sua vez, aponta para as solicitações totais em número de garrafas de 750 ml, ilustrando queda constante nas solicitações a partir do ano de 2011, independentemente de quebras, interrompida por um breve aumento na safra de 2015, o qual não supera, contudo, o número de garrafas da safra de 2013. O ponto do gráfico referente à safra de 2016 ilustra visualmente a quebra ocorrida e já descrita, embora, no contexto, apenas reforce a tendência de queda demonstrada nos anos anteriores, o que, novamente, não permite traçar relação de causalidade automática entre a quebra e o número de solicitações daquele ano.

Os dois últimos gráficos demonstram a relação entre número de solicitações de garrafas e número de garrafas efetivamente aptas ao comércio com a Denominação de Origem Vale dos Vinhedos, após atendimento dos padrões de identidade e qualidade química e organoléptica. É possível observar que, salvo pequena distorção nos anos de 2009 e 2010 (os primeiros anos efetivos de comércio de vinhos com a Denominação de Origem), a curva do número de garrafas aptas acompanha proporcionalmente a curva do número de solicitações de garrafas, ilustrando que tampouco aqui as eventuais quebras de safra afetam, ao menos em relação de causalidade, o percentual médio de garrafas aptas ao comércio.

Gráfico 3 – Número de garrafas aptas a serem comercializadas até julho de 2017

Fonte: APROVALE, 2017d.

Gráfico 4 – Solicitações em garrafas X número de garrafas aptas

Fonte: Elaborado pelo autor.

Por uma questão didática, elencou-se a visualização de solicitações por garrafas de 750ml., e não por litros, por ser a unidade “garrafa” de mais fácil compreensão ao leitor, além de facilitar o cruzamento direto com o número de garrafas aptas a serem comercializadas.

Já em relação aos dados qualitativos, foram coletados o texto do Regulamento de Uso da Denominação de Origem Vale dos Vinhedos e as entrevistas em profundidade com as vinícolas produtoras.

Quanto ao Regulamento de Uso da DO, o texto vigente foi obtido de fonte bibliográfica da Embrapa Uva e Vinho, de autoria do Grupo de Trabalho que coordenou diretamente o projeto do desenvolvimento e reconhecimento da Denominação de Origem, e a posterior redação do Regulamento de Uso (TONIETTO, 2013).

Os trechos selecionados para análise são aqueles referentes à delimitação da área geográfica (e consequente área de produção, elaboração, envelhecimento e engarrafamento autorizada), às cultivares de videira autorizadas, aos sistemas de produção, da produtividade e da qualidade das uvas para vinificação, aos produtos autorizados e suas regras, aos padrões de identidade e qualidade química e organoléptica dos produtos, e ao Conselho Regulador, registros e controles de produção (TONIETTO, 2013).

CAPÍTULO I – DA PRODUÇÃO

Art. 1º - Da Delimitação da Área Geográfica

A área geográfica delimitada da Denominação de Origem Vale dos Vinhedos possui 72,45 km² e está localizada, aproximadamente, entre as latitudes 29°08' e 29°15' S e longitudes 51°30' e 51°39' WGr, sendo 61,07% no município de Bento Gonçalves, 33,49% no município de Garibaldi e 5,44 % no município de Monte Belo do Sul.

O limite da D. O. Vale dos Vinhedos é a linha do divisor de águas do sistema de drenagem dendrítico de quarta (4ª) ordem com alta densidade ou textura fina, formado pelo Arroio Vale dos Vinhedos e pelo Arroio Leopoldina, de terceira ordem, que nascem nas áreas mais elevadas a sudeste da região, descrita a seguir: norte, na crista e patamar de vertente da Linha Eulália; seguindo para nordeste e leste, nas cristas e patamares de vertente da cidade de Bento Gonçalves; seguindo para leste, na crista e patamar de vertente da Linha Tamandaré; seguindo para sul, nas cristas e patamares de vertente da cidade de Garibaldi e da Linha Garibaldina; seguindo para sudoeste e oeste, nas cristas e patamares de vertente da Linha Graciema e da Linha Leopoldina; seguindo pelo oeste, no patamar da cidade de Monte Belo do Sul; seguindo para noroeste, na crista e patamar de vertente da Linha Fernandes Lima; seguindo pelo noroeste o limite é a linha que marca a ruptura da paisagem, caracterizada pelo patamar do derrame com declividade de 45% em altitude igual ou superior a 400 m, até encontrar a crista e patamar de vertente da Linha Eulália. Nesse setor, em situações geográficas específicas, a linha delimitatória

seguiu o traçado da declividade imediatamente inferior, quando a declividade de 45% ocorria de forma descontínua e a cobertura do solo era de mata nativa contínua, e manteve na região delimitada a área agricultada contínua, seguindo a altitude imediatamente inferior a 400 m e declividade inferior a 45%.

O artigo 1º do Regulamento de Uso da Denominação de Origem Vale dos Vinhedos traça a delimitação precisa da área geográfica autorizada para plantio das cultivares de videira, indicando o perímetro, os percentuais das áreas de cada um dos Municípios que compõem a DO (Bento Gonçalves, Garibaldi e Monte Belo do Sul) e a altitude mínima de plantio, que é de 400 metros na maior parte da extensão do perímetro, característica que efetivamente distanciou a DO Vale dos Vinhedos da Indicação de Procedência também reconhecida na mesma localidade, por esta última não determinar altitude mínima.

Art. 2º - Das Cultivares de Videira Autorizadas

São autorizadas para a D.O. Vale dos Vinhedos exclusivamente cultivares de *Vitis Vinifera* L., de acordo com a relação abaixo:

Para vinhos finos tintos secos: Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Merlot e Tannat;

Para vinhos finos brancos secos: Chardonnay e Riesling Itálico; e,

Para vinhos espumantes brancos ou rosados finos: Chardonnay, Riesling Itálico e Pinot Noir.

Outras cultivares não serão permitidas na elaboração de produtos da D.O. Vale dos Vinhedos, sendo proibidas todas as cultivares de origem americana, bem como todos os híbridos interespecíficos.

Parágrafo único: O Conselho Regulador poderá autorizar, em caráter experimental, a inclusão de outras cultivares de *Vitis Vinifera* L. não relacionadas acima, desde que apresentem potencialidade agrônômica e enológica comprovada para a D.O. Vale dos Vinhedos.

Conforme se observa da leitura do artigo 2º do Regulamento de Uso, as únicas cultivares da espécie *Vitis Vinifera* L. permitidas para produção de vinhos com a DO Vale dos Vinhedos são as listadas acima, estando as demais proibidas, salvo em caso de autorização pelo Conselho Regulador, em caráter experimental, uma vez apresentada por alguma outra cultivar a “potencialidade agrônômica e enológica comprovada” para a DO.

Isso não significa que o plantio de cultivares de videira não autorizadas na área delimitada no artigo 1º seja proibido, estando os produtores livres para escolher as cultivares que querem plantar. No entanto, a escolha por cultivares não autorizadas significará, necessariamente, o impedimento de seu uso na produção de vinhos com a DO Vale dos Vinhedos.

Art. 3º - Dos Sistemas de Produção, da Produtividade e da Qualidade das Uvas para Vinificação

O sistema de sustentação autorizado para os vinhedos é exclusivamente em espaldeira.

A produtividade por hectare deverá buscar um equilíbrio vegetativo-produtivo, no sentido de otimizar a qualidade da uva e dos vinhos, ficando estabelecido a produtividade máxima de 10 toneladas por hectare para as uvas destinadas à elaboração de vinhos finos tintos e brancos e a produtividade máxima de 12 toneladas por hectare para os vinhos espumantes brancos ou rosados.

Para elaboração dos vinhos tintos e brancos finos, além do limite de 10 toneladas por hectare, será respeitado o limite máximo de produção de 2,5 kg de uva/planta, nas cultivares destinadas aos vinhos tintos e 3,0 kg de uva/planta, nas cultivares destinadas aos vinhos brancos. Para produção de vinhos espumantes finos, o limite máximo de produção será de 4,0 kg de uva/planta.

Não serão autorizadas para vinificação uvas de vinhedos conduzidas com cobertura plástica, assim como as provenientes de vinhedos que utilizarem a prática da irrigação. A prática da irrigação somente será autorizada em vinhedos em implantação e, em casos excepcionais (como em períodos de seca muito forte em solos com baixa capacidade de retenção de água), mediante autorização do Conselho Regulador.

A graduação mínima da uva para elaboração dos vinhos tintos finos deve ser de 12% em volume de álcool potencial e de 11% em volume de álcool potencial para os finos brancos. Para os vinhos-base para espumantes, a graduação máxima potencial da uva para o vinho-base será de 11,5% em volume.

A colheita das uvas destinadas à elaboração dos vinhos da Denominação de Origem Vale dos Vinhedos será toda manual.

O artigo 3º se dedica a esclarecer as técnicas de produção, índices de produtividade máximos e qualidade mínima das uvas para uso na produção dos vinhos com a DO Vale dos Vinhedos. A adoção de técnicas como o sistema de plantio em espaldeira, a vedação do uso de coberturas plásticas e a vedação da irrigação artificial – salvo exceções relacionadas à sazonalidade do clima – tem por intuito atingir as graduações alcoólicas mínimas para cada bebida produzida com a DO, garantindo, para isso, que haja a concentração mínima adequada de açúcar nos frutos.

CAPÍTULO II – DOS PRODUTOS E DA SUA ELABORAÇÃO**Art. 5º - Dos Produtos**

- a. Os produtos da D.O. Vale dos Vinhedos serão exclusivamente elaborados a partir das cultivares de *Vitis Vinifera* L. autorizadas, conforme especificado no Art. 2º;
- b. Os produtos da D.O. Vale dos Vinhedos deverão ser elaborados com a totalidade de uvas produzidas na área geográfica delimitada, conforme Art. 1º;
- c. Serão autorizados exclusivamente os seguintes produtos vitivinícolas na D.O. Vale dos Vinhedos, produtos estes definidos na legislação brasileira de vinhos:
Vinho Fino Tinto Seco;
Vinho Fino Branco Seco; e,
Vinho Espumante Branco ou Rosado Fino.

- d. Os vinhos tintos finos secos deverão ter um mínimo de 60% de uvas da cultivar Merlot. O único vinho tinto fino seco autorizado como vinho varietal é o Merlot, sendo necessário, para tal, que o mesmo possua na sua composição no mínimo 85% da uva Merlot. A graduação alcoólica mínima dos vinhos tintos finos será de 12% em volume, sendo que a comercialização junto ao mercado consumidor somente poderá ser realizada após um envelhecimento mínimo de 12 meses, contados a partir do dia 01 de março da respectiva safra;
- e. Os vinhos finos brancos secos deverão ter um mínimo de 60% de uvas da cultivar Chardonnay. O único vinho fino branco seco autorizado como vinho varietal é o Chardonnay, sendo necessário, para tal, que o mesmo possua na sua composição no mínimo 85% da uva Chardonnay. A graduação alcoólica mínima dos vinhos finos brancos secos será de 11% em volume, sendo que a comercialização junto ao mercado consumidor somente poderá ser realizada após período mínimo de 6 meses, contados a partir do dia 01 de março da respectiva safra;
- f. Os vinhos-base para a tomada de espuma poderão ser brancos ou rosados e deverão conter um mínimo de 60% de uvas da cultivar Chardonnay e/ou Pinot Noir. Os espumantes poderão ser elaborados somente pelo método tradicional, nas classificações Nature, Extra-Brut e Brut. O período mínimo de contato com as leveduras, na fase de tomada de espuma, será de 9 meses. A utilização de leveduras encapsuladas não será permitida;
- g. Na elaboração dos vinhos finos tintos secos, dos vinhos finos brancos secos e vinho-base para espumantes, não será permitida a chaptalização e a concentração dos mostos. Em safras excepcionais de elevada precipitação pluviométrica, o Conselho Regulador poderá autorizar, antes do início da vindima, mediante justificativa técnica, o enriquecimento máximo de até um grau;
- h. Os vinhos finos tintos secos, os vinhos finos brancos secos e os vinhos-base para espumantes poderão amadurecer/envelhecer exclusivamente em barris de madeira, sendo o carvalho a única autorizada.

