

INDICAÇÃO GEOGRÁFICA COMO INSTRUMENTO DE CRIAÇÃO DO CONHECIMENTO NO VALES DA UVA GOETHE

Cristina Keiko Yamaguchi, e-mail: criskyamaguchi@gmail.com, Unesc – Universidade do Extremo Sul Catarinense, Brasil

Adriana Carvalho Pinto Vieira, e-mail: dricpvieira@gmail.com, Unesc – Universidade do Extremo Sul Catarinense, Brasil

Kelly Lissandra Bruch, e-mail: kellybruch@gmail.com, Instituto Brasileiro do Vinho IBRAVIN, Brasil.

Roseli Jenoveva Neto, e-mail: roseli@unesc.net, Unesc – Universidade do Extremo Sul Catarinense, Brasil

Melissa Watanabe, e-mail: melissawatabe@unesc.net, Unesc – Universidade do Extremo Sul Catarinense, Brasil

Zeli Felisberto, e-mail: zeli.eu@gmail.com, Unesc – Universidade do Extremo Sul Catarinense, Brasil

RESUMO

A proteção das indicações geográficas é estratégica para o Brasil. Contudo, não há evidências em pesquisas quanto à aplicação da indicação geográfica nos resultados de como acontece a criação de conhecimento junto aos vinicultores e vitivinicultores no Sul de Santa Catarina, Brasil. Diante dessas lacunas, essa pesquisa tem por objetivo verificar como a indicação de procedência pode contribuir para a criação do conhecimento na viticultura e vitivinicultura, a partir do estudo de caso com produtores da região da IPVUG. A pesquisa é caracterizada como um estudo exploratório com abordagem qualitativa. A pesquisa de campo foi realizada por meio de entrevista junto ao presidente da Progoethe, uma vitivinicultora e enólogo da Epagri. Nas entrevistas, foram apontadas criação e alterações de rotinas e atividades, uma vez que os produtores passaram a executar novas regras e procedimentos documentados, seguidos por todos os produtores, oriundos de um estudo conjunto para garantir a qualidade desejada.

Palavras-chaves: Gestão do conhecimento. Criação de conhecimento. Indicação de geográfica. Vitivinicultura.

GEOGRAPHICAL INDICATION AS A TOOL OF CREATION OF KNOWLEDGE IN THE VALLEYS OF GOETHE UVA

ABSTRACT

The protection of geographical indications is strategic for Brazil. However, there is research evidence regarding the application of the results of geographical indication as knowledge creation happens with the winemakers and viticulturists in the South of Santa Catarina, Brazil. Given these shortcomings, this study aims to check how the indication of origin may contribute to the creation of knowledge in winemaking and viticulture, from the case study of the region's producers of IPVUG. The research is characterized as an exploratory study with a qualitative approach. The field research was conducted through

interviews with the president of Progoethe, a vitivinicultrice and winemaker Epagri. In the interviews, were identified creation and change of routines and activities, as producers began to run new rules and procedures documented, followed by all producers, coming from a joint study to ensure the desired quality.

Keywords: Knowledge management. Knowledge creation. Geographical indication. Viticulture.

1. Introdução

Sendo o Brasil, um país com potencial para produzir produtos com identidade própria e para ocupar espaços em mercados cada vez mais exigentes em termos de produtos de qualidade e de personalidade, a proteção das indicações geográficas é estratégica para o País (VIEIRA, WATANABE e BRUCH, 2012).

Porém, não basta que determinada região se torne apenas conhecida pelo produto diferenciado que produz. É preciso criar um sistema de proteção, que valorize o perfil dos produtos e o vínculo entre esses produtos e as condições regionais, que incentive a indústria e o mercado local, criando empregos e gerando renda. Faz-se necessário a valorização da cultura e da tradição, a proteção do meio ambiente através de um desenvolvimento sustentável, bem como uma maior atenção ao turismo local e a consolidação do conhecimento do vinicultor e vitivinicultrice para garantir as características dos vinhos.

O atual cenário econômico é cada vez mais caracterizado pelo conhecimento como um elemento-chave para melhorar e promover a inovação e a competitividade das organizações (DANGELICO; GARAVELLI; PETRUZZELLI, 2010). Encontrar alternativas que ajudem a criar informações e conhecimentos sobre o impacto da indicação geográfica para criação de conhecimento e para a organização, além de poder levar a uma nova oportunidade para o compartilhamento de conhecimentos entre vinicultores e vitivinicultrice e outras áreas com interesses semelhantes, tais como a tomada de decisão organizacional, a construção de sistemas de informações a fim de garantir a rastreabilidade e garantia da qualidade dos produtos.

Neste sentido, Saraceni et al (2012), afirma que a informação e o conhecimento compõem recursos fundamentais na gestão do conhecimento e no desenvolvimento econômico e produtivo.

O processo de criação de conhecimento é visto como contínuo através do qual transcende o limite entre os indivíduos. Tal processo envolve a interação entre indivíduos, grupos e organização (NONAKA; TAKEUCHI, 1997; POPADIUK; CHOO, 2006).

Contudo, nas pesquisas efetuadas na literatura acadêmico-científica, não foram encontrados estudos que demonstrem que as teorias de gestão do conhecimento podem contribuir para tornar o processo de implementação da indicação geográfica mais eficaz e útil para a organização. Entretanto, pouco se sabe como a indicação geográfica é utilizada para criação de conhecimento e se possibilita criar novos conhecimentos na organização.

Com este enfoque, o presente artigo tem como objetivo verificar como a indicação geográfica pode contribuir para a criação do conhecimento na viticultura e vitivinicultrice, com base na experiência de produtores do Vales da Uva Goethe, região de Urussanga e Pedras Grandes, no Estado de Santa Catarina. A pesquisa busca verificar o processo de

criação do conhecimento junto aos associados da Progoethe para alcançar o reconhecimento do Selo de Indicação de Procedência do Vales da Uva Goethe.

2 Materiais e métodos

A presente pesquisa tem como base metodológica a taxionomia apresentada por Vergara (2009), que a qualifica em relação a dois aspectos: quanto aos fins e quanto aos meios de investigação.

