

1

O problema

1.1.

Contextualização

O plantio de uva e a fabricação de vinho tem sido uma ocupação humana há milhares de anos. Evidências arqueológicas da fabricação de vinho foram encontradas na Mesopotâmia (atual Iraque). Tanto no antigo Egito quanto na Grécia, o vinho era oferecido em tributo a faraós mortos ou Deuses. Durante o Império Romano o vinho se espalhou pela região mediterrânea, fazendo com que cada cidade tivesse suas próprias vinhas e vinícolas.

Na era Cristã, o vinho se tornou parte dos atos litúrgicos, fazendo com que mosteiros plantassem uvas e fabricassem seu próprio vinho. Embora hoje o vinho seja considerado por muitos uma bebida sofisticada, durante a maior parte da história da Europa ele foi uma bebida de camponeses, que acompanhava as refeições diárias.

Os monges Beneditinos elevaram o vinho a um novo patamar de importância, fabricando vinho não apenas para os serviços litúrgicos, mas também para demonstrar hospitalidade a viajantes que lhes solicitavam pousada.

Na Idade Média os nobres europeus começaram a plantar uvas como um sinal de prestígio, competindo uns com os outros na qualidade dos vinhos servidos em suas mesas.

Plantar e colher uvas sempre foi um trabalho intenso, e um trabalhador sozinho podia cuidar de um terreno de apenas três hectares (menos ainda se os terrenos não fossem planos). Com a introdução de cavalos no trabalho da lavoura no início do século 19, essa área passou de três para sete hectares por trabalhador.

A despeito do aumento da produtividade, as propriedades foram ficando cada vez menores com o passar do tempo. As grandes extensões territoriais foram sendo continuamente fragmentadas como consequência de guerras ou divisão por herança. Durante a Revolução Francesa por exemplo muitas grandes propriedades foram subdivididas e vendidas em leilões. Após 1815 um código instituído por Napoleão regulamentou a transferência de terras a herdeiros. Na metade do século 19 o tamanho médio das propriedades rurais na França era de apenas 5,5 hectares e continuavam a ser subdivididas. Na Itália eventos históricos semelhantes fizeram com que as propriedades médias chegassem a ter 0,8 hectares. Essas características fizeram com que existisse um grande número de produtores europeus, que fabricavam uma pequena quantidade de garrafas por safra.

Com o aumento de importância da indústria vinícola no continente Europeu, foram sendo criadas leis com o intuito de regulamentar e preservar os costumes e as tradições desse mercado. Por essas características os produtores da França, Itália, Alemanha, Portugal e Espanha passaram a ser considerados pelo mercado como produtores do “Velho Mundo”.

Inicialmente insignificantes, tanto em tamanho quanto em tradição, produtores da Austrália, Nova Zelândia, Estados Unidos, África do Sul, Chile e Argentina começaram a produzir vinhos de qualidade a partir da segunda Guerra Mundial, quando o consumo sofreu um grande aumento, estimulado pela expansão econômica dos países vencedores da guerra, especialmente Estados Unidos, Inglaterra e França. O “bloco” de países acima mencionados (Austrália, Nova Zelândia, Estados Unidos, África do Sul, Chile e Argentina) passou então a ser considerado pela indústria vinícola como “Novo Mundo”.

O plantio de uva e a fabricação de vinho nos países do “Novo Mundo” se iniciou basicamente pela vinda de imigrantes de países do “Velho Mundo”, que consigo trouxeram não apenas o hábito de consumo do vinho, como também suas antigas técnicas de produção. Sem as restrições impostas em seus países de origem e com as diferenças de

condições climáticas e produtivas, houve uma rápida expansão do mercado vinícola nesses países.

Diferentemente dos países da Europa, as terras aproveitáveis para a agricultura nos países do novo mundo eram relativamente baratas, fazendo com que as vinícolas nesses países possuíssem plantações de uva com 128 hectares em média, (uma extensão imensamente maior se comparada às propriedades de menos de um hectare nos países do Velho Mundo).