O trecho contido no artigo 5º do Regulamento de Uso detalha os produtos cuja comercialização é permitida com a DO Vale dos Vinhedos. Assim, são permitidos apenas vinhos finos secos e espumantes brut, extra-brut ou nature, demonstrando a opção da APROVALE por não permitir bebidas fabricadas com excesso de adição de açúcar não oriundo do próprio processo de fermentação dos frutos.

Neste trecho, é de se destacar a escolha do Regulamento de Uso em permitir a produção de vinhos varietais – aqueles que carregam o nome da uva utilizada para produzi-los – com percentual inferior a 100%, autorizando vinhos varietais Chardonnay e Merlot com percentuais de 85%.

Art. 7º - Dos Padrões de Identidade e Qualidade Química dos Produtos

Quanto as suas características químicas, os produtos da D.O. Vale dos Vinhedos deverão atender ao estabelecido na Legislação Brasileira relativamente aos Padrões de Identidade e Qualidade do Vinho.

Complementarmente, visando garantir melhor padrão de qualidade para os produtos protegidos pela D.O. Vale dos Vinhedos, os mesmos deverão

atender aos padrões analíticos a seguir especificados, devendo as análises químicas serem realizadas no mesmo ano da vinificação:

- a. Acidez volátil – expresso em mEq/L:
Limite máximo para todos os produtos de 14,0 mEq/L;
- b. Anidrido sulfuroso total – expresso em g/L:
Limite máximo para todos os produtos de 0,15 g/L;
- c. Polifenóis totais – I 280:
Limite mínimo para o vinho fino tinto seco de 50;
- d. Intensidade de cor – (DO420+DO520+DO620):
Limite mínimo para o vinho fino tinto seco de 1,200.

O artigo 7º explora os padrões de análise química que devem ser encontrados nos vinhos produzidos com a DO Vale dos Vinhedos para que sua comercialização seja autorizada, sob pena de não receberem o selo da DO caso não estejam em conformidade. A análise química é feita no ano da vinificação.

Art. 8º - Dos Padrões de Identidade e Qualidade Organoléptica dos Produtos

Os produtos da D.O. Vale dos Vinhedos somente receberão certificado após terem atendido ao disposto neste Regulamento, bem como terem sido aprovados na avaliação sensorial a ser realizada pela Comissão de Degustação da D.O Vale dos Vinhedos, que utilizará fichas desenvolvidas para tal finalidade.

Os produtos somente serão encaminhados à avaliação da Comissão de Degustação após terem laudo analítico que comprove a conformidade dos mesmos em relação aos Padrões de Identidade e Qualidade definidos pela Legislação Brasileira, bem como aqueles estabelecidos no Art. 7º do presente Regulamento.

As normas de operacionalização da avaliação sensorial dos produtos pela referida Comissão serão estabelecidas na Norma de Controle da D.O.

No artigo 8º é exposta a avaliação sensorial dos produtos candidatos a receber o selo da DO Vale dos Vinhedos, a ser realizada em etapa posterior à análise química. A etapa de análise sensorial é executada em laboratórios credenciados, por uma Comissão de Degustação composta por sete membros, todos ratificados pelo Conselho Regulador da DO, que avalia um máximo de 15 (quinze) amostras por sessão, devendo apresentar justificativa técnica no caso de não aprovação de alguma das amostras, caso em que o associado solicitante poderá requerer uma única reavaliação que, em caso de nova rejeição, impedirá o produto avaliado de receber o selo da DO (APROVALE, 2010).

CAPÍTULO IV – DO CONSELHO REGULADOR

Art. 10º. – Do Conselho Regulador

A D.O. Vale dos Vinhedos será regida por um Conselho Regulador nos moldes estatutários da APROVALE, conforme estabelecido no Capítulo V, Art. 18º, alínea “f”, do seu Estatuto.

Art. 11º. – Dos registros

O Conselho Regulador manterá atualizados os registros cadastrais relativos ao:

- a) Cadastro atualizado dos vinhedos da D.O. Vale dos Vinhedos, podendo ser utilizado o cadastro oficial do Ministério da Agricultura, coordenado pela Embrapa Uva e Vinho. Os instrumentos e a operacionalização dos registros serão definidos na Norma de Controle da D.O.;
- b) Cadastro atualizado dos estabelecimentos vinícolas de elaboração, envelhecimento e engarrafamento da D.O. Vale dos Vinhedos, podendo ser utilizado o cadastro oficial do Ministério da Agricultura. Os instrumentos e a operacionalização dos registros serão definidos na Norma de Controle da D.O.

Por sua vez, os artigos 10 e 11 do Regulamento de Uso tratam do Conselho Regulador da DO, cujas composição e atribuições vêm previstas no Estatuto da APROVALE. O Conselho Regulador é composto por seis membros associados produtores, dois membros representantes de instituições técnico-científicas que tenham conhecimento em viticultura e enologia e um membro representante de instituição de desenvolvimento ou divulgação ligada ao setor vitivinícola, todos esses eleitos pela Assembleia Geral Ordinária (APROVALE, 2013). Dentre as atribuições do Conselho Regulador, além daquelas destacadas no artigo 11, acima, estão a emissão dos certificados de origem e numeração da DO, a proposição de medidas para regular a produção de vinhos com a DO e a proposição de melhorias ao Regulamento de Uso (APROVALE, 2013).

Art. 12º - Dos Controles de Produção

Será objeto de controle por parte do Conselho Regulador, a qualificação dos vinhedos inscritos na D.O.; a declaração de produtos elaborados, através da comprovação da origem da uva; a composição físico-química dos principais componentes do vinho, incluindo a análise dos isótopos estáveis de carbono, bem como a avaliação sensorial dos produtos.

Os instrumentos e a operacionalização dos controles de produção serão definidos nas Normas de Controle da D.O.

Por fim, as disposições do artigo 12 do Regulamento de Uso apresentam tudo o que será objeto de controle por parte do Conselho Regulador, em atendimento à atribuição contida no artigo 58, 'a', do Estatuto da APROVALE (APROVALE, 2013).

Quanto à entrevista em profundidade, os dados coletados foram categorizados para atender às perguntas apresentadas no Quadro 2, para posterior interpretação das respostas de acordo com as categorias de análise e o referencial teórico elencados, cruzando-as com os dados numéricos e o conteúdo do Regulamento de Uso da Denominação de Origem Vale dos Vinhedos.

Assim, o Quadro 3 apresenta as respostas às perguntas elencadas, devidamente processadas no âmbito dos discursos colhidos, condensando-se dois ou mais comentários ao longo da entrevista que se relacionassem com as mesmas perguntas, de maneira a tornar o discurso dos entrevistados mais fluido e objetivo. Eventuais edições na fala foram feitas pelo autor no intuito de corrigir idiossincrasias da fala e conferir mais sentido ao texto, sempre tentando preservar o conteúdo original ao máximo.

Quadro 3 – Perguntas da Entrevista, de acordo com o Quadro 2, e Respostas Obtidas

PERGUNTAS DA ENTREVISTA	RESPOSTAS OBTIDAS
A vinícola já tinha atividade comercial consolidada quando a Denominação de Origem foi reconhecida?	Vinícola 1 – Sim. Vinícola 2 – Sim. Vinícola 3 – Sim. Vinícola 4 – Sim. Vinícola 5 – Sim. Vinícola 6 – Sim.
A vinícola aderiu à Denominação de Origem desde a primeira safra?	Vinícola 1 – Sim. Vinícola 2 – Sim. Vinícola 3 – Não é aderente. Vinícola 4 – Não é aderente. Vinícola 5 – Não é aderente. Vinícola 6 – Sim.
A vinícola, atualmente, é aderente à Denominação de Origem? Se sim, quantos rótulos diferentes com a DO são produzidos? Qual o percentual do portfólio? E qual o percentual do faturamento?	Vinícola 1 – Sim. Um rótulo, 10% do portfólio e 10% do faturamento. Vinícola 2 – Sim. Um rótulo, 5% a 10% do portfólio e 25% do faturamento. Vinícola 3 – Não é aderente. Vinícola 4 – Não é aderente. Vinícola 5 – Não é aderente. Vinícola 6 – Sim. Oito rótulos, 66% do portfólio de vinhos produzidos no Vale dos Vinhedos e 33% do portfólio total, representando 30% a 40% do faturamento.
Se a vinícola não aderiu à DO, pretende aderir no futuro próximo? Por quê?	Vinícola 1 – É aderente. Vinícola 2 – É aderente. Vinícola 3 – Nada impede, desde que dentro da nossa filosofia. Vinícola 4 – Nosso foco são produtos que não fazem parte da Denominação de Origem, e é em função disso que hoje nós não temos. Futuramente, caso venhamos a implementar mais produtos na área das viníferas, provavelmente iremos querer entrar também. É nosso único motivo para não entrar. Vinícola 5 – Não temos planos para isso. Vinícola 6 – É aderente.

<p>Caso a vinícola seja aderente à DO, como percebe hoje o impacto nas vendas/mercado da adoção da DO em seus produtos, em relação ao período anterior à DO?</p>	<p>Vinícola 1 – Não houve mudança significativa. Quem entende, valoriza bastante o vinho que tem DO, mas no Brasil ainda são poucas pessoas que entendem o que é DO. Quem dá valor a isso, gosta e compra porque acha que é uma evolução da região, mas ainda são poucas pessoas para se ter uma coisa muito significativa.</p> <p>Vinícola 2 – Hoje o brasileiro não entende muito o que é Denominação de Origem ainda, até porque o país é um país grande. Nós estamos tentando colocar isso na cabeça do consumidor, mas ele ainda não entende muito. Achamos que qualificou o produto, elitizou, se fez ele com altíssima qualidade.</p> <p>Vinícola 3 – Não é aderente.</p> <p>Vinícola 4 – Não é aderente.</p> <p>Vinícola 5 – Não é aderente.</p> <p>Vinícola 6 – Não vemos grande diferença em relação a vendas. Não foi a DO que fez a vinícola chegar ao seu tamanho de mercado, mas sim a Indicação de Procedência. Vemos a DO como um instrumento que precisa ser bem utilizado. O brasileiro, tal qual como outros consumidores de outros países do novo mundo, também não é familiarizado com qualquer tipo de DO, qualquer tipo de indicação geográfica. Até hoje o consumidor brasileiro, tal qual consumidor norte americano, chileno, argentino, australiano, ele não vê com tanta força assim indicações geográficas, tal qual países do velho mundo veem, porque lá eles estão acostumados.</p>
<p>Em relação à sua perspectiva de negócio, quais as vantagens da DO que influenciaram ou influenciariam na sua adesão? E as desvantagens da DO que influenciaram ou influenciariam na sua não-adesão?</p>	<p>Vinícola 1 – A vinícola foi uma das idealizadoras da DO, porque para a empresa, estava claro o que era e como funcionava a DO na Europa. No entanto, a vinícola achou que isso ia ser muito mais impactante pro consumidor brasileiro em termos de visão. O Vale dos Vinhedos teve uma DO e achou que ia ser uma coisa muito mais impactante, muito marcante, uma coisa muito esclarecedora e boa, mas no fim, apesar da divulgação, o pessoal não entendeu e não valorizou muito todo o trabalho que foi feito.</p> <p>Vinícola 2 – Com certeza a DO é estratégica pro negócio. Vamos lançar outros produtos com DO, mas é preciso readequar os parreirais também, tem toda uma estruturação e isso representa custo, então temos que ir conforme a perna deixa. Mas a gente pensa que isso é o futuro pra venda aqui na região. Temos certeza que a DO valorizou muito os produtos da vinícola e fez agregar valor também nos outros produtos, além do reconhecimento, porque as pessoas vêm aqui pra provar os vinhos, conhecem, se certificam e veem a diferença na qualidade, não só no vinho com DO, mas em todos os produtos, porque a partir do momento em que tu fazes um vinho com DO de excelente qualidade, os teus outros produtos tem que ser também.</p>