A pesquisa é caracterizada como um estudo exploratório com abordagem qualitativa e quanto aos meios de investigação classifica-se como bibliográfica. Os meios de investigação para a pesquisa bibliográfica serão utilizados fontes secundárias como: artigos científicos (nacionais e estrangeiros), teses, dissertações, livros e sites. Quanto aos fins a pesquisa é caracterizada como descritiva. Também possui caráter qualitativo, uma vez que será utilizado o método de estudo de caso na condução de sua investigação. A essência do estudo de caso é “a tentativa de iluminar uma decisão ou conjunto de decisões: por que elas foram tomadas, como foram implementadas e com que resultado” (YIN, 2005). Ainda segundo o autor, a preferência pelo uso do estudo de caso deve ser dada quando do estudo de eventos contemporâneos, em situações nas quais os comportamentos relevantes não podem ser manipulados, mas em que é possível se fazerem observações diretas e entrevistas sistemáticas. A revisão teórica ocorre por meio de abordagens da gestão do conhecimento, além das principais abordagens de Indicação Geográfica e Vale das Uvas Goethe em Urussanga, Santa Catarina.

A pesquisa teve por objetivo verificar como a indicação geográfica pode contribuir para a criação do conhecimento na vinicultura e vitivinicultura, com foco de estudo no Vales da Uva Goethe, região de Urussanga e Pedras Grandes, no sul de Santa Catarina. A pesquisa busca entender o processo de criação do conhecimento junto aos membros da Progoethe para alcançar o reconhecimento do Selo de Indicação de Procedência do Vales da Uva Goethe.

Foram realizadas entrevistas com o Presidente da Progoethe e sócia-proprietária de uma das vinícolas associadas à Progoethe e vitivinicultores da uva goethe. A entrevista também foi realizada com o enólogo da Epagri, que por sua vez, também ocupa o cargo de Diretor do Conselho Regulador da Indicação de Procedência. As entrevistas foram realizadas, utilizando-se um roteiro de perguntas, no local de trabalho dos entrevistados em horários previamente marcados. Estas aconteceram no dia 19 de março de 2013. Foram gravadas em áudio por meio de dois gravadores (para minimizar o risco de perda de dados, caso houvesse falha de um dos equipamentos de gravação).

3 Gestão do conhecimento

Gestão do Conhecimento trouxe novo ferramental conceitual, gerencial e de informática, permitindo às pequenas e médias empresas (PMEs) dar um melhor tratamento ao “conhecimento” que é a principal matéria-prima que garante a diferenciação e a competitividade.

A compreensão do que vem a ser Gestão do Conhecimento implica, necessariamente, na coordenação sistêmica de esforços em vários planos: organizacional e individual,

estratégico e operacional, e normas formais e informais. Em particular, quando se fala em Gestão do Conhecimento, é necessário discutir várias dimensões: (1) papel da alta administração; (2) novas práticas de organização do trabalho; (3) desenvolvimento de processos específicos para facilitar a geração, a organização, a disseminação e a reutilização de conhecimentos organizacionais; (4) práticas e políticas de administração de recursos humanos; (5) novas tecnologias de informação e comunicação; (6) novas formas de medir resultados organizacionais; e (7) novas formas de aprendizado com o ambiente (TERRA, 2001).

Consideram-se quatro elementos totalmente interligados para o aprendizado organizacional: (1) a aquisição de conhecimento, (2) a distribuição da informação, (3) a interpretação da informação e (4) a memória organizacional.

A Gestão do Conhecimento, de acordo com os autores Nonaka e Takeuchi (1997), é o processo de conversão do conhecimento individual, constituído de ações relacionadas à criação do conhecimento a fim de assegurar a sustentabilidade da organização. Para Davenport e Prusak (1998), é uma mistura fluida de experiência; uma coleção de processos que objetivam a criação e o uso do conhecimento para atingir os objetivos organizacionais. Choo (2003) completa que é a organização que possui informações e conhecimentos que a tornam bem informada e que lhe conferem vantagem. Para Mitri (2003) o conhecimento é composto de fatos, ideias, modelos e informações. Já para Melo (2003), a GC tem o propósito de perpetuar experiências preciosas, pois se trata da implantação de modelos específicos projetados para cada situação ou finalidade. Santiago Jr. (2004) esclarece que o conhecimento é a informação organizada, com o entendimento de seu significado. Os dados são aqueles que possuem menor valor. Normalmente eles precisam ser manipulados e tratados para conterem algum valor e, a partir daí, transformarem-se em informação. Santiago Jr. (2004) sustenta que é necessário promover contatos face a face e conversas informais para disseminar os conhecimentos tácitos. Segundo o autor, é necessário, ainda, ter disposição para adaptar-se a esse novo cenário de conversas informais para disseminar o conhecimento e reconhecer novos desafios. E Song, Bid e Weggeman (2006) afirmam que a Gestão do Conhecimento é entendida como a informação que foi validada por experiência que entrou na organização e que tem provado ser benéfica para o desempenho desta.

Portanto, a Gestão do conhecimento é um processo que trata da conversão do conhecimento por meio de ações relacionadas à criação e à disseminação desse conhecimento, que lhe conferem uma vantagem benéfica para organização a fim de assegurar a sustentabilidade dela (CHOO, 2003; NONAKA; TAKEUCHI, 1997; SONG; BID; WEGGEMAN, 2006).

3.1 Processo de criação do conhecimento organizacional

A estrutura conceitual básica sobre as formas de administração do processo de criação do conhecimento, de acordo com Nonaka e Takeuchi (1997), possui duas dimensões – (1) a dimensão ontológica e (2) a dimensão epistemológica –, descritas a seguir.

1. Ontológica: o conhecimento só pode ser criado por indivíduos. Uma organização, por si só, não pode criar conhecimento, seu escopo é apoiar os indivíduos e lhes proporcionar condições para tal. A existência do conhecimento organizacional é

possível a partir de interações que permitem sua criação de forma individual e a disseminação para a organização em seu conjunto.

2. Epistemológica: segundo essa dimensão, há dois tipos de conhecimentos:

- explícito: o conhecimento que é objetivo e facilmente captado, codificado e compartilhado. Trata-se de um conhecimento transmissível em linguagem formal e sistemática, formalizado em textos, gráficos, tabelas, figuras, desenhos, esquemas, diagramas, etc., facilmente organizado em bases de dados e em publicações em geral, tanto em papel quanto em formato eletrônico.
- tácito: é o conhecimento que reside essencialmente na cabeça das pessoas. É um saber subjetivo, baseado em experiências pessoais e específicas ao contexto, e por tal motivo é mais difícil de ser formulado e comunicado; corresponde às habilidades inerentes a uma pessoa; é um sistema de ideias, percepção e experiência, difícil de ser formalizado, transferido ou explicado a outra pessoa.