Essas condições propiciaram o uso de novas técnicas de plantio e colheita, que aumentaram a produtividade por hectare. A introdução da técnica de plantio em “treliças”, desenvolvida na Austrália, em substituição ao antigo plantio em forma de “parreiral”, aumentou a insolação nas uvas, duplicou o número de vinhas por hectare e permitiu a mecanização da colheita. Complementarmente à essas melhorias, o emprego de novas tecnologias, como a irrigação das plantações, diminuiu as variações impostas pelas condições climáticas. Atualmente as regiões preferidas para o plantio de uva são as áreas desérticas e semidesérticas, que já possuem as características de insolação necessárias à maturação das uvas e que, com a introdução da irrigação, podem ser totalmente controláveis, possibilitando a produção de safras praticamente idênticas a cada ano. Vale ressaltar que na França, bem como em outros países do Velho Mundo, a irrigação artificial das plantações de uvas viníferas é totalmente proibida, fazendo com que a qualidade dos vinhos de cada safra dependa do regime de chuvas e das condições climáticas do período a elas associado. Isso faz com que os vinhos produzidos em uma safra possam ser completamente diferentes dos vinhos produzidos na safra seguinte ou mesmo na anterior. Por isso, para os vinhos do Velho Mundo, a safra é tão importante, fazendo com que os vinhos de uma safra específica, considerada boa (que se traduz em ter tido o regime de chuvas, dias de sol e período de frio corretos), alcancem no mercado preços muito maiores do que os mesmos vinhos de outras safras, quando as condições climáticas da região produtora das uvas não possibilitaram a colheita de frutos melhores.

A partir da década de 90 alguns produtores do Novo Mundo começaram a empregar uma nova técnica de “osmose reversa” que, concentra o “mosto” (suco extraído das uvas, com o qual é produzido o vinho), conferindo ao produto final uma coloração e gosto mais intenso. Os produtores Franceses deploraram publicamente essas e outras técnicas afirmando que elas “retiram a poesia do vinho”.

Até a metade da década de 70, a despeito de sua indiscutível qualidade, os vinhos do Novo Mundo ainda sofriam com a concorrência imposta pelos produtores do Velho Mundo, que conseguiam impor seu “tradicionalismo” como fator de qualidade de seus vinhos, impossível de ser “copiado” pelos produtores do Novo Mundo. Em 24 de Maio de 1974, um negociante de vinhos inglês promoveu em Paris um teste cego entre os melhores vinhos da Califórnia e da França. Para julgar os vinhos foram chamados nove dos mais renomados críticos franceses da época, dando aos vinhos da França uma enorme “vantagem competitiva”. Sem saber o vinho que estavam degustando, os críticos conferiram aos vinhos californianos as melhores pontuações, tanto para os vinhos brancos quanto para os tintos. Acusados de “trapaça” pelos franceses, os organizadores repetiram o teste dois anos depois, onde os vinhos californianos novamente triunfaram.

Esse evento ficou mundialmente conhecido no mercado vinícola como “O Julgamento de Paris”, e foi aproveitado comercialmente não apenas pelos produtores da Califórnia, mas também por todos os produtores do Novo Mundo, que aproveitaram o fato para exaltar a qualidade de seus vinhos, mostrando serem de qualidade igual ou superior aos vinhos produzidos nos países do Velho Mundo.

Essa “batalha” entre produtores do Novo e do Velho Mundo perdura até os dias de hoje. De um lado os produtores do Velho Mundo, com suas técnicas artesanais e limitada capacidade de produção, o que confere a cada vinho e a cada safra uma característica única. Os vinhos são por eles considerados como “obras de arte”. Do outro lado estão os grandes produtores do Novo Mundo, com tecnologias modernas, maior produtividade e preços competitivos. Seus vinhos são muito bons, e têm pouca ou nenhuma diferença de uma safra para outra.

A definição entre essas duas correntes ainda parece longe de ser resolvida. No meio dessa batalha internacional está o Brasil, procurando firmar-se como país produtor e principalmente consumidor de vinhos.

No Brasil, a cultura da vinha iniciou-se por volta do século XIX, no Rio Grande do Sul. Acredita-se que no ano de 1875 os imigrantes italianos começaram a chegar ao planalto Gaúcho, trazendo sementes de videiras, e em pouco tempo o cobriram de parreiras.

Foram os italianos quem trouxeram para o Brasil o hábito de tomar vinho, bem como as sementes de uvas viníferas. Mas o cultivo das primeiras vinhas não foi fácil, pois as parreiras estranharam a terra gaúcha, fora do seu habitat natural. Pragas e doenças logo as destruíram.

Os italianos mais tarde descobriram que alguns alemães do Vale do Caí cultivavam uma uva chamada Isabel, que cultivavam para consumo doméstico. Essa espécie, que é originária da Califórnia, foi trazida pelos missionários espanhóis. Ela era mais resistente e se adaptava bem em diferentes solos.