	<p>Vinícola 3 – Se o clima em um determinado ano tiver a expressão de atender o percentual mínimo, a vinícola vai enviar seu produto para estar dentro da DO. Como estratégia de marketing e comercial, haveria vantagem em ter o vinho com a DO. A DO foi engessada com excesso de regras que não representam necessariamente a plenitude da DO.</p> <p>Vinícola 4 – A DO aumenta muito o conceito, porque o consumidor, hoje, tem foco muito maior na qualidade. A DO remete a um conceito muito maior e, conseqüentemente, numa prateleira de mercado, o conhecedor de vinhos vai olhar pra dois vinhos, lado a lado, e escolher aquele com DO, ou seja, o vinho com DO sempre vai ter pontos a mais. Hoje a gente vê que as pessoas têm procurado saber sobre vinhos e se interessado mais no assunto.</p> <p>Vinícola 5 – A vinícola entende que a DO impacta positivamente. Se bem trabalhada a assessoria de imprensa, a publicidade e a propaganda, o resultado será positivo. Do contrário, não. O segredo é a geração de conteúdos relevantes e referentes ao Vale dos Vinhedos.</p> <p>Vinícola 6 – O grande desafio é a cultura das indicações geográficas pro consumidor. Associar a origem de um produto a um lugar que tenha apelo também de “local” como esse aqui tem. Se fizer essa conexão de maneira mínima, você cria fiéis. A paisagem é boa, o receptivo aqui no Vale é organizado. O Vale surgiu antes de ser Indicação Geográfica, como uma organização pra fazer um roteiro enoturístico inspirado em Napa Valley, então ele é muito mais forte nisso no que na organização como negócio, apesar de terem sido pioneiros na IP. Mas tem que ter eco também no mercado, o que de alguma forma está sendo mais difícil. Se houvesse adesão tal qual nós tivemos com o roteiro enoturístico, talvez nós tivéssemos alavancado muito melhor o próprio roteiro enoturístico e também as vendas do vinho. Se se fizesse uma associação ao ganho de expressão como Vale dos Vinhedos, como enoturismo, como destino, como geografia...ele esteve em muitas reportagens, tanto que o pessoal até confunde a serra com o Vale. A DO, de certo modo, restringiu e complicou, na verdade as pessoas talvez tenham feito um vinho num ano, no outro ano não viram diferença, mas ainda achamos que a culpa é nossa mesma. Não é que isso não dê certo, acreditamos que isso daria certo, só que uma DO é feita de um coletivo, não é uma única vinícola que faz DO. Os outros fazem, vão na rua e esquecem. Nós mencionamos em apresentações que temos DO, o que diferencia os vinhos. Colocamos as diferenças e procuramos levar a mensagem. É uma culturização, ou seja, você não carrega historicamente, tem que colocar ali.</p>
Quais as vantagens que a vinícola vê na Denominação de	<p>Vinícola 1 – A DO é super importante pra região, tanto pela visão lá de fora, e não só no Brasil. Lá fora, porque na Europa e em tantos outros países, mas principalmente na Europa, é</p>

<p>Origem para a região, independentemente de sua adesão? E quais as desvantagens, também independentemente de sua adesão?</p>	<p>muito forte a Denominação de Origem. Se eles veem uma DO aqui no Brasil, eles vão valorizar bastante. Também a organização da região pra melhorar cada vez mais o produto daqui e organização dos setores. Nunca enxergamos nada como desvantagem numa DO.</p> <p>Vinícola 2 – Os produtores não têm problema com a adaptação dos parreirais, a questão é mais de produtividade e produção por hectare. Tem aqueles parreirais com sistema de latada que têm de passar para espaldeira, e de latada para as espaldeiras o custo é mais barato porque não tem toda aquela estrutura de arame. Como vantagens, a DO agregou valor aos produtos, reconhecimento nacional da região, até internacional. A valorização das propriedades é insuperável, todo mundo quer ter um pedaço de terra ou quer ter um negócio no Vale dos Vinhedos, a gente tem que cuidar isso por causa da especulação, é muito grande e tem muita gente interessada porque sabe que aqui é a galinha dos ovos de ouro, sabem que se botarem um negócio aqui vai funcionar, então uma preocupação nossa aqui do Vale dos Vinhedos é com a questão de manter a estrutura, a paisagem, manter a região como ela é hoje, pra evitar que daqui a pouco vire uma cidade, uma região urbana, e acabe com o que é hoje. O turista vem e acha fantásticos a paisagem, o atendimento, a gastronomia, todo o pacote está bem organizado. Hoje a única coisa que nos preocupa bastante é a questão da segurança, atualmente não existe praticamente nenhum estabelecimento que trabalhe à noite aqui.</p> <p>Vinícola 3 – A DO, se bem trabalhada, seria um plus de conhecimento da expressão do Vale, do <i>terroir</i> do Vale. Hoje, ela não é uma identidade real. O apreciador de vinho passa em várias vinícolas e vai detectar no paladar, na hora de degustar, e pode divulgar como um ponto talvez negativo, dizendo que a expressão da DO não é uma grande expressão. Tem alguns que se empenham pra ter um produto bem expressivo, mas nem todos. Alguns fazem DO simplesmente pro marketing mesmo. Então depende muito da consciência de cada empresa, muitos se preocupam apenas pro momento e daí a gente está construindo algo que não é sólido.</p> <p>Vinícola 4 – Não vemos desvantagens. Muito pelo contrário, vemos vantagens, que é todo um conceito que se criou em cima dos vinhos elaborados aqui dentro do Vale dos Vinhedos, mesmo que a DO determine que o vinho tinto é o Merlot, os espumantes têm que ter tal corte. Mas criou um conceito muito bom, criou um conceito de qualidade, de preocupação com os vinhos elaborados e, conseqüentemente, com o consumidor. Isso faz com que as pessoas acreditem que quem está aqui dentro desse roteiro ou da região como um todo tem uma preocupação grande de estar fazendo uma coisa bacana pro meu consumidor.</p>
--	--

	<p>Vinícola 5 – O turismo é o principal beneficiado com essa diferenciação, visto que não existe outro Vale dos Vinhedos no Brasil. Empreendimentos relacionados com o turismo ajudam a atrair cada vez mais turistas (restaurantes, hotéis, lojas). O aumento da venda de vinho depende dessa ocupação, e da experiência que o Vale dos Vinhedos vai dar para o visitante. As desvantagens são relacionadas ao desconhecimento em relação à diferença entre um vinho com a DO e sem a DO. As pessoas não percebem diferenças significativas entre os produtos, o que gera dificuldade de compreender o porquê da utilização de um selo. Além disso, as regras para obtenção do selo engessam toda a operação, tornando o produto caro, em relação a um similar no mercado.</p> <p>Vinícola 6 – A DO fez aquela questão de troca de informações também sair de uma certa informalidade, porque um lugar que tem 73km como esse, e que tem 30 vinícolas de vinhos finos, se nós donos não falamos entre nós sobre segredos do vinho, a menina que trabalha aqui conosco conversa entre si e acaba fazendo esse intercâmbio. E outra, o próprio Conselho Regulador, naquelas análises que eles têm que fazer nas degustações, além das regulações, também serviram pra que, em conjunto, todo mundo melhorasse e atingisse um outro patamar de trabalho. A DO teria representado alguma desvantagem se eventualmente nós tivéssemos focado demais nela e sem esse eco que ainda não vemos no mercado, trabalho nosso mesmo, que estivesse todo mundo obrigado a fazer vinhos só com DO, daí sim. E teria sido um desafio, ou seja, na verdade nós surgimos no novo mundo, e no novo mundo nenhum lugar é tão rígido, como ocorre em algumas regiões da Europa com a Denominação de Origem.</p>
<p>Qual a posição da vinícola em relação à entidade reguladora da Denominação de Origem?</p> <p>A vinícola se sente representada pela entidade?</p> <p>A vinícola possui voz e/ou voto na entidade? A vinícola influencia as decisões da entidade de alguma forma?</p>	<p>Vinícola 1 – Temos boa relação, participamos, em algumas degustações tem representantes da empresa que vão. Temos voz na associação. Em trabalho aqui nosso, fora o que depende de órgãos governamentais, tudo tranquilo. Fazemos parte do conselho, somos voz influente, temos membros que começaram a APROVALE.</p> <p>Vinícola 2 – Temos membro no Conselho Regulador, então não temos como estar mais representados. Possuímos voz, voto e influência. Toda demanda tem que ser escutada, mas nem sempre pode ser aprovada. Mas deve ser escutada, analisada e colocada em pauta. Qualquer demanda, desde um cara que entrou hoje no Vale dos Vinhedos, entendemos ser muito importante, porque de repente a pessoa que tá 100% aqui dentro do Vale dos Vinhedos não consegue ver o que ocorre lá fora, e aí vem um lá de fora. Tem de escutar todo mundo.</p> <p>Vinícola 3 – Dependendo do assunto, a gente tem voz, dependendo do assunto, não. A gente se sente um pouco deslocado. Tem algumas ações que não são relevantes pra</p>

nós. A APROVALE vem crescendo como estrutura e enxergamos como construção histórica. Não se consegue mudar as coisas de uma hora pra outra. Algo que hoje é visto de uma forma, amanhã muda em função das mudanças culturais e econômicas do país mesmo. Na APROVALE, isso vai depender muito da união que, em alguns momentos existe, em outros não, porque prevalecem ideias de pessoas que, no discurso, falam que tem que ter união, mas na prática é individualismo, então isso desagrega. Votamos nas assembleias, mas nosso voto acaba não sendo representativo porque não enxergamos determinadas coisas com o olhar do comum.

Vinícola 4 – Somos associados praticamente desde o início, até como forma de incentivo ao Vale, e também para que pudéssemos ter uma questão de movimentação turística também. Quando decidimos abrir o varejo, a gente precisava de alguém que nos representasse. Hoje, a movimentação da vinícola com a APROVALE é bem tranquila, a gente tem um contato bacana com eles e existem as reuniões que, esporadicamente, acontecem. Hoje em número menor, mas teve um período em que era muito mais. Algumas a gente consegue ir, outras não, dependendo do dia. Nem sempre a gente consegue conciliar, mas a gente tem participação. As meninas lá sempre ligam pra gente quando precisam de alguma coisa, e eventualmente acontecem fatos desagradáveis, porque num roteiro turístico às vezes nem todo mundo puxa pro mesmo lado, e aparece alguma vinícola que resolveu falar mal da nossa. Então é levada essa questão pra eles também e procuram resolver. Nos sentimos bem representados. Às vezes, a gente gostaria que fosse mais, mas não é nem culpa da APROVALE, porque eles fazem bem o trabalho deles dentro das limitações. Existe um investimento legal ali, muita mídia gratuita que se consegue, até por conta de todo esse conceito que hoje o Vale dos Vinhedos tem, ele gera muita mídia sem ter que investir. Poderia eventualmente ajudar mais o pessoal a chegar no fim do roteiro, muita gente vem até algumas aqui maiores e depois volta. Então podiam dizer: “não, passou de tal, tem mais quatro, cinco menorzinhas, bem bacanas”. Mas dizer que estamos insatisfeitos, não.

Vinícola 5 – Sim, nos sentimos representados. Participamos de todas as reuniões e votamos, como todos os participantes. Acredito que acrescentamos muito com nossa experiência e nossas opiniões, mesmo não tendo produtos com selos de IP ou DO.

Vinícola 6 – Sim. Nós somos bem representados, nós temos voto. Nós só não nos envolvemos mais realmente por falta de tempo, porque nós somos uma equipe muito enxuta. Pode ser que, em alguns casos, tenhamos tido voto perdido em algumas crenças e convicções, mas temos voz, sim.