Davenport e Prusak (1998) e Nonaka e Takeuchi (1995) contemplam o conhecimento através de duas dimensões: (1) tácito e (2) explícito.

Popadiuk e Choo (2006) discutem um terceiro tipo de conhecimento: o cultural. Em outras palavras, são crenças utilizadas para descrever e explicar a realidade, bem como convenções e expectativas empregadas para atribuir valor e significado a novas informações. Trata-se de um conhecimento não codificado, mas que é difundido através das relações grupais. Embora Nonaka e Takeuchi (1995) não discutam o conhecimento caracterizado como cultural, elaboram uma distinção entre conhecimento coletivo e individual.

Yakhlef (2005) contempla o conhecimento como acumulativo, construído sobre e a partir de conhecimentos criados anteriormente. Diferentemente de outras atividades organizacionais, a criação de conhecimento não precisa estar localizada em certo lugar e tempo nem ser monitorada. Ideias criativas e *insights* não necessariamente são criados durante as atividades executadas. Em contraste com recursos físicos, ideias são transferidas e ao mesmo tempo não se perdem, pois o indivíduo as compartilha com outros e continua as possuindo.

No Quadro 1, apresenta-se a classificação dos conhecimentos de acordo com a pesquisa bibliográfica realizada.

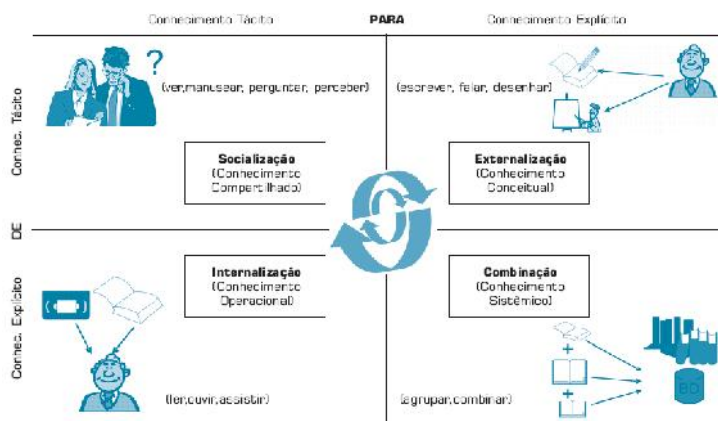
Quadro 1 - Classificação dos conhecimentos

Tipos	Características	Baseado em
Tácito	Não codificado, baseado em experiências, pensamentos e sentimentos.	Davenport e Prusak (1998) Nonaka e Takeuchi (1997)
Explícito	Articulável, codificado e comunicável, facilmente transferido.	
Individual	Inerente ao indivíduo, de acordo com suas opiniões, atitudes e experiências.	Nonaka e Takeuchi (1997)
Coletivo	Reside em ações coletivas de um grupo.	
Cultural	Crenças que são utilizadas para descrever e explicar a realidade.	Popadiuk e Choo (2006)
Acumulativo	Construído sobre e a partir de conhecimentos criados anteriormente.	Yakhlef (2005)

Fonte: elaborado a partir da pesquisa (2010)

Com base nessa distinção, Nonaka e Takeuchi (1997) afirmam que há um pressuposto de que o conhecimento humano é criado e expandido através da interação social entre os conhecimentos tácito e explícito, o que se chama “conversão do conhecimento”, que acontece nos processos de socialização, externalização, internalização e combinação, como mostra a Figura 1.

Figura 1 - Processos de socialização, externalização, internalização e combinação



Fonte: adaptado de Nonaka e Takeuchi (1997)

Segundo Nonaka e Takeuchi (1997), o conhecimento ocorre a partir de uma espiral de conhecimento baseada no comprometimento pessoal e em vários processos de conversão entre o conhecimento tácito e o explícito, envolvendo desde o indivíduo até o grupo, a organização e o ambiente. Os ciclos de conversão do conhecimento, quando passam várias vezes pelos quatro processos (socialização, externalização, internalização e combinação), formam uma espiral que serve para analisar e entender os mais diversos casos de criação e disseminação do conhecimento, tendo cada caso suas particularidades ou especificidades, conforme abaixo descrito:

3.1.2 Socialização: de conhecimento tácito em conhecimento tácito

O processo de socialização ocorre na conversão de parte do conhecimento tácito de uma pessoa no conhecimento tácito de outra pessoa. Esse tipo de conversão também é abordado pelas teorias ligadas à cultura organizacional e ao trabalho em grupo. Uma síntese dessa conversão pode ser a troca de conhecimentos face a face entre pessoas.

3.1.3 Externalização: de conhecimento tácito em conhecimento explícito

O processo de externalização ocorre na conversão de parte do conhecimento tácito do indivíduo em algum tipo de conhecimento explícito. Tal conversão é pouco abordada por outras teorias da administração. Como exemplo, pode ser citado o registro do conhecimento da pessoa feito por ela mesma.

3.1.4 Combinação: de conhecimento explícito em conhecimento explícito

O processo de combinação ocorre na conversão de algum tipo de conhecimento explícito gerado por um indivíduo e que será agregado ao conhecimento explícito da organização. Esse tipo de conversão também é abordado pelas teorias ligadas ao processamento da informação. O exemplo a ser citado pode ser o agrupamento dos registros de conhecimentos.

3.1.5 Internalização: de conhecimento explícito para conhecimento tácito

O processo de internalização ocorre na conversão de partes do conhecimento explícito da organização em conhecimento tácito do indivíduo. Tal conversão também é abordada pelas teorias ligadas à aprendizagem organizacional.

Para que isso ocorra, no entanto, é necessário que as ferramentas, a linguagem e as práticas gerenciais relacionadas à Gestão do Conhecimento sejam adaptadas às possibilidades, aos desafios e às condições financeiras das organizações. A Gestão do Conhecimento requer, por outro lado, que os líderes das organizações compreendam os conceitos essenciais que fundamentam as técnicas e as ferramentas utilizadas na organização. Exige um alto grau de sensibilização por parte da organização quanto às mudanças nos cenários externos e também nas aspirações profissionais e pessoais dos funcionários.

Segundo Nonaka e Takeuchi (1997, p. XXII):

O conhecimento organizacional é a capacidade de uma organização de criar um novo conhecimento, difundi-lo na organização como um todo e incorporá-los a produtos (ou serviços) e sistemas (processos).