As parreiras de uvas Isabel subiram as terras altas e espalharam-se pelas pequenas propriedades com suas raízes fortes. Os vinhedos renasceram vigorosos ocupando os municípios de Garibaldi, Bento Gonçalves, Flores da Cunha e Farroupilha.

A uva proporcionou aos colonos italianos uma cultura permanente, transformando-se no seu principal produto agrícola, com a implantação de indústrias vinícolas nos centros urbanos.

Com o passar dos anos videiras de espécies viníferas européias foram sendo enxertadas nos pés de uva Isabel, o que lhe garantia uma proteção contra pragas e doenças.

Há hoje no estado do Rio Grande do Sul muitas indústrias e um próspero comércio ligado à indústria do vinho, principalmente nas regiões de Bento Gonçalves, Garibaldi e Caxias do Sul, todos núcleos de colonização italiana.

Empresas de renome internacional se instalaram na região para produzir vinhos e, mais recentemente, espumante, que vem destacando-se nos mercados mundiais por sua qualidade.

Entretanto, o hábito de beber vinho no Brasil ainda continua incipiente. O consumo de vinho no Brasil flutua entre 1,5 litro e 1,8 litro por habitante/ano, registrando crescimento vegetativo nos últimos 30 anos (BNDES, 2004).

Pesquisa feita pela UFRGS em parceria com o IBRAVIN (2001), apresenta que a grande maioria dos brasileiros não têm o hábito de beber vinho diariamente. Seu consumo está muito mais associado a festas e comemorações do que a situações do dia-a-dia.

Hoje, ainda segundo a pesquisa da UFRGS, existem cerca de 8 milhões de consumidores de vinho no Brasil que bebem cerca de 6,2 litros/hab de vinhos. Os demais habitantes praticamente não consomem vinho.

Neste contexto, parece importante investigar quais hábitos estão associados ao consumo de vinho no Brasil.

1.2.

Objetivos

A pesquisa tem como objetivo identificar e compreender hábitos capazes de influenciar na escolha e consumo de vinhos. Tem como base a experiência do consumo nas ocasiões em que o pesquisado poderia exercer seu poder de escolha na compra dos vinhos a serem consumidos.

Com relação a hábitos de consumo, a pesquisa procura investigar os seguintes pontos:

- 1 - Identificar hábitos de consumo de vinhos: ocasiões, locais, motivações e frequência;
- 2 - Conhecer associações feitas com o vinho;
- 3 - Identificar reações positivas e negativas em relação ao consumo de vinho;
- 4 - Conhecer as principais variáveis que influenciam o consumo de vinho;
- 5 - Conhecer os locais habituais de compra e consumo de vinho;
- 6 - Identificar as fontes de informação relacionadas ao consumo de

vinho:

- 6.1 - A influência dos formadores de opinião;
- 6.2 - As relações interpessoais de maior peso na decisão de consumo de vinho;
- 6.3 - Outras fontes de informação utilizadas.

1.3.

Delimitações do estudo

A pesquisa procura explorar, através dos hábitos de consumo de vinhos, possíveis barreiras ou incentivos ao seu consumo, tendo como base a experiência prévia dos entrevistados, dentro de um contexto onde o consumidor é quem decide a compra e bebe o vinho.

A pesquisa não aborda situações como o consumo em festas e eventos sociais, onde o vinho é oferecido e o consumidor não participa do processo de escolha.

Outra limitação do estudo é quanto a sua regionalização, uma vez que este trabalho avaliou apenas os hábitos de consumo de moradores da região metropolitana da cidade do Rio de Janeiro. Outras cidades do País, localizadas em outras regiões, com climas e culturas diferentes podem apresentar resultados diversos.

Esta pesquisa não leva em consideração a diferenciação existente entre vinho e champagne ou espumante. Tecnicamente os espumantes são considerados vinhos, pois partem do mesmo processo de fermentação de uvas viníferas. Os espumantes apenas sofrem uma segunda fermentação, o que lhes confere a característica gaseificação. Apenas os espumantes fabricados na região de Champagne, localizada a nordeste da cidade de Paris, podem receber esse nome. Os demais podem se intitular genericamente como Espumantes ou adquirir nomes específicos em cada país produtor como “Cava” na Espanha ou “Prosecco” em algumas regiões da Itália. Nesse estudo portanto consideraremos igualmente vinhos, champagnes e espumantes, nos fixando apenas em suas distintas características de consumo.

