

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS, ADMINISTRATIVAS E CONTÁBEIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
COMPETITIVIDADE E MARKETING

AMANDA REGINA LEITE

**INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS COMO ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO
TERRITORIAL: O CASO DOS VALES DA UVA GOETHE**

PASSO FUNDO

2020

AMANDA REGINA LEITE

**INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS COMO ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO
TERRITORIAL: O CASO VALES DA UVA GOETHE**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração, na linha de pesquisa Competitividade e Marketing, da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Luiz Fernando Fritz Filho

PASSO FUNDO

2020

CIP – Catalogação na Publicação

L533i Leite, Amanda Regina
Indicações geográficas como estratégia de desenvolvimento territorial [recurso eletrônico] : o caso dos Vales da Uva Goethe / Amanda Regina Leite. – 2020.
2.2 Mb ; PDF.

Orientador: Prof. Dr. Luiz Fernando Fritz Filho.
Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade de Passo Fundo, 2020.

1. Administração. 2. Indicação geográfica. 3. Política pública. 4. Desenvolvimento territorial. I. Fritz Filho, Luiz Fernando, orientador. II. Título.

CDU: 658

Catálogo: Bibliotecária Schirlei T. da Silva Vaz - CRB 10/1364

AMANDA REGINA LEITE

**INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS COMO ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO
TERRITORIAL: O CASO VALES DA UVA GOETHE**

Dissertação de Mestrado aprovada em 27 de Abril de 2020, apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Administração, na linha de pesquisa Competitividade e Marketing, da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração.

Prof. Dr. Luiz Fernando Fritz Filho
UPF – Orientador

Profa. Dra. Adriana Carvalho Pinto Vieira
UFSM – Examinadora

Profa. Dra. Cleide Fátima Moretto
UPF – Examinadora

Profa. Dra. Karen Beltrame Becker Fritz
UPF – Examinadora

PASSO FUNDO

2020

“Feliz aquele que transfere o que sabe e aprende o que ensina.
O que na vida não é o ponto de partida e sim a caminhada.
Caminhando e semeando, no fim terás o que colher”.

(Cora Coralina)

Dedico este trabalho a meu amado esposo, pessoa com quem amo partilhar a vida; e a todas as pessoas que, ao longo da vida, acreditaram e confiaram em meu potencial e trabalho, obrigada a todos que colaboraram com minha formação acadêmica e principalmente de caráter.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus, por ser meu porto seguro e me iluminar durante todos os momentos desta trajetória acadêmica.

À minha família, pelo apoio e compreensão necessários durante todo o processo desta dissertação.

Agradeço ao meu orientador, Prof. Dr. Luiz Fernando Fritz Filho, sempre paciente e por me auxiliar durante todo o processo elaboração desta dissertação e por confiar em meu trabalho.

Aos meus dois maiores incentivadores nesta vida acadêmica: Profa. Dra. Ana Claudia Machado Padilha, que sempre acreditou em meu potencial, pela amizade, incentivo e confiança. Quem eu muito admiro e que me inspira a prosseguir. E meu esposo Thoni, que sempre esteve ao meu lado, pelo apoio incondicional, constante incentivo, por todo amor, carinho e paciência.

À Profa. Dra. Adriana Carvalho Pinto Vieira, por todo apoio, auxílio e disponibilidade em me atender quando necessário respondendo às minhas dúvidas.

Aos produtores dos Vales da Uva Goethe, por serem excepcionalmente receptivos e pela expressiva contribuição em minha pesquisa.

À PROGOETHE, por me receber e me auxiliar em tudo que estava em seu alcance.

Aos funcionários da FEAC, em especial, Fabi e Gustavo, obrigada pelas conversas, conselhos e momentos de alegria.

Aos colegas que levarei em meu coração e para a vida, Jaqueline, Danubia, Manuel e Nadiesca.

À Fundação Universidade de Passo Fundo, pelo apoio financeiro durante todo o curso.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), processo nº 88887.313080/2019-00, pela concessão da bolsa de estudos que tornou possível a produção desta dissertação.

A todos que, direta ou indiretamente, contribuíram para a realização da minha formação.

RESUMO

O Brasil possui produtos e serviços diferenciados que são reconhecidos pelos consumidores devido às suas características únicas, conferidas pelos ambientes e territórios em que são encontrados. Nesse âmbito, torna-se fundamental a preservação e proteção destes através de institutos de propriedade intelectual, como as Indicações Geográficas, que visam a proteção legal de produtos oriundos de determinadas áreas geográficas e que apresentam características específicas, atribuíveis à sua origem. A presente pesquisa possui como objetivo geral verificar se as indicações geográficas (IGs) contribuem para consolidar relações de gestão, cooperação e fortalecimento de identidade territorial com vistas ao desenvolvimento territorial. Para atingir tal objetivo foi realizada pesquisa de caráter descritiva, com abordagem qualitativa. O público-alvo da pesquisa foram atores presentes no território delimitado pela Indicação Geográfica de Procedência “Vales da Uva Goethe” localizada ao sul do estado de Santa Catarina. Incluiu-se produtores de uva e vinho, hotéis e restaurantes, agentes do poder público municipal e estadual e a associação PROGOETHE. No que se refere à seleção dos participantes do estudo, a escolha orientou-se pelo critério de amostragem não-probabilística. A técnica foi de análise de conteúdo dos dados coletados por meio de questionário e roteiro de entrevista. A pesquisa identificou que as relações investigadas de fato existem no território analisado. A cooperação ocorre de forma pontual e ainda deve ser mais estimulada entre todos os atores. A gestão apresenta-se de maneira efetiva. A formação de identidade demonstrou estar em estágio mais profícuo e sólido por apresentar diversos elementos positivos. Os dados da pesquisa demonstraram que as relações são benéficas para o desenvolvimento territorial e que as relações analisadas auxiliam no fortalecimento do território, de forma mais significativa após a concessão do registro de IG.

Palavras-chaves: Desenvolvimento territorial. Gestão. Formação de identidade. Indicação geográfica.

ABSTRACT

Brazil has differentiated products and services that are recognized by consumers due to their unique characteristics, conferred by the environments and territories in which they are found. In this context, it is essential to preserve and protect them through intellectual-property institutes, such as the Geographical Indications, which aim at the legal protection of products from certain geographical areas and which have specific characteristics, attributable to their origin. The present research has a general objective to verify if the geographical indications (GIs) contribute to consolidating relations of management, cooperation, and strengthening of territorial identity with a view to territorial development. To achieve this objective, descriptive research was carried out, with a qualitative approach. The target audience of the research were actors present in the territory delimited by the Geographical Indication of Origin “Vales da Uva Goethe” located in the south of the state of Santa Catarina. Included were grape and wine producers, hotels and restaurants, agents of the municipal and state government, and the PROGOETHE association. Regarding the selection of study participants, the choice was guided by the non-probabilistic sampling criterion. The technique was to analyze the content of the data collected through a questionnaire and interview script. The research identified that the investigated relationships do exist in the analyzed territory. Cooperation occurs in a timely manner and should be further encouraged among all actors. Management presents itself effectively. The formation of identity proved to be in a more fruitful and solid stage because it has several positive elements. The research data showed that the relationships are beneficial for territorial development and that the analyzed relationships help to strengthen the territory, more significantly after granting the registration of GI.

Keywords: Territorial development. Management. Identity formation. Geographical identification.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Estrutura da Dissertação.....	21
Figura 2 – Esquema Conceitual Analítico da Pesquisa.....	38
Figura 3 – Área Delimitada pelos Municípios da IPVUG.....	41
Figura 4 – Etapas do Desenvolvimento da Pesquisa.....	45
Figura 5 – Fases da Análise de Conteúdo.....	46
Figura 6 – Mapa da Itália da região de onde vieram os imigrantes italianos.....	48
Figura 7 – Municípios pertencentes à área delimitada dos Vales da Uva Goethe.....	50
Figura 8 – Selo de indicação de procedência Vales da Uva Goethe.....	77
Figura 9 – Contribuições das relações estabelecidas em território de IG para o desenvolvimento territorial.....	81

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Vertentes da Concepção de Território	26
Quadro 2 – Relações entre Identidade Territorial e Desenvolvimento	28
Quadro 3 – Categorias e Subcategorias Analíticas.....	43
Quadro 4 – Síntese dos Procedimentos Metodológicos	46
Quadro 5 – Perfil dos Entrevistados	51
Quadro 6 – Motivações para a Implantação da Atividade Vitivinícola	53
Quadro 7 – Principais Dificuldades Encontradas Pelos Produtores na Atividade	67
Quadro 8 – Percepção da Indicação de Procedência	80

LISTA DE SIGLAS

ACARPESC – Associação Crédito Assistência Pesqueira Santa Catarina
ACRIC – Associação Comunitária Rio Carvão
ANCARESC – Associação de Crédito e Assistência Rural do Estado de Santa Catarina
APL – Arranjos Produtivos Locais
CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Ensino Superior
CCU – Companhia Carbonífera de Urussanga
CDL – Câmara de Dirigentes Lojistas
CEE – Comunidade Econômica Europeia
CEPLAC – Comissão Executiva do Plano da Lavoura Cacaueira
CIDASC – Companhia Integrada de Desenvolvimento Agrícola de Santa Catarina
CIRAN – Centro de Informações de Recursos Ambientais e de Hidrometeorologia de Santa Catarina
CUP – Convenção da União de Paris
DPDAG – Divisão de Política, Produção e Desenvolvimento Agropecuário
DO – Denominação de Origem
DOC – Denominação de Origem Controlada
DOP – Denominação de Origem Protegida
DT – Desenvolvimento Territorial
EMBRAPA – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo
EMPASC – Empresa Catarinense de Pesquisa Agropecuária
EPAGRI – Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina
FAPESC – Fundação de Apoio à Pesquisa Científica e Tecnológica do Estado de Santa Catarina
FINEP – Financiadora de Estudos e Projetos
FIPEME – Programa de Financiamento à Pequena e Média Empresa
FUNTEC – Fundo de Desenvolvimento Técnico-Científico
IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBRAVIN – Instituto Brasileiro do Vinho
IFSC – Instituto Federal de Santa Catarina
IG – Indicação Geográfica
IGP – Indicação Geográfica Protegida
INMET – Instituto Nacional de Meteorologia

INPI – Instituto de Propriedade Intelectual
IP – Indicação de Procedência
IPVUG – Indicação de Procedência dos Vales da Uva Goethe
MAPA – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
MDA – Ministério do Desenvolvimento Agrário
MTUR – Ministério do Turismo
OIV – International Organization of Vine and Wine
OMC – Organização Mundial do Comércio
OMPI – Organização Mundial de Propriedade Intelectual
PIB – Produto Interno Bruto
PROGOETHE – Associação dos Produtores da Uva e do Vinho Goethe de Urussanga/SC
PRONAF – Programa de Fortalecimento da Economia Familiar
PRONAT – Programa Nacional de Desenvolvimento Sustentável dos Territórios Rurais
SAF – Secretaria da Agricultura Familiar e Cooperativismo
SC – Santa Catarina
SEBRAE – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
TCLE – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido
TRIPS – Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights
UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina
UNESC – Universidade do Extremo Sul Catarinense
UNESUL – Universidade do Sul de Santa Catarina
UNIBAVI – Centro Universitário Barriga Verde
VUG – Vale das Uvas Goethe
WTO – World Trade Organization

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
1.1 PROBLEMA DE PESQUISA	17
1.2 OBJETIVOS	18
1.2.1 Objetivo Geral	18
1.2.2 Objetivos Específicos	18
1.3 JUSTIFICATIVA	19
2 REFERENCIAL TEÓRICO	23
2.1 DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL	23
2.2 ESTRATÉGIAS TERRITORIAIS DE DESENVOLVIMENTO	29
2.3 A IMPORTÂNCIA DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA PARA O DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL	33
3 METODOLOGIA.....	39
3.1 CLASSIFICAÇÃO E DELINEAMENTO DA PESQUISA	39
3.2 CAMPO DE INVESTIGAÇÃO	40
3.3 SUJEITOS DA PESQUISA	41
3.4 COLETA DE DADOS	42
3.5 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS	45
4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	47
4.1 CONHECENDO A HISTÓRIA DOS VALES DA UVA GOETHE.....	47
4.1.1 Conhecendo os atores dos Vales da Uva Goethe.....	50
4.2 DINÂMICA DO TERRITÓRIO	54
4.3 RELAÇÕES FORMADAS PELO TERRITÓRIO	65
4.3.1 Gestão	65
4.3.1.1 Gestão realizada pelos produtores de uva e vinho.....	66
4.3.1.2 Gestão e organização na percepção dos atores do território.....	68
4.3.2 Cooperação.....	70
4.3.3 Formação de identidade.....	72
4.4 INDICAÇÃO GEOGRÁFICA E A IPUVG	75
4.5 ESQUEMA CONCEITUAL ANALÍTICO: CONTRIBUIÇÕES DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA PARA O DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL	81
5 CONCLUSÕES.....	83
REFERÊNCIAS	86

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DE ENTREVISTA COM OS PRODUTORES DE UVA E VINHO	99
APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA COM O PODER PÚBLICO E DEMAIS ÓRGÃOS.....	103
APÊNDICE C – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)	104
ANEXO A – CADERNO DE ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS	106
ANEXO B – LEI Nº 2.871 – APOIO À VITICULTURA.....	115

1 INTRODUÇÃO

O Brasil possui uma diversidade de produtos e serviços, que apresentam características e métodos de produção únicos, aspectos propiciados pela grande extensão geográfica e diversidade sociocultural do país, os quais se articulam a elementos da natureza, a exemplo de biomas, relevos, climas e vegetações; bem como a elementos culturais de produção específicas de locais e regiões (GONÇALVES; ALMEIDA; BASTOS, 2019).

Nesse contexto, considera-se que a questão da identidade dos sujeitos é inerente à formação de cada território num contexto de relações sociais com o ambiente externo à vida em sociedade (PEREIRA; CHAGAS; BÁNKUTI, 2019). A identidade é um patrimônio territorial que pode ser potencializado em projetos e programas que visem à sua preservação e valorização (HAESBAERT, 1997). O patrimônio identitário envolve o saber-fazer, assim como edificações, monumentos, dialetos, crenças, arquivos históricos, empresas, organizações políticas e outros fatores (SAQUET; BRISKIEVICZ, 2009).

O termo “território” perpassa os mais diversos campos das Ciências Sociais, cada um contendo particularidades que definem sua abrangência. Enquanto conceito, assume formas e conteúdos diversos, sempre no intuito de explicar uma realidade de relações complexas entre os distintos atores sociais e destes com o seu meio (SILVA, 2012). Historicamente, a concepção de território desenvolve-se na área de estudo da Geografia, sem, entretanto, restringir-se a ela.

Um dos primeiros teóricos a expressar tal definição para território foi Ratzel (1990), que o caracterizou como ocupado por um determinado grupo (CORRÊA, 1995; SCHNEIDER, 2004). A noção de território transcende a questão puramente geográfica, designando o resultado da confrontação entre os espaços individuais dos atores nas suas dimensões econômicas, socioculturais e ambientais (VIEIRA; PELLIN, 2015). Nessa visão, os territórios são compreendidos como realidades em movimento, nas quais predominam as relações sociais (CARRIÈRE; CAZELLA, 2006).

O desenvolvimento territorial, por sua vez, refere-se a processos de melhoria das condições de vida das pessoas e das famílias que são específicos de pequenos territórios e regiões (CALDAS; ARAÚJO; COURY, 2017). Entende-se por desenvolvimento territorial as ações, os mecanismos, as estratégias e as políticas endógenas que são desencadeadas por atores locais em interação com diferentes escalas de poder e gestão, construindo ou reforçando territórios com novos usos políticos e econômicos (RAMBO; FILIPPI; RUCKERT, 2007; FREITAS; FREITAS; DIAS, 2012).

Existem estratégias presentes em situações de desenvolvimento territorial como, por exemplo, políticas públicas, arranjos cooperativos, arranjos produtivos locais (APLs), *clusters*, associações, indicações geográficas (IGs), turismo, entre outras (COREZOLA; OLIVEIRA; ALMEIDA, 2010; DALLABRIDA, 2012; TOMPOROSKI, 2016; BELLETTI; MARESCOTTI; TOUZARD, 2017; MARINI; CORRÊA NETO, 2018). Algumas dessas estratégias destacam-se, especialmente, porque têm por finalidade a valorização das potencialidades locais, a organização e a gestão do território (NASCIMENTO; NUNES; BANDEIRA, 2012).

Quando a qualidade e a tradição se encontram num espaço físico, a indicação geográfica (IG) surge como fator significativo para certificar a diferenciação do produto (INSTITUTO DE PROPRIEDADE INTELECTUAL – INPI, 2015). As indicações geográficas (IGs), como políticas públicas, tornam-se aliadas do desenvolvimento territorial; pois possibilitam o desenvolvimento territorial, aproveitando o conjunto natural da sua região, seu patrimônio histórico, o saber-fazer, a colocação de seus produtos em mercados dinâmicos, as habilidades artísticas, culinárias e a tradição folclórica de uma determinada população, em busca da melhoria da qualidade de vida (VIEIRA; PELLIN, 2015).

Conforme Dallabrida (2012), as IGs têm sido utilizadas como estratégias de desenvolvimento local, regional e territorial. Pela perspectiva econômica, podem ser entendidas como uma estratégia para agregar valor a produtos, posto que possuem características próprias associadas ao território no qual estão inseridas, com fins de fortalecer o desenvolvimento territorial (VIEIRA; PELLIN, 2015).

Assim, as IGs constituem formas especiais de proteção aos produtos, visando, principalmente, distinguir a origem de um produto através da identificação da sua área de produção (NASCIMENTO; NUNES; BANDEIRA, 2012), constituindo-se, também, como signos, uma vez que, a partir deles, surgem estratégias de diferenciação dos produtos no mercado, como, por exemplo, a agregação de valor (FELISBERTO *et al.*, 2019).

As IGs surgem como uma perspectiva de enfrentar as novas realidades e preservar as características locais e regionais dos produtos, as quais são valorizadas e atestam seus níveis de qualidade relacionados a fatores naturais e de intervenção humana em uma determinada área (TONIETTO, 2003; SILVA, 2014); buscando-se, assim, não somente elevar a renda, mas também conquistar novos mercados, através da singularização dos produtos com selos de qualidade e certificações (SILVA, 2014).

As indicações geográficas são institutos da propriedade intelectual aplicáveis a bens e serviços que se caracterizam pelo local onde são originados, envolvendo questões ambientais,

históricas e socioculturais particulares. Segundo a normatização brasileira, podem ser de dois tipos: indicações de procedência (IP) ou denominação de origem (DO) (BRASIL, 1996; INPI, 2013b; 2018). Quem confere esse registro, no Brasil, é o Instituto de Propriedade Intelectual (INPI).

As indicações de procedência (IP) são vinculadas ao nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que se tornou conhecido pelas atividades de extração, produção ou fabricação de produtos ou serviços. Na mesma concepção, as denominações de origem (DO) se assemelham às IPs, porém a DO requer requisitos diferenciados da IP, além de assegurar por meio do registro as qualidades e características inerentes ao produto ou serviço, (MEDEIROS, 2016). Cabe destacar que de acordo com o INPI não existe hierarquia entre elas, e ambas também não podem coexistir em determinado território de acordo com instrução normativa 95/2018.

No território brasileiro, atualmente, têm-se reconhecidas 77 indicações geográficas, sendo 56 indicações de procedência (IP), 12 denominações de origem nacionais (DO) e 9 DOs estrangeiras. No setor vitivinícola, são 8 IGs – 7 IPs e 1 DO (INPI, 2020).

A vitivinicultura, no Brasil, abrange cerca de 86 mil hectares de área plantada (INTERNATIONAL ORGANISATION OF VINE AND WINE – OIV, 2016). Nesse setor, a região do território nacional que mais se destaca é o estado do Rio Grande do Sul, com aproximadamente 47.000 mil há de área plantada, seguido de Pernambuco, com 8.256; São Paulo, com 8.164; Paraná, com 4.000; e Santa Catarina, com 3.999 (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE, 2020). O Brasil produz em média 125.700.000 de litros de vinho ao ano (OIV, 2016). A produção de uvas no ano de 2019 ficou na ordem de 614, 3 milhões de kg processados.

Segundo o Instituto Brasileiro do Vinho (IBRAVIN, 2020), são cerca de 1,1 mil vinícolas espalhadas pelo país. A maioria delas caracteriza-se em pequenas propriedades, com média de 2 hectares de vinhedos por família. O país, atualmente, é o quinto maior produtor da bebida no Hemisfério Sul.

Os vinhos e espumantes, na atualidade, são os principais itens das exportações e representam em média 60%, seguidos pelos sucos de uva, que representam 40%; e uvas de mesa, com 10%. O Brasil exporta, hoje, vinhos para 51 países, dentre os principais: Paraguai, Estados Unidos, Japão China e Reino Unido. O país exportou cerca de 1,14 milhão de litros, em 2017 (IBRAVIN, 2020).

1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

A região onde se estabelecem os Vales da Uva Goethe é localizada entre os municípios de Urussanga, Pedras Grandes, Cocal do Sul, Morro da Fumaça, Treze de Maio, Orleans, Nova Veneza e Içara, no estado de Santa Catarina (SC), Brasil (INPI, 2012). O município de Urussanga/SC apresenta expressividade, pois possui 21.177 habitantes (IBGE, 2017). Sua economia é diversificada, destacando-se a indústria moveleira, derivados de plásticos, cerâmica, vitivinicultura, fruticultura, etc. O município se destacou na região por alcançar um Produto Interno Bruto (PIB) de R\$ 7,6 bilhões em 2016 (IBGE, 2016). Nesse município, também se encontra a sede da Associação dos Produtores da Uva e do Vinho Goethe de Urussanga/SC (PROGOETHE), que foi criada a partir de um trabalho de consultoria do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Santa Catarina (SEBRAE/SC) e reúne produtores, com o propósito de levar os vinhos Goethe da região à excelência. A região dos Vales da Uva Goethe foi a primeira a receber o reconhecimento de indicação geográfica do estado de Santa Catarina. O reconhecimento foi da “indicação de procedência” (IP), que ocorreu em 14/02/2012, com a concessão do registro publicado na Revista de Propriedade Industrial do INPI, sob nº 2.145, em 14 de fevereiro (INPI, 2013a).

Várias pesquisas têm sido desenvolvidas em torno das potencialidades das indicações geográficas, investigando a possibilidade de esse instrumento promover o desenvolvimento territorial, proteger produtos oriundos do conhecimento tradicional e agregar-lhes valor, permitindo-lhes acesso aos mercados (OLIVEIRA; MOREIRA, 2018). O reconhecimento de uma IP tem como objetivo garantir uma constância na demanda pelo produto e, se possível, agregar valor, buscando uma melhoria na geração de renda de seus associados e fomentar o desenvolvimento local (VIEIRA; WATANABE; BRUCH, 2012).

O uso de uma indicação geográfica apenas como signo distintivo é restrito e particular, devido à sua natureza de cunho coletivo (FELISBERTO et al., 2019), pois, como observado nos estudos referentes à indicação geográfica dos Vales da Uva Goethe, a mobilização para o encaminhamento da indicação geográfica se deu através da associação PROGOETHE, conjuntamente com a Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), SEBRAE/SC e EPAGRI, que uniram esforços em prol da visibilidade e geração de valor daquele território. Portanto, o direito de exclusividade quanto ao uso do direito da indicação geográfica envolve em todos os envolvidos no processo, isto é, cada um dos produtores e prestadores de serviços, estabelecidos na região. Por isso, é fundamental que os produtos ou serviços cumpram as regras estabelecidas, tanto coletivamente como individualmente (GONÇALVES, 2008; INPI, 2018).