A partir de um levantamento realizado na literatura, foi observado que Nonaka e Takeuchi (1997), identificam e compreendem como acontece a criação de conhecimento nas organizações, da seguinte forma:

1. Aumento da base de conhecimentos tácitos de um indivíduo.
2. Uso da socialização para transferir esse conhecimento a toda a organização, liberando o conhecimento tácito do indivíduo.
3. Difusão interativa do conhecimento entre os diferentes níveis da organização.
4. Aumento da variedade de requisitos, reestruturação da organização e introdução do caos criativo na organização.
5. Criação de nova tecnologia e de novos processos que exigem inovação contínua.

O conhecimento atinge igual importância e equipara-se a um recurso de poder de competitividade nas organizações que possuem a capacidade de criar um novo conhecimento e difundi-lo em sua totalidade.

Há um reconhecimento crescente de que a chave para a criação de conhecimento reside na interligação entre o conhecimento tácito e o explícito. Nesse contexto, a Gestão do Conhecimento é vista como um agente facilitador, permitindo às organizações se desenvolverem e serem mais competitivas. O conhecimento é um misto de experiências, valores e informação contextual que fornece uma estrutura para avaliar e incorporar novas experiências e informação. É aplicado na mente das pessoas, da qual se origina.

4 Indicação Geográfica

A indicação geográfica (IG) assim como as marcas, os nomes empresariais, os nomes de domínio, dentre outros, são signos distintivos que tem por objetivo diferenciar bens e indicar a sua origem – normalmente sua origem comercial. Diferenciar um bem (compreendido neste um produto ou serviço) significa demonstrar no mercado, especialmente para o consumidor, que um bem é diferente de outro de mesma quantidade e espécie em face de sua origem, de suas características ou de sua qualidade. A indicação da origem comercial serve para que o consumidor saiba quem é o seu fornecedor, garantindo

a sua procedência em termos comerciais. No caso das IG, a isso se acrescenta o objetivo de indicar a origem geográfica do bem, ou seja, onde este foi elaborado e sob quais condições (CERDAN, BRUCH e SILVIA, 2010).

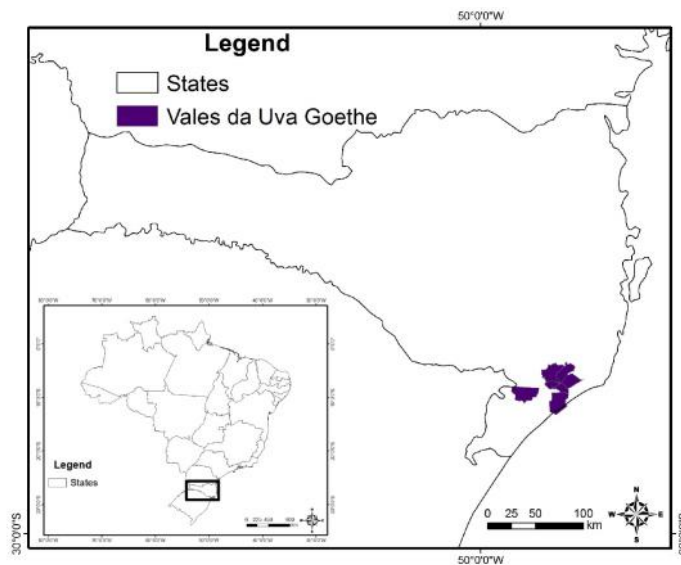
No TRIPS, a seção 3 da Parte II foi reservada à proteção das indicações geográficas. Segundo este Acordo “as Indicações Geográficas são indicações que identifiquem um produto como originário do território de um Membro, ou região ou localidade deste território, quando determinada qualidade, reputação ou outra característica do produto seja essencialmente atribuída à sua origem geográfica”.

O Brasil, internalizando as normas do TRIPS, promulga a Lei nº 9.279/1996 (BRASIL, 1996), em seus artigos 176 e seguintes, define o que se constitui uma indicação geográfica: a indicação de procedência e a denominação de origem. O artigo 177 define a **indicação de procedência** (IP) como o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço. Já o artigo 187 define a **denominação de origem** (DO) 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.

4.1 A região de Indicação de Procedência do Vales da Uva Goethe – SC (IPVUG)

A Indicação de Procedência “Vales da Uva Goethe” é fruto da remota história da colonização do sul de Santa Catarina. Oito são os municípios que integram o “Vales da Uva Goethe”: Urussanga, Pedras Grandes, Morro da Fumaça, Cocal do Sul, Treze de Maio, Orleans, Nova Veneza e Içara também denominados, região de Urussanga, conforme visualizada na Figura 2.

Figura 2– Localização do Vales da Uva Goethe, Santa Catarina, Brasil



Fonte: IBGE (2013).

Os colonizadores de Urussanga, conforme Maestrelli (2011) provêm da região de Veneto, do Vale do Rio Piave, de Belluno e de Trento - Itália, de onde partem em março de 1878. Aportam no Brasil em Pernambuco, chegam ao Rio de Janeiro em abril do mesmo ano, dirigindo-se para Desterro em Santa Catarina (atual Florianópolis). De Desterro a Laguna e de Laguna a Tubarão e Pedras Grandes, chegam por fim a Urussanga, em 26 de maio de 1878, 19 imigrantes, logo, seguidos por mais 78 famílias, nascendo assim, o principal núcleo da colonização italiana no sul catarinense.

A chegada, o reconhecimento do que os esperava, no entanto, não condiz com os sonhos, de cultivar ricas terras e fazer fortuna, trazidos na bagagem. As terras ainda devem ser desbravadas, uma vez que são habitadas pelos índios “Xokleng”, considerados à época os senhores da região. Conforme aponta Maestrelli (2011, p. 87):

... índios e imigrantes se encontram para um inevitável abraço de sangue. Um confronto que não era um desejo e sim uma contingência, que não era uma escolha e sim uma fatalidade, que não envolvia ambições e sim lágrimas. Sejam índios ou imigrantes, ambos foram personagens de uma retirada imposta pela miséria, fome e humilhação.

Vencidas as dificuldades conforme a necessidade, os imigrantes cultivam a terra, derramam nela sementes que lhes são fornecidas, crescem as lavouras de milho, cana de açúcar, arroz e feijão, e como não poderia deixar de ser, dando especial atenção para o cultivo das vinhas. Velloso (2008), afirma que ramos de videira foram trazidos da Itália nos navios e plantados logo no início da colonização. No entanto o cultivo da videira e a produção de vinho foram marcados também por dificuldades.