O mesmo ocorre com a diferenciação entre vinho comum e vinho fino. O Primeiro é feito de uvas híbridas, vendido em garrafão de 5 litros a preços bem populares, enquanto o segundo é produzido apenas por uvas viníferas, com processos de produção e comercialização controlados. Este estudo não pretende estudar a diferenciação existente entre os consumidores de cada tipo, abordando os hábitos de consumo de ambos, enquanto consumidores de vinho.

1.4.

Relevância do estudo

O Brasil é hoje um mercado potencial para os vinhos da América Latina. Ao contrário de tradicionais produtores como França, Itália, Argentina e Chile, onde a tendência de consumo da bebida é de queda, no Brasil há significativo potencial de crescimento. Afinal, a população de aproximadamente 175 milhões de habitantes (IBGE, CENSO 2000) consome aproximadamente 2 litros per capita ao ano¹, enquanto em outros países esse consumo anual per capita pode alcançar a casa das dezenas de litros.

São muitos os investimentos de vinícolas tradicionais brasileiras como Salton, Casas Valduga e Miolo na profissionalização de sua gestão e na melhora contínua da qualidade de seus produtos.

Um outro aspecto importante diz respeito ao crescimento dos vinhos feitos no Nordeste. A produção de vinhos finos fabricados nesta região do Brasil alcançou em 2004 os 6 milhões de litros.

Dentro desse contexto, um estudo sobre hábitos, que identifique motivações e inibições ao consumo de vinho e que seja centrado na relação do consumidor com esta bebida, serve de base para o desenvolvimento de estratégias cujo objetivo principal consiste em estimular o consumo e ampliar o mercado consumidor.

¹ Segundo o Censo realizado pelo IBGE em 2000, apenas 108,8 milhões de habitantes têm acima de 18 anos, o que lhes permitiria consumir bebidas alcoólicas. Entretanto, para possibilitar a comparação com outros índices de consumo, tanto do Brasil quanto de outros países, é apresentado neste estudo o cálculo que considera o volume total de vinho consumido no Brasil pelo total da sua população.

Consumo Mundial de Vinho em Litros Per Capita

	País	1997	1998	1999	2000	2001	Média de 1997 a 2001	% Variação de 2001 sobre média de 1997 a 2001
1º	Luxemburgo	61,3	59,4	61,2	64,0	59,2	61,0	-2,98%
2º	França	59,8	61,2	59,7	58,2	57,2	59,2	-3,45%
3º	Itália	53,5	55,2	54,8	53,4	52,9	54,0	-1,96%
4º	Portugal	52,0	50,3	50,3	45,7	46,7	49,0	-4,64%
5º	Croácia	50,2	49,7	47,0	42,0	43,2	46,4	-6,90%
6º	Suíça	39,9	40,1	40,6	42,5	42,4	41,1	3,09%
7º	Espanha	36,5	37,0	35,6	35,1	34,6	35,8	-3,32%
8º	Argentina	36,2	34,3	34,0	33,8	32,6	34,2	-4,73%
9º	Georgia	15,9	15,9	37,1	33,2	31,9	26,8	18,86%
10º	Hungria	29,1	29,1	31,4	31,1	31,6	30,4	3,74%
12º	Áustria	32,0	30,8	30,8	31,0	30,5	31,0	-1,72%
13º	Uruguai	32,5	34,0	32,6	28,3	29,5	31,4	-5,94%
21º	Austrália	17,9	18,8	19,3	20,1	20,5	19,3	6,22%
23º	Reino Unido	13,7	13,9	14,1	15,4	17,0	14,8	14,60%
27º	Chile	12,5	17,7	18,6	14,8	14,7	15,7	-6,32%
33º	África do Sul	9,3	8,9	9,1	9,0	9,2	9,1	0,73%
35º	Estados Unidos	7,3	7,5	8,6	8,6	8,8	8,2	7,55%
45º	Paraguai	3,1	3,1	3,2	4,6	3,1	3,4	-8,61%
49º	Japão	2,2	2,5	2,5	2,2	2,2	2,3	-5,66%
52º	Brasil	1,5	1,5	1,7	1,8	1,8	1,7	7,23%

Fonte: Wine Institute (http://www.wineinstitute.org/industry/keyfacts/per_capita_wine_consumption.php)
Acessado em Out/2006