	<p>Realmente, nós só não temos mais envolvimento por falta de tempo nosso.</p>
<p>A vinícola entende adequada a forma com que foi redigido o Regulamento de Uso da DO?</p>	<p>Vinícola 1 – Sim, se adequa com certeza. Tudo foi bem estudado, pra tudo ficar nos padrões da região. Não tem e não se sabe de outras castas que poderiam ser melhores aqui. Mas as castas que já tem, Merlot, Chardonnay na branca, as uvas que pode ser com assemblage, as uvas de espumante, perfeitamente se adequam à região.</p> <p>Vinícola 2 – Existiu um estudo muito forte muito importante feito junto com a EMBRAPA e com a Universidade de Caxias do Sul, a UCS, junto com os associados e foi em cima de embasamento prático e teórico que foi definido tudo isso. Então, não foi uma coisa que nós decidimos fazer com tais variedades, foi feito um estudo bem detalhado, apurado, existe todo o registro disso, então, concordamos plenamente.</p> <p>Vinícola 3 – A DO está no início. Talvez no passar dos anos historicamente ela venha a se auto afirmar como algo de respeito que, por ora, não vemos. O produto deve ser defendido buscando construir uma imagem real do que é a expressão local da DO. Na regra, é possível agregar até 15% de variedades que vêm de outros lugares, então deixa de ser a originalidade e a identidade real do que é a DO. Estamos construindo algo que não é solido. Temos um histórico muito curto. Quantas variedades foram testadas no Vale, e de que período histórico? Quantos anos? Nós não podemos nos equiparar com centenas de anos, e nós, duas ou três décadas.</p> <p>Vinícola 4 – A DO foi toda desenvolvida em cima de um estudo de solo, de clima, então a Merlot foi a variedade que melhor se adaptou. Mas não entendemos que isso emperre a DO porque a grande maioria das vinícolas tem essa produção. Abriríamos um leque um pouco maior para as variedades. Não deixar apenas um tinto, mas de repente mais um. Não vamos abrir pra todas porque daí já vira bagunça, mas de repente uma variedade a mais e o espumante de repente não ser só Chardonnay ou Pinot Noir. Talvez facilitasse ampliar o leque pra possibilitar que, num ano, eu tenha o Merlot, mas ele não tá adequado, então eu tenho meu Cabernet, que sim, pra evitar o risco de ficar sem um tinto com denominação.</p> <p>Vinícola 5 – Não vamos opinar em relação a esse assunto.</p> <p>Vinícola 6 – Na prática, os demandantes têm que se envolver, mostrar o que querem, tem que ter uma continuidade. Merlot é a uva que mais funcionou aqui, a vinícola sempre vendeu mais Merlot que do que qualquer outra uva. O Merlot acabou sendo o carro-chefe na busca da DO, e realmente é o que dá melhor resultado nesse momento, mas tem outras uvas aí</p>

	<p>sendo testadas, não só as tradicionais, porque Cabernet é tradicional. Falta fazer a demanda. A APROVALE não está fechada a isso. Não vai ser por um decreto que vai entrar, terão que ser feitas análises, olhar alguns anos o desempenho, porque também não é um capricho de um produtor que vai determinar o geral. Realmente tem algumas uvas aí que têm potencial. Mas, de novo, são três ou quatro produtores aqui que têm uma massa crítica maior, então teriam que esses três, quatro, entrem em um acompanhamento de várias correntes, ou daqui a pouco provocar: “olha só, são vinhos que têm continuidade, têm uma relação boa de desempenho, têm eco, são vinhos que vale a pena se analisar”. Hoje temos uma queixa clara, que é a padronização. Os vinhos estão cada vez mais parecidos, o que nos traz de volta à origem, por esse caminho inverso de parar de usar tantos instrumentos enológicos de técnicas de vinificação ou de insolação maiores do que eram no passado e, relativamente, do amadurecimento. Já está tendo um passo pra trás, e isso está sendo reconhecido por várias críticas de vinho no mundo. Esse caminho inverso de não só fazer vinhos bons, fazer vinhos com personalidade.</p>
--	---

Fonte: Elaborado pelo autor.

A partir dos dados apresentados, passa-se à interpretação dos mesmos, no intuito de responder ao problema de pesquisa proposto.

4.2 Interpretação dos Dados Coletados

A interpretação dos dados coletados será iniciada pela análise do conteúdo (BARDIN, 2002) do discurso das entrevistas em profundidade realizadas com as seis vinícolas elencadas, fazendo uso das categorias de análise selecionadas para remeter ao referencial teórico apresentado.

Com relação às categorias *relações humanas e identitárias* e *consenso e estruturas sociais e comunitárias preexistentes*, observa-se que todas as vinícolas responderam já ter atividade comercial consolidada quando a Denominação de Origem foi reconhecida. Assim, é possível observar que, ainda que por um período de tempo inferior ao das Denominações de Origem europeias, na perspectiva brasileira, existe um conjunto coeso de relações humanas e identitárias (CAVICCHIOLI, 2006) apto a compor um *terroir* da região do Vale dos Vinhedos, em especial por se encontrarem existentes estruturas sociais e comunitárias prévias ao reconhecimento da DO, com algumas vinícolas entrevistadas inclusive tendo participado da fundação

da APROVALE, externando, em alguma medida, a existência de consenso entre os atores da região (FARMER, 2014).

A categoria *consentimento por adesão* demonstra que aqueles atores que decidiram aderir o fizeram desde a primeira safra, concordando com as condições gerais (FISCILETTI, 2014), enquanto aqueles que optaram por não aderir não o fizeram por razões distintas. Assim, das três vinícolas aderentes, as três o são desde o início, enquanto que das três não aderentes, nenhuma delas havia chegado a aderir.

No entanto, ao analisar o atual estado do portfólio e do faturamento das vinícolas aderentes, é possível extrair sinais de que algumas vinícolas podem ter aderido ou induzido outras a aderir com base no viés da confirmação, tendo uma crença institucional na Denominação de Origem que não lhes permitiu antever resultados econômicos realistas, ou então com base na aversão à perda, tendo já dispendido tempo demais na busca do reconhecimento da DO a ponto de ser mais barato manter o *status quo* do que retornar ao estado anterior (KOROBKIN, 2013).

A representar esta interpretação, em duas das vinícolas aderentes os vinhos com Denominação de Origem não representam mais do que 10% de seu portfólio e faturamento. Na entrevista com ambas, em momentos distintos, surgiram alegações de que “o pessoal não entendeu e não valorizou muito todo o trabalho que foi feito”, que “isso ia ser muito mais impactante pro consumidor brasileiro em termos de visão” e que “o brasileiro não entende muito o que é Denominação de Origem ainda”.

Ainda quanto ao *consentimento por adesão*, as vinícolas apontaram as vantagens e desvantagens que as influenciariam a aderir ou não à DO, em relação à sua perspectiva de negócio. Esta foi uma forma de ouvir também a perspectiva dos não aderentes, que listaram como vantagens para a adesão a “estratégia de marketing e comercial”, o “foco muito maior na qualidade” e a “geração de conteúdos relevantes e referentes ao Vale dos Vinhedos”, apontando como desvantagens o “excesso de regras que não representam necessariamente a plenitude da DO” e uma “assessoria de imprensa, publicidade e propaganda mal trabalhadas”.

Logo, é possível inferir, do conteúdo do discurso das vinícolas não aderentes, que o seu não consentimento e sua consequente não adesão se baseiam em análises críticas que, ainda que não exclusivamente, justificam sua não reciprocidade (KOROBKIN, 2013) e apontam a existência de um custo de inovação contratual (COFONE, 2015).

As vinícolas não aderentes ao Regulamento de Uso da DO Vale dos Vinhedos proporcionaram, ainda, a análise das categorias *requisitos essenciais do Regulamento de Uso e contrato como instrumento de limitação da vontade*. Nestas categorias, foi possível inferir que os atores estariam dispostos a aderir à DO em um futuro próximo, desde que dentro do seu planejamento de negócio, indicando separação entre a crítica pessoal dessas vinícolas ao Regulamento de Uso e a noção de que este documento deve também contar com mínimos requisitos para promover um produto de qualidade (VANDECANDELAERE *et al.*, 2010).

No que diz respeito à categoria *benefícios ao mercado*, houve unanimidade entre as vinícolas aderentes ao apontar não ter ocorrido mudança significativa no impacto nas suas vendas e no desempenho de mercado após o reconhecimento e a produção de seus vinhos com DO. No discurso das três vinícolas surgiu a questão da educação do consumidor como barreira para a expansão da DO Vale dos Vinhedos, com indicativos de que poucas pessoas conhecem o conceito de Denominação de Origem, que não há familiarização do brasileiro com a cultura de origem e que se tenta colocar isso na cabeça do consumidor, mas o avanço é incipiente. Uma das vinícolas apontou, fazendo voz com a afirmação de que “estamos tentando colocar isso na cabeça do consumidor”, que é necessário passar por um processo de “culturização” do consumidor, tal como ocorreu em algum momento na Europa, o que reforça a visão de Bohling (2014) sobre a necessidade de se passar ao consumidor uma visão clara sobre a qualidade do produto e suas características para se ter uma Denominação de Origem economicamente forte.

Todas as vinícolas entrevistadas, no entanto, apontam alguns benefícios em tese da Denominação de Origem Vale dos Vinhedos quanto às categorias de análise *benefícios ao mercado e coordenação de atores e ajuste das estratégias individuais à gestão coletiva*, reforçando a vocação enoturística da região, a beleza do Vale dos Vinhedos, o aumento na qualidade geral dos produtos após o reconhecimento da DO e um potencial de melhoria no mercado com o uso adequado das ferramentas de publicidade, indo ao encontro da afirmação de que uma Denominação de Origem é tão melhor quanto melhores forem a coordenação de seus atores e a sua capacidade de agir em prol da gestão coletiva, adequando suas estratégias como empresas individuais (CARLS, 2016).

Por outro lado, críticas surgiram no sentido de apontar que a Denominação de Origem “restringiu e complicou”, com alguns produtores não tendo notado diferenças

de um ano para o outro e deixado, assim, de produzir vinhos com DO. Outro discurso negativo, já apontado, foi o de que “a DO foi engessada com excesso de regras”.

Assim, observa-se que o questionamento às vinícolas sobre as vantagens e desvantagens da DO em relação à sua perspectiva de negócio apontam para a categoria de análise *custos de transação frequentes com a associação e estrutura de governança*, que está diretamente ligada ao problema de pesquisa proposto.

É que, da análise do discurso das entrevistadas neste ponto, se percebe que tanto as vinícolas aderentes quanto as não aderentes percebem os custos de transação envolvidos na sua relação individual com a coletividade. Enquanto para uma o custo maior pode ser o da comunicação direta com o consumidor, educando-o quanto ao conceito e existência da DO, para outra a produção de novos vinhos com DO passa por um custo de reestruturação de parreirais. Outra aponta, ainda, que é preciso que todas as vinícolas levem a mensagem da DO quando têm a chance, de fato “abraçando” a Denominação de Origem, enquanto uma quarta vinícola indica o engessamento das regras como custo a ser suportado, justificando assim sua não adesão.

A comunicação com o consumidor e o investimento em marketing, assessoria de imprensa e educação do público-alvo são resultados de externalidades negativas (COASE, 1960) advindas do despreparo do público consumidor de vinho no Brasil para entender as Denominações de Origem. Por outro lado, as frequentes transações das vinícolas com a coletividade para tentar fazer valer seu ponto de vista sobre reestruturação de parreirais, engessamento de regras, diminuição da assimetria de informações quanto às vantagens de se produzir com DO e complicação do processo mostram que o custo de transação entre produtor e associação é elevado (COASE, 1937; WILLIAMSON, 1985), por mais que os agentes convivam em ambiente de aparente harmonia.

Quanto à categoria de análise *ecossistema interativo*, que evoca o elemento humano do *terroir* (FELGAR *et al.*, 2015), no sentido de trazer consigo a identidade e a personificação de uma cultura local (CAVICCHIOLI, 2006), denota-se dos discursos ser homogênea a noção de que uma Denominação de Origem, quando bem trabalhada, favorece o fluxo de informações, contribui para a valorização das propriedades da região, aumenta a preocupação do produtor em bem atender o consumidor, beneficia o turismo com a abertura de empreendimentos relacionados direta ou indiretamente com o produto e tem o potencial de agregar conhecimento à

expressão do *terroir*. Todas as vinícolas manifestaram enxergar esse ecossistema funcionando no Vale dos Vinhedos, com a ressalva de uma delas quanto ao perigo do uso da DO apenas pelo apelo do marketing eventualmente poder criar a falsa impressão de que a expressão do *terroir* do Vale dos Vinhedos não é grande, uma vez que alguns produtores podem optar por produzir vinhos com DO apenas por oportunismo a um bom momento de vendas, não dando atenção à qualidade.