A adaptação das variedades trazidas não foi bem sucedida, resultando em vinhos de baixa qualidade. Porém, Giuseppe Caruso Mac Donald, um advogado italiano, nomeado regente consular vem de São Paulo para Santa Catarina, trazendo para Urussanga a variedade “Goethe” em uma de suas viagens.

Cultivar uvas é identidade do povo. O clima impediu um desenvolvimento inicial, mas pesquisas do importante vinicultor Caruso Mac Donald introduziram a uva Goethe (híbrido 85% vinífera/15% americana). Elaborar o vinho branco que a terra permitia torna-se importante atividade econômica. Com auge em 1950. (FLORES e FLORES, 2012. p. 74).

Conforme Velloso (2008), a variedade Goethe distribuída entre os imigrantes adaptou-se às condições edafo-climáticas da região de Urussanga e logo se apresentava na maioria dos parreirais nas colônias.

A uva e o vinho Goethe alcançam ótima produção e reconhecimento nacional e internacional, elevando Urussanga à capital do vinho.

A Goethe encontrou em Urussanga o seu território. Foi um caso de amor à primeira vista, sendo cultivada desde o início com o duplo propósito de consumo *in natura* e de produtora de vinho. Durante praticamente quatro décadas, essa variedade projetou Urussanga no cenário vinícola nacional e internacional. Nas décadas de 30 a 60 do século 20, a uva e o vinho Goethe, com o seu amarelo ouro, garantiram fama a Urussanga e a seus produtores de vinho. (MAESTRELLI, 2011. p.116).

Paralelamente ao sucesso e desenvolvimento da vitivinicultura urussanguense, surgia e desenvolvia-se rapidamente a indústria do carvão, que em pouco tempo viria a consagrar a cidade vizinha, Criciúma, como a Capital do Carvão.

O minério alcança destaque na economia nacional quando por determinação do Governo Federal de Getúlio Vargas torna-se obrigatório o uso do carvão mineral nacional. Com atrativa oferta de trabalho e vantagens como aposentadoria precoce e alta

remuneração, a indústria do carvão, vai, além de explorar o minério, mudando também o cenário agrícola da região. O vitivinicultor abandona as vinhas e torna-se o explorador de minério.

... surge a extração de carvão mineral, que tornou a região polo carbonífero (junto com Lauro Muller, Siderópolis e Criciúma), e passa a exigir mão de obra. A boa remuneração e rápida aposentadoria atraíram colonos, terras foram vendidas, vinhedos abandonados, e a migração em massa para o setor provocou mudanças na economia. (FLORES e FLORES, 2012. p. 74).

No entanto, o cultivo da uva e a produção do vinho Goethe, ainda que timidamente, permanecem na região de Urussanga. Os produtores, descendentes dos imigrantes colonizadores, cultivam, produzem, muito mais que a uva, que o vinho Goethe, mantêm vivo o saber fazer, a tipicidade da variedade Goethe, que tão generosamente adaptou-se à região.

No ano de 2005, unidos em associação, a PROGOETHE, produtores da uva e vinho Goethe, iniciam o processo de “Indicação de Procedência Vales da Uva Goethe”, com intenção de elevar o produto em qualidade, reconhecimento, e principalmente, perpetuar esse produto, que permeia a história de todo um povo, de sua cultura, daqueles que, como afirmam Flores e Flores (2012), fizeram da uva Goethe o símbolo de resistência, a força para permanecerem produzindo uva e vinho, não submetendo-se às condições de trabalho nas carvoeiras.

A Indicação de Procedência VALES DA UVA GOETHE acrescentará um novo parâmetro na produção, organização e comercialização de vinhos no Brasil. Estes produtos constituem a classe de Vinhos Brasileiros com Procedência reconhecida. Constitui a primeira I.P. no Brasil sustentada, não somente na questão da produção territorial, mas fundamentalmente em um vinho que há mais de um século é elaborado no território de abrangência da I.P. com uma variedade exclusivamente presente na região de Urussanga e municípios vizinhos, denominado de território dos Vales da Uva Goethe. (Manual de controle interno da I.P.V.U.G. 2012. p.3).

O retorno ao mercado com reconhecimento no cenário nacional, como tivera em 1950, por meio da já conquistada Indicação de Procedência, é o que almejam os associados da PROGOETHE, que visam além da perpetuação do Vales da Uva Goethe, o desenvolvimento econômico regional, por meio da geração de novas oportunidades de trabalho, seja pelo aumento na produção, seja pela crescente demanda no campo do ecoturismo. Conforme Vieira *et al* (2013) com o processo de Indicação de Procedência observa-se a formação de um ciclo, onde os diferentes setores acabam se interligando e dependendo uns dos outros, gerando benefício à coletividade.

Com vista para o mercado, segundo Fagundes *et al* (2012) a Indicação de Procedência melhora e torna mais estável a demanda do produto, pois sob a etiqueta da indicação geográfica, sabe o consumidor que encontrará um produto de qualidade, com características regionais, além de permitir a identificação do produto dentre outros.

O reconhecimento da IP tem como objetivo garantir uma constância na demanda pelo produto e, se possível, agregar valor, buscar uma melhoria na geração de renda de seus associados e fomentar o desenvolvimento local (VIEIRA; WATANABE; BRUCH, 2012).

Essa região está intimamente ligada à cultura e tradição na produção da uva e vinho Goethe (*savoir faire* ou fator humano), apresentando solos e condições climáticas distintas (fatores naturais). Com o reconhecimento da indicação de procedência, criou um “clima” favorável ao ecoturismo em Urussanga. Diante desse cenário, o governo do estado de

Santa Catarina reconheceu a importância dos “Vales da uva Goethe”, na região delimitada pela Indicação de Procedência, como território único em Santa Catarina, reforçando o pedido da proteção junto ao INPI (VIEIRA; WATANABE; BRUCH, 2012).