De acordo com Haesbaert (2004), é essencial que contextualizemos historicamente o território com que estamos trabalhando. Lastres e Cassiolato (2005) alertam que, devido a cada território ser moldado a partir da combinação de condições e forças internas e externas, as indicações geográficas podem contribuir estrategicamente para o desenvolvimento territorial e para as relações identificadas, sendo que as IGs contribuem para a diferenciação dos produtos ofertados por esse arranjo, saído de um modelo tradicional de compra e venda para um modelo baseado na diferenciação (DALLABRIDA, 2016).

Diante do exposto, o estudo visa responder ao seguinte problema de pesquisa: **verificar se as indicações geográficas contribuem para consolidar relações de gestão, cooperação e fortalecimento de identidade territoriais com vista ao desenvolvimento territorial?**

1.2 OBJETIVOS

Com o propósito de responder ao problema de pesquisa, estão descritos a seguir os objetivos geral e específicos.

1.2.1 Objetivo Geral

Verificar se as indicações geográficas contribuem para consolidar relações de gestão, cooperação e fortalecimento de identidade territoriais com vista ao desenvolvimento territorial.

1.2.2 Objetivos Específicos

- a) Identificar os atores do território e analisar o processo de interação entre estes;
- b) Traçar a dinâmica territorial existente nos Vales da Uva Goethe;
- c) Analisar o processo de gestão nos Vales da Uva Goethe e a ocorrência ou não de cooperação entre os atores;
- d) Descrever o processo de fortalecimento de identidade territoriais com vista ao desenvolvimento territorial.

1.3 JUSTIFICATIVA

O conhecimento acerca das relações e estratégias que permeiam o desenvolvimento territorial ainda é restrito, visto que muitos autores consideram que essas relações são permeadas pelo poder (PEREIRA; CHAGAS; BÁNKUTI, 2019; SAQUET, 2016). É a partir das reflexões sobre as relações de poder que o conceito de território se altera (SAQUET, 2015).

Muitos produtores enfrentam dificuldades em relação à gestão da propriedade, pois possuem um vasto conhecimento da produção, mas, no que tange à organização gestão e formação de preços, muitos adotam o controle manual de armazenamento de informações; isto é, os que de fato possuem modelos de gestão mais sofisticados ainda são grande minoria (NUNES; MICHELIN, 2019). Aspectos com a organização e gestão da indicação geográfica também podem assumir ou resultar em uma fiscalização ineficiente com fragilidades, quando os atores sociais não exercem a devida participação, coletividade e apropriação da indicação geográfica e/ou signo distintivo (SILVA; RODRIGUES, 2017).

Já quando é positiva, a gestão da IG revela resultados significativos, como possibilidade de obtenção de um preço premium dos produtos, combate à biopirataria, produtores satisfeitos em função da valorização de seus produtos (LAMBERT-DERKIMBA *et al.*, 2010; SAUTIER; BIÉNABE; CERDAN, 2011; MEDEIROS, 2016).

Percebe-se, do mesmo modo, a notoriedade da formação de identidade no que se refere às IGs, pois valorizam-se as diferentes identidades culturais e a identidade particular de cada ator, podendo ser fortalecidas no desenvolvimento das atividades associadas ao meio rural e ao produto específico (MEDEIROS, 2016).

Nota-se que, a partir de 1980, com a intensificação do fenômeno da globalização, no qual os meios de circulação e informação se efetivam, o nível local-regional passa a ser visto como parte de uma rede (PEREIRA; CHAGAS; BÁNKUTI, 2019), que se caracteriza por uma nova dinâmica de posição relacional. Assim, o conceito de território adquire novos significados em diferentes abordagens e concepções (HAESBAERT, 2004; SAQUET, 2015).

Questões relacionadas a como os territórios se fortalecem e buscam estratégias voltadas à identificação de vantagens competitivas do território ou dos ativos territoriais tornam-se importantes (VIEIRA; PELLIN, 2015; DALLABRIDA, 2016). Para Santos e Ribeiro (2012), nem todos os territórios possuem os recursos e a capacidade necessários à competição com outros, pois algumas estruturas apresentam condições mais competitivas. De acordo com Vieira e Pellin (2015), em qualquer país, é possível encontrar territórios mais dotados de recursos e competências do que outros.

As pesquisas que tratam da temática do desenvolvimento evidenciam a importância que novas pesquisas fornecem, como na abordagem integradora de território, com vista às relações sociais que se estabelecem neste. A análise territorial, cabe a ressalva, deve estar centrada nos atores locais e em suas relações, e não apenas no território em si (VIEIRA; PELLIN, 2015; MEDEIROS; PASSADOR; PASSADOR, 2016; SAQUET, 2009).

Desse modo, este estudo busca contribuir para o avanço da Teoria de Desenvolvimento Territorial por ampliar a compreensão sobre o papel do fortalecimento do território acerca das políticas públicas de desenvolvimento, partindo da perspectiva das estratégias de desenvolvimento identificadas nas pesquisas sobre o tema até o momento (VIEIRA; PELIN, 2015; MAIORKI; DALLABRIDA, 2015; FLORES; FALCADE, 2019).

O interesse em pesquisar sobre indicações geográficas cresceu significativamente na última década. Foi a partir de 2008 que se evidenciou a tendência de continuidade e crescimento das pesquisas no tema das IGs, tanto em dissertações e teses, quanto em publicações em periódicos. Em média, até janeiro de 2019, o Catálogo de Teses e Dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Ensino Superior (CAPES) contava com 178 trabalhos cadastrados, dos quais 46 eram teses de doutorado e 132 dissertações de mestrado, sendo 111 dissertações vinculadas a mestrados acadêmicos. Quanto aos trabalhos publicados em periódicos, foram encontradas 78 referências, das quais 43 eram revisadas por pares (FLORES; FALCADE, 2019).

Outro ponto que demonstra a viabilidade deste estudo é a consideração das fortes relações entre a noção de território, identidade e desenvolvimento territorial com o que se espera das experiências de IG, pois, segundo Maiorki e Dallabrida (2015), é oportuno remeter esse debate à averiguação de sua prática.

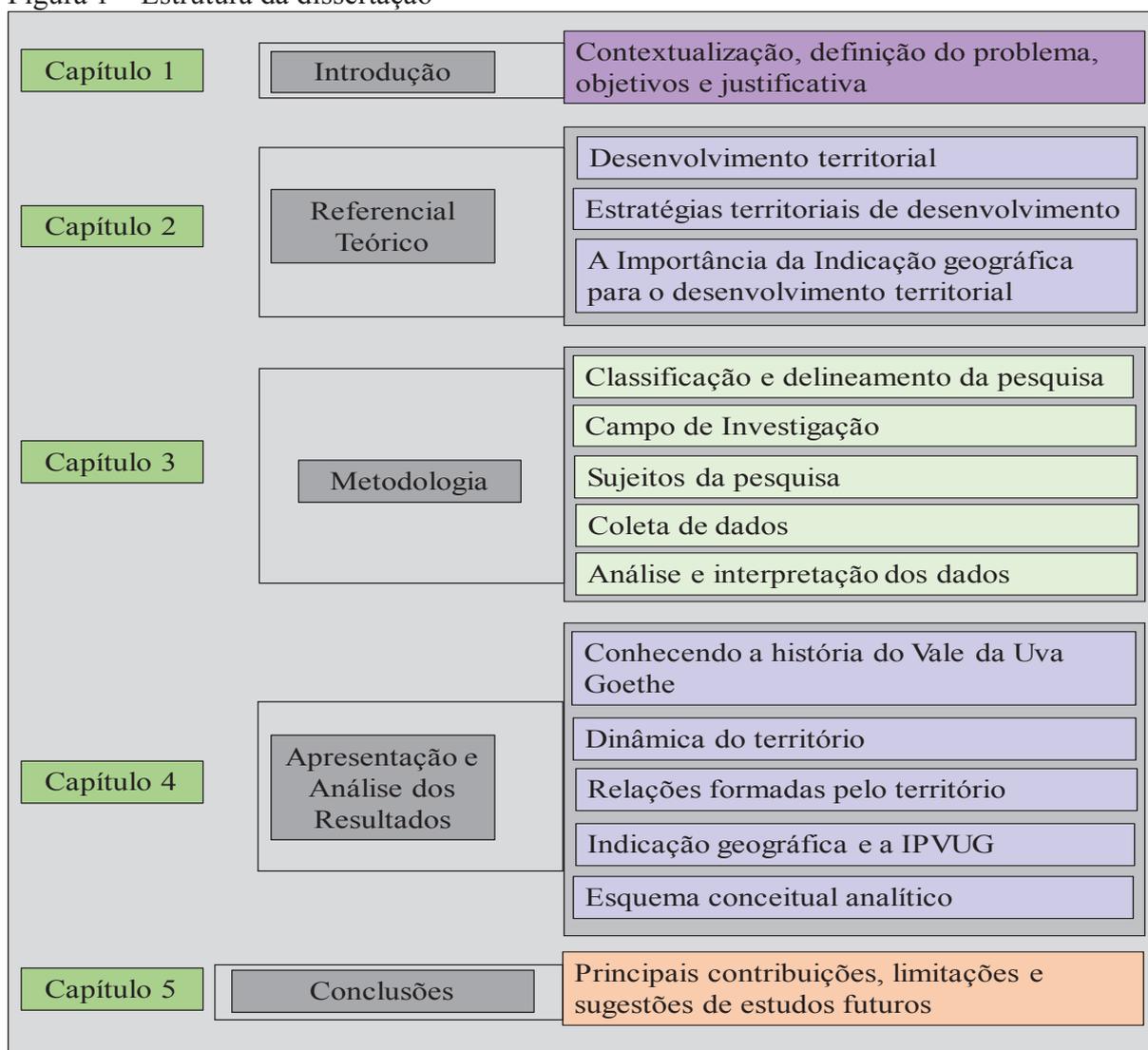
Sendo assim, a pesquisa contribuirá para uma melhor compreensão do contexto que envolve o desenvolvimento territorial (DT) e as IGs, pois o desenvolvimento territorial apresenta-se como fator de dinamismo, diferenciação e competitividade. Cada território necessita de um modelo próprio de desenvolvimento, em que deverão ser consideradas as redes de atores locais, as dotações naturais, a infraestrutura existente, o capital humano, o capital social (níveis de confiança, cooperação, organização e participação social), a cultura empreendedora (níveis de autoestima, autoconfiança, capacidade de iniciativa), a poupança local, a capacidade de atrair investimentos, as potencialidades, vocações e oportunidades, as vantagens comparativas e competitivas, entre outros fatores (BONNAL; CAZELLA; DELGADO, 2012). Em relação às indicações geográficas, pode-se dizer que estão na mesma direção do desenvolvimento territorial, pois também conferem diferenciação; promovem comercialmente os produtos seu

patrimônio histórico e cultural; e podem gerar riqueza, agregar valor, proteger a região produtora, gerar desenvolvimento, expandir a exportação de produtos, fortalecer o mercado interno, dentre outros ganhos (CASTRO; GIRALDI, 2018).

Cabe, ainda, salientar a importância do estudo para os Vales da Uva Goethe, no que corresponde à estratégia de indicação geográfica e às relações de gestão, cooperação e formação de identidade entre os produtores, bem como os desdobramentos dessa estratégia e das relações para o território.

Além da introdução, expressa pela contextualização, definição do problema, objetivos e justificativa, até aqui apresentados, a presente dissertação está estruturada conforme pode-se visualizar na Figura 1.

Figura 1 – Estrutura da dissertação¹



Fonte: Elaborada pela autora (2020).

¹ IPVUG = Indicação de Procedência Vales da Uva Goethe.

A Figura 1 tem como finalidade apresentar graficamente a disposição dos assuntos tratados ao longo de cada capítulo, oferecendo ao leitor um guia prévio de fácil visualização. No capítulo seguinte, será apresentado o referencial teórico deste estudo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo apresenta a noção de território, desenvolvimento territorial, estratégias territoriais de desenvolvimento e as indicações geográficas no contexto do desenvolvimento territorial.

2.1 DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL

Tradicionalmente, o termo “desenvolvimento territorial” (DT) surge na Europa pós-guerra com propósito de classificar o processo de planejamento e desenvolvimento de seus territórios (VISÚ; ABREU, 2016); e continua sendo utilizado nos dias de hoje como um sinônimo de progresso, de crescimento econômico com certo nível de autonomia e de expansão (ALMEIDA FILHO, 2006).

A abordagem do desenvolvimento territorial, conforme identificado na literatura, ao longo do tempo, deriva de algumas outras abordagens. Algumas perspectivas podem ser identificadas na síntese da evolução das teorias do desenvolvimento regional, expressa por Fochezatto (2010). Em seu estudo, o autor identifica a evolução das teorias em três períodos: o primeiro grupo vai até meados do século XX, com os temas de Distância e Custos de Transporte; o Segundo vai até a década de 1980, com os temas de Interligações Setoriais e Economias de Aglomeração; o terceiro grupo inicia a partir da década de 1980, com os temas de Tecnologia e Inovação, Competitividade e Externalidades Dinâmicas. Vejamos suas características.

O primeiro compõe-se pelas teorias tradicionais de localização industrial e tem como destaques os autores Von Thunen (1826) com o modelo de localização das atividades agrícolas, Weber (1909) modelo de localização industrial, Cristaller (1933) teoria dos lugares centrais, Lösch (1940) desenvolveu o conceito geral de equilíbrio em relação ao sistema de locais de atividades econômicas, e Isard (1956) tratou também da localização industrial mas do conjunto das atividades econômicas, estes autores centram suas perspectivas em dois aspectos da vida econômica: localização espacial (distância) e a área. Este grupo leva em consideração as formas de concentração e a aglomeração industrial. Para eles, o desenvolvimento regional seria a consequência econômica da decisão de localização que minimizava custos de transporte.

O segundo grupo, por sua vez, é composto por três teorias principais: dos polos de crescimento, de Perroux (1955), de causação circular cumulativa, de Myrdal (1956); e a dos efeitos de encadeamento para trás e para frente, de Hirschman (1958). Estas enfatizam as

interdependências setoriais como fator de localização das firmas e de desenvolvimento da região.

E o terceiro grupo começou a ganhar força, pois sua principal característica é a incorporação de externalidades dinâmicas do tipo marshallianas. Embora contenha muitos aspectos em comum, possui duas abordagens distintas (FOCHEZATTO, 2010). De acordo com os grupos apresentados, o que mais tem aspectos comuns com a abordagem territorial é o terceiro. Dessa forma, será dado destaque a suas abordagens.

A primeira abordagem desse grupo centra-se nos três tipos de economias marshallianas, com o objetivo de explicar a localização industrial através da concentração do mercado de trabalho, oferta de insumos especializados e intercâmbio tecnológico. O que este grupo, de acordo com Fochezatto (2010), não explica é como iniciou o processo de aglomeração, apenas explicando como ele se autorreforça e se torna cumulativo e duradouro.

Na segunda abordagem, encontramos autores evolucionistas e institucionalistas, como Becattini (1987; 1989) e Storper (1977), que, da mesma forma, incorporaram as economias marshallianas, mas, em contrapartida, acrescentaram os retornos crescentes, atribuindo um papel importante e significativo aos agentes locais na organização dos fatores e na coordenação do processo cumulativo.

A principal diferença entre as duas abordagens, é que, na perspectiva de Krugman (1991; 1995; 1996), o processo é cumulativo e refere-se principalmente ao sistema de preços e mercado, ao passo que a visão dos institucionalistas e evolucionistas centra-se essencialmente na interação e coordenação entre os agentes.

Dessa forma, esta pesquisa focaliza esta última abordagem relacionada às ideias de Becattini (1987; 1989,) e Storper (1977), levando em consideração muito mais a participação, a interação e o protagonismo dos atores.

Inicialmente, o desenvolvimento foi entendido como um modelo de desenvolvimento ligado ao crescimento do PIB (CORRÊA, 2009), mas foi a partir dos anos de 1970 que surgiu uma abordagem territorialista, considerando experiências europeias e norte-americanas cujo desenvolvimento espacial dependia, em parte, do nível de organização social em relação aos objetivos comuns a cada sociedade. Assim, a experiência dos distritos marshallianos na década de 1930, embora utilizasse o conceito de região, foi o anúncio do que viria a ser o planejamento territorial (CALDAS; ARAÚJO; COURY, 2017).

Em outra perspectiva, Becattini (1979), Lima e Oliveira Neto (2019) descrevem que os distritos da Terceira Itália apresentavam um modelo de desenvolvimento territorial, uma vez que tais experiências evidenciavam a relevância da combinação entre agentes locais, governo e

sociedade civil, amparados por uma interação baseada na aglomeração e intensa cooperação recíproca entre empresas. Essa região alcançou grande prestígio ao gerar um ambiente favorável para o desenvolvimento das estratégias de cooperação, inovação e relações de confiança.

A concepção de território não é uma abordagem nova, mas começou a ganhar força no Brasil a partir dos anos de 1990, quando expressada por Ratzel (1987), que foi um dos primeiros teóricos a caracterizar o território como uma forma de identidade: o povo que nele vive não se imagina sem a sua expressão territorial, ou seja, trata-se de um lugar ocupado por um grupo de habitantes já estabelecidos e com atributos característicos (CORRÊA, 1995; SCHNEIDER, 2004; VILELA, 2002). Ratzel (1897) foi um dos principais precursores da abordagem naturalista. Para ele, o território era entendido como um elemento da natureza inerente a um povo ou nação, que deveria conquistá-lo e protegê-lo.

Essa aceção é originária da Geografia e refere-se a território e territorialidade, estando essa definição atrelada à ideia de espacialidade humana, a qual é utilizada de uma forma geral como conceito de território (HAESBAERT, 2004). É importante ressaltar que a noção de território se desenvolve na área de estudo da Geografia sem, entretanto, restringir-se apenas a ela.

Outro teórico que contribuiu para as novas abordagens do conceito de território foi o geógrafo suíço Raffestin (1993), que evidenciou o fato de o espaço ser anterior ao território. Com isso, ele defende que o território é o espaço apropriado por uma relação de poder, ampliando a visão proposta por Ratzel (1897), que não contemplava este aspecto. Assim, Raffestin (1993) destacou a ideia de poder que passou a ser assumida em suas diversas origens e manifestações, mas sempre focando sua projeção no espaço.

A emergência da abordagem territorial foi gerada por alguns fatores, como o esgotamento teórico e prático da abordagem regional, o que limitava a unidade ao se pensar ações e políticas públicas destinadas à promoção do desenvolvimento, esgotamento este que se limita ao desenvolvimento e/ou planejamento regional. Em síntese, a abordagem regional perdeu parte de seu poder explicativo enquanto referência teórica e conceitual e tornou-se insuficiente como instrumento para o planejamento normativo das ações práticas do Estado e dos agentes políticos (SCHNEIDER, 2004).

Após estabelecidos os fatores da emergência da abordagem territorial, esta é analisada por diferentes perspectivas e áreas do conhecimento, como: na Geografia, que enfatiza a materialidade do território, em suas múltiplas dimensões; na Ciência Política, que focaliza a construção a partir das relações de poder; na Economia, que elege a noção de espaço à de território; na Antropologia, que destaca a dimensão simbólica, principalmente no estudo das

sociedades ditas como tradicionais; na Sociologia, que enfatiza a intervenção nas relações sociais, em um sentido amplo; e na Psicologia, que incorpora ao debate a construção da subjetividade ou da identidade pessoal (HAESBAERT, 2004).

Cabe destacar que existem diferenças na relação entre espaço e território, os quais, no senso comum, são tidos como sinônimos (SOUZA, 2005; HAESBAERT, 2008). Nesse sentido, Souza (2005) adverte que território costuma ser confundido com o recorte específico de Estado-nação: o território nacional. Saquet (2009), por sua vez, considera que, embora exista uma relação de unidade entre os dois conceitos, estes correspondem a diferentes níveis e processos socioespaciais da vida cotidiana. Contudo, são dois conceitos diferentes do pensamento científico: se o espaço social é um conceito múltiplo e multifacetado, o território é uma de suas faces.

Gomes (2009) explica que a distinção entre espaço e território reside no fato de que o espaço social se refere a uma forma difusa e genérica, enquanto que, no território, a identificação dos sujeitos que exercem o poder é fundamental, uma vez que indica como é produzido e controlado o território, além de limitações e constrangimentos impostos a outros sujeitos e às possibilidades de diferenciar tais locais. Para Saquet (2009), o espaço é indispensável para se pensar a apropriação e a produção do território.

Como se pode observar, o conceito de território é amplo e inúmeros esforços têm sido direcionados no sentido de estabelecer abordagens e concepções que o delimitem. Esforços como os de Haesbaert (2012), por exemplo, retratam as diferentes concepções de território, reunindo-as e agrupando em quatro vertentes básicas. No Quadro 1, estas são descritas.

Quadro 1 – Vertentes da Concepção de Território

VERTENTES	SÍNTESES
Política	Refere-se às relações de espaço-poder, em geral, ou jurídico-política, também relacionadas a todas as relações de espaço-poder institucionalizadas, em que o território corresponde a um espaço delimitado e controlado no qual se exerce um determinado poder.
Cultural ou Simbólico-Cultural	O território é entendido como produto da apropriação/valorização simbólica e subjetiva de um grupo em relação ao seu espaço vivido.
Econômica	O território comparece como fonte de recursos, forças produtivas, e/ou incorporado no embate entre classes sociais e na relação capital-trabalho.
Naturalista	Fundada na concepção de território a partir das relações entre sociedade e natureza e do comportamento natural do homem em relação ao seu meio físico.

Fonte: Adaptado de Haesbaert (2012).

Diante desse contexto, cabe salientar que a expressão “desenvolvimento territorial” também se refere a processos de melhoria das condições de vida das pessoas e das famílias que são específicos de “pequenos” territórios e regiões (CALDAS; ARAÚJO; COURY, 2017). Desse modo, podemos perceber que as perspectivas analíticas ligadas ao desenvolvimento são diversas (SCHNEIDER, 2004) e começam a conferir um enfoque cada vez mais relacionado ao territorial, o qual destaca-se cada vez mais como unidade de análise conceitual e de referência entre os estudiosos do tema.

Assim, a emergência da abordagem territorial pressupõe um nível de tratamento analítico e conceitual das mudanças socioespaciais vinculadas às relações sociais, econômicas, políticas e institucionais (SCHNEIDER, 2004; VIEIRA; PELIN, 2015). Para Schneider (2004), esse espaço é construído por meio da ação entre os indivíduos e o ambiente ou contexto em que estão inseridos.

Complementando, destaca-se que a abordagem territorial está alicerçada em três elementos fundamentais (BRASIL, 2008):

- i) a instituição do território ou de identidade criado a partir de elementos da identidade, seus limites, características geográficas, históricas, sociais, econômicas, políticas e institucionais comuns;
- ii) a constituição de uma nova institucionalidade que congregue as organizações da sociedade civil e as esferas do Poder Público, que é o Colegiado Territorial, o qual promove a gestão social do desenvolvimento territorial;
- iii) o planejamento territorial, como manifestação da vontade e da visão de futuro do território, traduzida em planos, programas e projetos.

De acordo com Vieira e Pellin (2015), as discussões envolvendo território e desenvolvimento territorial surgem do entendimento formado pela dinâmica de atores sociais que ocupam um espaço determinado, nomeados na forma de identidade individual e social, com referenciais familiares e profissionais.

Dentro dessa corrente de pensamento, Pecqueur (2005) destaca que o desenvolvimento territorial designa todo processo de mobilização dos atores que leve à elaboração de uma estratégia de adaptação aos limites externos, na base de uma identificação coletiva com uma cultura e um território. Por outra perspectiva, Schneider (2004, p. 99) compreende o território enquanto:

um espaço de ação em que transcorrem as relações sociais, econômicas, políticas e institucionais. Esse espaço é construído a partir da ação entre os indivíduos e o ambiente ou contexto objetivo em que estão inseridos.

Outro fator relacionado diz respeito à concepção de DT, que está pautada na ideia de Dallabrida (2014): processo de mudança continuada, situado histórica e territorialmente, mas integrado em dinâmicas intraterritoriais, supraterritoriais e globais, sustentado na potenciação dos recursos e ativos existentes no local, com vistas à dinamização socioeconômica e à melhoria da qualidade de vida da sua população. Por fim, Maiorki e Dallabrida (2015), baseados em Pollice (2010), estabelecem uma relação entre identidade e desenvolvimento territorial, conforme sintetizado no Quadro 2.