O posicionamento das vinícolas em relação à entidade reguladora – a APROVALE – trouxe a possibilidade de se explorar as categorias de análise *multititularidade, perspectiva organizacional, regulação mista legislativa e sociocultural e problema do principal-agente e risco moral*, esta última diretamente ligada ao problema de pesquisa apresentado neste trabalho.

Todas as vinícolas são associadas à APROVALE, possuindo ligação direta com a entidade e possuindo voz, pelo menos, por meio do voto quando este é oportunizado a todos os associados. Este aspecto representa que, ao menos formalmente, a APROVALE atua como efetiva substituta da vontade coletiva no aspecto da multititularidade da Denominação de Origem (BARBOSA, 2014).

Do ponto de vista da perspectiva organizacional, é possível inferir dos discursos das vinícolas entrevistadas que estão presentes, ao menos, quatro das cinco fases apontadas por Niederle (2015) como inerentes ao surgimento de uma indicação geográfica, incluída a fase da crítica. Não é possível afirmar que a fase da revisão esteja presente, tendo em vista que nenhuma das vinícolas narrou ter conseguido obter uma modificação no Regulamento de Uso por meio de uma demanda provocada. Assim, é de se observar que eventuais atritos existentes possam representar mais desgaste e menos solução quando ocorridos, embora algumas vinícolas tenham afirmado que, para que um assunto fosse posto em discussão na associação, bastaria que alguém o propusesse.

Evidencia-se, assim, a regulação sociocultural promovida pela própria associação (FARMER, 2014), em especial quando apontadas por algumas vinícolas situações como a solução de conflitos internos, a gestão integrada do marketing, a ocorrência de assembleias e a escuta de novas vozes de fora.

De outro lado, quanto ao problema do principal-agente e ao risco moral existente na relação entre produtor – o principal – e associação – o agente, ficou evidenciado das entrevistas, em especial com as vinícolas que alegam ter boa relação com a APROVALE, que existe um ambiente favorável ao uso da coletividade para interesses

individuais (JENSEN; MECKLING, 1976). Discursos que apontam uma vinícola como tendo muita influência, ou tendo representatividade exagerada em função de ter um membro ocupando algum cargo vão ao encontro de outros discursos que apontam prevalecer ideias que pregam união, mas praticam o individualismo.

Ou seja, é possível perceber que existem pessoas que não apenas estão em posição de risco moral, como eventualmente podem vir a praticar atos em benefício individual, ainda que este benefício atenda parcialmente a uma coletividade. A situação é agravada pelo fato de que algumas vinícolas manifestaram não ter tempo de participar de todas as reuniões e assembleias, o que pode acentuar a assimetria de informação para uns, diminuindo-a para outros. Além disso, a participação inadequada dos produtores nas oportunidades de voto, decisão e fiscalização do agente termina por contribuir para o aumento dos custos de monitoramento do principal, uma vez que serão em menor número os produtores que estarão fiscalizando a associação de perto, encarecendo o processo de forma global (JENSEN; MECKLING, 1976).

Por fim, quanto às categorias de análise *reconhecimento da proteção, propriedade cultural e custo de inovação contratual*, buscou-se entender se as vinícolas consideravam adequada a forma com que o Regulamento de Uso da DO Vale dos Vinhedos havia sido redigido, dando-as espaço para comentar sobre eventuais alterações que promoveriam, caso a decisão estivesse unicamente em suas mãos.

Na dimensão do reconhecimento da proteção, as vinícolas foram unânimes em demonstrar que, por mais que possa haver discordâncias em um ou outro requisito, a Denominação de Origem, de fato, existe e deve ser reconhecida (WTO, 1994; BRUCH; KRETSCHMANN, 2014). Uma vinícola apontou a prematuridade da DO como um defeito a se observar, mas não alegou sua nulidade, e sim uma falta de estudos mais aprofundados sobre solo e castas.

Na perspectiva da DO Vale dos Vinhedos como propriedade cultural, cabe resgatar que a Denominação de Origem nasce de *consenso e estruturas sociais e comunitárias preexistentes*, de maneira que a propriedade cultural da DO e do seu *terroir* foi devidamente apreendida pelos atores envolvidos no processo, em maior ou menor proporção (THAINES, 2013).

Por fim, o custo de inovação contratual (COFONE, 2015) existe e foi mencionado por algumas vinícolas, se relacionando também com o problema do principal-agente

e com os custos de transação, sendo este também um custo de transação para os produtores. Como já mencionado, nenhuma vinícola apontou ter conseguido promover mudanças ou acréscimos ao Regulamento de Uso. Em reforço a isto, reside o fato de que todas as vinícolas mencionaram, em algum momento, que promoveriam a flexibilização das castas para inclusão de um ou mais cultivares em estudo, que não teriam regras tão rígidas, que voltariam a utilizar a Indicação de Procedência em conjunto com a Denominação de Origem, ou que atentariam para a divisão do território geográfico do Vale dos Vinhedos em *microterroirs*. Logo, percebe-se que existe um interesse homogêneo em promover mudanças e, no entanto, o custo de inovação do Regulamento de Uso ainda é elevado demais para que qualquer destas mudanças chegue a ser discutida a ponto de sua adoção ser considerada no futuro próximo.

Quando se promove a comparação dos dados numéricos coletados com o discurso das entrevistas, evidenciam-se ainda mais os custos de transação e os problemas de agência existentes e apontados.

O Gráfico 1 mostra que o número de vinícolas solicitantes de rotulagem de vinhos com a Denominação de Origem se manteve estável no período de vigência da DO, tendo iniciado com nove vinícolas solicitantes, atingido um pico de doze solicitantes no ano de 2012, caindo para a mínima histórica de sete, no ano de 2015, e permanecendo na média de dez no último levantamento.

Ou seja, desde o primeiro ano da Denominação de Origem, em momento algum se chegou a solicitações de engarrafamento de mais da metade das vinícolas associadas à APROVALE, o que pode apontar diversos fatores, tais como desinteresse, descrença, custos elevados ou desconfiança no agente.

Pelo discurso das entrevistas, embora a descrença surja em alguns momentos, tanto por vinícolas aderentes quanto por vinícolas não aderentes, são os custos de transação e problemas de agência que surgem como fatores recorrentes.

O Gráfico 2 mostra o número de solicitações, em garrafas, ano a ano, desde o início da Denominação de Origem. O número de solicitações atingiu uma máxima histórica no ano de 2011, momento após o qual apenas diminuiu.

A queda no número de solicitações relacionada à estabilidade no número de vinícolas induz ao fato de que as vinícolas estão optando por produzir menos vinhos com DO, o que pode ser um indicativo de custos de transação elevados que os produtores não estariam mais se dispostos a pagar por não encontrar eco no mercado,

fato que estaria amparado pelo discurso das entrevistas relatando o pouco acolhimento do consumidor à DO, seja por desconhecimento, seja por desvalorização.

Como consequência da queda do número de solicitações de garrafas, o número de garrafas aptas a serem comercializadas também sofreu queda após o ano de 2011, agravando a baixa exposição dos vinhos com DO no mercado, conforme ilustrado no Gráfico 4.

Da leitura do Regulamento de Uso, se observa um texto tecnicamente adequado, redigido por um grupo especializado e com o rigor dos regulamentos das Denominações de Origem europeias, especificando área de produção, vinificação, engarrafamento e envelhecimento, com altitude mínima, além de trazer as cultivares permitidas para os vinhos tinto, branco e espumante, com seus percentuais mínimos nas modalidades *varietal* – quando o vinho leva o nome da cultivar predominante – e *assemblage* ou *corte* – quando o vinho é composto por uma mistura de cultivares sem identificar a variedade predominante. As características de graduação alcoólica, tipo de envelhecimento, tempo de guarda antes de ir ao mercado, cor, odor e paladar são descritas no Regulamento de Uso, conferindo publicidade aos critérios de adequação dos produtos para que estes recebam o direito de utilizar o selo da Denominação de Origem Vale dos Vinhedos.

Portanto, o Regulamento de Uso, por si, não é mais rígido ou mais complexo, nem menos protetivo ou menos abrangente do que os melhores regulamentos disponíveis em outras regiões vitivinícolas (PEREIRA; TONIETTO; MARTINAZZO, 2016).

Não estaria o problema, então, no Regulamento de Uso, mas sim em outro ponto da cadeia?

De fato, de toda a análise conduzida neste trabalho, o texto atual do Regulamento de Uso, por si só, não é causa, mas consequência dos problemas enfrentados pela coletividade de agentes envolvidos na Denominação de Origem Vale dos Vinhedos.

As relações humanas e identitárias que originam o *terroir* da região trouxeram dificuldades na estrutura de relacionamentos, gerando desconfianças com uma associação de produtores criada por pares que não necessariamente tinham por objeto, na época de sua fundação, a criação de uma Denominação de Origem. Como ficou claro em alguns momentos das entrevistas, a APROVALE nasceu para uma vocação de enoturismo, e não de promoção do *terroir*.

Justamente por isso, talvez a busca pela proteção da indicação geográfica Vale dos Vinhedos em momento posterior à promulgação da Lei Federal nº 9.279/1996 tenha advindo muito mais da preocupação em se efetivar um uso defensivo (FARMER, 2014) do que comercial da Indicação de Procedência, como resultado do aumento do movimento, das vendas e do turismo na região.

Por outro lado, o Regulamento de Uso foi redigido tendo em vista interesses técnico-científicos e talvez não tenha ouvido os produtores adequadamente, ou ignorado os ecos do mercado, como mostram as consequências de seu desempenho comercial, mais de cinco anos após o ingresso de seus vinhos no varejo.

Assim, a análise de todo o *corpus* coletado e processado leva a crer que uma hipótese possível para explicar de que forma os produtores vitivinícolas da Denominação de Origem Vale dos Vinhedos são levados ou não a aderir ao seu Regulamento de Uso, considerando sua instrumentalização como contrato de adesão seria a de que os produtores não são levados a aderir ao Regulamento de Uso. Eles estão lá desde a institucionalização da Denominação de Origem, participando do processo de criação, reconhecimento e redação do Regulamento, sendo uma decorrência óbvia desse processo aderir à DO Vale dos Vinhedos, seja por uma escolha racional, considerando os custos de transação e problemas de agência envolvidos, seja por um viés de confirmação, seja ainda pela aversão à perda do que já fora investido na constituição da Denominação de Origem.

De outro lado, aqueles produtores que não aderiram à Denominação de Origem desde o começo são levados a não aderir, por não estarem tão suscetíveis às tendências que operam sobre os produtores aderentes, mas também por enxergarem custos de transação elevados e problemas de agência difíceis de ser contornados, uma vez que a associação acaba sendo comandada por seus fundadores, que agem muitas vezes em prol dos interesses de uma pequena coletividade, e não das vinte e nove vinícolas com potencial de adesão.

As justificativas aparentemente simples de algumas vinícolas não aderentes escondem custos de transação com os quais essas empresas não estão dispostas a arcar. Uma vinícola que apontou não ter planos de investir em terras no Vale dos Vinhedos traduz essa falta de intenção no fato de que os custos de investimento ultrapassam os potenciais de retorno, denotando os custos de transação, no mínimo, com o mercado consumidor.

Outra vinícola que apontou não produzir vinhos finos como motivo determinante para sua não adesão também deixa subentender que não vê resultados econômicos satisfatórios advindos da mudança no seu plantio e manejo, da troca do sistema de parreirais em latada por sistema de espaldeira, porque os custos de transação envolvidos na operação, aliados à sua participação intermitente na associação, o que aumenta seu custo de fiscalização do agente, podem significar um risco de investimento alto com pouco potencial de retorno.

Soma-se a isso a queda no desempenho de mercado dos vinhos com Denominação de Origem Vale dos Vinhedos e não sobrarão estímulos econômicos aptos a justificar os custos de entrada de novos produtores no sistema, justo pela aversão à perda do *status quo*, aliada aos custos de transação e problemas de agência explorados.

Ainda, tendo em vista que esta pesquisa, originalmente, tratava o Regulamento de Uso da Denominação de Origem como causa para a adesão ou não dos produtores, mas sua evolução demonstrou que o Regulamento de Uso termina sendo um efeito, ou uma consequência escrita de outras causas para adesão ou não adesão, o referencial teórico elencado serviu como apoio, mas se mostrou distribuído de forma inadequada quando organizado em função das teorias de apoio à leitura do Regulamento de Uso como contrato de adesão.