As vinícolas integrantes da IP que elaboram vinhos à base de uva Goethe e pertencentes à PROGOETHE são: *Vinícola Mazon* - Fundada na década de 1970 pelos irmãos Genésio e Jayme Mazon, a Vinícola tem por objetivo seguir a tradição da linha materna da família, os Debiasi, preenchendo uma lacuna no tradicional ramo da vitivinicultura de Urussanga; Vitivinícola Urussanga – Proveniente de Longarone, Região do Vêneto, Itália, os Damian estabeleceram-se em Urussanga em fins do século XIX; Vinícola Quarezemin - Atua desde 2002 na região; Vinícola Felipe – A família e proveniente da região da Toscana na Itália, vindo para a região no final do século XIX. A vinícola é administrada pela terceira geração de imigrantes e preserva até hoje métodos tradicionais ao lado de novas tecnologias. A vinícola possui localização privilegiada, na comunidade histórica de Azambuja, sede da colonização italiana no sul de Santa Catarina e componente do roteiro: Caminhos da Imigração Italiana; Vinícola Trevisol - A tradição em produzir vinhos surgiu há mais de 100 anos na família Trevisol. Com parreirais de uva Goethe centenários, a quinta geração continua a fabricar a bebida mais tradicional de Urussanga. Além destas, também cultivam a uva e elaboram vinhos artesanais os associados Rodolfo Della Bruna, Denner Quarezemin, Deivson Baldin, Raul Savio, Rafael Sorato, Márcio Scremin e Antonio de Lorenzi Cancelier (PROGOETHE, 2012).

5 Apresentação e análise dos dados da pesquisa de campo

Após a aplicação da entrevista, quando buscou verificar como acontece e como foi observada a criação do conhecimento na associação nesta pesquisa, a transcrição das entrevistas foi dividida em categorias para facilitar a compreensão dos resultados. A avaliação dessas categorias foi fundamentada em conceitos sustentados pelos autores referenciados na fundamentação teórica. A pesquisa consegue avaliar as perguntas e respostas das entrevistas efetuadas junto aos entrevistados e reconhecer, por meio das respostas obtidas, a existência ou não de criação de conhecimento nessa associação através das técnicas levantadas na literatura, com base nos conceitos de Nonaka e Takeuchi (1997). Na análise das categorias podem ser conferidas a seguir, sendo apresentados os resultados obtidos individualmente em cada categoria descrita.

A seguir, são detalhados e discutidos esses resultados, distribuídos em sete categorias.

a) **Categoria 1:** Aumento da base de conhecimentos de um indivíduo

Pode-se constatar que o conhecimento tácito era eminente para o Presidente da Progoethe e a vitivinicultora, os quais afirmaram que o vinho era feita empiricamente, uma vez que “cada um tinha uma receita, mas era feito tudo empiricamente e as indústrias vinícolas cada um tem a sua receita e tem a sua maneira de fazer. Mas o fato é que cada associado deveria ter uma receita feita cientificamente produzida”. E que hoje, conseguem em parte elaborar de forma padronizada, estabelecidos pelo Manual de Elaboração de Vinho, elaborado pelo Conselho Regulador da IPVUG. Esse conhecimento foi construído durante as várias reuniões ocorridas no decorrer da implementação da IPVUG, fato ocorrido com a aplicação dos processos de criação do conhecimento: (1) socialização nos momentos das frequentes reuniões; (2) externalização quando conseguem explicitar em documentos os dados e as informações; (3) combinação durante a análise da elaboração do manual; e (4)

internalização, quando os vitivinicultores levam para suas rotinas os conhecimentos criados na indicação geográfica.

Na percepção dos entrevistados, foi observado que as pessoas adquiriram um novo conhecimento, ou seja, aprenderam algo novo a partir da implementação da indicação de procedência. Os entrevistados afirmam que havia atividades e processos realizadas de forma empírica, baseada no conhecimento familiar que foi repassado de geração em geração.

b) Categoria 2: Uso da socialização para transferir o conhecimento a outros indivíduos da associação

A socialização compreende as conversas informais e formais, com repasse de orientações e, ampliando dessa forma a base do conhecimento tácito dos vitivinicultores.

De acordo com as entrevistas, percebe-se que os conhecimentos criados dentro da associação de uma pessoa para as outras. Esses conhecimentos foram transferidos da seguinte forma:

- Em viagens e contato em diversas regiões com características próprias que produzem vinhos, queijos e presunto; e conversas com pessoas chaves para conhecer a forma de funcionamento;
- reuniões de degustações, algumas palestras e seminários;
- repasse de informações para as pessoas, mencionando-se a necessidade de adequar a qualidade dos vinhos dentro da legislação do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA).

O uso da socialização para disseminar o novo conhecimento criado na pela indicação de procedência fica evidente quando os entrevistados afirmaram que as informações foram transmitidas por meio de reuniões com as pessoas chave para conscientizá-las da necessidade de se adequar corretamente o produto (vinho goethe) ao gosto do consumidor e à legislação do MAPA.

Nonaka e Takeuchi (1997) afirmam que, para liberar o conhecimento e transferi-lo às pessoas, é necessário o uso da socialização. Nesse sentido, Santiago Jr. (2004) corrobora afirmando que a disseminação dos conhecimentos dos indivíduos promove contatos face a face e conversas informais. Choo (2003) reforça esse conceito quando sustenta que a interação em diálogos diretos entre pessoas de diferentes áreas funcionais, que partilham suas habilidades e experiências, acaba organizando equipes para se desenvolverem rumo a um objetivo comum. O autor consolida com a ideia de Vick, Nagano e Santos (2009), que dizem que a transferência de conhecimento entre as pessoas pode ocorrer durante a promoção de reuniões formais e informais para que a equipe perceba as variáveis ambientais e organizacionais.

c) Categoria 3: Difusão interativa do conhecimento entre os diferentes níveis da Progoethe

A Progoethe (a associação dos produtores e uva e vinho goethe) aplica o processo de criação do conhecimento quando: (1) Socialização: durante as reuniões com os produtores de uva goethe; nas degustações, seminários e palestras; (2) Externalização: quando elaboraram o Manual de Uso elaborado pelo Conselho Regulador da IPVUG; (3) Combinação: na ocasião do repasse e revisão do Manual de Uso de elaboração do vinho pelos membros que estiverem dentro das normas estabelecidas no Manual de Uso estabelecido pelo Conselho Regulador da IPVUG; e (4) Internalização: no momento em que o vitivinicultores assimilam o conhecimento e o internaliza na rotina de trabalho na produção.