Quadro 2 – Relações entre Identidade Territorial e Desenvolvimento

INDICADOR	RELAÇÃO
Identidade e valores sociais	A identidade territorial tende a reforçar o poder normativo dos valores éticos e comportamentais localmente compartilhados. Sobre o plano socioeconômico, a presença destes valores e, sobretudo, o entrecruzamento deles, consente em melhorar o nível de relação produtiva e comercial, favorecendo a manifestação daquelas formas de colaboração competitiva que constituem o fundamento das economias distritais.
Identidade e transferência do saber fazer	Manifesta-se um “apego afetivo” ao saber localmente determinado e uma propensão mais forte do que em outro lugar, para a atualização deste patrimônio cognitivo.
Identidade e sentido de pertença	Talvez este seja o exemplo mais emblemático da interação virtuosa entre identidade territorial e desenvolvimento local: o sentido de pertença constitui, de fato, o cimento do sistema econômico-territorial e impele os atores locais a preferir, também na presença de algumas deseconomias, relações transacionais e colaborativas no interior do âmbito local.
Identidade e autorreprodução	Melhora o nível de relação produtiva e comercial, favorecendo a manifestação daquelas formas de colaboração competitiva que constituem o fundamento das economias distritais.
Identidade e política	A relação entre identidade e política é muito forte. Por isso, tende a crescer, no âmbito da arena política, o nível de convergência sobre os temas e o desenvolvimento de atores locais, adequando-os às exigências do território e evitando que resultem numa desorganização dos equilíbrios locais.
Identidade e valorização dos recursos territoriais	O desenvolvimento endógeno se substancia na capacidade da comunidade local de atribuir valor ao território e, em particular, aqueles recursos não localizáveis, os quais, além de constituir elemento de diferenciação, podem tornar-se, em termos projetivos, certos <i>plus</i> competitivos em torno dos quais se pode construir a estratégia de desenvolvimento local.

INDICADOR	RELAÇÃO
Identidade e sustentabilidade	Os sentimentos identitários determinam, em nível local, um apego afetivo aos valores paisagísticos e culturais do território, que tendem, por sua vez, a traduzir-se na adoção de comportamentos individuais e coletivos voltados à tutela e à valorização daqueles valores. A presença de uma forte identidade territorial favorece a maturação de modelos de desenvolvimento sustentável, enquanto este se funda sobre a valorização e a especificidade dos lugares; valorização que é tanto mais eficaz quanto maior é o envolvimento ativo da comunidade local. Além disso, a “sustentabilidade” dos processos em escala local não é um objetivo mensurável somente em termos ambientais, mas também em termos econômicos e culturais.

Fonte: Maiorki e Dallabrida (2015, p. 18).

Conforme apresentado no Quadro 2, e de acordo com Maiorki e Dallabrida (2015), é possível observar as fortes relações entre as noções de território, identidade e desenvolvimento territorial, sendo oportuna a averiguação da sua prática, bem como a compreensão do que se espera das experiências de IG alinhadas com as questões anteriormente relacionadas.

2.2 ESTRATÉGIAS TERRITORIAIS DE DESENVOLVIMENTO

Assim como a emergência da abordagem territorial ao desenvolvimento, como já apresentado, surgiu do esgotamento de outras abordagens teóricas em explicar as articulações vivenciadas no território. Por isso, a ênfase na estratégia territorial começou a ser preconizada, e o conceito originário de estratégia foi estendido e aplicado ao nível dos territórios (LARREA; ARANGUREN; VALDALISO, 2017), traduzindo conceitos do campo dos negócios.

Para uma melhor compreensão acerca da estratégia territorial, Navarro *et al.* (2014) propõem uma estrutura holística diferenciando três dimensões principais: os objetivos da estratégia ou o “para quê”; o conteúdo da estratégia ou “o quê”; e o processo da estratégia ou “o como” e “quem”. Valdaliso e Wilson (2015) completam que, embora essa diferenciação entre os diferentes elementos de uma estratégia territorial faça sentido em prol de uma estrutura analítica, uma das descobertas de sua pesquisa foi a de que o “como/quem”, em particular, está sempre fortemente relacionado e condiciona “o que fazer” e “o quê”.

As discussões sobre a estratégia territorial apareceram com maior intensidade aplicada no nível regional, tanto na literatura econômica quanto na arena política. Nas regiões europeias, foi desenvolvida uma pesquisa visando ao fomento da inovação na construção suas próprias estratégias baseadas em diversificação especializada e atualização inteligente, conforme Mccann e Ortega-Argilés (2015; 2016). Uma das principais dificuldades identificadas pelos

autores foi a estratégia territorial, visto a necessidade de aprofundar as características da liderança (ou “de quem”) para facilitar os novos modos de governança.

Na prática, a estratégia territorial tende a ser o resultado de uma combinação de processos deliberados e emergentes (LARREA; ARANGUREN; VALDALISO, 2017). Tal distinção foi introduzida por Mintzberg (1992; 1994) nos debates sobre estratégia territorial. As estratégias deliberadas estão alinhadas com a visão clássica da estratégia territorial, segundo a qual um plano escrito é formulado, comprometido e, depois, executado. As estratégias emergentes, por outro lado, formam-se espontaneamente a partir do desenvolvimento de padrões em uma série de processos diversos, que requerem alinhamento, de acordo com Larrea, Aranguren e Valdaliso (2017) e Mintzberg (1992; 1994).

Para Porter (1986), a estratégia origina-se de um conjunto de ações integradas que têm como objetivo explorar as competências essenciais de uma empresa, visando obter uma vantagem competitiva sustentável. Da mesma forma, o conceito expresso pelo autor é aplicado ao território, pois, quando se planeja uma estratégia territorial, primeiramente, levanta-se os aspectos de maior potencial e riqueza daquele território e organiza-se como estes podem ser melhor desenvolvidos para alcançar um resultado eficiente e sólido a longo prazo.

Outra face das estratégias territoriais é que elas também podem ser implementadas quando a situação diz respeito a um problema que tem de ser resolvido e não somente a aspectos a serem desenvolvidos. Algumas delas destacam-se especialmente por visarem à valorização das potencialidades locais, bem como a sua organização e gestão de território (NASCIMENTO; NUNES; BANDEIRA, 2012).

Na literatura brasileira sobre o tema, encontram-se estratégias que auxiliam na promoção do desenvolvimento territorial, das quais destacam-se modelos como: arranjos cooperativos, ativos territoriais, arranjos produtivos locais (APLs), *clusters*, associações, políticas públicas, indicações geográficas (IGs) e turismo (COREZOLA; OLIVEIRA; ALMEIDA, 2010; DALLABRIDA, 2012; 2016; TOMPOROSKI, 2016; BELLETTI; MARESCOTTI; TOUZARD, 2017; MARINI; CORRÊA NETO, 2018).

Há exemplos dos arranjos cooperativos que se estabelecem como uma maneira de pessoas ou organizações desenvolverem suas atividades reunindo esforços em prol de um mesmo objetivo. As estratégias cooperativas demandam a compreensão da origem do comportamento cooperativo e das suas implicações em ambientes de negociação (WINCKLER; MOLINARI, 2011), e a capacidade de atuar de forma associativa perfaz um círculo virtuoso, podendo gerar aprendizagem para os envolvidos (TREGGAR; COOPER, 2016).

No que se refere aos APLs, além do caráter cooperativo, eles também são considerados estratégias de desenvolvimento econômico e produtivo, assim como os de uma região, que são caracterizados por um caráter sistêmico de competitividade (PORTER, 1991), visando à relação dos setores que conformam esse grupamento. Outro conceito teórico elaborado por essa literatura é o de “novos distritos industriais”, que se referem a *clusters* que passam a ser fortemente competitivos, inclusive internacionalmente. Nesse sentido, destacam-se os distritos do Silicon Valley na Califórnia; de Baden-Württemberg, na Alemanha; e das regiões Emilia-Romagna e Firuli-Venezia Giulia, na Itália.

Já as estratégias de especificação dos ativos territoriais referem-se a formas de valorização das vantagens sustentáveis dos territórios, com o propósito de contribuir para a qualificação de seu processo de desenvolvimento. As experiências de indicação geográfica (IGs), no Brasil, e de denominação de origem controlada ou protegida (DOC/DOP), em Portugal, ou outras formas organizacionais correlatas, são exemplos dessas estratégias de especificação (DALLABRIDA, 2016).

Outra forma estrategicamente proposta na literatura é o fomento políticas públicas que incentivam o desenvolvimento sustentável em regiões com baixo dinamismo econômico, especialmente no meio rural (MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO, 2015). Essas políticas podem ocorrer como o Programa LEADER, desenvolvido na Europa, em que a concepção original foi a de promover a dinamização das zonas deprimidas e excluídas do atual padrão agrícola tecnológico (em Portugal, na Espanha e na Grécia). O que se pode observar com a implantação desse programa foi que o enfoque no desenvolvimento local incentivou uma maior participação da população e de agentes econômicos, pois estes atuaram não somente na elaboração como também na gestão dos projetos (CORRÊA, 2009).

Já no Brasil, o Programa Nacional de Desenvolvimento Sustentável dos Territórios Rurais (PRONAT) é uma política com o objetivo de nortear os atores do setor da agricultura familiar na elaboração de projetos territoriais, baseado na premissa política de romper com o isolamento socioeconômico dos agricultores familiares diante da importância de seu papel nas dinâmicas territoriais, proporcionando-lhes apoio institucional e financeiro para ampliarem seus desempenhos (DELGADO; LEITE, 2015).

As políticas públicas também corroboram para o desenvolvimento da estratégia de diferenciação, a exemplo das indicações geográficas, sob o aspecto da concepção desta como uma política pública de promoção do desenvolvimento, notadamente a possibilidade da potencialização do desenvolvimento local, regional e territorial da coletividade relacionada com o produto que se tornou conhecido pela sua origem, incluindo-se neste os fatores naturais e

humanos, bem como, entre outros, a agregação de valor, o espaço geográfico, o patrimônio histórico, as potencialidades regionais e o empreendedorismo (ZILLI *et al.*, 2019).

Já as estratégias identificadas na literatura internacional demonstram que as mais efetivas relacionadas ao desenvolvimento territorial são baseadas na diferenciação e na qualidade, sendo implementadas em lugares/contextos com um nível intermediário de desenvolvimento socioeconômico (RAMOS; GARRIDO, 2014). Conforme Biryuko e Romanenko (2016), as estratégias de desenvolvimento inovadoras foram capazes de amparar a região no desenvolvimento do capital territorial específico, proporcionando maiores lucros para certos tipos de investimentos que são mais adequados para determinada região.

Nessa perspectiva, o desenvolvimento requer o protagonismo dos atores que compõem o território de forma organizada, o que não pode depender somente do setor público, mas também do envolvimento da iniciativa privada e do terceiro setor, para que, juntos, possam criar ações que promovam a competitividade e o desenvolvimento sustentável (SUDITU *et al.*, 2014; LARREA; ARANGUREN; VALDALISO, 2017). Isso demanda a identificação das reais necessidades e potencialidades territoriais. Seu levantamento propicia a criação de uma visão de futuro para o território, e assim podem ser traçadas estratégias de desenvolvimento com ações de curto, médio e longo prazos, com vistas ao alcance dos resultados projetados (BIRYUKOV; ROMANENKO, 2016).

Outros direcionamentos (BENOIT; PATSIAS, 2017) destacam que territórios que ofereçam um ambiente favorável ao empreendedorismo, melhoram a competitividade empresarial, criam novos postos de trabalho, e incentivam inovações tecnológicas e a produção de novos conhecimentos e habilidades tendem a ser mais competitivos.

Frente a esse contexto de desenvolvimento territorial, pensar numa forma de conectar pessoas e instituições para discutir sobre necessidades e oportunidades existentes é um desafio para os territórios que pretendem atuar em rede (ESPARCIA; ESCRIBANO; SERRANO, 2015; ESCACH, 2015). A articulação com instituições e atores para a formulação e a complementaridade de estratégias pressupõe compromisso, relacionamento e engajamento, para propor, construir e legitimar propostas e ações numa agenda positiva pactuada entre os atores. Buscar a convergência das ações e o uso racional dos recursos disponíveis no território, portanto, é fator de extrema importância num cenário de escassez de recursos. Com essas medidas, a capacidade de cooperação entra em cena (RAMOS; GARRIDO, 2014).

Evidencia-se que o desenvolvimento territorial não acontece por sorte, acaso ou por decreto, mas, sobretudo, depende das pessoas, de atitudes, ideias inovadoras, projetos consistentes e parcerias engajadas num plano sólido. Confiança e entendimento elevados

favorecem o fortalecimento de alianças entre os atores. Logo, o território deve ser construído por líderes comprometidos que visem a mudanças transformadoras e possam, dessa forma, perpetuar seus feitos, deixando seu legado para futuras gerações (LARREA; ARANGUREN; VALDALISO; 2017).

Nesse sentido, preparar as pessoas/lideranças para atuarem de modo cooperado é um desafio para os territórios, que precisam estar receptivos aos novos processos que resultarão dessa interação e combinação/recombinação de esforços, com vistas ao objetivo maior do desenvolvimento: a qualidade de vida de todas as pessoas e das futuras gerações (LARREA; ARANGUREN; VALDALISO; 2017). Assim, urge trabalhar para que os territórios tenham dinâmicas sustentáveis e que explorem suas capacidades de prosperidade (BIRYUKOV; ROMANENKO, 2016).

2.3 A IMPORTÂNCIA DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA PARA O DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL

Conceitualmente, a indicação geográfica relaciona-se com produtos cuja origem geográfica é especificamente definida, agregando valor a produtos e traduzindo o valor em qualidade, características únicas, por meio da identidade e cultura conferidos, conforme Vieira *et al.* (2016). De acordo com os autores, a missão de uma IG define-se pela preservação da cultura, tradição, lealdade, reputação, história, *terroir* e saber-fazer.

Mundialmente, as indicações geográficas existem (KAKUTA *et al.*, 2006) desde a Era Romana e na Antiga Grécia (século IV a.C.). Na primeira, pela produção de vinhos e, na segunda, pelos mármore de Carrara, como uma forma de proteger os produtos e atribuir punição aos que descumprissem normas. Para Pimentel (2013), ao utilizar o sistema de propriedade intelectual, as nações buscam o crescimento e o desenvolvimento, através de recursos que podem ser explorados como ativos econômicos.

Segundo Gontijo (2005) e Ferreira *et al.* (2013), o Acordo de Paris foi um importante marco regulatório. Mundialmente, no ano de 1994, foi instituído um marco legal quando a Organização Mundial do Comércio (OMC) reconheceu o conceito de indicação geográfica, no acordo *Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights* (TRIPS). Este acordo tratava de questões ligadas ao comércio de bens, cujo diferencial competitivo pudesse estar protegido por mecanismos de propriedade intelectual, sendo que o acordo foi subscrito por todos os países que desejavam pertencer à OMC. Na época do Acordo de Paris, tinha 14 membros; na

atualidade, conta com 162 países, incluindo o Brasil (WORD TRADE ORGANIZATION – WTO, 2019).

Na Europa, segundo Anjos *et al.* (2015), é através do regulamento da Comunidade Econômica Europeia (CEE 2081/92) que são apresentados os dois tipos de registro: a primeira, referente à denominação de origem protegida (DOP); e a segunda, à indicação geográfica protegida (IGP). Já o regulamento CE 2082/92 (CEE, 1992) trata da certificação de características específicas ou especialidades tradicionais garantidas, sendo que estas contemplam apenas produtos agroalimentares. Para os autores, há diferenças entre as experiências de IG europeias e brasileiras: enquanto nos países europeus inclui-se apenas alimentos; no Brasil, são incluídos vários produtos, como alimentos, calçados, mármore e até serviços (MAIORKI; DALLABRIDA, 2015).

Em nosso país, assuntos relacionados às indicações geográficas têm sido acompanhados desde 1883, na Convenção de Paris (Convenção da União de Paris – CUP), na qual o Brasil, como membro originário, comprometeu-se a combater as falsas indicações de procedência (INPI, s./d.); e, posteriormente, em 1923, o Decreto Nº 16.264 instituiu a primeira legislação brasileira sobre propriedade industrial que previa a repressão às falsas indicações de procedência (BRASIL, 1923).

Na União Europeia mecanismos de certificação baseados em registro exigem que esse elo de localização seja explicitamente articulado, o que forma o eixo das estratégias de desenvolvimento territorial (GANGJEE, 2017). As indicações geográficas são, portanto, um instrumento para promover os produtos comercialmente, mas podem gerar riqueza, agregar valor, proteger a região produtora, gerar desenvolvimento, expandir a exportação de produtos, fortalecer o mercado interno e promover os produtos e seu patrimônio histórico e cultural, dentre outros ganhos (CASTRO; GIRALDI, 2018). No Brasil as Indicações geográficas são reconhecidas como registro de propriedade intelectual, diferente do adotado outros países como no caso da União Européia.

Trentini (2006) esclarece que ambas as marcas e indicações geográficas são identificadores e diferenciadores; porém uma marca registrada indica origem comercial, enquanto as IGs indicam origem geográfica. Um produto que recebe o direito a uma IG também pode ter uma marca individual e, portanto, a IG aumenta o prestígio da marca registrada; esse prestígio vem de fatores intrínsecos e extrínsecos aos bens ou serviços, como políticas de *marketing* e concorrência.

Embora as denominações de origem tenham sido inicialmente criadas no Acordo de Lisboa de 1958 (WIPO, 1958), as indicações de origem provêm do Acordo de Madrid de 1891

(WIPO, 1891) que trata das marcas e símbolos. O Acordo de Madrid visa, principalmente, suprimir falsas indicações de origem das mercadorias, enquanto o Acordo de Lisboa se centra em denominações, tais como localidades escolhidas para designar a origem de produtos cuja qualidade ou características se devem exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico em causa (incluindo fatores naturais e humanos) (INPI, 2018).

Para as IGs, a Indicação Geográfica pelas autoridades públicas sob um regime *sui generis* é considerada suficientemente rigorosa e, portanto, mais apropriada para satisfazer as preferências dos consumidores, bem como para alcançar as estratégias de desenvolvimento territorial, conforme aponta Gangjee (2017). O autor também complementa que promover a confiança e a cooperação entre diferentes atores da cadeia de suprimentos é crucial para o sucesso de uma IG. No que diz respeito aos aspectos sociais, destacam-se as decisões coletivas e de trabalho, o estabelecimento e a institucionalização de parcerias e o aumento do capital humano com maior qualificação e demanda por *expertise* (MATOS *et al.*, 2012; ZUIN; ZUIN, 2009).

Diversos grupos de trabalho dentro da Organização Mundial de Propriedade Intelectual (OMPI) visam discutir a atualização desses marcos legais. Os efeitos da lei decorrentes da concessão do registro de IGs, segundo Gonçalves (2008, p. 216), são:

- a) o uso exclusivo do nome geográfico reconhecido para bens ou serviços projetados no registro;
- b) o direito de ter um nome geográfico reconhecido independentemente do produto ou serviço, no que diz respeito ao mesmo para fins publicitários ou de *marketing*;
- c) o uso de expressões: indicação geográfica, indicação de origem ou denominação de origem para identificar seus produtos ou serviços listados no cadastro, junto com a marca;
- d) o direito de fazer uso de meios legais para impedir terceiros de empregá-los como um sinal distintivo, ou outro tipo de sinal, idêntico ou semelhante ao nome geográfico reconhecido.

Gonçalves (2008) mostra que, devido aos direitos acima mencionados, as IGs têm três funções (origem, distintiva e qualitativa). A função de origem refere-se à identificação da origem em que os produtos são extraídos e baseia-se no princípio da precisão; a função distintiva refere-se ao fato de o nome geográfico diferenciar o produto/serviço de outros disponíveis no mercado; a função qualitativa, atribuída ao nome geográfico, refere-se à

qualidade única (típica) dada por critérios subjetivos e objetivos e baseada na existência de padrões de produção e controle (MEDEIROS; PASSADOR; PASSADOR, 2016).

Varella e Barros (2005), Suh e MacPherson (2007), Trentini (2006; 2012) também dividem as funções das indicações em três propostas distintas. Varella e Barros (2005) enfocam os envolvidos na proposição de que os três objetivos são: distinção de produto (de sua originalidade, tipicidade e qualidade); proteção do produtor (mantendo seu modo de produção e assegurando que o produto seja diferenciado de outros); e proteção dos consumidores (garantindo que estão comprando um produto bem conhecido). Suh e MacPherson (2007) abordam o impacto de uma IG em termos de setores: setor primário (agricultura), secundário (indústria) e terciário (consumo do produto e subprodutos, principalmente devido ao aumento do turismo). Trentini (2006; 2012), por sua vez, parece destacar a natureza dos efeitos. Ao tratar mais especificamente da origem, o autor separa as funções nas categorias: econômica, legal e social.

Valente *et al.* (2012) enfatizam que o maior objetivo de uma IG é a proteção dos produtos e seu nome geográfico. Dessa forma, as IGs contribuem para o combate e proteção contra o tráfico, pirataria comercial, falsificação, fraude, biopirataria e concorrência desleal (VIEIRA *et al.*, 2016; SAUTIER; BIÉNABE; CERDAN, 2011). E, para os consumidores, é vista de uma forma positiva e confiável, porque garantem a rastreabilidade. Entre outros aspectos positivos, elas também podem significar a possibilidade de obter um preço *premium*, bem como criar uma fidelização do consumidor a um produto típico e único (VIEIRA *et al.*, 2016; LAMBERT-DERKIMBA *et al.*, 2010).

As indicações geográficas podem gerar produtores satisfeitos em função da valorização de seus produtos e modo de vida, além de favorecer o orgulho e sentimento de pertencimento. Essa identidade particular pode ser apropriada e fortalecida no desenvolvimento de atividades turísticas associadas às áreas rurais e ao produto (MEDEIROS; PASSADOR; PASSADOR, 2016; NASCIMENTO; NUNES; BANDEIRA, 2012).

Portanto, o produto se torna um artigo exclusivo. A singularidade, aliada a uma percepção de maior qualidade, tende a gerar o maior valor monetário e, conseqüentemente, aumenta a renda dos produtores (MENDES; ANTONIAZZI, 2012). Os autores afirmam que as IGs podem facilitar a inserção de pequenos e médios produtores, uma vez que essa singularidade pode aumentar a competição com grandes produtores. Além disso, a indicação geográfica pode facilitar a presença de produtos no mercado, permitir a cobrança de preços mais altos e promover a estabilidade da demanda (VALENTE *et al.*, 2012).

Embora haja vários impactos positivos, alguns produtores podem ser desonestos ao realizar atividades ilícitas ou ilegais com o uso de indicações geográficas: a restrição ao livre comércio de produtos e mercadorias devido ao monopólio de um “nome” ou privilégio de alguns produtos, bem como práticas comerciais (TRENTINI, 2012). Esses usos indevidos devem ser observados pelas diversas partes interessadas e, especialmente, pelos produtores que possuem indicações geográficas (VARELLA; BARROS, 2005). Também deve-se notar que as exceções mencionadas não se referem ao funcionamento normal do registro, mas ao seu uso indevido (TRENTINI, 2012).

Em aspectos gerais, as repercussões envolvendo IGs são positivas, tais como: o aumento do valor agregado dos produtos ou serviços, patrimônio das regiões específicas; estímulo aos investimentos na própria área de produção, com valorização das propriedades, aumento do turismo, do padrão tecnológico e da oferta de emprego; melhoria na comercialização dos produtos ou serviços, facilitando o acesso aos mercados através da propriedade coletiva (CALDAS; ARAÚJO; COURU, 2017).