É que a divisão das categorias de análise elencadas de acordo com cada dimensão constante do referencial teórico, feita de acordo com a recomendação da literatura (YIN, 2010), e que serviu de base para a elaboração do roteiro semiestruturado, se mostrou ineficaz ao fim da aplicação do instrumento de pesquisa e realização das entrevistas em profundidade. A riqueza dos discursos, em especial nas perguntas mais complexas ou que escondiam respostas com maior desconforto das vinícolas entrevistadas, forçou a interpretação dos dados a ser feita com base em um reagrupamento das categorias de análise, agora não mais pelas dimensões a que pertenciam, mas sim por pertinência com as respostas coletadas, o que deu início ao desenvolvimento de um *framework* adequado dos pontos temáticos de maior relevância na criação, desenvolvimento, redação e reconhecimento de uma Denominação de Origem.

Não se quer, com isso, dizer que o Regulamento de Uso não deva ser lido como contrato de adesão, mas apenas que sua leitura deve ser feita do ponto de vista da

consequência de uma sucessão de atos praticados pelos agentes envolvidos que trazem incentivos e desincentivos econômicos.

Para tanto, a propositura deste novo *framework*, apresentado a seguir, nas considerações finais, busca reordenar e melhor adequar as categorias de análise elencadas, agrupando-as em dimensões que foram consideradas mais pertinentes e mais próximas da realidade encontrada quando da análise dos discursos dos entrevistados, de maneira a possibilitar o seu uso em futuras pesquisas que se proponham a estudar as Denominações de Origem por meio do estudo de caso.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho, ao propor pesquisar de que forma os produtores vitivinícolas da Denominação de Origem Vale dos Vinhedos são levados ou não a aderir ao seu Regulamento de Uso, considerando sua instrumentalização como contrato de adesão, se propôs a apontar interseções entre produtores vitivinícolas e a sua associação, com base em referencial teórico que abordou os conceitos de Denominação de Origem, *terroir*, proteção jurídica, estruturas de gestão e controle, teorias econômicas aplicadas ao instituto e leitura do Regulamento de Uso como contrato de adesão, elencando categorias de análise aptas a elucidar melhor as complexas relações entre os dois principais atores envolvidos na cadeia da Denominação de Origem.

O Vale dos Vinhedos se mostrou um caso rico a ser estudado, que possibilitou operacionalizar as interseções propostas e enxergar, tanto nos discursos quanto nos dados numéricos, evidências de que os problemas de agência e os custos de transação representam um obstáculo à adesão de produtores a uma DO.

Viu-se, ao fim, que a questão não se resume tanto a incentivos à adesão ou não, mas a quais atores aderiram desde o início e quais não aderem por sopesar os custos de transação e problemas de agência, entre outros receios.

O discurso oculta algumas pistas valiosas, em parte por existir harmonia na relação entre os atores da região, que buscam o sucesso do enoturismo como qualidade máxima do Vale dos Vinhedos, vocação para a qual restou claro que todos se empenham em realizar, apesar das discordâncias quanto à DO, que acaba relegada ao segundo plano. Da análise dos discursos exsurtem vontades e opiniões que parecem ter sido silenciadas ou deixadas propositalmente de lado em busca deste “bem maior” que é o enoturismo da região, enquanto essas opiniões específicas quanto às questões técnicas da DO encontraram uma barreira à sua apresentação ao grupo – a APROVALE – por força da consolidação da situação já definida.

As fontes de evidência deixaram transparecer o cuidado que se deve ter no momento da concepção da Denominação de Origem, que é o momento mais importante de interação de todos os atores, em uma perspectiva organizacional, respeitando todas as fases do desenvolvimento da DO, em especial a última, que diz respeito à possibilidade de revisão, sob pena de se ter uma indicação geográfica engessada e de pouco uso, tendência que apresenta a Denominação de Origem Vale dos Vinhedos pelos gráficos apresentados.

Busca-se, com isso, apontar o que, em uma próxima Denominação de Origem, vitícola ou não, deve ser levado em consideração pelos integrantes da equipe responsável por criá-la, desenvolvê-la, redigi-la e buscar protegê-la, em especial no momento de sua elaboração e redação de seu Regulamento de Uso, como forma de melhorá-la em relação às DOs anteriores, no sentido de conciliar o problema de agência e reduzir os custos de transação.

Para tanto, apresenta-se, no Quadro 4 a seguir, uma nova proposta de *framework* teórico, reagrupando as categorias de análise utilizadas na presente pesquisa em novas dimensões que foram entendidas como mais pertinentes a refletir o conteúdo dos discursos analisados e dos achados deste trabalho.

Quadro 4 – Uma Nova Proposta de *Framework* para o Estudo de Caso em Denominações de Origem

DIMENSÕES	CATEGORIAS DE ANÁLISE	AUTORES
Identidade regional	- Relações humanas e identitárias - Consenso e estruturas sociais e comunitárias preexistentes	Cavicchioli (2006) Farmer (2014)
Manutenção ou alteração do <i>status quo</i>	- Consentimento por adesão	Korobkin (2013); Fisciletti (2014)
Requisitos mínimos de adesão à DO	- Requisitos essenciais do Regulamento de Uso - Contrato como instrumento de limitação da vontade	Vandecandelaere <i>et al.</i> (2010) Gomes (2010)
Coordenação de mercado e relação com o consumidor	- Benefícios ao mercado - Coordenação de atores e ajuste das estratégias individuais à gestão coletiva	Bohling (2014) Carls (2016)
Custos de transação	- Custos de transação frequentes com a associação e estrutura de governança	Williamson (1981); Williamson (1985); Coase (1937); Martino (2013)
Cooperação entre agentes	- Ecossistema interativo	Felgar <i>et al.</i> (2015)
Regulação e autorregulação	- Multititularidade - Perspectiva organizacional - Regulação mista legislativa e sociocultural - Problema do principal-agente e risco moral	Barbosa (2014) Niederle (2015) Farmer (2014) Jensen e Meckling (1976)
Apropriação e apreensão do <i>terroir</i>	- Reconhecimento da proteção - Propriedade cultural - Custo de inovação contratual	WTO (1994); Bruch e Kretschmann (2014) Thaines (2013) Cofone (2015)

Fonte: Elaborado pelo autor.

Assim, as novas dimensões propostas passam a elucidar pontos que somente foram identificados após a condução das entrevistas em profundidade, enquanto mantêm as categorias de análise essenciais identificadas no início da pesquisa e extraídas das dimensões teóricas originais.

A dimensão *identidade regional* passa, assim, a agrupar categorias de análise antes separadas, e que representam a estrutura de relações e de consenso preexistentes em uma determinada região, servindo de base para o nascimento das demais estruturas e relações que virão a ser o cerne de uma Denominação de Origem.

Por sua vez, a dimensão *manutenção ou alteração do status quo* se dedica à categoria de análise *consentimento por adesão*, cujo destaque se mostrou fundamental para apontar, de um lado, a não reciprocidade das vinícolas não aderentes e, de outro lado, a preocupação com custos de saída e alteração do *status quo* das vinícolas que já haviam aderido à DO.

A terceira dimensão, *requisitos mínimos de adesão à DO*, passa a tratar das categorias de análise que ilustram aquilo que os produtores consideram requisitos mínimos que devam existir em uma DO para considerar sua adesão ou não.

Já a dimensão *coordenação de mercado e relação com o consumidor* evidencia categorias de análise que, na análise do discurso, revelaram a preocupação dos agentes com as estratégias de marketing, a educação do consumidor e a melhor gestão coletiva da DO.

A dimensão *custos de transação* traz a categoria de análise análoga de forma isolada, dada a relevância do seu conteúdo quando da análise dos dados e dos discursos coletados. Assim, essa dimensão passa a refletir os custos de transação de um produtor com a coletividade, além dos custos de transação na adequação de seu sistema de produção para a DO e das externalidades negativas existentes.

Destacando a categoria de análise do ecossistema interativo, a dimensão *cooperação entre agentes* passa a ocupar o espaço dedicado ao ambiente de “coopetição” entre produtores, em uma faceta distinta daquela apresentada na coordenação de mercado, porque mais focada à coordenação para o desenvolvimento regional.

Por sua vez, a dimensão *regulação e autorregulação* agrupa as categorias de análise tanto de cunho regulatório legal quanto de cunho autorregulatório, na perspectiva organizacional e sociocultural, em que se evidencia o problema do principal-agente entre produtor e associação.

Por último, a dimensão *apropriação e apreensão do terroir* se dedica às categorias de análise que não apenas denotam o reconhecimento da proteção à DO, como também o “engessamento” do seu Regulamento de Uso por meio da apropriação do *terroir* pela associação e conseqüente dificuldade de propositura de mudanças, apontando para o custo de inovação contratual.

Assim, o *framework* teórico proposto acima pode se mostrar uma ferramenta com eficácia para o correto agrupamento teórico das categorias de análise que permeiam uma Denominação de Origem, oferecendo uma lupa multidisciplinar como guia para orientar os profissionais envolvidos no desenvolvimento de novas DOs a adotarem ou evitarem condutas, conhecendo os possíveis incentivos e desincentivos econômicos contidos em cada ação em potencial.

Em outro prisma, as implicações práticas que essa pesquisa deixa são que, nas futuras Denominações de Origem, a maior coletividade possível de produtores seja escutada em suas demandas, com tais questões não apenas sendo postas em votação, mas abertas a um debate técnico-científico que respeite as diversas posições e filosofias presentes. Além disso, embora não se tenha debruçado sobre o tema, foi possível observar que o estudo do comportamento do consumidor e das estratégias de publicidade, propaganda e comunicação educativa com o mercado são relevantes para que a Denominação de Origem não seja apenas um Regulamento de Uso – sem uso. O entendimento da receptividade e conhecimento do consumidor sobre a DO foi apontado como fator-chave pelos entrevistados, e sua observância também constitui uma implicação prática a não ser ignorada na criação, desenvolvimento, redação e reconhecimento de próximas Denominações de Origem.

Por fim, a própria configuração da associação de produtores deve ser flexível o suficiente para promover a renovação dos membros da presidência, dos conselhos e das estruturas de gestão e de controle da Denominação de Origem, com a adoção de políticas de governança corporativa e alocação correta dos direitos de decisão como forma de promover um debate democrático e atualizado, permitindo a constante revisão da DO como incentivo à adesão e diminuição do custo de entrada dos produtores.

Assim, tanto o *framework* proposto acima, quanto a própria entrega aqui apresentada podem servir como contribuição prática, e não apenas teórica, para a propositura/criação de novas Denominações de Origem, ou para autoavaliação daquelas já existentes.

Na autoavaliação de Denominações de Origem já existentes, é possível fazer uso deste trabalho, aliado ao novo *framework* teórico proposto, como forma de se verificar se as diversas dimensões, tais como as condições de operação e adesão à uma DO, estão ótimas ou se falham em algum quesito. Uma vez identificadas situações não-ótimas, é possível dar início a ações concretas, tanto por produtores quanto pela associação que os representa, para que determinadas dimensões da DO possam ter seus índices melhorados, ampliando-se a adesão de produtores e o aumento do volume de produtos com DO comercializados no mercado, fortalecendo-a como selo coletivo. Outro ponto de autoavaliação relevante é a identificação de vieses na tomada de decisão dos produtores e a elaboração de trabalhos conjuntos para esclarecimento de posições e opiniões, além do alinhamento de expectativas, para posterior retroalimentação na associação de produtores e provocação de mudanças no Regulamento de Uso e nas estruturas de gestão e de controle.

Já na propositura/criação de uma nova Denominação de Origem, este trabalho pode ser utilizado como guia de referência para boas práticas a serem seguidas como forma de mitigar problemas futuros e potencializar a adesão de produtores, com reflexo direto no conteúdo do seu Regulamento de Uso. Assim, as dimensões propostas no novo *framework* podem ser utilizadas como esqueleto para o estudo das características da nova DO proposta, dos interesses e vieses dos produtores envolvidos, do mercado e da própria comunidade local, fazendo-se as entrevistas e análises de antemão e buscando, com isso, criar as estruturas de gestão e de controle e redigir um Regulamento de Uso que integrem produtores, maximizem interesses, reduzam custos de transação e custos de entrada, e mitiguem problemas de agência.