Os entrevistados afirmaram que os novos conhecimentos sobre o processo de Indicação de Procedência foram disseminados entre os membros da Progoethe. O processo da IPVUG foi repassado para os membros da Progoethe por meio de:

- muitas reuniões;
- por encontros os quais todos experimentavam os vinhos um dos outros;
- implementação do Manual de Uso explicando todos os procedimentos para cada atividade; e
- convocação de reunião para revisar procedimentos.

d) **Categoria 4:** Reestruturação com criação e alteração de novas rotinas

Nesta categoria, ocorre a modificação de novas rotinas quando os vitivinicultores necessitam alterar a forma de elaborar o vinho, quando não se tem mais a ideia que o goethe de qualidade seja o vinho extremamente amarelo, ou extremamente ácido, que tem que ter amargor no final. Para que a criação e a alteração de rotinas fossem efetuadas, aplicou-se o processo de criação do conhecimento: (1) Socialização: quando há um debate de como estruturar o Manual de Uso de elaboração do vinho; e (2) Externalização: quando o Conselho Regulador registra os conhecimentos tácitos em normas de elaboração do produto para garantir a qualidade.

A entrevista aponta que houve criação e modificação das rotinas e da atividade. A mudança ocorreu em virtude da criação e da alteração nos procedimentos executados pelos membros do Conselho Regulador, para que chegassem a um consenso mínimo, um padrão mínimo de entendimento de qualidade. E mesmo assim, ainda tem vinhos com características bem diferentes dos que está sendo proposto pelo Manual de Uso da IPVUG. Quando iniciou a troca de informações e a comparação dos produtos, começou o processo de busca por novos métodos para alterar o produto, porém, sem que ocorressem alterações no produto final, para não perder a característica do produto familiar e tradicional, a tipicidade do vinho goethe.

e) **Categoria 5:** Aumento da variedade de requisitos

O processo de criação do conhecimento constatado nesta categoria foi: (1) Externalização, quando o vinicultor cria a nova estrutura de controle e efetua registro em documentos de rastreabilidade; (2) Combinação, quando o vinicultor registra todo processo desde a propriedade até a vinícola, para demonstrar a rastreabilidade do produto.

O presidente da Progoethe afirmou que houve acréscimo de novos itens ou tipos de controle para as vinícolas. Essa necessidade ocorreu em virtude da adequação à legislação do Ministério da Agricultura e às necessidades da Progoethe.

f) **Categoria 6:** Consulta de publicações, órgãos e entidades de classe, materiais científicos e técnicos

A criação do conhecimento pode ocorrer por meio de consulta de publicações, órgãos e instituições de classe e materiais científicos e técnicos. O aumento da base de conhecimento tácito dos vitivinicultores ocorreu por intermédio do consultor do Sebrae e posteriormente pela Epagri, bem como através de contato com pessoas do setor, principalmente com a indústrias de biotecnologia.

O processo de criação do conhecimento identificado nesta categoria é: (1) Internalização: na assimilação das informações por meio dos seminários e palestras no Sebrae e na Epagri; e (2) Socialização: no momento da disseminação das informações junto vinicultores e vitivinicultores.

g) **Categoria 7:** Relevância e eficácia do conhecimento sobre Indicação de Procedência para a Progoethe

Para Choo (2003), a criação do conhecimento ocorre quando a organização atribui relevância e eficácia do conhecimento da indicação geográfica. Nesta categoria, buscou-se verificar se os conhecimentos criados na associação possuem significado, mérito, importância e se são considerados úteis para os associados com relação às novas informações e conhecimentos sobre indicação geográfica.

Os processos de criação do conhecimento identificados nesta categoria são: (1) Socialização: quando os vinicultores e vitivinicultores disseminam os conhecimentos existentes para outros produtores por meio de reuniões na associação; (2) Combinação: quando os associados conhecem as informações contidas no Manual de Uso para elaboração de vinhos da Uva Goethe; (3) Internalização: a partir das análises do manual de elaboração de vinhos; os associados incorporam o conhecimento para alcançar o resultado desejado através da transparência do conhecimento criado pelo processo da IPVUG.

Verifica-se também que os conhecimentos da indicação de procedência se encontrava nos conhecimentos dos vitivinicultores (tácitos), o que se identifica quando eles afirmaram que os vinhos da uva Goethe é de qualidade e característico da região, porém, eles possuíam padrões bem diferentes.

6 Conclusões

Apesar de os membros da Associação Progoethe não conhecerem metodologicamente os conceitos difundidos por Nonaka e Takeuchi (1997) na fundamentação teórica aqui apresentada, pôde-se observar que a associação reconhece a criação do conhecimento quando os vitivinicultores afirmaram que houve aumento da base de conhecimentos tácitos das pessoas que trabalham na viticultura e vitivinicultura. Observa-se que ocorreu a socialização quando afirmaram que foram realizadas muitas reuniões e troca de informações para implementação do processo Indicação de Procedência do Vales da Uva Goethe e que houve aumento das rotinas e novos procedimentos nos processos.

Constata-se também a criação do conhecimento dos membros da Progoethe aumentou quando o Sebrae e a Epagri, participaram da elaboração do processo do pedido da IPVUG junto ao INPI, para elaboração do Manual de Uso, aumentando a variedade de requisitos no manual de elaboração do vinho e melhorando a competência das pessoas envolvidas no processo de implementação da IPVUG, conforme sustentam Nonaka e Takeuchi (1997).

A constatação de que houve aumento dos conhecimentos técnicos dos membros da Progoethe pode ser verificada nas entrevistas. A consolidação entre os conceitos levantados na fundamentação teórica sobre criação do conhecimento e as entrevistas ocorreu durante o acompanhamento da pesquisa e os estudos efetuados pelos pesquisadores, por meio das respostas obtidas durante as entrevistas, que foram estruturadas com base nos conceitos fundamentados em autores pesquisados na literatura. Neste sentido, constata-se que o conhecimento cultural é expresso por meio de convenções e expectativas dos membros da Associação quando atribuiu valor e significado às informações do vinho do Vales Uva Goethe quando o Conselho Regulador da IPVUG e

produtores organizaram o manual de elaboração de vinho, durante as várias reuniões ocorridas com os produtores de vinho.

Assim, sugere-se que sejam realizados mais estudos no sentido de aprofundar a compreensão da IPVUG em diferentes áreas. Outra oportunidade para melhor compreensão deste processo de conhecimento seria identificar e analisar as diversas culturas organizacionais que fomentam, facilitam ou dificultam a criação do conhecimento com a utilização da IPVUG por meio de alguns questionamentos, tais como: (1) Quais tipos de culturas organizacionais que são mais favoráveis para implementar uma indicação geográfica? (2) A cultura de organizações familiares facilita ou dificulta a criação de conhecimento na implementação do processo de reconhecimento de uma indicação geográfica?