Ao observar as IGs vitivinícolas, verificou-se que os produtores identificaram várias vantagens no reconhecimento desse signo, dentre elas: aumento da demanda, reconhecimento do consumidor do vínculo do produto com o território, maior valor agregado aos produtos, aumento do *marketing* espontâneo, valorização imobiliária e incremento no comércio local. Não obstante, os desafios apontados também foram significativos, desde o desconhecimento do consumidor sobre tais signos até as dificuldades na gestão e controle (VIEIRA; PELLIN, 2016)

Dessa forma, a propriedade intelectual tem se consolidado como um instrumento de desenvolvimento, especialmente em sua perspectiva econômica. Os signos distintivos coletivos, por sua vez, também despontam como uma estratégia importante de sustentabilidade econômica para agrupamentos de produtores que enfrentam dificuldades de inserção no mercado. As marcas coletivas e as indicações geográficas, com suas similaridades e diferenças, podem ser adotadas como instrumentos que permitam aos produtores serem mais competitivos no mercado de consumo, agregando valor aos seus produtos (SOUZA; GOES; LOCATELLI, 2017).

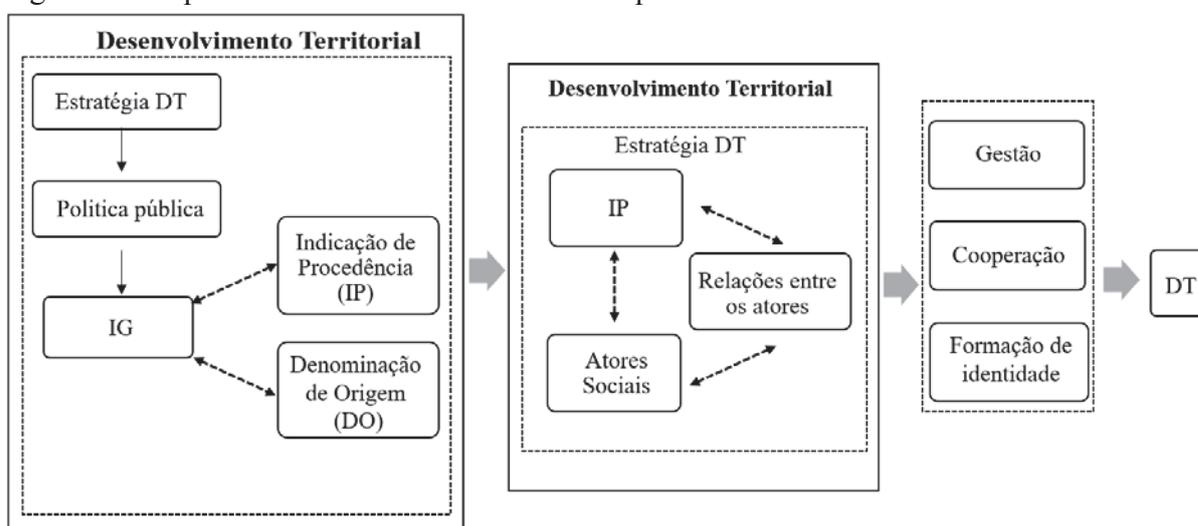
No que tange as paisagens, Falcade (2011) expressa que o conceito de paisagem é entendido como processualidade e representação, sendo fundamental para entender determinado território, considerando sua organização societária e a possibilidade de obtenção ou não uma indicação geográfica. As condições para isso são historicamente realizadas, envolvendo um regulamento específico que rege o seu estabelecimento. No entanto, uma declaração, como adverte consistentemente Falcade (2011), requer exclusividade e qualidade

do produto, conexão com determinado território, organização da produção e comercialização, formando uma determinada região. Assim, conforme o autor, historicamente e regionalmente, existem símbolos das regiões e vinhos que precisam ser entendidos, preservados e valorizados.

Essa relação encontra-se na síntese realizada por Dallabrida (2012), na qual o autor afirma que a indicação geográfica requer produtos com identidade de marca, diferentes dos de outras regiões, que podem constituir formas inovadoras de proteção do produto, de agregação de valor e atribuição e de credibilidade no mercado.

O esquema conceitual analítico desenvolvido para esta pesquisa, baseado na literatura apresentada neste capítulo, pode ser visualizado na Figura 2.

Figura 2 – Esquema Conceitual Analítico da Pesquisa



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

O esquema apresentado na Figura 2 tem a finalidade de exemplificar os objetivos da pesquisa, sendo elaborado com base na literatura levantada. Da esquerda para a direita, inicia-se pela abordagem do desenvolvimento territorial que, neste trabalho, concentra-se nas vertentes simbólico cultural e naturalista (HAESBAERT, 2012), com foco na abordagem de Becattini (1979) e Storper (1977), que atribuem um papel importante aos agentes locais. Posteriormente, foi identificada a estratégia utilizada pelo território de política pública, através da indicação geográfica, que ocorreu através da obtenção da indicação de procedência. A indicação de procedência, por sua vez, mobiliza diversos atores que acabam interagindo uns com os outros; e, ao longo do tempo, estas relações podem, se bem-sucedidas, auxiliar na promoção e manutenção do desenvolvimento territorial.

No capítulo seguinte, serão apresentados os aspectos metodológicos deste estudo.

3 METODOLOGIA

Neste capítulo, são descritos os procedimentos metodológicos que adotados na investigação empírica com vistas a atingir os objetivos propostos. Serão apresentados, portanto, o delineamento da pesquisa, as escolhas dos métodos e técnicas de definição da amostra, os instrumentos de coleta e o modelo analítico dos dados coletados.

3.1 CLASSIFICAÇÃO E DELINEAMENTO DA PESQUISA

Quanto à finalidade, esta pesquisa qualifica-se como social aplicada, desenvolvida no nível descritivo (LAKATOS; MARCONI, 2019). A pesquisa descritiva tem a finalidade de investigar possíveis relações entre variáveis, descrevendo as características de determinada população ou fenômeno (GIL, 2017).

Caracteriza-se, em sua abordagem metodológica, como pesquisa qualitativa, ou seja, envolvendo métodos qualitativos. A pesquisa qualitativa será necessária por ser um meio de explorar e entender o significado dos indivíduos ou grupo que atribuem em problema social ou humano (YIN, 2016; CRESWELL, 2010). Nela, a interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são elementares.

Esta investigação, por fim, caracteriza-se, quanto aos procedimentos técnicos, como um estudo de caso único, pois, segundo Yin (2016), o uso do estudo de caso é adequado quando se pretende investigar o “como” e o “porquê” de um conjunto de eventos contemporâneos. Apresenta um enfoque incorporado, pelo qual o caso é examinado a partir de distintas unidades ou níveis de análise que podem ser setores distintos de uma certa instituição, neste caso, os Vales da Uva Goethe (YIN, 2015). O autor assevera que o estudo de caso é uma investigação empírica que permite o estudo de um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos (YIN, 2016). O estudo de caso:

se fundamenta na ideia de que a análise de uma unidade de determinado universo possibilita a compreensão da generalidade do mesmo ou, pelo menos, o estabelecimento de bases para uma investigação posterior, mais sistemática e precisa. (GIL, 1999, p. 79)

No que se refere aos objetivos, esta pesquisa caracteriza-se como exploratória e descritiva, pois as relações geradas em um território por meio da implementação das indicações geográficas ampliam as discussões acerca do desenvolvimento territorial, trazendo novas

perspectivas para seu campo de estudo (PELLIN, 2019). Portanto, entende-se que este estudo corrobora para a compreensão e familiaridade destes fenômenos.

Quanto à abordagem do problema de pesquisa, este estudo caracteriza-se como qualitativo (CRESWELL, 2010; FLICK, 2009). A pesquisa qualitativa pode ser considerada como uma forma de compreensão mais detalhada, por explicitar maior número de detalhes e características situacionais espessas pelos entrevistados, auxiliando no apreendido de um fenômeno social que envolve seres humanos e suas complexas relações sociais, estabelecidas em diferentes ambientes (FLICK, 2009).

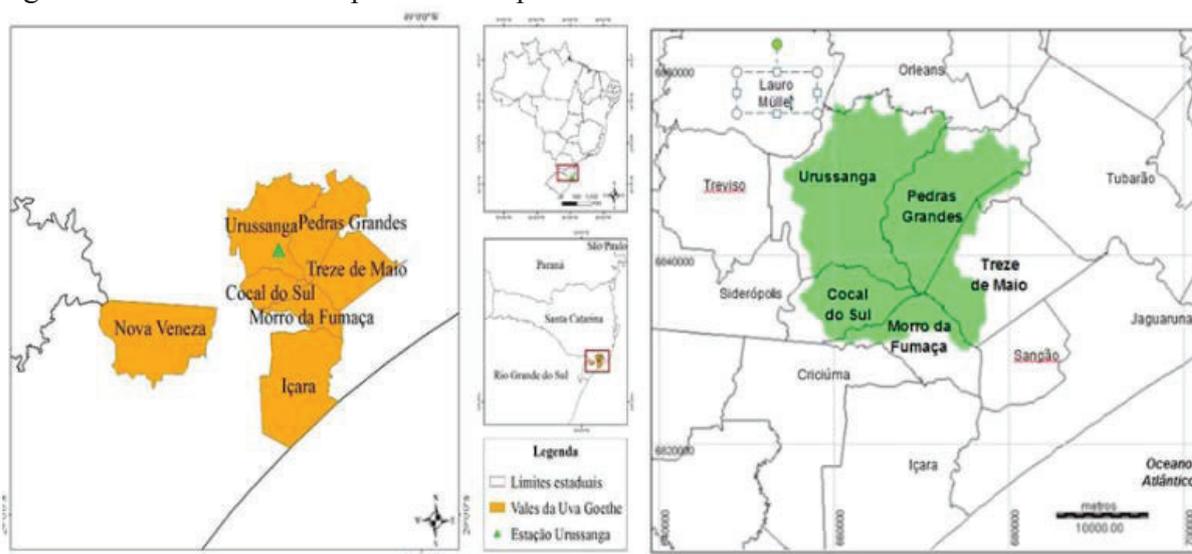
3.2 CAMPO DE INVESTIGAÇÃO

A região de Urussanga, situada ao Sul do estado de Santa Catarina, a aproximadamente 200 km da capital Florianópolis, constitui o campo de pesquisa, juntamente com as demais cidades compreendidas pela IPVUG. Ela é formada por vários municípios que compartilham história e cultura em comum. Dentre os municípios que dela fazem parte, estão: Urussanga, Pedras Grandes, Cocal do Sul, Morro da Fumaça, Treze de Maio, Orleans, Nova Veneza e Içara. O clima da região caracteriza-se como Subtropical Úmido, sem estação seca e com verões quentes. As temperaturas variam de 42,2°C (máxima) e 4,6°C (mínima), com uma média de 19,2°C (MARIOT, 2002).

A região caracteriza-se, também, por conter vales, ou seja, regiões mais baixas rodeadas por montanhas e banhadas por rios. Os principais rios são o Urussanga, o Tubarão e o Azambuja. A altitude média na região é de 49 metros acima do nível do mar. Terrenos de topografia acidentada predominam na paisagem. As matas e florestas, somando os municípios de Urussanga, Pedras Grandes, Siderópolis, Morro da Fumaça e Cocal do Sul, ocupam 141 km² do total de 829 km², ou seja, 17% dessa área, segundo dados do IBGE (2006). Desconsiderando Siderópolis, esse número sobe para 21%, e só o município de Urussanga possui 32,6% da sua área cobertos por matas e florestas.

O pedido de reconhecimento da indicação geográfica (IG) dos vinhos Vales da Uva Goethe (VUG) foi encaminhado ao INPI, visando a uma maior visibilidade dos produtos produzidos, fabricados e comercializados pelos produtores locais dessa região. A área delimitada pela IG concedida ao território pode ser observada na Figura 3.

Figura 3 – Área delimitada pelos municípios da IPVUG



Fonte: Vieira, Garcia Júnior e Bruch (2015, p. 176).

O território da pesquisa é composto pelo estado de Santa Catarina no Brasil, posto que a região delimitada pelos Vales da Uva Goethe foi a primeira do estado de SC a receber o registro de indicação geográfica em análise neste estudo. Como recorte, foi selecionada a cidade de Urussanga por possuir maior número de produtores ligados a esse registro, e algumas localidades como Içara, Cocal do Sul que também existem produtores de uva, vinho e vinícola.

O registro de indicação de procedência foi concedida no ano de 2012, a qual confere maior fidedignidade quanto ao processo de produção único e ao *terroir* da região, não sendo possível ser replicado em outro território, pois o clima e os processos são únicos, principalmente no que se refere à região, que favorece tal qualidade e apreciação dos produtos desenvolvidos localmente.

3.3 SUJEITOS DA PESQUISA

Os participantes da pesquisa foram escolhidos por serem atores presentes na região de Urussanga e outras cidades e por desenvolverem suas atividades dentro do território ao qual foi conferida a IG. Para a escolha dos sujeitos selecionados, foram mapeados os produtores de uva e vinho que fazem parte do registro conferido a este território, mas também produtores que não fazem parte da IG, foram escolhidos da mesma forma atores que expressam sua participação de forma direta ou indireta dentro do território, como poder público, PROGOETHE, setor de alimentação e hospedagem.

É importante salientar que foram entrevistados sete produtores de uva e vinho, três atores do setor hoteleiro, dois do setor de alimentação, três do poder público e dois da PROGOETHE. O número de sujeitos da pesquisa foi definido por saturação (FLICK, 2009) ou, como Yin (2001) declara, a partir da percepção do pesquisador sobre a repetição dos conteúdos por parte de diferentes sujeitos informantes. Os nomes dos participantes foram preservados, de modo a manter o sigilo das informações apresentadas.

No que se refere à seleção dos participantes do estudo, a escolha orientou-se pelo critério de amostragem por intencionalidade, o qual seleciona os participantes do estudo, com base na riqueza e relevância de informações relacionadas ao objetivo da pesquisa (YIN, 2016). Tomando-se este tipo de amostragem, a escolha dos pesquisados respaldou-se nos dois critérios seguintes: (a) produzir ou fabricar produtos ou serviços dentro do território estabelecido pela IPVUG; (b) atuar de forma direta ou indireta dentro do território.

Os atores e participantes deste estudo tiveram suas participações formalizadas através da assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), primordial para o rigor e a seriedade da pesquisa acadêmica. O termo pode ser visualizado no Apêndice C.

3.4 COLETA DE DADOS

A coleta de dados aconteceu em três etapas, por meio das técnicas de entrevista, pesquisa documental e observação não participante (YIN, 2005; GIL, 2017). O emprego dessas técnicas em conjunto caracteriza a triangulação de fontes, conferindo qualidade e confiabilidade à pesquisa.

Os dados foram coletados através de fonte primária e secundária. Os dados primários foram coletados através da realização de entrevistas e da observação não participante; e os secundários, por revisas, *sites* das indústrias, da Prefeitura Municipal de Urussanga, documentos das empresas e PROGOETHE.

As entrevistas foram realizadas com base no roteiro semiestruturado apresentado no Apêndice A, aplicado com os produtores e fabricantes do setor vitivinícola; e para os atores do Poder Público, PROGOETHE, hotéis e restaurantes, foi aplicado roteiro de entrevista apresentado no Apêndice B – adaptado do estudo de Medeiros (2016).

Para nortear a pesquisadora durante o processo de coleta de dados, foram utilizadas as categorias definidas com base nos conceitos abordados na revisão de literatura, ou seja, a base teórica é a principal fonte para a construção do instrumento de coleta de dados. Por fim, cabe destacar que esta técnica foi utilizada, pois as entrevistas (YIN, 2016) são frequentemente

utilizadas para coleta de informações envolvendo estudos de caso, principalmente na investigação das indicações geográficas (PELLIN, 2019).

As categorias de análise, os autores-base, assim como a relação das perguntas do roteiro de entrevista são apresentadas no Quadro 3.

Quadro 3 – Categorias e Subcategorias Analíticas

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	DESCRIÇÃO
Desenvolvimento territorial	Gestão	i) Realização de ações que promovam a interação entre todos os atores da comunidade em geral, e que visam ao desenvolvimento do território, como reuniões, <i>feedback</i> , liderança, avaliações de gestões do Poder Público; ii) Identificação da gestão realizada pelos produtores em suas empresas e propriedades.
	Cooperação	Realização de ações visando aos esforços conjuntos e como ocorrem.
	Formação de identidade	Elementos que formam e conferem identidade territorial, como aspectos histórico, natural, humano, social e político.
Estratégia territorial	Indicação de procedência	Estratégia de política pública através da indicação geográfica.
Dinâmica territorial	Avaliação da efetiva interação entre os atores sociais presentes no território.	

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Os instrumentos foram desenvolvidos buscando atender aos objetivos específicos deste estudo e, também, sistematizar o conteúdo teórico apresentado através da Figura 1, presente na seção 2.3.

Assim, o instrumento de coleta de dados, apresentado no apêndice A, é composto por um total de 74 perguntas, dividindo-se em 5 blocos e, ao final de cada bloco, existe espaço para observações.

- a) Primeiro bloco: identificação e caracterização do entrevistado;
- b) Segundo bloco: implantação da atividade vitivinícola;
- c) Terceiro bloco: questões relacionadas à formação e composição da renda, gestão, administração financeira e mão de obra referentes às propriedades dos produtores de uva e vinho;
- d) Quarto bloco: gestão e organização do território;
- e) Quinto bloco: formação de identidade e indicação de procedências.

O instrumento de pesquisa apresentado no Apêndice B é composto por 8 questionamentos, como já mencionado, adaptados de Medeiros (2016). Este instrumento foi direcionado aos atores de órgãos públicos, restaurantes, hotéis, pousadas e PROGOETHE.

Tratando-se da operacionalidade da pesquisa, em um primeiro momento, a pesquisadora entrou em contato com a associação PROGOETHE, a qual auxiliou com informações fornecidas, documentos, relatórios e contatos dos produtores. Por telefone, fez-se o agendamento das entrevistas que foram realizadas no mês de outubro de 2019. Para tanto, a pesquisadora dirigiu-se a cada um dos empreendimentos e atores.

Em um segundo momento, foram coletados dados através da realização de pesquisa documental na sede da PROGOETHE, onde se teve acesso aos registros e relatórios dos cadastros dos associados, bem como a publicações sobre a trajetória da associação e outros materiais desenvolvidos como forma de divulgação da IP. De acordo com Scott (1990), Oliveira (2013), Marconi e Lakatos (2007), e Gil (2010), são considerados documentos quaisquer materiais escritos que possam ser utilizados como fonte de informação, como leis e regulamentos, normas, pareceres, cartas, memorandos, diários pessoais, autobiografias, jornais, revistas, discursos, roteiros de programas de rádio e televisão até livros, estatísticas e arquivos escolares. Flick (2009) ressalta que, em um estudo documental, o pesquisador deve entender os documentos como meios de comunicação.

A observação não participante também foi realizada e é considerada uma abordagem flexível, pois permite ao observador reagir e registrar aspectos dos fatos e dos comportamentos à medida que ocorrem (COOPER; SCHINDLERER, 2003). Também foram realizadas anotações no caderno de campo, contendo observações da pesquisadora.

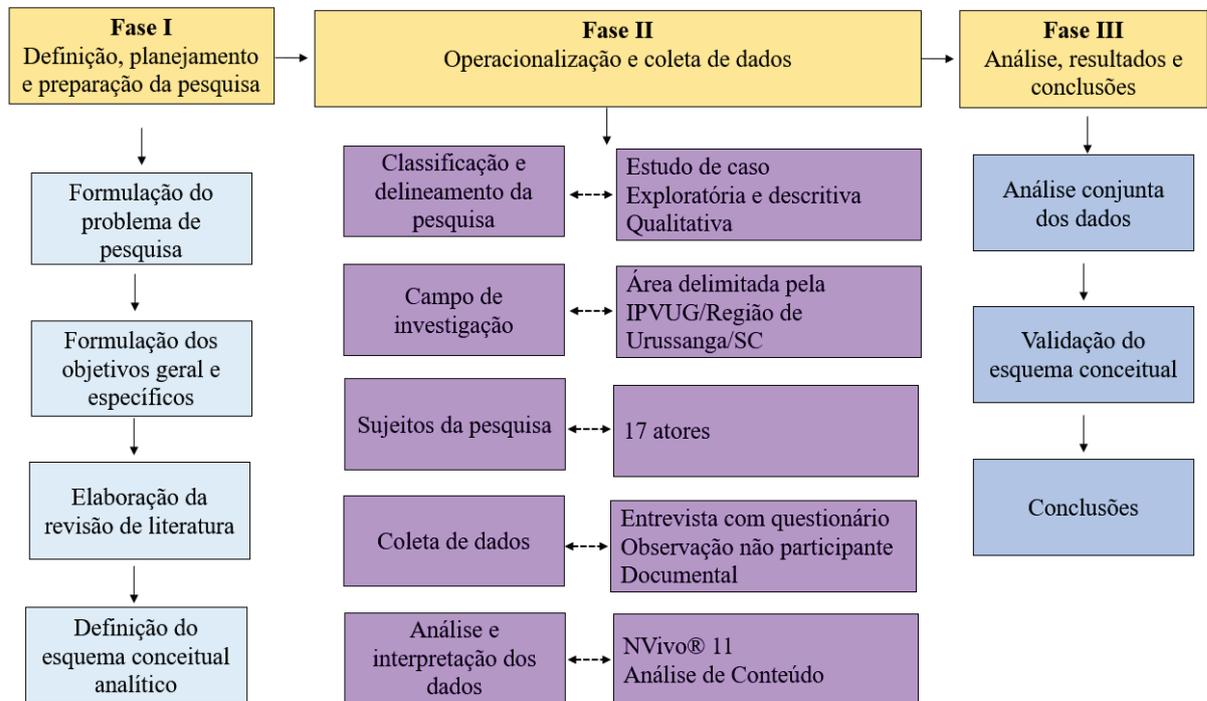
Como mencionado anteriormente, a pesquisa também utilizou o método de triangulação de fontes por ser uma combinação de metodologias diferentes para analisar o mesmo fenômeno, de modo a consolidar a construção de teorias sociais, como no caso do desenvolvimento territorial e IGs (FLICK, 2009; DEZIN; LINCON, 2005). Para os autores, trata-se de uma alternativa para a validação de uma pesquisa que, ao utilizar múltiplos métodos, assegura a compreensão mais profunda do fenômeno investigado. O método também propicia que as evidências obtidas sejam consideradas fortes, pois reduz eventuais vieses no processo de coleta (WEISS, 1998).

As entrevistas foram realizadas *in loco* com cada um dos atores, na cidade de Urussanga e Içara, no mês de outubro de 2019. A duração média de cada entrevista foi de aproximadamente 1h30m. Além da entrevista, foram recebidos catálogos de portfólio de algumas empresas e matérias de divulgação dos Vales da Uva Goethe.

Todas as entrevistas foram gravadas, por meio de gravador eletrônico, depois degradas e transcritas no *software Microsoft Word®*, no qual foram criados quadros com a identificação do respondente e a respectiva resposta. Para a análise de conteúdo, foi utilizado o *software NVivo®*, possibilitando a codificação e análise dos dados obtidos – salienta-se que todos os entrevistados foram consultados sobre a gravação e manifestaram sua aprovação conforme descrito no TCLE.

Por fim, apresenta-se a Figura 4, que demonstra os procedimentos metodológicos adotados na pesquisa, evidenciando o caminho percorrido durante todas as etapas.

Figura 4 – Etapas do Desenvolvimento da Pesquisa



Fonte: Elaborada pela autora (2020).