É importante apontar, como limitações dessa pesquisa, que os resultados encontrados se limitam à interpretação do referencial teórico escolhido, confrontado com as vinícolas entrevistadas. Neste ponto, tendo em vista que a indicação das vinícolas foi feita pela própria APROVALE, é possível existir um viés da associação nas indicações realizadas, o que pode poluir os achados deste trabalho de alguma forma, o que se buscou mitigar realizando entrevistas em profundidade em substituição a questionários, analisando-as pelo método da análise de conteúdo, o que ainda assim não é garantia de isenção dos resultados apresentados.

Além disso, outra limitação da pesquisa reside no fato de que os motivos pela adesão e pela não adesão não são estanques ou repetitivos. Cada vinícola possui sua própria percepção do mercado, da região e da Denominação de Origem. Buscou-se

estabelecer métricas comuns por meio das categorias de análise, mas novamente isso não garante homogeneidade absoluta nos achados.

Um ponto digno de investigação para o qual este trabalho deixa a sugestão de ser realizado, é o comportamento do consumidor de vinho, ocasional ou regular, diante dos vinhos com Denominação de Origem Vale dos Vinhedos, com o efetivo acompanhamento da evolução do volume de vendas desses produtos em determinado período para se elaborar uma curva que demonstre a tendência de desempenho comercial, reforçando ou refutando os gráficos apresentados nesta pesquisa.

Como visto, o consumidor, como agente no processo, apareceu de forma recorrente nas entrevistas, sendo apontado como um dos pontos relevantes para consolidação da DO Vale dos Vinhedos no mercado brasileiro de vinhos. Neste sentido, a relação entre a inclinação do consumidor a pagar por um vinho e este vinho ter Denominação de Origem já foi estudada com consumidores da França e da Alemanha (BAZOCHE *et al.*, 2008), mas nenhum estudo semelhante é conhecido no Brasil, de maneira que este seria um ponto de interesse a ser estudado e discutido como alternativa ou complementação a esta pesquisa.

Ainda sob o prisma dos consumidores, outra sugestão de complementação a esta pesquisa seria uma cartilha explicativa para educação dos consumidores de vinho no Brasil, contendo linguagem acessível ao leigo em matéria de Denominações de Origem, como forma de contribuir para a disseminação dos conceitos envolvidos – em especial o *terroir* – e aumento do consumo dos vinhos nacionais com DO.

O estudo deixa, assim, como principais evoluções para o campo das Denominações de Origem em relação ao estado anterior da técnica, uma contribuição eminentemente teórica, com o desenvolvimento de um *framework* multidisciplinar de avaliação de cenários para a criação e reconhecimento de novas Denominações de Origem, uma contribuição aplicada, com o estudo de caso realizado no Vale dos Vinhedos e as conclusões encontradas por meio da análise de conteúdo dos dados coletados, que poderão ser utilizadas pelos agentes envolvidos para, desejando, melhorar aquela Denominação de Origem onde entenderem cabível, e, por fim, uma contribuição eminentemente prática, qual seja, a estrutura de recomendações a serem observadas pelos atores envolvidos na criação de novas Denominações de Origem, lendo-se o Regulamento de Uso como um instrumento de adesão que reflete as

consequências dos custos de transação e dos problemas de agência existentes nesses ambientes.

Por último, mas não menos importante, este trabalho contribui para a linha de atuação em que se encontra inserido no contexto do mestrado profissional em Direito – o Direito da Empresa e Regulação – ao apresentar as Denominações de Origem, enquanto tema de regulação jurídica, sob o enfoque prático, pela via metodológica do estudo de caso, e sob a lente do Direito dos Contratos, ao ler o Regulamento de Uso de uma DO como contrato de adesão, contribuindo para os negócios – e especificamente com aqueles negócios com potencial de explorar produtos que possam vir a ser protegidos com Denominações de Origem – com um caminho de autorregulação, conforme proposto no *framework* teórico. Espera-se, com isso, auxiliar a traçar o rumo a ser tomado pelos futuros trabalhos de conclusão oriundos dos mestrados profissionais em Direito, dada a riqueza dos resultados que emergem da investigação pelo método do estudo de caso e uso do seu ferramental, ainda pouco difundido na pesquisa acadêmica jurídica.

REFERÊNCIAS

APROVALE – Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos. **Normas de controle da Denominação de Origem Vale dos Vinhedos**: resultados do projeto código SEG 02.05.0.15.00.00, Convênio Finep 01.09.0494.00, Sigla: APL Vinhos. (Documento integrante do pedido de reconhecimento da Denominação de Origem Vale dos Vinhedos junto ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial - INPI). Bento Gonçalves: Embrapa Uva e Vinho, 2010.

_____. **Mapa atualizado Junho 2012**. 2012. Disponível em: <http://www.valedosvinhedos.com.br/vale/_inc/mapa.pdf>. Acesso em: 20 jan. 2018.

_____. **Estatuto da Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos – APROVALE**. Bento Gonçalves: Junta Comercial do Estado do Rio Grande do Sul, 16 de abril de 2013.

_____. **Diretoria Executiva – Gestão 2017/2018**. 2017. Disponível em: <<http://www.valedosvinhedos.com.br/vale/conteudo.php?view=44&idpai=120>>. Acesso em: 20 jan. 2018.

_____. **Vinícolas**. 2017. Disponível em: <<http://www.valedosvinhedos.com.br/vale/atrativos.php?view=22>>. Acesso em: 20 jan. 2018.

_____. **Dados de registro de solicitação em litros e garrafas para a Denominação de Origem Vale dos Vinhedos dos anos de 2009 a 2016**. Jun. 2017.

_____. **Dados de rótulos que receberam a numeração da Denominação de Origem Vale dos Vinhedos dos anos de 2009 a 2016**. Jun. 2017.

BARBOSA, Denis Borges. **Da titularidade múltipla das indicações geográficas**. Disponível em: <http://www.denisbarbosa.addr.com/arquivos/200/propriedade/da_titularidade_multipla.pdf>. Acesso em: 20 jan. 2018.

BARBOSA, Mária de Fátima Nóbrega; CÂNDIDO, Gesinaldo Ataíde; BARBOSA, Erivaldo Moreira. Coordenação e Competitividade em Empresa do Setor Sucroalcooleiro: uma análise a partir dos custos de transação. **Revista de Ciências da Administração**, v. 18, n. 46, p. 81-95, dez. 2016.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2002.

BAZOCHE, Pascale; COMBRIS, Pierre; GIRAUD-HÉRAUD, Eric; TRAVERSAC, Jean-Baptiste. Willingness to pay for Appellation Of Origin: results of an experiment with Pinot Noir wines in France and Germany. In: GIRAUD-HÉRAUD, Eric (Org.); PICHERY, Marie-Claude (Org.). **Wine Economics**: quantitative studies and empirical applications. Londres: Palgrave Macmillan, 2013.

BOHLING, Joseph. “Drink Better, but Less”: The Rise of France’s Appellation System in the European Community, 1946–1976. **French Historical Studies**, v. 37, n. 3, jul.-set. 2014.

BORDA, Ana Lúcia de Sousa. **A Evolução Legislativa e Jurisprudencial das Indicações Geográficas no Brasil: uma Análise Crítica**. 2010. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Direito da Propriedade Intelectual) - Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2010.

BRAITHWAITE, Joanne P. Standard Form Contracts as Transnational Law: Evidence from the Derivatives Markets. **The Modern Law Review**, v. 75, n. 5, p. 779-805, Oxford: set. 2012.

BRASIL. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. **Diário Oficial da União**: seção 1, 15 mai. 1996. Brasília, DF, 1996.

BRUCH, Kelly; KRETSCHMANN, Ângela. A Compreensão da Indicação Geográfica Como um Signo Distintivo de Origem. In: **Coleção Conpedi/Unicuritiba, vol. 32: Propriedade Intelectual**. São Paulo: Clássica Editora, 2014.

CÂMARA, Rosana Hoffman. Análise de conteúdo: da teoria à prática em pesquisas sociais aplicadas às organizações. **Gerais: Revista Interinstitucional de Psicologia**, vol. 6, n. 2, p. 179-191, jul-dez 2013.

CARLS, Suelen. **Proteção jurídica das indicações geográficas e desenvolvimento: o regulamento de uso e as estruturas de controle e gestão**. 2016. 217 p. Tese (Doutorado em Direito) - Centro de Ciências Jurídicas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2016.

CARVALHAL, Raquel Lourenço do; BORDEAUX-RÊGO, Ricardo. Teoria do Agente, Teoria da Firma e os Mecanismos de Governança Corporativa no Brasil. **Relatórios de Pesquisa em Engenharia de Produção**, vol. 10, n. 13. Rio de Janeiro: UFF, 2010.

CARVALHO, Manuel. A guerra do Alvarinho acabou numa paz inesperada. **Jornal PÚBLICO**. 17 jan 2015. Disponível em: <<https://www.publico.pt/2015/01/17/economia/noticia/a-guerra-do-alvarinho-acabou-numa-paz-inesperada-1682432>>. Acesso em: 21 fev 2016.

CAVICCHIOLI, Marina Regis. O terroir e a identidade cultural. **Revista Adega**, 10^a ed., ago. 2006. Disponível em: <http://revistaadega.uol.com.br/artigo/o-terroir-e-a-identidade-cultural_6122.html#ixzz40qjCCXaI>. Acesso em: 20 jan. 2018.

COASE, R. H. The nature of the firm. **Economica** 4 (16): 386, 1937.

COASE, R. H. The Problem of Social Cost. **Journal of Law and Economics** 3 (1): 1-44, 1960.

COFONE, Ignacio N. El sistema de incentivos en los contratos de adhesión. **Revista de Derecho Privado de Universidad Externado de Colombia**, n. 29, p. 101-111, jul.-dec. 2015.

COOTER, Robert; ULEN, Thomas. **Direito & Economia**, 5^a ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

CORDERY, Carolyn; HOWELL, Bronwyn. Ownership, control, agency and residual claims in healthcare: insights on cooperatives and non-profit organizations. **Annals of Public and Cooperative Economics**, v. 88, n. 3, p. 403-424, jan.-dez. 2017.

COSTA, Edgard Gonçalves; MELO, Alfredo Alves de Oliveira. Governança corporativa: conflitos de agência em cooperativas de crédito mineiras. **Revista Gestão e Planejamento**, v. 18, p. 386-409, jan.-dez. 2017.

EISENHARDT, Kathleen M. Building Theories from Case Study Research Source. **The Academy of Management Review**, v. 14, n. 4, p. 532-550, out. 1989.

FARMER, Erica A. Codifying Consensus and Constructing Boundaries: Setting the Limits of *Appellation d'origine contrôlée* Protection in Bordeaux, France. **Political and Legal Anthropology Review**, v. 37, n. 1, p. 126-144, 2014.

FELGAR, Carolina; MAGALHÃES, Nuno; RUÃO, Paulo; OLIVEIRA, Manuel. *Terroir* da Região Demarcada do Douro: um estudo de caso. **Revista de Ciências Agrárias**, v. 38, n. 3, p. 445-452, set. 2015.

FISCILETTI, Rossana Marina de Seta. Contratos de Adesão e Condições Gerais: diferenças terminológicas no direito comparado. **Amazon's Research and Environmental Law**, v. 2, n. 1, p. 28-53, jan. 2014.

GIORGI, Maiara; HUPFFER, Haide Maria. Brasil e Alemanha: uma abordagem comportamental dos contratos de adesão. **Scientia Iuris**, v. 21, n. 1, p.31-54, Londrina: mar. 2017.

GOMES, Daniela Vasconcellos. Considerações Acerca da Concepção Contemporânea de Contrato. **Revista Esmat**, v. 2, n. 2, p. 65-82, jan.-dez. 2010.

GONZÁLEZ-CENTENO, María Reyes *et al.* A multivariate methodology to distinguish among wine Appellations of Origin. **Agronomy for Sustainable Development**, v. 35, n. 1, p. 295-304, jan. 2015.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **IBGE representa em mapas as regiões geográficas de 53 produtos e serviços certificados pelo INPI**. Rio de Janeiro: Agência IBGE Notícias, 13 set. 2017. Disponível em: <<http://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/16558-ibge-representa-em-mapas-as-regioes-geograficas-de-53-produtos-e-servicos-certificados-pelo-inpi.html>>. Acesso em: 14 set. 2017.