REFERENCIAS

BRASIL (a), LEI 9.279, de 14 de maio de 1996 (Código de Propriedade Industrial). Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. 1996. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br/CCIVIL/Leis/L9279.htm>>. Acesso em: 10/03/2013

BRASIL, Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Curso de Propriedade Intelectual & Inovação no Agronegócio**. Organização: Luis Otávio Pimentel. 2ª ed. rev. e atual. Brasília: MAPA; Florianópolis: EAD/UFSC, 2010.

CERDAN C.; BRUCH K.L.; SILVA A.L., **Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio**: Módulo II, indicação geográfica, Brasília, MAPA, Florianópolis, SEAD/UFSC/FAPEU, 2ª ed., 2010, 376 p.

CHOO, C. W. **A organização do conhecimento**: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões. São Paulo: Senac, 2003.

CONSELHO REGULADOR DA INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA VALES DA UVA GOETHE. **Manual de controle interno da Indicação de Procedência Vales da Uva Goethe**. Urussanga: IPVUG, 2012.

DANGELICO, R. M.; GARAVELLI, A. C.; PETRUZZELLI, A. M. A system dynamics model to analyze technology districts' evolution in a knowledge-based perspective. **Technovation**, Italia, v. 30, n. 1, 142-153, Mar. 2010.

DAVENPORT, T.H.; PRUSAK, L. **Conhecimento empresarial**: como as organizações gerenciam o seu capital intelectual. 7. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

FAGUNDES, P.M.; PADILHA, A.C.; SLUZZ, T.; PADULA, A.D. Geographical indication as a market orientation strategy: An analysis of producers of highquality wines in Southern Brazil. **Database Marketing & Customer Strategy Management**. Aop 19, 163-178 (10sep2012). Disponível em:<<http://www.palgrave-journals.com/dbm/journal/v19/n3/full/dbm201218a.html>>. Acesso em: 10 dez. 2012.

FLORES, M. A. D.; FLORES, A. **Diagnóstico do Enoturismo Brasileiro**, Brasília, DF: SEBRAE; Bento Gonçalves, RS: IBRAVIN, 2012.

FORAY, D.; GAULT, F. **Measuring Knowledge Management in the Business Sector**. Canadá: OECD/Minister Of Industry, 2003.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Geociências**. Disponível em: <http://downloads.ibge.gov.br/downloads_geociencias.htm>. Acesso em: 16/04/2013.

MAESTRELLI, S.R. **Do parreiral à taça: o vinho através da história**. Urussanga: EPAGRI, 2011.

MANUAL DE CONTROLE INTERNO DA I.P.V.U.G. Progoethe, 2012

MAPA. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/>>. Acesso em: 28 fev. 2011.

MELO, L. E. V. de. **Gestão do conhecimento: conceitos e aplicações**. São Paulo: Érica, 2003.

MITRI, M. A. Knowledge management framework for curriculum assessment. **Journal of Computer Information Systems**, [S.l.], v. 43, n. 4, p. 15-24, 2003.

NONAKA, I; TAKEUCHI, H. **Criação de conhecimento na empresa**. 16. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

----- . **The knowledge-creating company: how Japanese companies create the dynamics of innovation**. New York: Oxford University Press, 1995.

POLITIS, J. The connection between trust and knowledge management: what are its implications for team performance. **Journal of Knowledge Management**, [S.l.], v. 7, n. 5, p. 55-66, 2003.

POPADIUK, S.; CHOO, C. W. Innovation and knowledge creation: how are these concepts related?. **International Journal of Information Management**, v. 26, n. 4, p. 302-312, Aug. 2006.

PROGOETHE, Associação de produtores da uva e do vinho Goethe. Disponível em: <http://www.progoethe.com.br/>. Acesso em: 20 abr 2012.

REBOLLAR, P.M.; VELLOSO, C.Q.; ERN, R.; VIEIRA, H.J.; DA SILVA, A.L. **Progoethe: Vales da Uva Goethe**, Urussanga: Editora Progoethe, 2007.

SANTIAGO JR., J. R. S. **Gestão do conhecimento: a chave para o sucesso empresarial**. São Paulo: Novatec, 2004.

SARACENI, A., et al. Gestão do conhecimento como estratégia de desenvolvimento econômico e regional. **VÉRTICES**, Campos dos Goytacazes/RJ, v.14, n. 3, p. 117-130 set./dez. 2012.

SONG, M.; BIJ, H. van der; WEGGEMAN, M. Factors for improving the level of knowledge generation in new product development. **R & D Management**, [S.l.], v. 36, n. 2, p. 173-87, Mar. 2006.

TERRA, J. C. C. **Gestão do conhecimento: o grande desafio empresarial**. São Paulo: Negócio, 2001.

VELLOSO, C. Q. **Indicação geográfica e desenvolvimento territorial sustentável: a atuação dos atores sociais nas dinâmicas de desenvolvimento territorial a partir da ligação do produto ao território (um estudo de caso em Urussanga, SC)**. 2008. 168 f. Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas) - Programa de Pós-Graduação em Agroecossistemas, Centro de Ciências Agrárias. Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2008.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2009.

VIEIRA, A.C.P.; WATANABE, M.; BRUCH, K.L. Perspectivas de desenvolvimento da vitivinicultura em face do reconhecimento da Indicação de Procedência dos Vales da Uva Goethe. **Revista GEINTEC**, v. 2, p. 327-343, 2012.

VIEIRA, A.C.P.; BRUCH, K.L.; FORMIGUIERI, I.; RODEGHERO, C. Geographical indication as a tool for the development of a region: the case for indication of origin Vales da Uva Goethe – SC. In: **Anais International Association for Management of Technology (IAMOT)**. Porto Alegre: IAMOT, 2013. (prelo)

VICK, T.; NAGANO, M. S.; SANTOS, F. C. A. Aportes da gestão da informação para a criação de conhecimento em equipes de inovação. *Perspectivas em Ciência da Informação*, Belo Horizonte, v. 14, n. 2, p. 204-219, maio/ago. 2009.

YAKHLEF, A. Immobility of tacit knowledge and the displacement of the locus of innovation. **European Journal of Innovation Management**, [S.l.], v. 8, n. 2, p. 227-239, 2005.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2005.