3.5 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

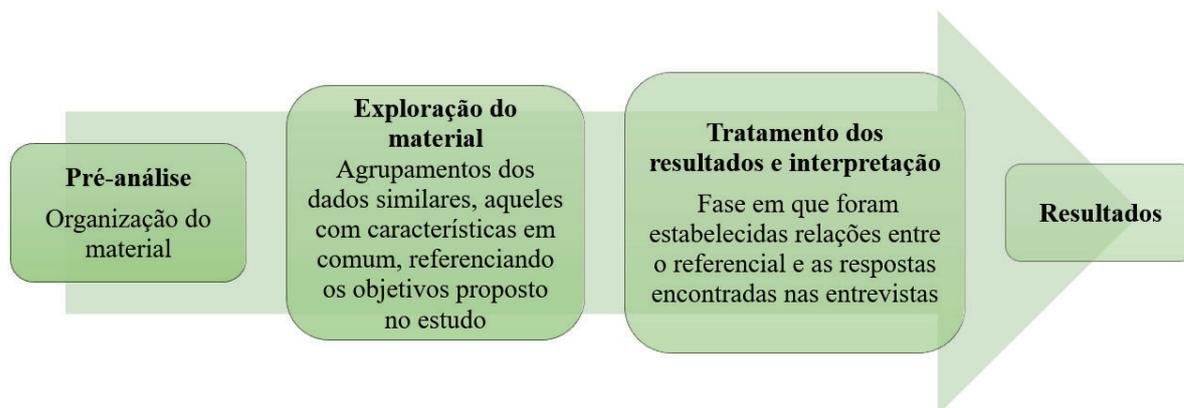
Primeiramente, foi realizada a análise documental, a qual extrai um reflexo objetivo da fonte original, permitindo a localização, identificação, organização e avaliação das informações contidas no documento, além da contextualização dos fatos em determinados momentos (FLICK, 2009).

Numa segunda etapa, as informações obtidas com a realização das entrevistas foram degravadas e transcritas em editor de texto, no qual aconteceu a criação de quadros com a identificação do respondente e a respectiva resposta (BARDIN, 2011). Para a análise e

interpretação dos dados qualitativos, a pesquisa utilizou-se da Análise de Conteúdo, que tem conquistado sua legitimidade no campo das pesquisas em Administração e tem demonstrado uma evolução em relação a sua preocupação com o rigor científico (BARDIN, 2009).

A Análise de Conteúdo, segundo Bardin (2011), compreende três fases conforme a Figura 5.

Figura 5 – Fases da Análise de Conteúdo



Fonte: Adaptado de Bardin (2011).

Para uma melhor visualização dos procedimentos adotados metodologicamente na pesquisa foi elaborado o Quadro 4, o qual sintetiza o delineamento, a coleta de dados e o tipo de análise utilizados.

Quadro 4 – Síntese dos Procedimentos Metodológicos

TIPO	ENQUADRAMENTO	
Delineamento	Quanto aos fins	Exploratória e descritiva
	Quanto aos meios	Bibliográfica, documental e estudo de caso
Plano de coleta de dados	Origem	Primária e secundária
	Técnica	Entrevista
	Instrumento	Questionário e Roteiro
Plano de análise de dados	Abordagem	Qualitativa

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

No próximo capítulo, será apresentada a análise dos resultados.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Este capítulo dedica-se à apresentação e análise dos dados, dispostos em quatro seções, de acordo com as categorias analíticas. Inicialmente, apresenta-se a história dos Vales da Uva Goethe, assim como os atores diretamente ligados à indicação geográfica destes e os que participam de forma indireta, avançando-se para questões históricas da uva Goethe. Em sequência, é apresentada a estrutura do território, detalhando o papel de cada ator de acordo com suas subcategorias e, em seguida, as relações formadas pelo território, bem como suas subcategorias. Ao final, expõe-se a aplicação do esquema conceitual analítico para a compreensão da IG para o desenvolvimento territorial.

4.1 CONHECENDO A HISTÓRIA DOS VALES DA UVA GOETHE

Inicialmente, para contextualizarmos essa região, é necessário expor elementos que caracterizam e conferem autenticidade à sua história, como a chegada dos imigrantes italianos, a uva Goethe, aspectos socioeconômicos e demográficos. Um território permeado por diversos fatores que, hoje, se configura como os Vales da Uva Goethe.

O primeiro ponto a ser relatado é chegada dos imigrantes italianos na região de Urussanga, a partir do no ano de 1877, vindos das províncias do Vêneto, Piemonte e Lombardia, conforme a Figura 6.

Figura 6 – Mapa da Itália da região de onde vieram os imigrantes italianos



Fonte: Trabalhando no Exterior (2018).

Os primeiros imigrantes chegaram à Santa Catarina pelos portos de Florianópolis e, logo após, de Laguna. Estes vieram para o Brasil com o sonho de uma nova vida, visto que muitos passavam por dificuldades na Itália. Na chegada ao território que foi “dado” pelo governo brasileiro a eles (RAMOS, 2015), os imigrantes também encontraram alguns percalços em razão do ambiente em que viviam, pois o local era aberto, com campos e as casas de vizinhos e parentes eram próximas. Já na região onde se instalaram, era um pouco diferente: havia muita mata fechada e as casas de vizinhos ficavam bem distantes umas das outras, o que ocasionou um isolamento das famílias (REBOLLAR *et al.*, 2007).

Aos poucos, os colonizadores começaram a aprender a trabalhar com a terra, desde as formas de plantio até as melhores sementes a serem plantadas. Eles plantavam milho, feijão, abobora, arroz, mandioca e cana-de-açúcar; já algumas culturas, como o trigo, não se adaptaram tão bem. Entretanto, as videiras como mostram os registros e documentos analisados, foram

plantadas no início da colonização. As mudas eram trazidas nos navios e cobertas com musgos para sobreviver à longa viagem (REBOLLAR *et al.*, 2007). As primeiras cultivares foram plantadas na região do rio Carvão em Urussanga.

Um dos momentos marcantes foi quando o regente consular Giuseppe Caruso MacDonald distribuiu as mudas da variedade Goethe aos colonos. Essa uva foi desenvolvida nos Estados Unidos por Robert Snaniford Rogers no século XIX e em 1862. A Goethe adaptou-se muito bem ao solo e ao clima da região, sendo disseminada entre os demais produtores, tornando-se, assim, mais típica se diferenciando das demais cultivares da região (REBOLLAR *et al.*, 2007).

Nos anos de 1880 e 1890, foi construída a ferrovia Tereza Cristina para o escoamento do carvão extraído na região. Sua inauguração ocorreu em 1896. Em função disso, apareceram fábricas de balas, chapéu, gelo e meias, além da lavoura que era considerada cada vez mais forte (PEREIRA, 2011; RAMOS, 2015; ALVES *et al.*, 2019). A atividade carbonífera iniciou-se em meados de 1918 com a abertura da Companhia Carbonífera de Urussanga (CCU), essa foi uma das pioneiras na atividade extrativista de carvão (RAMOS, 2015).

Foi uma época em várias vinícolas e produtores de vinho começaram a surgir na região, além de ser reconhecida por sua tipicidade, pois a uva Goethe foi levada para outros estados, mas não teve boa adaptação. Os registros também demonstram que a uva sofreu uma mutação ao longo do tempo em razão do território. Relatos coletados registraram os fatos históricos:

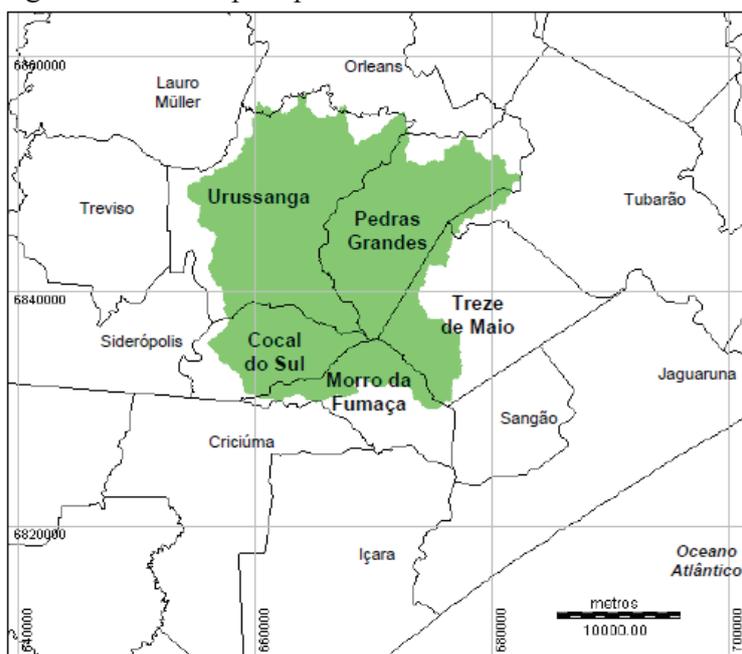
A história do vinho nesta região começou há muito tempo atrás. Ao decorrer dos anos, na casa da família Nichele, funcionava um secos e molhados. Registros mostram que, neste local, foi vendida uma muda de uva Goethe e esta apresentou uma mutação genética. A partir das mudas que eles venderam, essa espécie é o que chamam hoje de uva Goethe clone Primo, pois tem a uva Goethe clássica foi a que veio para Urussanga. Como ela se adaptou tão bem ao clima, solo, um terroir tão específico, que acabou sofrendo essa mutação e, assim, ela se tornou mais única e mais típica ainda da região da cidade de Urussanga e dos vales da uva Goethe. (FUNCIONÁRIO DA PROGOETHE)

Tais fatos reforçam a história conforme os antigos descendentes italianos e que é contada até os dias de hoje. Foi na década de 1950 que o município de Urussanga se intitulou “Capital do Vinho” e, depois, tornou-se “capital do bom vinho e da cultura italiana”. Posteriormente, foi outorgado pela Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina, em 2004, e passou a chamar-se “Capital Catarinense do Bom Vinho” (REBOLLAR *et al.*, 2007; RAMOS, 2015).

A região dos Vales da Uva Goethe situa-se ao Sul do estado de Santa Catarina, a aproximadamente 200 km da capital Florianópolis, com proximidade do litoral, da serra e da

BR-101, uma das mais importantes rodovias brasileiras. Tem uma posição relativamente privilegiada com relação ao comércio e é formado por vários municípios que compartilham história e cultura em comum. O recorte territorial para este estudo deu-se por abranger diferentes municípios, conforme a Figura 7.

Figura 7 – Municípios pertencentes à área delimitada dos Vales da Uva Goethe



Fonte: Vieira, Garcia Júnior e Bruch (2015, p. 176).

Na próxima subseção, focalizaremos os atores analisados.

4.1.1 Conhecendo os atores dos Vales da Uva Goethe

Após a apresentação da origem e formação dos Vales da Uva Goethe, são apresentados os atores que participaram desta pesquisa, realizando, assim, a apresentação e análise dos resultados. Os atores apresentados no Quadro 5 são vinícolas, produtores de uva e vinho (vitivinicultores), representantes do Poder Público, atores do setor hoteleiro e alimentação.

Quadro 5 – Perfil dos Entrevistados

Identificação	Área (ha)	Vinícolas e produtores de Uva e vinho				Localização
		Produtos e serviços	Ano de início Atividade Agrícola	Ano de início Atividade Turística	Constituição jurídica	
Propriedade 1	30	Vinhos, frisante, espumantes, visitação e degustação na vinícola	1976	1994	PJ	Rural
Propriedade 2	17	O vinho, a história, visitação, degustação e eventos	1974	1994	PJ	Urbano
Propriedade 3	60	Vinho, degustação, cafés, visitação pela vinícola, caminhadas, eventos em conjunto com empresas de ecoturismo	-	2002	PJ	Rural
Propriedade 4	NI	Degustação, vinho, venda para varejo e esporadicamente visitação na vinícola	1996	2002	PJ	Urbano
Propriedade 5	20	Vinhos, sucos, lanches e esporadicamente visitação	1995	2002	PJ	Urbano
Propriedade 6	18	Recepção de turistas, alguns eventos, reuniões, confraternizações, vinho	1964	2010	PF	Rural
Propriedade 7	70	Hospedagem, café da manhã, paisagens, cachoeira, trilha ecológica, visita ao parreiral	1986	1986	PJ	Rural
Hotéis e Restaurantes						
Pousada 1	N/A	Hospedagem com café da manhã, campo de futebol de areia, lagos para pesque e solte, campo de vôlei, piscina	N/A	1994	PJ	Rural
Hotel 1	N/A	Hospedagem e café da manhã	N/A	-	PJ	Urbano
Hotel 2	N/A	Hospedagem e café da manhã	N/A	-	PJ	Urbano
Restaurante 1	N/A	Refeições baseadas na gastronomia típica dos colonizadores italianos e eventos	N/A	1994	PJ	Rural
Restaurante 2	N/A	Refeições com comida a quilo e bife livre – comida caseira grelhados e saladas, eventos	N/A	2012	PJ	Urbano
Atores do Poder Público Municipal e Estadual						
Ator Poder Público Municipal 1	N/A	N/A	N/A	N/A	Público	Urbano
Ator Poder Público Municipal 2	N/A	N/A	N/A	N/A	Público	Urbano
Ator poder público Estadual 1	N/A	N/A	N/A	N/A	Público	Urbano
Associação PROGOETHE						
Representante 1	N/A	N/A	2005	N/A	PJ	Urbano
Representante 2	N/A	N/A	N/A	N/A	PF	Urbano

Fonte: Elaborada pela autora (2020).

Analisando o Quadro 5, observa-se a existência de quatro grupos de atores: o primeiro apresenta os produtores de uva e vinho; o segundo, hotéis e restaurantes; o terceiro, o Poder Público; e o quarto, a associação PROGOETHE. Dos empreendimentos pesquisados, 50% encontram-se em meio rural e outros 50% localizam-se em zona urbana. 10% dos empreendimentos apresentam-se na forma de microempreendedores e 90% são pessoa jurídica. De acordo com os entrevistados, ainda não existe uma rota ou roteiro definido e organizado por eles ou por outra instituição, sendo este um fator determinante para a viabilização e efetivação do turismo.

É importante salientar que a região possui uma boa infraestrutura local para atender aos visitantes, principalmente em períodos específicos em que acontecem eventos, como a Vindima Goethe, Festa do Vinho, entre outras festividades. São realizados calendários específicos com atividades diversificadas em cada uma das vinícolas representadas pela PROGOETHE. Estas abrem suas propriedades para receber visitantes e transmitir saberes, histórias e cultura advindas dos colonizadores italianos. São ações como estas que reforçam a identidade territorial.

Outro fato relevante e que deve ser respeitado é que nem todos os empreendimentos têm seu foco voltado para o turismo, mas, no decorrer das entrevistas, dois dos empreendimentos que ainda não o oferecem manifestaram seu desejo de, em um futuro próximo, investir nesse setor, pois reconhecem o crescimento e o aumento da demanda que o território obteve em função da indicação geográfica. As atividades relacionadas ao turismo iniciaram em diferentes datas para cada propriedade entre os anos de 1986 e 2010.

Em razão dos atrativos ofertados pelas propriedades, duas das entrevistadas já oferecem produtos e serviços complementares, como venda de produtos, hospedagem, café da manhã, espaço para realização de eventos. Enquanto as outras cinco dedicam-se, em grande medida, à venda, elaboração de novos produtos, realização de alguns eventos, degustação e visitação. O que ficou bem evidente foi que cada propriedade, por mais que esteja inserida em um mesmo território, compete quanto a aspectos diferentes. Alguns competem em preço, outro em qualidade, outro em escala e assim por diante. Quando perguntados se existia competição entre eles, 90% respondeu que não e que isso acontece em virtude de cada um competir em mercados e públicos distintos.

Em relação à iniciação dos produtores nas atividades agropecuárias, conforme o Quadro 5, observa-se que, entre 1964 e 1996, na maior parte dos casos, as propriedades foram passadas de geração em geração; em outros casos, a propriedade foi adquirida pela própria família e agora está sendo passada para a segunda geração. Conforme evidenciado por Lodi (1998), a interação entre família e empresa acontece marcada pela história de gerações (duas no mínimo).

Nesse contexto, os interesses da empresa são reciprocamente inseridos nos interesses da família empresária.

No que se refere à escolaridade de todos os entrevistados, a maior parte (13) possui Ensino Superior completo; outros três possuem Ensino Médio completo; e um possui Ensino Fundamental incompleto, o que reflete a realidade desse grupo de atores. Nesse sentido, os entrevistados mencionaram que seus avós e pais não tiveram a oportunidade, assim como eles, de estudar e retornar para a propriedade.

Com relação à inserção na atividade vitivinícola, os produtores foram questionados em relação à qual foi a sua motivação para a implantação da atividade. No Quadro 6, podem ser visualizadas as respostas de cada um.

Quadro 6 – Motivações para a Implantação da Atividade Vitivinícola

MEMBRO	SEGMENTO DE TEXTO
Propriedade 1	<i>Foi porque quando o meu marido e o cunhado eram meninos e moravam no interior de Orleans. Circulavam nos porões dos nonos e tios que faziam o vinho no porão e eles, então, querendo resgatar isso aí [...]. Então eles resolveram comprar um terreno e plantar uva aqui.</i>
Propriedade 2	<i>[...] é porque já tinha a vinícola, e aí meu pai faleceu. Eu já havia assumido os negócios, e o meu filho também já trabalhava aqui. Tivemos a alegria de trabalhar os três juntos por quase 10 anos.</i>
Propriedade 3	<i>Foi porque estávamos passando por um momento de decisão, pois trabalhávamos com outras coisas também; e a gente era produtor colonial e em razão de que o Ministério na Agricultura pediu para ou encerrasse a produção ou para que produzíssemos de forma industrial e foi aí que nós decidimos focar só nisso; e então, em 2002, abrimos a vinícola.</i>
Propriedade 4	<i>Meu pai sempre trabalhou com isso; na verdade, começou lá em Cocal do Sul. E a empresa se efetivou a partir de uma denúncia que teve na Secretaria da Agricultura, pois a gente era produtor colonial.</i>
Propriedade 5	<i>Vem desde o nono... Depois o pai começou a ajudar ele e, para a realização do registro, foi porque teve atuação de denúncia no Ministério da Agricultura, e obrigou a gente a se regularizar ou parar de produzir e vender.</i>
Propriedade 6	<i>A gente sempre teve parreiral. Antes, era muito maior, quando era do pai a propriedade, [que] era do meu avô, que passou para mim.</i>
Propriedade 7	<i>Foi por iniciativa própria, e o pai gosta muito, porque a bisnona, antigamente, fornecia vinho para a igreja que era servido na santa ceia, e era feito com porcentagens da uva Goethe e Marta.</i>

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

No Quadro 6, é possível observar que, para todos os entrevistados, o propósito de exercer a atividade vitivinícola encontra-se diretamente ligado a questões culturais e, principalmente, de cunho afetivo, pois muitos destacam situações em que a família estava envolvida, trazendo lembranças de quando eram crianças e de que, desde muito jovens, começaram a inserir-se na atividade. Apoiando-se na visão de Maiorki e Dallabrida (2015), foi

possível identificar que a identidade e o sentido de pertença se encontram presentes no território analisado, pois os atores demonstram apego afetivo ao saber localmente determinado.

No segundo grupo de atores entrevistados, estão hotéis e restaurantes, que expressam sua atuação em função principalmente do turismo e por estarem realizando esforços para a atuação conjunta com os produtores através de comissões organizadas pelo Poder Público. Para estas, são convidados os representantes de cada setor, a fim de traçar planos de ação futuros, visando à integração de todos os atores presentes no território.

Foram entrevistados, também, dois atores do Poder Público Municipal, e um ligado a um órgão estadual. Um na figura do gestor da Prefeitura Municipal, o qual está no seu terceiro ano de mandato, outro representado por uma Secretária. E um agente de apoio da Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina (EPAGRI) que acompanha e auxilia os produtores.

O quarto e último grupo de entrevistados é representado pela PROGOETHE, que contou com a participação de dois representantes da associação. A associação de produtores tem sua importância no trabalho de conscientização da população em função da indicação geográfica e por ser a mobilizadora para a obtenção desta.

Na próxima seção, serão apresentadas a formação territorial e as articulações locais existentes, como elas acontecem, com que intermédios, as diferentes perspectivas dos atores, suas respectivas atribuições e qual foi a participação de cada um no processo de indicação geográfica.

4.2 DINÂMICA DO TERRITÓRIO

Esta seção visa responder a um dos objetivos específicos: identificar quais são os atores representativos dentro do território e estabelecer quais são suas atribuições, bem como sua forma de atuação. Serão apresentados, portanto, os atores das esferas público e privada e que não estão, diretamente, em constante interação com os produtores, mas fazem parte desse território. Serão relatados sua função, papel na IPVUG e relacionamento com esta. Os dados analisados foram extraídos do segundo terceiro e quarto grupo de atores entrevistados, conforme Quadro 5.

O primeiro órgão a ser analisado é o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), responsável pela gestão das políticas públicas de estímulo à agropecuária, órgão fomentador do agronegócio, regulador e normatizador de serviços

vinculados ao setor. Sua missão é “Promover o desenvolvimento sustentável da agropecuária e a segurança e competitividade de seus produtos” (MAPA, 2020).

Atualmente, o MAPA é organizado em secretarias, responsáveis pelos diferentes setores do agronegócio nacional, tem uma estrutura fixa de cinco secretarias, 27 superintendências estaduais e suas respectivas unidades, uma rede de seis laboratórios, além de duas vinculadas, o Instituto Nacional de Meteorologia (INMET) e a Comissão Executiva do Plano da Lavoura Cacaueira (CEPLAC), que abrigam cerca de 11 mil servidores espalhados por todo o Brasil (BRASIL, 2020).

No que se refere às IGs, a secretaria relacionada na divisão do MAPA é a Divisão de Política, Produção e Desenvolvimento Agropecuário (DPDAG). Esta divisão orienta o preenchimento do plano de trabalho e alerta para o cumprimento dos prazos, referentes a encaminhamento de propostas que o MAPA, enquanto órgão fomentador, ajuda a financiar (BRASIL, 2020). O MAPA também inclui suporte às IGs já registradas, projetos para potenciais produtos por meio de convênios ou termos de cooperação.

De acordo com Vieira e Buinain (2012), as condutas empregadas pelo MAPA destinam-se a:

- divulgar a cultura de IG no meio rural e entre os consumidores (através de materiais de divulgação e mapeamento dos produtos com potencial de obtenção de certificação);
- capacitar atores (através da oferta de cursos, seminários, reuniões e *workshops*);
- formalizar convênios e apoio as organizações de produtores para a melhorias das condições fitossanitárias e para auxílio na obtenção do reconhecimento da IG.

De acordo com os entrevistados, o MAPA é atuante e conversa muito com eles. É um órgão vinculado mais diretamente aos produtores, foi parceiro no financiamento de projetos e abrange em si todas as questões de acompanhamento de processo e sanitária. Alguns entrevistados, como hotéis e restaurantes, disseram não saber como funciona a atuação do MAPA, pois não têm ligação direta como este, mas demonstraram saber que o órgão era ligado aos produtores.

Outro ator que demonstra sua importância é o antigo Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) que, até então, era ligado à Casa Civil da Presidência da República e, atualmente, está integrado no MAPA e responde pela Secretaria Especial da Agricultura Familiar e do Desenvolvimento Agrário. A atual secretaria passou por reestruturação, conforme

as novas diretrizes do atual governo, que iniciou suas atividades no ano de 2017. Assim, a secretaria teve suas competências transferidas para a Secretaria da Agricultura Familiar e Cooperativismo (SAF), criada em 2 de janeiro de 2019, pelo Decreto nº 9.667 (BRASIL, 2019). Com o intuito de obter percepções e não gerar distorções sobre este órgão, optou-se por ainda referenciar para os produtores o MDA.

No que diz respeito a este, um dos atores do poder público municipal informou que enxerga o órgão como um fomentador, que já esteve conversando com eles duas a três vezes e que obteve êxito, pois conseguiu aprovação de uma verba para recuperação de estradas agrícolas. No entanto, afirma que o contato não é tão próximo, pois é um órgão que tem mais de cinco mil unidades para organizar. Já o ator do poder público estadual disse que o MDA esteve na região realizando avaliações, mas que não teve participação com o processo de IP. Os demais atores informaram não saber qual o papel deste órgão por não ter ligação direta com eles.

O Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) foi criado em 1970. É uma autarquia federal vinculada atualmente ao Ministério da Economia, responsável pelo aperfeiçoamento, disseminação e gestão do sistema brasileiro de concessão e garantia de direitos de propriedade intelectual para a indústria (BRASIL, 2019).