INPI - INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. Instrução Normativa nº 25/2013 de 21 de agosto de 2013. **Estabelece as condições para o registro das indicações geográficas**. Rio de Janeiro: INPI, 2013.

INPI - INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Andamento dos pedidos de indicação geográfica atualizado até a RPI 2433**. Rio de Janeiro: INPI, 22 ago. 2017. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/arquivos-dicig/AcompanhamentodelGs_RPI2433_22Ago17.pdf>. Acesso em: 10 set. 2017.

ISAIA, Daniel. Quebra de 57% na safra da uva é a maior já registrada no Rio Grande do Sul. **Agência Brasil – EBC**. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2016-04/quebra-de-57-na-safra-da-uva-e-maior-ja-registrada-no-rio-grande-do-sul>>. Acesso em: 21 dez. 2018.

JAY, Tim; TAYLOR, Madeline. A case of Champagne: a study of geographical indications. **Corporate Governance eJournal**, paper n. 29, 2013.

JENOVEVA-NETO, Roseli; FREIRE, Patrícia de Sá; VIEIRA, Adriana Carvalho Pinto. Análise do processo de institucionalização da indicação geográfica para o desenvolvimento socioeconômico: o caso dos “Vales da Uva Goethe”. In: VIEIRA, Adriana Carvalho Pinto (Org.); BRUCH, Kelly Lissandra (Org.). **Indicação Geográfica, Signos Coletivos e o Desenvolvimento**. IBPI, 2015.

JENSEN, M. C.; MECKLING, William H. Theory of the firm: managerial behavior, agency costs and ownership structure. **Journal of Financial Economics**, vol. 3, n. 4, 1976.

JOHNSTON, Jason Scott. The Return of Bargain: an economic theory of how standard-form contracts enable cooperative negotiation between businesses and consumers. **Michigan Law Review**, v. 104, n. 5, p. 857-898, mar. 2006.

KOROBKIN, Russell. The *Borat* Problem in Negotiation: Fraud, Assent, and the Behavioral Law and Economics of Standard Form Contracts. **California Law Review**, v. 101, n. 1, fev. 2013.

KRETSCHMANN, Ângela; ORTENZI, David Medeiros. **Indicações Geográficas: pressão comercial versus pressão jurisprudencial**. Artigo aceito para publicação no XXV Encontro Nacional do CONPEDI, Brasília-DF, 2016.

LACOSTE, Pablo *et al.* A bi-national appellation of origin: Pisco in Chile and Peru. **Chilean Journal of Agricultural Research**, v. 73, n. 4, p. 424-429, out.-dez. 2013.

LACOSTE, Pablo *et al.* Burdeos de Talca y Champagne de Mendoza: Denominaciones de Origen y contaminación identitaria de vinos en Argentina y Chile. **Mundo Agrario**, v. 15, n. 29, ago. 2014.

LACOSTE, Pablo; JIMÉNEZ, Diego; SOTO, Natalia. Genesis and identity of Chanco cheese (Chile 1750-1860). A contribution to studies on Appellations of Origin in Latin America. **Ciencia e Investigación Agraria**, v. 41, n. 3, p. 317-325, out.-dez. 2014.

MARTINO, Gaetano. Quality uncertainty and allocation of decision rights in the European protected designation of origin. **Revista de Administração (São Paulo)**, v. 48, n. 2, p. 375-392, abr.-jun. 2013.

MELLO, Loiva Maria Ribeiro de *et al.* **Metodologia de avaliação de impactos econômicos, sociais e ambientais para Indicações Geográficas: o caso do Vale dos Vinhedos**. Bento Gonçalves: Embrapa Uva e Vinho, 2014.

NIEDERLE, Paulo André. A institucionalização de um mercado para produtos com Indicações Geográficas no Brasil: uma abordagem sociológica. In: VIEIRA, Adriana Carvalho Pinto (Org.); BRUCH, Kelly Lissandra (Org.). **Indicação Geográfica, Signos Coletivos e o Desenvolvimento**. IBPI, 2015.

NIEDERLE, Paulo André; BRUCH, Kelly Lissandra; VIEIRA, Adriana Carvalho Pinto. Reconfigurações institucionais nos mercados agroalimentares: a construção dos Regulamentos de Uso das Indicações Geográficas para vinhos no Brasil. **Mundo Agrario**, v. 17, n. 36, e033, dez. 2016.

OLMSTED, Larry. The Biggest Italian Dinner In History, Thanks To Social Media. **Forbes Lifestyle**. 17 out 2012. Disponível em: <<http://www.forbes.com/sites/larryolmsted/2012/10/17/thebiggestitaliandinnerinhistorythankstosocialmedia/#19525f474f08>>. Acesso em: 21 fev 2016.

PEREIRA, Rafaela Vieira; TONIETTO, Jorge; MARTINAZZO, Ana Paula. Comparativo dos regulamentos de uso e controles de indicações geográficas de vinhos do Brasil e Itália. **Rev. Bras. Vitic. Enol.**, n.8, p.124-130, 2016.

PÉREZ VILLAREAL, Juan Sebastián. La artesanía en el derecho. **Vniversitas**, v.125, p. 287-318, jul.-dec. 2012.

PETERLONGO. **Produtos**: Champagne Elegance. Disponível em: <<http://www.peterlongo.com.br/produtos/champagne-elegance/brut>>. Acesso em: 26 mai 2018.

POMÉON, Thomas; BOUCHER, François; ESCOTO, Fernando Cervantes. Appellation d'origine ou appellation générique: le cas du fromage Cotija au Mexique. **Éthique et économique**, v. 6, n. 2, 2009.

RANGNEKAR, Dwijen. The Law and Economics of Geographical Indications. **The Journal of World Intellectual Property**, v. 13, n. 2, p. 77-80, mar. 2010.

SOUZA, Maria Célia Martins de. **Cafés sustentáveis e Denominação de Origem**: a certificação de qualidade na diferenciação de cafés orgânicos, sombreados e solidários. 2006. 177 p. Tese (Doutorado em Ciência Ambiental) – Programa de Pós-Graduação em Ciência Ambiental, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

STURZA, Janaína Machado; HUNDERTMARCH, Bruna. As Indicações Geográficas como mecanismo de tutela da dimensão cultural da sustentabilidade: o caso da região do Vale dos Vinhedos. In: BASSO, Ana Paula; CAVALCANTI E SILVA FILHO, Erivaldo; VIEIRA, Susana Camargo (Coords.). **XXV Encontro Nacional do CONPEDI - Brasília/DF**: Direito e Sustentabilidade I. Florianópolis: CONPEDI, 2016.

TEIL, Geneviève. The French Wine "Appellations d'Origine Contrôlée" and the Virtues of Suspicion. **The Journal of World Intellectual Property**, v. 13, n. 2, p. 253-274, mar. 2010.

THAINES, Aletéia Hummes. **Propriedade Intelectual**: o desenvolvimento regional sob a óptica do reconhecimento da indicação geográfica e o case do Vale dos Vinhedos. Belo Horizonte: Arraes Editores, 2013.

TONIETTO, J. **O conceito de denominação de origem**: uma opção para o desenvolvimento do setor vitivinícola brasileiro. Bento Gonçalves: EMBRAPA-CNPUV, 1993.

TONIETTO, Jorge; ZANUS, Mauro Celso; FALCADE, Ivanira; GUERRA, Celito Crivellaro. **O regulamento de uso da denominação de origem Vale dos Vinhedos: vinhos finos tranquilos e espumantes**. Bento Gonçalves: Embrapa Uva e Vinho, 2013.

TONIETTO, Jorge *et al.* Critères utilisés dans les cahiers des charges des indications géographiques des vins fins au Brésil. **BIO Web of Conferences**, v. 7, n. 03001, 2016.

TORTORELLI, Cristina Errázuriz. Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen: Propiedad Intelectual en progreso. **Revista Chilena de Derecho**, v. 37, n. 2, p. 207- 239, 2010.

TREJO-PECH, Carlos Omar; LÓPEZ-REYNA, Maria Carmen; HOUSE, Lisa A., MESSINA, William. Appellation of Origin Status and Economic Development: a Case Study of the Mezcal Industry. **International Food and Agribusiness Management Review**, v. 13, n. 2, 2010.

VANDECANDELAERE, Emilie *et al.* **Linking people, places and products: a guide for promoting quality linked to geographical origin and sustainable geographical indications**, 2ª ed. Roma: FAO, 2010.

VIEIRA, Adriana Carvalho Pinto; PELLIN, Valdinho. As Indicações Geográficas como estratégia para fortalecer o território: o caso da Indicação de Procedência dos Vales da Uva Goethe. **Desenvolvimento em Questão**, n. 30, p. 155-174. Ijuí: Editora Unijuí, abr.-jun. 2015.

VITTORI, Massimo. The International Debate on Geographical Indications (GIs): The Point of View of the Global Coalition of GI Producers – oriGIn. **The Journal of World Intellectual Property**, v. 13, n. 2, p. 304-314, mar. 2010.

WILLIAMSON, Oliver E. The Economics of Organization: The Transaction Cost Approach. **American Journal of Sociology**, v. 87, n. 3, p. 548-577, nov. 1981.

_____. **The economic institutions of capitalism**, 1985.

WIPO. **Collective Marketing: Adding Value through Geographical Indications, Certification Marks and Collective Marks**. Phnom Penh, 2013. Disponível em: <http://www.wipo.int/edocs/mdocs/sme/en/wipo_smes_pnh_13/wipo_smes_pnh_13_g_sinha.pdf>. Acesso em: 26 mai 2018.

WIPO. **Geneva Act of the Lisbon Agreement on Appellations of Origin and Geographical Indications** (as adopted on May 20, 2015). Genebra, 2015.

WTO. **Agreement Establishing the World Trade Organization: Annex 1C - Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights**. Marrakesh, 1994.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso: planejamento e métodos**. 4ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

_____. **Applications of Case Study Research**. SAGE Publications, Inc., 2012.

APÊNDICE A – INSTRUMENTO DE PESQUISA

1. Qual o seu nome e cargo?
2. Qual o nome da vinícola que você representa?
3. A vinícola gostaria de ter seu nome publicado na pesquisa ou prefere o sigilo da sua identificação?
4. A vinícola autoriza o uso dos dados que serão a seguir coletados, sem sua identificação?
5. A vinícola já tinha atividade comercial consolidada quando a Denominação de Origem foi reconhecida?
6. A vinícola, atualmente, é aderente à Denominação de Origem? Se sim, quantos rótulos diferentes com a DO são produzidos? Qual o percentual do portfolio? E qual o percentual do faturamento?
7. A vinícola aderiu à Denominação de Origem desde a primeira safra?
8. Se a vinícola não aderiu à DO, pretende aderir no futuro próximo? Por quê?
9. Caso a vinícola seja aderente à DO, como percebe hoje o impacto nas vendas/mercado da adoção da DO em seus produtos, em relação ao período anterior à DO?
10. Como a vinícola entende a Denominação de Origem em relação à sua estratégia de negócio?
11. Quais as vantagens que a vinícola vê na Denominação de Origem para a região, independentemente de sua adesão?
12. E quais as desvantagens, também independentemente de sua adesão?
13. Em relação à sua perspectiva de negócio, quais as vantagens da DO que influenciaram ou influenciariam na sua adesão?
14. E as desvantagens da DO que influenciaram ou influenciariam na sua não-adesão?
15. Qual a posição da vinícola em relação à entidade reguladora da Denominação de Origem?
16. A vinícola se sente representada pela entidade?
17. A vinícola possui voz e/ou voto na entidade? A vinícola influencia as decisões da entidade de alguma forma?
18. A vinícola entende adequada a forma com que foi redigido o Regulamento de Uso da DO?
19. A vinícola concorda com as castas de uvas e os métodos/limitações de produção escolhidos no Regulamento de Uso?
20. Se o regulamento da Denominação de Origem estivesse somente nas mãos da vinícola, o que a vinícola faria de diferente ou manteria?