Entre os serviços do INPI, estão os registros de marcas, desenhos industriais, indicações geográficas, programas de computador e topografias de circuitos, as concessões de patentes e as averbações de contratos de franquia e das distintas modalidades de transferência de tecnologia. O INPI é reconhecido por sua importância para o desenvolvimento econômico, pois atua em prol da garantia e proteção dos direitos de propriedade intelectual. Sua missão é estimular a inovação e a competitividade a serviço do desenvolvimento tecnológico e econômico do Brasil, por meio da proteção eficiente da propriedade industrial. Sua finalidade é executar as normas que regulam a propriedade industrial.

No que se refere às IGs, o INPI é fortemente atuante no momento do registro, posto que é o órgão que acolhe o pedido referente à certificação de indicação geográfica, sendo seu momento de atuação reconhecido no decorrer de todo o processo.

Os atores afirmam que o INPI responde geralmente a consultas feitas a ele, que foi o órgão que recebeu o pedido de IP e que sua atuação se restringe ao momento do processo de IG. Um dos atores do poder público municipal informou que não teve muito contato com o INPI, pois não estava presente no momento do encaminhamento do pedido de IG, visto que era outra gestão presente na época. Dois atores informaram que viram reportagens e notícias na

época da obtenção do registro e que estas referiam o INPI, mas não sabiam, de fato, qual era seu papel. Os demais informaram que não sabiam qual era sua função.

O Ministério do Turismo (MTUR), em sua estrutura organizacional, tem: a Secretaria Nacional de Estruturação do Turismo, com foco na infraestrutura turística e no planejamento, ordenamento, estruturação e gestão das regiões turísticas do Mapa do Turismo Brasileiro; a Secretaria Nacional de Desenvolvimento e Competitividade, voltada para a promoção de eventos, produtos, regulação e qualificação do turismo, atribuindo a essas temáticas responsabilidade e conformidade com o meio ambiente; e a Secretaria Nacional de Integração Interinstitucional, que tem como objetivo articular políticas e ações integradas, definindo áreas especiais de interesse turístico e promovendo a gestão integrada do patrimônio mundial cultural e natural no Brasil.

A EMBRATUR (Instituto Brasileiro de Turismo), criada em 18 de novembro de 1966 como Empresa Brasileira de Turismo, tinha o objetivo de fomentar a atividade turística ao viabilizar condições para a geração de emprego, renda e desenvolvimento em todo o país. Desde janeiro de 2003, com a instituição do Ministério do Turismo, a atuação da EMBRATUR concentra-se na promoção, no *marketing* e no apoio à comercialização dos produtos, serviços e destinos turísticos brasileiros no exterior.

Os atores informaram que o MTUR expressa sua participação principalmente em aspectos e demandas relacionadas ao turismo. Dois hotéis deram a informação de que a cidade não passou na avaliação realizada pelo ministério, em razão de que faltaram alguns documentos, mas que teria estrutura para receber o turista, e evidenciaram que falta organização de um roteiro turístico e material para divulgação; pois, atualmente, são os hotéis e os próprios produtores que desenvolvem materiais para auxiliar os turistas. Sinalizam, ainda, que os *sites* da Prefeitura, da PROGOETHE e de alguns hotéis também estão desatualizados.

Um dos atores do poder público municipal evidenciou que o MTUR é um grande aliado, especialmente para a busca de recursos – pois já conseguiram bastantes recursos com ele –, destacando que o MTUR é um facilitador para a obtenção dos recursos financeiros alinhados com os objetivos elencados no planejamento estratégico da prefeitura. Um dos atores do poder público municipal também mencionou que sua principal atuação é na busca e obtenção de recursos federais e que, inclusive, a estação férrea onde se localiza a sede da associação PROGOETHE vai passar por processo de restauração em razão da obtenção de recursos do MTUR. Todos os demais atores disseram ter conhecimento do que é o ministério e de sua importância para o desenvolvimento local.

A Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA) foi criada com fundamento na Lei 5.851, de 7 de dezembro de 1972 (BRASIL, 1972). É uma empresa pública, vinculada ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (EMBRAPA, 2019a). As finalidades da empresa são:

- i) promover, estimular, coordenar e executar atividades de pesquisa, com o objetivo de produzir conhecimentos e tecnologia para o desenvolvimento agrícola do país;
- ii) dar apoio técnico e administrativo a órgãos do Poder Executivo, com atribuições de formulação, orientação e coordenação das políticas de ciência e tecnologia no setor agrícola (EMBRAPA, 2019a).

Sua missão é “viabilizar soluções de pesquisa, desenvolvimento e inovação para a sustentabilidade da agricultura, em benefício da sociedade brasileira” (EMBRAPA, 2019a). A EMBRAPA expressa sua participação através da “EMBRAPA Uva e Vinho”, localizada em Bento Gonçalves no Rio Grande do Sul, que, no início dos anos 1990, foi pioneira no Brasil ao disseminar, estimular e dar o suporte técnico e científico aos produtores de vinhos na estruturação, bem como na conquista do registro de indicação geográfica (EMBRAPA, 2019b), que é cancelada pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), com base na Lei da Propriedade Industrial brasileira e outras normativas legais (BRASIL, 2019).

Em relação à EMBRAPA, os entrevistados evidenciaram existir vínculo, mas apenas em partes relacionadas às questões agrárias e associadas com a EPAGRI. Os empreendimentos, como os hotéis e restaurantes, disseram não haver atribuições do órgão a seus estabelecimentos.

Na época de organização e encaminhamento do registro da indicação geográfica dos Vales da Uva Goethe, as instituições de Ensino Superior tiveram um importante papel por auxiliar na construção e acompanhamento do projeto. Muitas entidades, como a Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), e a Fundação de Apoio à Pesquisa Científica e Tecnológica do Estado de Santa Catarina (FAPESC), envolveram-se nesse processo, conforme evidenciado pela presidente da PROGOETHE (ZILLI *et al.*, 2019). Foram realizadas pesquisas sobre aspectos históricos que resgataram a origem da uva Goethe e seu papel na sociedade sul-catarinense, além de amplos estudos sobre solo, clima e manejo dessa variedade, documentos que compõem o dossiê *Vales da Uva Goethe* (EPAGRI, 2006; UFSC, 2006a; 2006b), apresentado ao INPI.

Os entrevistados relataram que as instituições de Ensino Superior foram importantes articuladoras, tanto no processo de encaminhamento de IG, quanto depois, pois,

frequentemente, estão na região. Um dos atores do poder público municipal evidenciou que o Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC) os apoia bastante e que inclusive:

nós conseguimos trazer cursos em parceria com o IFSC – Curso de Enologia –, porque, aliado aquela lei (Lei de Incentivo ao Plantio de uva Goethe²), também nós obrigamos que um funcionário da empresa ou no mínimo um da família tivesse que participar do curso de plantio de uva, ou seja, a gente também aliou isso.

Nota-se, na fala desse ator, a importância do trabalho em parceria com a instituição e a forma como consegue melhorar os processos, como o de plantio, trabalhando dessa forma integrada.

Um dos atores do poder público municipal evidenciou que o Centro Universitário Barriga Verde (UNIBAVI), a Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC) e a Universidade do Sul de Santa Catarina (UNESUL) também auxiliaram bastante, mesmo tendo um envolvimento mais diretamente com os produtores. O agente de pesquisa da EPAGRI relatou que:

A UFSC foi a parceira do projeto e até hoje nós temos parceria com eles. Eles fazem uma análise físico-química, que é uma coisa que a gente não dispõe aqui e que eles dispõem lá. A gente tem coisa que dispõe, então a gente consegue fazer um trabalho em parceria. E com a associação também eles estão em permanente contato. Já a UNESC teve um momento em que esteve bastante atuante, com professores fazendo diversos trabalhos, assim, principalmente na área de gestão e administração; e agora está um pouco mais afastada, mas continua.

Já o Slow Food é um movimento mundial que ressalta a importância do prazer da alimentação, a partir de produtos singulares, tanto no sabor como na história. A Arca do Gosto é um catálogo com 750 produtos especiais certificados internacionalmente, que identifica, localiza, descreve e divulga sabores especiais (SLOW FOOD BRASIL, 2017).

O Slow Food se tornou uma associação internacional sem fins lucrativos em 1989. Atualmente, conta com mais de 100.000 membros e tem escritórios na Itália, Alemanha, Suíça, Estados Unidos, França, Japão e Reino Unido, e apoiadores em 150 países. O princípio básico do movimento é o direito ao prazer da alimentação, utilizando produtos artesanais de qualidade especial, produzidos de forma que se respeite tanto o meio ambiente quanto as pessoas responsáveis pela produção (SLOW FOOD BRASIL, 2007).

² URUSSANGA. **Lei N° 2.781, de 21 de dezembro de 2018**. Urussanga: Prefeitura Municipal, 2018. <https://www.diariomunicipal.sc.gov.br/site/?r=site/acervoView&id=1850638>. Acesso em: 28 mar. 2020.

A uva Goethe também faz parte da lista Arca do Gosto, do movimento mundial Slow Food. Com o reconhecimento, a uva Goethe e os vinhos feitos com ela alcançam mais um prestígio que poucos alimentos têm, o que atesta a responsabilidade de seus produtores.

Em relação ao Slow Food, os entrevistados especificaram que existe a participação desta instituição junto aos Vales da Uva Goethe, mas que exerce um caráter mais institucional. Os produtores se aproximaram do movimento, pois este os incluiu em algumas ações de divulgação em razão da uva Goethe.

O comércio local de Urussanga é composto por 115 estabelecimentos de acordo com a Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL), dentre estes segmentos como: calçados confecção, alimentação, construção, farmacêuticos (CDL, 2020).

Em relação ao comércio, um dos entrevistados informou que são realizados encontros na forma de uma comissão, visando alinhar os interesses estratégicos para todos os segmentos, e que geralmente é eleito um representante de cada setor na comissão.

O representante de um dos hotéis declarou que seria interessante se alguma empresa de turismo elaborasse um pacote de visitação em parceria com os outros segmentos. Isso seria bom, pois auxiliaria a movimentar mais o setor turístico da cidade, visto que a maioria dos visitantes chega até a cidade por curiosidade.

Um dos restaurantes entrevistados mencionou que o comércio local é fortemente atuante em relação à colaboração com os produtores de uva e vinho e que, quando visitantes e turistas frequentam seus estabelecimentos, eles sempre indicam as vinícolas como atrativos para conhecer na cidade.

Um dos atores do poder público municipal evidenciou que o comércio local poderia vender um pouco mais o vinho Goethe e que a administração municipal poderia trabalhar um pouco mais questões relacionadas a este aspecto. Outro entrevistado do poder público municipal relatou que o comércio ainda precisa desenvolver-se mais, uma vez que já realiza ações em datas específicas, mas ainda é preciso inseri-los mais nas ações referentes ao turismo e à cadeia produtiva do vinho.

Já os distribuidores ainda se envolvem pouco e têm pouco interesse em comercializar o vinho Goethe. Muitos entrevistados declararam que muitas pessoas do estado de Santa Catarina desconhecem esse vinho. E em razão da produção deste vinho ainda ser em baixa quantidade, isso também pode acabar inviabilizando o conhecimento acerca dele. Nove dos entrevistados mencionaram não saber que são distribuidores, pois, em grande parte, os que comercializam fora da região de Urussanga fazem esse processo pessoalmente e sem intermediários.

A PROGOETHE é a associação dos produtores dos Vales da Uva Goethe. Foi fundada em 2005, em busca do reconhecimento da qualidade e especificidade dos vinhos Goethe, visando à obtenção da indicação geográfica (REBOLAR *et al.*, 2007). Consolidou-se a partir de um trabalho de consultoria do SEBRAE/SC, organizada pelos produtores dos Vales. Seu objetivo é elevar os vinhos Goethe da região à excelência, baseando-se nos fatores de tipicidade conferidos por características únicas do território e assegurados pelo selo de indicação de procedência (RAMOS, 2015).

A indicação de procedência foi conferida aos Vales em 2012 e implantada em 2013. Este registro é uma garantia de qualidade e tradição dos vinhos e uva Goethe para o consumidor, pois é único no Brasil. Sua missão é “promover e elevar a uva e o vinho Goethe da região de Urussanga ao *status* de um produto nobre – especialmente junto ao público consumidor” (RAMOS, 2015, p. 70).

A associação teve forte participação na articulação do encaminhamento do pedido de indicação geográfica ao INPI, acompanhou todos os trâmites e também é quem faz a gestão da indicação de procedência em parceria com a EPAGRI. Atualmente, os membros e a associação estão em processo de organização e estruturação para encaminhamento de um possível pedido de denominação de origem.

De acordo com os entrevistados, a associação trabalha em grande parte junto com os produtores e também participa das comissões formadas pelo Poder Público Municipal junto com outros atores do território. Um dos atores relatou que seria importante a associação realizar uma ação de conscientização e explicitação do que é a PROGOETHE e qual o seu papel na sociedade, pois a maioria da população não tem esse conhecimento e, às vezes, acaba distorcendo as opiniões. Um dos atores do poder público municipal declarou que é imperioso que eles se inteirem mais em atividades com a comunidade geral e também evidenciou que as relações entre eles são boas.

No que tange a Prefeitura Municipal da cidade de Urussanga, fundada em 26 de maio de 1878, sua economia é diversificada, destacando-se a indústria moveleira, derivados de plásticos, cerâmica, vitivinicultura, fruticultura entre outros (PREFEITURA MUNICIPAL DE URUSSANGA – PMU, 2019). A prefeitura apoia as ações desenvolvidas pela PROGOETHE produtores de uva e vinho, bem como trabalha no intuito de promover ainda mais o vinho e uva Goethe. Inclusive no ano de 2018, implementou-se um projeto de lei que incentiva a plantação de uva Goethe. Conforme identificado no planejamento estratégico realizado pela prefeitura, a produção de uva Goethe ainda é baixa; sendo assim, tomou-se uma das primeiras iniciativas

investir em subsídio para plantação de uva com diferentes níveis de subsídios. Posteriormente, serão implementadas outras ações para investimento no setor.

A EPAGRI, criada em 1991, concentrou em uma única entidade os trabalhos de pesquisa e extensão rurais, que eram anteriormente realizados por quatro entidades distintas (Associação de Crédito e Assistência Rural do Estado de Santa Catarina – ANCARESC, Empresa Catarinense de Pesquisa Agropecuária – EMPASC, Associação Crédito Assistência Pesqueira Santa Catarina – ACARPESC, e o antigo Instituto de Apicultura – IASC), a fim de “racionalizar os recursos e atividades, aproximando mais os trabalhos de pesquisadores e extensionistas, em busca de reflexos positivos para o produtor rural” (VELOSO, 2008, p. 88). Em 22 de junho de 2005, a EPAGRI é transformada em empresa pública. Apresenta, em sua estrutura, dois grandes setores: o de extensão rural e de pesquisa.

O setor de extensão rural faz o atendimento aos produtores nos municípios. A EPAGRI possui um escritório em cada município com extensionistas em número mais ou menos conforme o município.

Conforme relatado pelo agente de pesquisa da EPAGRI, os técnicos extensionistas realizam o atendimento nas propriedades diretamente com os produtores, fazem recomendações quanto à orientação técnica necessária para fazer análise de solo, correção do solo, doenças nas plantas e problemas identificados pelos produtores. A EPAGRI também orienta os produtores em questões como acesso aos programas de governo, projetos estruturantes das propriedades e agroindústrias.

No estado de Santa Catarina, a EPAGRI conta com 10 estações de pesquisa experimental espalhadas por todo território catarinense, uma delas com sede em Urussanga. Essa estação trabalha com diversas culturas, dentre elas, dentro do setor da fruticultura da uva e vinho. Ela também ajuda a associação PROGOETHE, principalmente no processo de análise e registro da indicação de procedência. Eles apoiam com a realização da banca de degustação, para liberação do selo aos produtores que solicitaram ao Conselho Regulador da IPVUG, de acordo com as normas do Caderno de Especificações da IG.

Todos os entrevistados relataram que a EPAGRI tem um papel muito importante na cidade, pois oferece assistência e cursos referentes às diversas culturas, entre elas a da uva. Apesar de não ter relação direta com os empreendimentos, como hotéis e restaurantes, esses atores reconhecem sua importância por saber que muitas das pessoas que vêm à cidade o fazem por conta dos cursos que são oferecidos e pela qualidade do serviço prestado.

De acordo com um dos atores do poder público municipal, a EPAGRI é parceira nos projetos elaborados juntamente com a prefeitura. Eles também enviam técnicos para realizar as visitas no interior. Segundo ele, essas interações são essenciais para uma boa relação entre ambos.

Um dos atores do poder público municipal afirmou que:

[...] contato é principalmente nos eventos. A EPAGRI é parceira também não só na indicação geográfica, mas existem outros eventos que a gente faz em parceria, como as Olimpíadas Coloniais. É uma interação muito produtiva.

Na fala do desse ator, é possível identificar que existe uma boa relação e principalmente interação entre os dois órgãos.

A PROGOETHE também mencionou que o apoio da EPAGRI é fundamental para a associação e para os produtores, pois são eles que realizam determinados serviços, como pesquisa, análise dos vinhos e a banca de degustação. O controle da indicação geográfica e o rigor de quem efetivamente recebe o selo, pois todo o ano são realizados testes de qualidade e testes às cegas para conferir se o produto está dentro dos padrões exigidos e determinados pelo INPI.

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) é uma entidade privada que promove a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro e pequenas empresas – aqueles com faturamento bruto anual de até R\$ 4,8 milhões. O SEBRAE existe como instituição desde 1972, mas sua história começa quase uma década antes. Em 1964, o então Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico (BNDE), atual Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), criou o Programa de Financiamento à Pequena e Média Empresa (FIPEME) e o Fundo de Desenvolvimento Técnico-Científico (FUNTEC), atual Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP). Sua missão é “Promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos pequenos negócios e estimular o empreendedorismo” (SEBRAE, 2019). Atua com foco no fortalecimento do empreendedorismo e na aceleração do processo de formalização da economia por meio de parcerias com os setores público e privado, programas de capacitação, acesso ao crédito e à inovação, estímulo ao associativismo, feiras e rodadas de negócios (SEBRAE, 2019).

O SEBRAE teve sua atuação marcada principalmente no momento de articulação e organização para o encaminhamento da indicação geográfica, mas também continuou presente durante muito tempo depois do recebimento da IG. Todavia, como alguns atores como os produtores de vinho, hotéis e restaurantes informaram, devido a não ter escritório na cidade, às

vezes, acaba ficando pouco distante. Porém, atualmente, está retomando as atividades na cidade. Inclusive, muitos estabelecimentos informaram que recebiam consultoria do SEBRAE e, hoje, não tem mais ligação com ele.

A Companhia Integrada de Desenvolvimento Agrícola de Santa Catarina (CIDASC), empresa de economia mista criada em 28/02/1979 pela Lei nº 5.516 e fundada em 27/11/1979 (SANTA CATARINA, 1979), transformada em empresa pública em 06/09/2005 (SANTA CATARINA, 2005), tem por missão: “Executar ações de sanidade animal e vegetal, preservar a saúde pública, promover o agronegócio e o desenvolvimento sustentável de Santa Catarina” (CIDASC, 2018). Seu objetivo é a valorização da produção regional. Possui escritório na cidade de Urussanga.

De acordo com um dos atores do poder público municipal, a CIDASC atua conjuntamente com a EPAGRI. Outro dos atores do poder público municipal também relatou que há trabalhos de extensão conjuntos, principalmente no que diz respeito à inserção dos produtores artesanais na atividade turística, concentrando todas as informações referente a esses produtores. O ator do poder público estadual mencionou que a CIDASC atua relacionada a outros aspectos que não a IG. Os demais atores disseram que não possuem relação direta com esse órgão.

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) é uma entidade da administração pública federal, vinculada ao Ministério da Economia, que possui quatro diretorias e dois outros órgãos centrais. Constitui-se como principal provedor de dados e informações do país, que atende às necessidades dos mais diversos segmentos da sociedade civil, bem como dos órgãos das esferas governamentais federal, estadual e municipal. Sua missão é “Retratar o Brasil com informações necessárias ao conhecimento de sua realidade e ao exercício da cidadania” (IBGE, 2020).

Suas principais funções envolvem:

- produção e análise de informações estatísticas;
- coordenação e consolidação das informações estatísticas;
- produção e análise de informações geográficas;
- coordenação e consolidação das informações geográficas;
- estruturação e implantação de um sistema das informações ambientais;
- documentação e disseminação de informações;
- coordenação dos sistemas estatístico e cartográfico nacionais (IBGE, 2020).

O IBGE disponibiliza o Mapa das Indicações Geográficas do Brasil, fruto de uma parceria com o Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), sendo que o último divulgado é de 2019. O mapa traz informações sobre as indicações geográficas, localizando as regiões de origem de produtos e serviços certificados por indicação de procedência e/ou denominação de origem. A versão de 2019 ganhou quatro novos produtos, elevando para 62 as indicações geográficas certificadas no Brasil até maio de 2019 (Anexo A).

Em relação ao IBGE, os atores informaram que realiza o Censo e alguns relatórios. Conforme declarou o gestor municipal, é um órgão que cumpre o seu papel, mas não tem contato diretamente no que se refere à IG e aos produtores. Não possui escritório na cidade, assim como o SEBRAE.

Nesta seção, foi apresentado o conjunto de atores que expressam sua participação no território. Pode-se observar que alguns estão realmente mais presentes devido a estarem diretamente ligados com as questões-alvo do trabalho, mas ficou comprovado que, mesmo aqueles que atuam indiretamente, desenvolvem seu papel e, sempre que procurados, auxiliam nas demandas da cidade.

4.3 RELAÇÕES FORMADAS PELO TERRITÓRIO

Nesta seção, será realizada a análise com base no segundo grupo de categorias. Assim, primeiramente, serão apresentadas as questões pertinentes à gestão da propriedade de cada produtor de uva e vinho e, posteriormente, a análise da percepção de cada ator do território. Em um segundo momento, será feita a análise de aspectos relacionados à cooperação e, por último, a análise da formação de identidade.

4.3.1 Gestão

Esta subseção está dividida em duas partes: a primeira tem como objetivo avaliar como é realizada a gestão das propriedades, de onde surgiram os recursos para implantação da atividade, como é realizado o controle financeiro e quais os principais canais de acesso à informação utilizada pelos produtores. Na segunda subseção, é avaliada a percepção de todos os atores no que diz respeito à gestão do território, principais desafios e possibilidades.

4.3.1.1 Gestão realizada pelos produtores de uva e vinho

Esta subseção dedica-se a demonstrar como ocorre a gestão dos produtores em suas respectivas propriedades, sendo este um fator fundamental por evidenciar fatores decisivos de organização.

Os produtores foram questionados quanto à divulgação de seus produtos e serviços, a questão motivadora consistiu em saber se eles se preocupam em fazê-la e quais são os meios escolhidos por eles. Seis dos entrevistados declararam que se preocupam com esta questão e estão tentando melhorar nesse sentido, pois a maioria deles divulga seus produtos em canais como mídias sociais, em que eles mesmos criam o conteúdo para divulgação. Apenas um entrevistado informou que não se preocupa em divulgar, pois sua produção é pequena e muito de seus clientes são fixos.

Em relação ao apoio técnico, os sete entrevistados disseram que o receberam para a implantação da atividade vitivinícola; seis deles mencionaram que foi através da EPAGRI; outros dois produtores contaram com o auxílio da EMBRAPA e SEBRAE no início do negócio; e apenas um produtor informou que, inicialmente, não teve contato com a EPAGRI, pois o responsável pela implementação da atividade era engenheiro agrônomo e tinha certo grau de *expertise* para fazê-lo. Apenas essa propriedade teve elaboração de projeto técnico para a implantação, enquanto os outros seis não tiveram projeto, o que é compreensível, pois muitos herdaram as propriedades.

Atualmente, seis entrevistados declararam que recebem apoio técnico e somente da EPAGRI. Um dos produtores mencionou não receber apoio técnico devido a não desenvolver mais atividades agrícolas e de plantio, esse produtor em específico relatou que a propriedade, no passado, já trabalhou com o plantio de vinífera, mas que, atualmente, foca na produção em grande quantidade e adquire a uva de outros produtores da região e estados próximos, como o Rio Grande do Sul.

Os produtores também foram questionados quanto à origem dos recursos financeiros para implantação da atividade vitivinícola. Quatro deles disseram que utilizaram recursos próprios, e os outros três disseram que necessitaram realizar financiamento em bancos e utilizar linhas específicas de crédito do governo, como o PRONAF, para fazer a aquisição de máquinas e equipamentos.

Outro questionamento visou compreender quais são as maiores dificuldades enfrentadas pelos produtores na atividade. Para sintetizar as respostas, foi elaborado o Quadro 7.

Quadro 7 – Principais dificuldades encontradas pelos produtores na atividade

EMPREENHIMENTO	PRINCIPAIS DIFICULDADES ENCONTRADAS
1	A falta de conhecimento, depois quem comandava e sabia tudo do negócio faleceu.
2	Tecnologia de vinificação: o mercado é um problema no nosso caso específico. O problema maior é o mercado.
3	Hoje, tem certa carência de mão de obra especializada; tem uma grande concorrência pois a nossa região ser muito forte; tem uma concorrência grande interna. E também acha que Urussanga não aproveita tanto o turismo. Não tem um direcionamento interessante e tem muito potencial, pois é uma cidade muito histórica com muitos monumentos.
4	Empresa familiar, trabalhar com a família, burocracia de impostos.
5	Altos impostos, custos altos, ex: rolha, insumos, garrafa, concorrência de vinhos de fora.
6	Não tem dificuldades.
7	A falta de técnica, pois nunca trabalhou com a atividade antes.

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Pode-se observar, no Quadro 7, as percepções dos produtores quanto as dificuldades da atividade vinífera e vitivinífera, as dificuldades são diferentes para cada um; o único elemento que alguns constatam em comum são os altos valores pagos pelos impostos. O que chama atenção, também, é o caso de um empreendimento que mencionou não existir dificuldades. Ele justificou que isso se deve ao fato de a propriedade ser pequena e de sua produção não ser em grande quantidade.

Outro ponto avaliado foi o de formação de renda: majoritariamente, a renda dos produtores vem de produtos e em menor proporção de atividades como lazer, cantinas, outros negócios e turismo.

É de grande importância para esta pesquisa, igualmente, a identificação dos tomadores de decisão: com base em que fatores ou elementos eles o fazem. Sendo assim, identificou-se que, em sua maioria, por mais que todos evidenciem que é realizada uma conversa como toda a família, para seis dos entrevistados, a palavra final é sempre do proprietário(s) – pessoa do sexo masculino. Apenas em um caso é uma mulher que está à frente dos negócios.

Em relação ao grau de preocupação com o controle financeiro, os entrevistados declararam ser sua maior preocupação, principalmente em razão da falta de insumos e baixa demanda de produtos em épocas sazonais. Outro questionamento foi em relação à estratégia de formação de preço dos produtores. Nesse aspecto, quatro dos produtores demonstraram utilizar o método de custos correto dividido pelo que eles, de fato, gastam na elaboração com os produtos, mais a margem de renda. Outros três produtores declararam que se baseiam somente no mercado e não sabem o real valor que custa cada produto para si, mas evidenciaram que é um dos aspectos que querem mudar futuramente.

Outras questões que envolvem aspectos financeiros é saber se os empreendimentos fazem o controle e organização financeira. Todos os sete empreendimentos realizam esse controle, dois fazem através de planilhas eletrônicas, outros dois através de planilhas eletrônicas e livros de registros, um somente através de livros de registros e outros dois por meio de anotações em cadernos e/ou blocos. Essas ações demonstram que as pessoas à frente dos negócios realmente estão empenhadas em saber o que está entrando e saindo do caixa.

Os empreendimentos também demonstraram que realizam previsões para os meses futuros. Em exceção, apenas um dos produtores mencionou não o fazer. Entre os entrevistados, verificou-se que possuem computador na propriedade e também acesso à *internet*; o que demonstra que a propriedade rural evoluiu e que, hoje, as informações também chegam ao campo. Também se investigou quais as formas que os produtores recorrem quando precisam de alguma informação referente a novos métodos de produção, clima, etc. Cinco dos sete produtores mencionaram recorre à *internet* quando têm dúvidas, entre outras fontes, como cursos ministrados pela EPAGRI. Outros dois mencionaram, ainda, que recorrem a cursos externos, feiras e livros como forma de agregar novos conhecimentos.

4.3.1.2 Gestão e organização na percepção dos atores do território

Nesta subseção, serão avaliados aspectos como a disponibilidade e qualidade da infraestrutura disponível, a identificação de eventos críticos que afetaram as propriedades e a região, as atribuições dos órgãos competentes junto aos produtores, bem como os problemas e vantagens existentes nas articulações locais, baseando-se na percepção de todos os entrevistados.

Quanto à infraestrutura local, cinco dos entrevistados disseram que as estradas de acesso estão em boas condições. Três das propriedades manifestaram que o negócio está localizado às margens da rodovia e que isso viabiliza o comércio, tornando fácil o acesso aos clientes. Outras duas disseram que as estradas estão em boas condições, sendo preciso andar poucos quilômetros em estrada de chão, mas, mesmo assim, os entrevistados consideraram adequadas. Outros dois produtores consideraram as estradas de acesso às suas propriedades péssimas, precárias, em razão de que são de chão e também se localizam longe da cidade.

Outro quesito analisado em complemento às estradas foi a sinalização. Em todas as propriedades entrevistadas, a sinalização é realizada pelos próprios produtores e alguns são localizados apenas quando se chega até o local. Apenas em um ponto de uma rodovia foi encontrada uma placa que faz referência aos Vales da Uva Goethe, mas em referência a alguns

estabelecimentos. Contudo, a placa encontrava-se em péssimo estado de conservação: uma parte dela estava quebrada e encostada na sua estrutura de sustentação.

Também foi avaliado como é a rede elétrica. Nesse aspecto, os produtores relataram que existem duas opções de concessionárias na cidade, uma é de uma Cooperativa e tem um custo mais acessível, porém não funciona tão bem. A outra é empresa privada, tem uma das tarifas mais caras do país, mas o serviço é ótimo. Entretanto, em algumas localidades, os produtores não conseguem optar por uma ou outra, pois a rede de uma das concessionárias não passa em sua propriedade.

Os produtores também foram questionados quanto às redes de telefone e *internet*. Todos disseram ter acesso à rede telefônica, que funciona bem. Apenas dois entrevistados evidenciaram que, em razão de a propriedade ser no meio rural, em alguns momentos, o sinal não é muito bom. Todos também têm acesso à *internet*, mas informaram que existem somente duas empresas que oferecem o serviço e que, diversas vezes, locais mais afastados da cidade passam por instabilidades de sinal.

Para avaliar a gestão, foram elencadas subcategorias como reunião, *feedback*, liderança. Esses aspectos foram avaliados em relação aos associados, à PROGOETHE e em relação aos que não são associados e à organização do Poder Público Municipal.

Em relação a reuniões realizadas com o Poder Público, com o objetivo de levantar as potencialidades a serem desenvolvidas, quatro entrevistados disseram que são realizadas reuniões visando a esse objetivo, inclusive com a participação da EPAGRI e da Secretaria de Turismo. Um entrevistado disse que não existem reuniões e que acredita ser uma falta de comunicação. Um entrevistado disse que sabe das reuniões, mas que nem sempre consegue comparecer. Outro, por fim, não soube informar.

Os atores relataram que existem atribuições de seus estabelecimentos junto aos produtores dos Vales da Uva Goethe. Estas configuram-se como ações que visam à promoção dos produtos locais e, principalmente, à utilização da indicação de procedência como estratégia territorial, como é possível observar em Hotel 2:

comercializar os produtos com base de Goethe, indicar as vinícolas e produtores que vendem seus produtos para visitação, pois isso auxilia os hotéis também, ajuda a divulgar o evento deles, as bebidas, e começa a divulgar nas redes sociais, começa a divulgar panfletos no próprio hotel, para que chegue a informa o a outros lugares também.

O representante do poder público estadual relatou que:

com o setor específico de vinho Goethe, a gente está trabalhando a prevenção de oxidação da prevenção do mosto. Com a extração de mosto, que é outro problema que a Goethe demora muito para soltar o líquido. É uma uva muito mucilaginoso. Ela prende muito líquido, e isso é um problema no processo. E a gente tem a parte de campo, com trabalho de avaliação de clones e corte e enxertos da uva e um sistema de condução; e a gente faz um apoio trabalho técnico de apoio, a certificação dos vinhos que passam pelo processo para receber o selo da indicação de procedência, que é a coleta dos vinhos nas vinícolas, a análise físico-química; e a gente apoia a realização da análise degustativa também, a análise sensorial. E passam por esse processo todo ano e todo lote.

Portanto, o papel essencial de apoio técnico é realmente imprescindível para os produtores no que se refere à IG.

4.3.2 Cooperação

A cooperação dentro de um território pode configurar-se de muitas formas e intensidade. Por isso, esta categoria analítica foi avaliada entre todos os atores entrevistados, buscando identificar possíveis atividades de cooperação entre todos e como se formalizam esses processos.

A cooperação configura-se como a capacidade dos indivíduos de orientar uma ação, pensamento e recursos na direção de um objetivo comum, aceitar e desempenhar um papel, trabalhar com os outros, de se comunicar e de seguir processos para alcançar objetivos comuns ou manter relacionamentos benéficos (AXELROD, 1984; ARGYLE, 1991).

Em relação à cooperação, os produtores de uva e vinho mencionaram que ela existe, apenas um dos produtores disse não haver esta relação: “*Não. Minha com eles, não. É tentado fazer algumas coisas, mas pontual, iniciativas para fazer o produto chegar mais longe*”. É possível identificar que o entrevistado se posiciona em relação ao seu comportamento, no sentido de não ter uma postura ou comportamento individual para tal, mas, em contraponto, ele também relata a existência de algumas iniciativas conjuntas. Os demais produtores relataram que cooperam uns com os outros, que trocam informações, que já necessitaram de auxílio e foram atendidos, que auxiliam sempre que possível; destacando, igualmente, que muitas ações ainda são pontuais, como nas festividades.

As experiências envolvendo cooperação e integração dos atores dentro de um território permeado pela IG ainda são consideradas baixas e visam ao apoio institucional (DALLABRIDA; BAUKART; GUINZANI, 2020). Assim como identificado nos Vales da Uva

Goethe, em geral, ações envolvendo a cooperação são pontuais, mas o relacionamento entre os atores existe. Como relatado por eles, em geral, essa relação é positiva: existem trocas entre eles, de conhecimentos, informações relacionadas à produção, compras, etc.

Os atores do setor hoteleiro mencionaram não existir ações diretas que envolvam o setor em ações cooperativas, mas que, indiretamente, eles se beneficiam quando ocorrem eventos e festividades da cidade. Alguns estabelecimentos até mesmo auxiliam a divulgar em suas próprias redes sociais, pois acreditam que, assim, há um ganho coletivo.

Um dos atores do poder público municipal declarou que ainda considera falhas as ações envolvendo a cooperação e que acredita que, através do Plano Municipal de Turismo (o qual está sendo discutido no momento), as atividades ficaram mais claras, pois visa envolver a comunidade, delegando a cada setor a responsabilidade por alguma coisa. Essa interligação entre todos os setores, inclusive da iniciativa privada, se formaliza através do trabalho que está sendo desenvolvido como “Projeto de Incentivo ao Plantio e Cultivo da Uva Goethe”.

Outro ator do poder público municipal comentou que ações de cooperação ocorrem, mas são pontuais. Segundo ele, essas atividades ficam evidentes, principalmente no momento de organização dos eventos, participação em feiras, na promoção realmente do destino. De acordo com ele, existe uma interação que se faz necessária quando se quer realmente ter um projeto sólido turístico para todos aqueles que são envolvidos.

O ator do poder público estadual mencionou que:

A prefeitura ela tem uma relação muito direta com os produtores, que variou muito em função de governo a governo, mas, hoje, através da Secretaria de Turismo e um pouco da de Agricultura... Essas secretarias apoiam o setor. Atualmente, existe um programa para incentivar o plantio de uva, em que a EPAGRI é parte desse programa como orientadora, e a Secretaria de Turismo tem apoiado a divulgação do produto; e, no caso do Governo do Estado, é basicamente o trabalho da EPAGRI, através da assistência técnica no dia a dia de se resolver demandas técnicas do produtores e desse compromisso de acompanhar o andamento da indicação de procedência.

Um dos atores representantes da PROGOETHE também mencionou que faz o possível para que os produtores junto a eles se integrem e atuem com toda a comunidade. Inclusive, em 2013 e 2014 existiu um projeto em que as escolas eram visitadas e era realizada a conscientização e divulgação do que é a IG e qual a sua importância para a comunidade. Também evidenciou que existem ações pontuais que ocorrem em torno das festividades.

Confirma-se que, conforme Artêncio, Giraldi e Galina (2019), a cooperação no cenário da IG apresenta dificuldades, principalmente nos aspectos relacionados à estruturação da própria IG, estabelecimento de cooperação e consenso entre os membros. De acordo com o que

os atotes relataram, existem questões que já estão sendo trabalhadas, mas percebe-se que ainda existem muitas ações que são individualizadas e pontos de vistas desconexos, o que acaba dificultando essas relações.

4.3.3 Formação de identidade

No território analisado, existem muitos monumentos, casas, patrimônios tombados. A cidade de Urussanga possui elementos históricos únicos, como a imagem de La Pietá na Igreja Central; arquitetura tipicamente italiana; as primeiras vinícolas, que até hoje estão de pé; a cultura e gastronomia italiana, todos elementos que lhe conferem autenticidade.

No que se refere aos patrimônios históricos, todos os atores relataram que existem no município muitas casas tombadas e monumentos que fazem parte da história da cidade. É através desses elementos que são conferidas a autenticidade e a identidade para o território. Foram evidenciados a antiga vinícola Caruso Mac Donald, a vinícola Cadorin, o chafariz na praça, a réplica da imagem de La Pietá (doada pelo Papa Paulo VI no primeiro centenário de fundação de Urussanga). Segundo os entrevistados, Urussanga também é a cidade brasileira com arquitetura italiana mais preservada no Brasil. Também foi investigado o estado de conservação em que se encontravam os monumentos e muitos deles já passaram por restauração, encontrando-se preservados.

Alguns entrevistados relataram que dentro e próximo de suas propriedades também existem casas históricas, a Igreja de Pedra e um casarão antigo que também são patrimônios tombados, recentemente revitalizados e estão em uso. Em outra propriedade, o entrevistado mencionou que existem equipamentos centenários, como é o caso de um rolhadeira que ainda hoje está em uso. Conforme situado na abordagem de Pollice (2010) e exemplificado por Maiorki e Dallabrida (2015), são esses recursos que, além de promover a diferenciação, conferem um *plus* competitivo e podem auxiliar na construção da estratégia de desenvolvimento local.

Quanto aos recursos naturais, foram identificados que são diversos, como rios, paisagens, clima e solo, alguns renováveis e outros não. Para todos os entrevistados, o consenso foi de que existem recursos, mas não são iguais em todas as propriedades, o que se encontra em todas são as belas paisagens, principalmente nas que têm parreirais, as quais permitem paisagens lindas nos meses de floração e colheita – esses recursos possuem caráter de renováveis. Outro recurso disponível é o hídrico. Este é um dos que passa por sérias questões ambientais e que foram velozmente afetados pela extração de carvão. Em muitas propriedades,

passam rios que se encontram poluídos, mas, hoje, existe uma associação, a Associação Comunitária Rio Carvão (ACRIC), que cuida e que move esforços para a despoluição dos rios. Conforme relatado pelos entrevistados, o único rio que passa pela cidade e que não está polido é o Rio Maior.

Existe biodiversidade, mas, em algumas propriedades, ela está em desequilíbrio, devido, principalmente, à poluição dos rios pela extração de carvão. Dentro de uma das propriedades, por exemplo, passam dois rios que estão poluídos pelo carvão. Também existem áreas de mata preservadas dentro das propriedades.

O clima e o solo são muito férteis e, no que se refere à vitivinicultura, possibilitam a atividade, pois são eles que conferem o *terroir* único, propício à IPVUG, conforme relatado pelos produtores de uva e vinho.

Conforme a fala de um dos entrevistados, produtor de uva, pode-se avaliar como são os recursos em sua propriedade:

cachoeiras, paisagens... Quanto à biodiversidade, foi verificada que existem 160 espécies de animais na propriedade conforme estudo realizado por um biólogo. Existe área de preservação de 20 ha, e sim os recursos são renováveis, inclusive passa pela propriedade o Rio Maior que é o único da região que não é poluído.

Assim, conforme Maiorki e Dallabrida (2015), verifica-se a identidade através da identificação dos valores paisagísticos e especificidade dos lugares. De acordo com os autores, os recursos analisados demonstram a existência de relações entre a identidade territorial e o desenvolvimento.

Em relação a temas políticos, existem divergências e convergências sobre determinadas questões relacionadas ao desenvolvimento, pois cada ator acredita que suas convicções, por vezes pessoais, são as que deveriam ser levadas em consideração. No entanto, é necessário que seja realizado um alinhamento de visões e perspectivas de ambos os atores. Nesse aspecto, Maiorki e Dallabrida (2015) evidenciam que certas imposições ou divergências no território podem suceder a desorganização e possíveis desequilíbrios locais. Politicamente, os atores sociais têm percepções distintas, visto que estão instalados ao longo de pontos que acabam por favorecer ou desfavorecer uns aos outros. Existem atores que estão às margens de rodovias ou centralmente localizados, estando conformados pelo grande fluxo de pessoas que podem deparar-se com seu negócio; outros ficam um pouco mais distantes e demandam de infraestrutura de acesso.

Avaliando as gestões do Poder Público, encontrou-se que os entrevistados mencionaram estar insatisfeitos ou consideravam razoável a atuação das antigas gestões. Apenas um declarou que, na sua percepção, a gestão anterior parecia estar mais dedicada e envolvida com o turismo em função das ações que foram realizadas na cidade, como a revitalização da praça municipal. Em contraponto à atual, mencionou que, em sua percepção, a atual gestão não está tão preocupada com turismo. Outros consideram que a gestão atual está se empenhando e ouvindo mais, principalmente nas questões que se referem aos produtores de uva e vinho, inclusive sancionou um projeto de lei que incentiva e subsidia o plantio de uva Goethe. Por fim, apenas um mencionou não estar satisfeito com a gestão política atual.

Em relação ao recurso humano e mão de obra, todas as propriedades entrevistadas são familiares ou duas ou mais pessoas estão envolvidas e têm a necessidade de contratar funcionários em período integral ou sazonal. Apenas em uma das propriedades entrevistadas trabalham somente as pessoas da família, sem necessidade de contratar funcionários em épocas sazonais. Quanto à identidade e à transferência do saber-fazer (MAIORKI; DALLABRIDA, 2015), destaca-se que, nesta região, o saber que é passado de geração para geração e para os funcionários, pois também foi identificado que existe dificuldade de encontrar mão de obra especializada em realizar serviços como a “poda”; mesmo assim, os produtores contratam as pessoas interessadas e as ensinam.

Culturalmente, existem as festividades e interações emblemáticas realizadas no município que evidenciam a cultura italiana, da uva e do vinho. As mais conhecidas e que ocorrem frequentemente são, de acordo com um dos atores do poder público municipal:

geralmente vinculados ao vinho e às tradições da cultura italiana, entre a vindima em janeiro na colheita, a festa do Ritorno Alle Origini, no mês de maio nos anos ímpares e a Festa do vinho que é anual no mês de agosto.

Entre outras, também acontece a Festa da Uva Goethe. Esses eventos são a demonstração da cultura resgatada, pois reforçam os valores étnicos e comportamentais, melhoram o nível de relação produtiva e comercial, favorecem as formas de colaboração competitiva (MAIORKI; DALLABRIDA, 2015), refletindo a identidade e os valores sociais.

No que tange as relações sociais, sabe-se que o sentido de pertença se manifesta quando o indivíduo está imerso em atividades locais que fazem menção à identidade territorial e o fazem preferir ações colaborativas no interior do âmbito local (MAIORKI; DALLABRIDA, 2015). O relacionamento com a comunidade geralmente é bom, segundo sete dos entrevistados. As famílias envolvem-se nas festas para auxiliar e, assim, acabam interagindo de forma a unir

esforços. Gangjee (2017) assevera que promover a confiança e a cooperação entre diferentes atores da cadeia de suprimentos é crucial para o sucesso de uma IG. E em aspectos sociais, as ações coletivas tomam grande importância por auxiliarem no estabelecimento de institucionalização de parcerias e aumento do capital humano com maior qualificação e demanda de *expertise* (MATOS *et al.*, 2012; ZUIN; ZUIN, 2009).

4.4 INDICAÇÃO GEOGRÁFICA E A IPVUG

Nesta seção, será apresentado o processo operacional para obtenção da IPVUG, benefícios obtidos, conhecimento e averiguação do possível projeto de denominação de origem, bem como qual a percepção dos atores nos aspectos referentes à IG.

No caso dos Vales da Uva Goethe, o processo para encaminhamento para obtenção do signo distintivo ocorreu por meio de uma iniciativa de:

organização social e coletiva com expressivo compartilhamento de conhecimento tácito incorporados nos produtos e serviços cada vez mais ricos em valores intangíveis, envolvendo a tradição, cultura e processos de saber-fazer. (VIEIRA *et al.*, 2016, p. 2901)

Inicialmente, o projeto contou com a parceria da UFSC, SEBRAE e EPAGRI, com o objetivo de melhorar geração de renda e desenvolvimento local (VELOSO, 2008). Foi através da Associação de Produtores dos Vales da Uva Goethe (PROGOETHE) que, em 2006, iniciou o encaminhamento do primeiro processo de reconhecimento de indicação de procedência em Santa Catarina, que obteve seu reconhecimento em 2012. De acordo com Vieira *et al.* (2016), o projeto tem propiciado à associação a organização da cadeia produtiva e qualificação do produto na região. Atualmente, a gestão da IP é realizada pela Associação de Produtores dos Vales da Uva Goethe em parceria com a EPAGRI e obedecendo os critérios estabelecidos no Caderno de Especificações Técnicas da Associação (Anexo A).

Entre os vinhos produzidos nos Vales, o que leva o registro é o produzido com a uva Goethe, vinho branco, aromático e frutado (VIEIRA *et al.*, 2016). O processo de fabricação desse vinho iniciou em 1913 e conquistou uma importante premiação em 1939, na Exposição Internacional de Nova York. Após esse período, por muitos anos, o enfoque no setor vinícola ficou adormecido, em razão do foco econômico estar baseado na atividade extrativista de carvão e cerâmica, que se concentrou por volta dos anos de 1970.

A consolidação da IPVUG ocorreu a partir da organização coletiva e de diferentes órgãos apoiadores. A associação PROGOETHE foi responsável pelo pedido de registro da IG como também se comprometeu a elaborar um caderno especificações Técnicas. Os produtos que receberão da associação o selo de controle da IP “Vales da Uva Goethe” devem respeitar o processo de produção conforme consta do Regulamento de Uso da Indicação de Procedência Vales da Uva Goethe (IPVUG)/Caderno de Especificações Técnicas³ (Anexo A). Os produtos que recebem a indicação de procedência do Vale de acordo com o Dossiê (EPAGRI, 2006; UFSC, 2006a; 2006b) aprovado pelo INPI em 2012 são:

- Vinho Branco Seco;
- Vinho Branco Suave ou Démi-Sec;
- Vinho Leve Branco Seco;
- Vinho Leve Branco Suave ou Démi-Sec;
- Vinho Espumante Brut ou Démi-Sec, obtidos pelos métodos “Champenoise”;
- Vinhos Espumantes Brut ou Démi-Sec, obtidos pelos métodos “Charmat”;
- Vinho Licoroso (Regulamento Geral IP Goethe – Anexo A).

Também é necessário obedecer ao artigo 1º capítulo I do Regulamento Geral IP Goethe (Anexo A). Assim, os produtos devem identificar no rótulo da embalagem o nome da variedade Goethe para indicação de procedência Vales da Uva Goethe e deverão conter o percentual de 100% da variedade indicada. Os produtos deverão ser elaborados com 100% de uvas produzidas na área geográfica definida como Vales da Uva Goethe, delimitada para a produção de uvas. É obrigatório que todos os produtores que tenham interesse em receber a certificação obedeçam aos critérios descritos no Dossiê (EPAGRI, 2006; UFSC, 2006a; 2006b) e no Regulamento Geral da IP (Anexo A).

Após realizada todas as averiguações e processos necessários, o produtor receberá devidamente o selo de indicação geográfica para o seu lote, evidenciando que o processo de averiguação é realizado todo ano e conferido ao lote previamente analisado pela EPAGRI. A Figura 8 apresenta o selo entregue aos rótulos aptos a receberem-no.

³ O documento é chamado pelos atores como *Regulamento de Uso da Indicação de Procedência Vales da Uva Goethe* e como *Caderno de Especificações Técnicas*.

Figura 8 – Selo de Indicação de Procedência Vales da Uva Goethe



Fonte: PROGOETHE (2019).

Com a indicação de procedência ocorreram muitas mudanças. Quanto aos aspectos positivos, um dos produtores de uva e vinho relata que *“ocorreu uma maior procura do pessoal querer saber o que é os Vales da Uva Goethe: que uva é essa? E o selo também dá muita credibilidade para o produto”*. É dessa forma que a maior parte dos produtores reconhece a importância de participar e estar inserido na IPVUG. Muitos relataram essa importância devido ao fato de muitas pessoas chegarem à região curiosas em relação ao Goethe e à notoriedade que o produto gera.

De acordo com um dos atores do poder público municipal, no sentido de promover e fortalecer tanto o desenvolvimento local como a IPVUG, e alinhado com os objetivos traçados no planejamento estratégico da prefeitura municipal, foi identificado que existe a necessidade de ampliação do plantio e cultivo da vinífera Goethe no território, algo acordado entre a Prefeitura Municipal em conjunto com a EPAGRI através do projeto de Lei. 2.871 (URUSSANGA, 2019; Anexo B) aprovado e sancionada em 6 de junho de 2019, que institui a política municipal de incentivo e valorização à viticultura no município de Urussanga. A lei estabelece os critérios e as porcentagens que podem vir a enquadrar os produtores, de acordo com características e fatores específicos conforme elencados nos artigos 3º e 4º:

Art. 3º São instrumentos da Política Municipal de Incentivo e Valorização à Viticultura para Produção de Qualidade de Vinhos e Produtos Derivados da Viticultura:

- I – A pesquisa agrícola e o desenvolvimento tecnológico;
- II – A assistência técnica e a extensão rural em parceria com a EPAGRI e demais órgãos especializados e associação PROGOETHE;
- III – A capacitação gerencial e a formação de mão de obra qualificada;
- IV – As certificações de origem social e de qualidade dos produtos;
- V – A distribuição gratuita para plantio de mudas de uva Goethe em escolas, locais públicos e residências particulares para parreiral único, visando a divulgação, fortalecimento da cultura, identidade visual e cultural, no limite de 1% da meta, definida no artigo 8º.
- VI – O subsídio dado pelo município aos interessados na aquisição de mudas, para o plantio de videiras, na implantação, ampliação e renovação de pomares, quando se

tratar da cultura de uva Goethe, dentro da área geográfica de IP – Indicação de Procedência dos Vales da Uva Goethe:

- a) 80% do valor da muda para produtor inserido na agricultura familiar;
- b) 60% do valor da muda para produtor de vinícola;
- c) 40% do valor da muda para demais empreendedores.

VII – O subsídio pelo município na aquisição de mudas para o plantio de videiras na implantação, ampliação e renovação de pomares de outras cultivares de uva, dentro de qualquer área territorial de Urussanga:

- a) 50% para produtores da agricultura familiar e de vinícolas e;
- b) 30% para demais empreendedores. (URUSSANGA, 2018)

O gestor municipal evidenciou que, já em 2019, foi realizada a implantação da política pública, também relatou que houve o interesse dos produtores para a adesão e que mesmo produtores que não trabalhavam com a vitivinicultura estão participando no momento. Esse ator também relatou que, nesse período inicial, ocorreram algumas dificuldades, mas que, para o próximo ano, já serão solucionadas, como a quantidade de mudas a ser repassada para os produtores, pois, inicialmente, não tinham uma estimativa de quanto seria necessário para cobrir a demanda, mas finalizou dizendo que essa primeira etapa foi satisfatória.

O ator do poder público estadual descreveu como foi realizado o início do processo de encaminhamento da indicação geográfica:

A EPAGRI foi uma das primeiras entidades que entrou nesse processo, fazendo parte do primeiro projeto. Ai participaram, na época, o CIRAN⁴ que é a unidade da EPAGRI que trabalha na área ambiental que fica em Florianópolis, e o CIRAN participou dessa parte de caracterização climática e geográfica junto com a UFSC, e a estação experimental de Videira deu um auxílio na parte de enologia junto com a estação experimental aqui (Urussanga). A gente participou de toda a parte de organização dos produtores e motivação e no acompanhamento da parte técnica da avaliação dos vinhos caracterização dos vinhos e definição das normas que foram para o Caderno de Especificações Técnicas. Hoje, a gente está fazendo esse trabalho de avaliação dos vinhos, que as vinícolas solicitam para a associação que querem que o vinho passe por uma avaliação. Ai a associação nos passa, exemplo, tem esses vinhos... a gente faz o processo e entrega, ajuda a compor o relatório e seguimos com os trabalhos de pesquisa para a melhoria do produto da produtividade e da atividade em si e agora estamos dando início ao trabalho do processo da DO, que é capitaneado pelo CIRAN que é quem vai fazer toda essa parte de levantamento da caracterização geográfica e climática e a gente apoia na parte enológica.

Na desse ator, está descrito como funcionou e funciona a parte prática realizada pela instituição, sendo esta de grande importância e suporte técnico para os produtores. De acordo com Mendes e Antoniazzi (2012), a singularidade aliada a uma percepção de maior qualidade tende a gerar maior valor monetário para os produtores.

⁴ CIRAM = Centro de Informações de Recursos Ambientais e de Hidrometeorologia de Santa Catarina.

Em vista da relação de aumento de renda em função da IP, os produtores destacaram que não notaram grande diferença, mas sim um maior interesse e procura por parte de pessoas que não conheciam essa bebida única no Brasil e produzida somente nessa região.

Quanto ao conhecimento acerca do que é a IG, todos os entrevistados disseram saber o que a região tinha recebido o registro, mas quando se refere ao que é a indicação, de fato, dois declaram não sabem o que era exatamente. O que ainda demonstra um certo desconhecimento da população do que este instituto jurídico/registo agrega, não somente para os produtores de uva e vinho, mas para toda a comunidade, pois, em geral, todos esses atores estão envolvidos de forma direta ou indireta com a IG.

Os atores também emitiram suas opiniões acerca de como estaria ocorrendo o processo de encaminhamento de denominação de origem e apenas dois entrevistados disseram que não sabiam que esta solicitação estava sendo organizada. Os demais disseram que já estavam cientes do processo. Quanto à sua participação na denominação de origem, apenas três disseram que ainda não estão participando, mas que vão se inteirar para entrarem no processo. Esse interesse demonstra um aspecto positivo dos atores em atuar em conjunto, reforçando o sentimento de pertencimento e fortalecimento do desenvolvimento (MEDEIROS; PASSADOR; PASSADOR, 2016; NASCIMENTO; NUNES; BANDEIRA, 2012).

Em relação aos principais desafios impostos aos Vales da Uva Goethe, os atores declararam que os principais são: burocracias, falta de um roteiro turístico, articulações, estrutura, interesse público para o desenvolvimento, oposição política, colaboração, motivação, investimento, ampliação de produtores e escala de produção. Estes foram os principais desafios elencados para o desenvolvimento da região e da IP, os quais também são descritos por Dallabrida, Baukart e Guinzani (2020) como o atendimento das questões legais, questões relacionadas à dinâmica territorial, essencialmente relacionadas às condições socioeconômicas e culturais, menosprezando o fato de o produto ter realmente especificidades, de haver ou não reconhecimento local e externo, entre outras questões.

Um questionamento final da entrevista era “O que é indicação de procedência para você?”. Essa pergunta tinha o objetivo de avaliar o conhecimento acerca da IP e identificar o que, de fato, este registro representa. Algumas das percepções são apresentadas no Quadro 8.

Quadro 8 – Percepção dos atores locais da Indicação de Procedência

ATOR	SEGMENTO DA RESPOSTA
Propriedade 4	<i>É designar um local dar especialidade a este local ou que é feito com maestria de alguma forma especial neste local. O local e a região são especializados nisso.</i>
Propriedade 6	<i>A procedência do teu produto do que tu faz, traz uma melhoria e credibilidade.</i>
Propriedade 7	<i>É um ganho para tudo e todos, é econômico, e no sentido de manter as tradições e valorizar a cultura local, principalmente a produção de uva e vinho Goethe.</i>
Hotel 1	<i>É que, assim... É para criar um produto exclusivo. Vai gerar e agregar valor em um produto, é que o vinho é algo que não é de um dia para outro. É com tempo, é com história, com o jeito que produz, então tudo isso agrega valor. Então, assim, é um negócio a longo prazo... A gente está com expectativa que daqui em diante vai começar a fluir. O que eu vejo assim é que como faz pouco tempo que teve essa indicação, o vinho de Urussanga é muito artesanal.</i>
Restaurante 2	<i>É interessante para o turismo as pessoas que vêm para a região. Nós temos a Serra do Rio do Rastro, importantíssimo, e aqui movimenta bastante a região. Então se tiver esses Vales da Uva Goethe já vem para conhecer... Penso que é um diferencial para a cidade.</i>
Gestor público	<i>Eu vejo a IG como uma garantia de exclusividade e marketing na parte econômica e na parte Extra econômica, social, natural, na parte da história, na parte da agricultura é sobre manter uma tradição. Eu acho que, hoje, se a uva Goethe não fosse uma IG talvez nem existisse mais a uva Goethe, porque ela tem umas desvantagens em relação às outras uvas. Também é uma seguridade da não extinção daquele produto naquela região.</i>
Agente de Pesquisa da EPAGRI	<i>Para mim, ela é um signo distintivo que abrange todo um setor que tem características e objetivos em comum e que, hoje, infelizmente, não é conhecido pelo consumidor e que tem esse desafio de tornar-se conhecido pelo consumidor.</i>

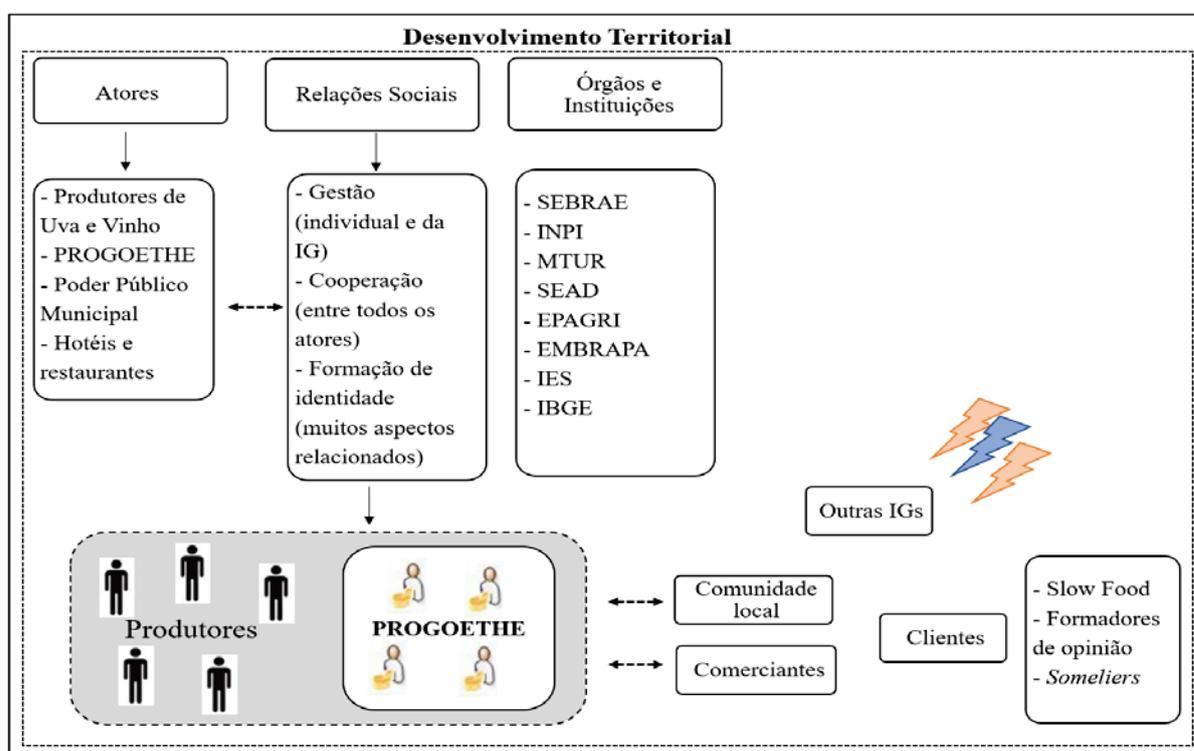
Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Conforme apresentado no Quadro 8, as opiniões são diversas, mas, em geral, muitas delas estão atreladas ao conceito delimitado na literatura, como o que encontramos na visão de Castro e Giraldi (2018), em que indicações geográficas são essencialmente um instrumento para promover os produtos comercialmente e podem gerar riqueza, agregar valor, proteger a região produtora, gerar desenvolvimento, mas também expressam significados individuais, que estão ligados ao sentimento de pertencimento, identidade particular, cultura e singularidade (MEDEIROS; PASSADOR; PASSADOR, 2016; NASCIMENTO; NUNES; BANDEIRA, 2012).

4.5 ESQUEMA CONCEITUAL ANALÍTICO: CONTRIBUIÇÕES DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA PARA O DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL

Visando atender aos objetivos propostos e à questão de pesquisa, considerando as proposições apresentadas nesta dissertação e o esquema proposto no final do capítulo 2, apresenta-se a aplicação do esquema conceitual analítico (Figura 9), facilitando a compreensão das contribuições das relações de gestão cooperação, formação de identidade para o desenvolvimento territorial, sob a perspectiva da estratégia de indicação geográfica.

Figura 9 – Contribuições das relações estabelecidas em território de IG para o desenvolvimento territorial



Fonte: Elaborada pela autora (2020).

Na Figura 9, apresenta-se, primeiramente, da esquerda para a direita, os atores que têm uma interação mais direta com o setor vitivinícola e que expressam sua devida participação nesta cadeia. No segundo quadrante, são evidenciadas as relações analisadas nesta pesquisa. A gestão apresentou-se eficiente e consegue, de forma geral, envolver todos os atores, mas é imperioso que os produtores que sejam os mais interessados e compreendam que o papel de apropriação e usabilidade do signo distintivo é responsabilidade ambos. O Poder Público (prefeitos e secretários) pode e deve usar como uma estratégia de fomento de turismo e desenvolvimento territorial.

A cooperação também foi identificada como positiva e existente, porém, em alguns casos, ainda é pontual. A formação de identidade demonstra-se extremamente forte nesse território, principalmente no que tange os aspectos históricos e de pertencimento.

Em parte, os resultados vão ao encontro do que Silva e Rodrigues (2017) pontuam como “a organização e gestão da identificação geográfica também podem assumir ou resultar em uma fiscalização ineficiente com fragilidades, quando os atores sociais não exercem a devida participação, coletividade e apropriação da indicação geográfica e/ou signo distintivo”. Podemos nos questionar: como fortalecer essa cooperação e identidade. O maior desafio continua sendo a cooperação, assim podem ser elencadas estratégias que fomentem essa relação entre os atores.

Percebeu-se que muitos foram essenciais no momento de encaminhamento da proposta de IG como instituições de ensino e o SEBRAE; contudo, atualmente, não atuam mais em conjunto com os produtores. Outros órgãos de suporte e apoio como a EPAGRI, instituições de ensino, PROGOETHE e esferas do Poder Público Municipal continuam desenvolvendo projetos com os produtores e prospectando estratégias de desenvolvimento.

Uma questão em que se demonstrou pouco divergência de opiniões foi como cada ator pensa o futuro da IG e do seu desenvolvimento. Os pontos de vista são diversos, mas o que se pode compreender é que esforços estão sendo feitos para que todos entendam qual as ações precisam ser realizadas a fim de que se obtenha o sucesso dessa indicação de procedência, visando à obtenção de benefícios para toda a comunidade.

5 CONCLUSÕES

Este estudo teve como objetivo verificar se as indicações geográficas contribuem para consolidar relações de gestão, cooperação e fortalecimento de identidade territoriais com vista ao desenvolvimento territorial. A pesquisa realizada, de natureza qualitativa e descritiva, permitiu conhecer as percepções que os atores presentes no território investigado têm em relação ao território pertencente a uma indicação geográfica.

O estudo e seus resultados se mostram importantes por abordar a indicação geográfica como estratégia de desenvolvimento territorial, em uma área em que existem muitas linhas de pesquisa em se tratando do desenvolvimento como local, regional, mas pouco são enfatizadas as relações como forma de fortalecimento e retorno para o desenvolvimento territorial.

As conclusões desta pesquisa possuem importantes resultados, tanto do ponto de vista teórico, como prático. O principal resultado consiste na identificação das relações que auxiliam a solidificar e identificar as percepções que cada ator possui do território, pelas quais os produtores se mostram capazes de se unir ou não em prol do mesmo objetivo, para, assim, conseguir resultados e benefícios mais vantajosos para si.

Foi possível identificar que muitos produtores exercem a atividade vitivinícola pela familiaridade e vínculo familiar que a atividade possui. Os fatores identificados que contribuem para a relação de cooperação identificados foram o bom relacionamento dos atores entre si e com a comunidade, bem como as comissões formadas para integrar os outros segmentos do comércio da cidade.

Quanto à gestão do território, a pesquisa verificou aspectos da gestão dos produtores e territorial. Na percepção dos produtores de uva e vinho, falta uma organização em relação aos demais atores como a elaboração de uma rota turística, para que todos possam ter a oportunidade de crescimento econômica e socialmente. Na percepção dos atores do Poder Estadual e Municipal, ainda os produtores e a cidade têm de investir em escala de produção e divulgação da imagem para que se tornem conhecidos, mas para tornarem-se conhecidos. Primeiramente, é fundamental que se tenha maior estoque do produto, para, a partir desse momento, organizar a cidade para o turismo. Opiniões divergentes e que tem de ser expostas e avaliadas conjuntamente, pois as estratégias têm de estar alinhadas; caso contrário, cada um vai para uma direção e acabam chegando a lugar algum.

No que tange a formação de identidade, o município possui um grande patrimônio histórico, desde a história dos imigrantes italianos que configurou a cultura da cidade, até suas

praças, casarões antigos com arquitetura tipicamente italiana, as festas do vinho do Ritorno Ali Orighini. São muitos os fatores que conferem identidade e tipicidade à cidade de Urussanga.

A associação PROGOETHE, por sua vez, tem um papel muito importante, quando organiza atividades com objetivo de promover o conhecimento para seus associados, através de cursos, reuniões, palestras sobre determinados produtos e dias de campo; e, principalmente, por auxiliar em grande parte na gestão da indicação de procedência, atuando em parceria com a EPAGRI, que realiza o processo de análise dos produtos que recebem o selo de indicação de procedência.

Quanto à indicação de procedência dos Vales da Uva Goethe, que foi conferida em 2012, muito já foi feito, mas, conforme a percepção dos atores, ainda falta mais divulgação e conscientização em relação ao que é esse signo distintivo; pois, mesmo em regiões próximas e na capital de Santa Catarina, os produtores relataram que muitas pessoas ainda não conhecem o que é. E essa questão não é vivenciada apenas no caso dessa IG, mas, na maior parte do território nacional, as pessoas não sabem o que é e principalmente qual a importância deste registro. No Brasil, infelizmente, ainda não se tem a cultura de prestigiar os produtos locais. A maior parte da população prefere produtos importados, se o preço não é muito diferente do produto brasileiro.

Nesse sentido, deveriam ser realizadas campanhas públicas e em rede nacional, que fomentassem esse tipo de produto e informações pertinentes, que, por hora, fica restrito a um grupo seleto de pessoas que buscam qualidade e que conhecem a real importância de consumir um produto local; pois, em outros países, como Portugal os consumidores prestigiam e fazem questão de levar para casa o produto de sua região.

Igualmente, se fazem necessárias políticas de incentivo às IGs, como a disseminação do tema junto aos consumidores, participação das universidades na formação, pesquisa e extensão, comprometimento das empresas de pesquisa e de fomento, todas fundamentais para que a IG se torne, efetivamente, uma ferramenta de desenvolvimento socioeconômico.

Em relação às limitações do estudo, encontraram-se dificuldades quanto à disponibilidade de tempo de os produtores participarem da pesquisa: a distância. A dificuldade em não conseguir entrevistar as agências de turismo da cidade e um maior número de atores, se tratando de uma pesquisa qualitativa, inviabiliza um número expressivo de entrevistados. Também não foi possível uma entrevista com o secretário de agricultura.

As linhas de investigação teóricas levam a questões como cultura, a falta de informação, o desconhecimento. As sugestões para estudos futuros se dão no âmbito de teorias que possam ser aplicadas a este objeto de estudo, envolvam empresas familiares; pois, nesse território, a

maioria dos produtores já está passando seus negócios para a segunda e terceira geração. Outra possibilidade é a teoria baseada em recursos da firma, pois a uva Goethe tem as características expressas nos estudos do modelo VRIO, que a configuram como um recurso valioso, raro, insubstituível e oneroso. Questões como a análise do território pós-IG relacionadas aos aspectos de gestão são pertinentes.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA FILHO, N. Desenvolvimento territorial como expressão da perspectiva nacional do desenvolvimento: limites e potencial. **Revista da Sociedade Brasileira de Economia Política**, v. 19, p. 94-116, 2006.
- ALVES, F. *et al.* Perspectivas de uma indicação geográfica a partir da visão de uma vitivinícola localizada nos Vales da Uva Goethe – Santa Catarina. *In: ZILLI, J. C. et al. (org.). O desenvolvimento dos Vales da Uva Goethe – SC: contribuições da extensão universitária.* Criciúma: UNESC, 2019. p. 82-94.
- ANJOS, F. S. *et al.* Sobre “efígies e esfinges”: indicações geográficas, capital social e desenvolvimento territorial. *In: DALLABRIDA, V. R. (org.). Território, identidade territorial e desenvolvimento regional: reflexões sobre indicação geográfica e novas possibilidades de desenvolvimento com base em ativos com especificidade territorial.* São Paulo: LiberArs, 2015. p. 159-196.
- ARGYLE, M. **Co-operation: the basis of sociability.** Routledge: New York. 1991.
- ARTÊNCIO, M. M.; GIRALDI, J. M. E.; GALINA, S. V. R. Uma Análise Crítica do Papel e Importância Socioeconômica das Indicações Geográficas em Países em Desenvolvimento. **Internext: Revista Eletrônica de Negócios Internacionais**, v. 14, n. 3, p. 218-234, 2019.
- AXELROD, R. **The evolution of co-operation.** Basic Books: New York. 1984.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo.** 5. ed. Lisboa: Edições 70, 2009.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo.** 6. ed. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BARNEY, J. Firm resources and sustained competitive advantage. **Journal of Management**, Greenwich, v. 17, n. 1, p. 99-120, 1991.
- BECATTINI, G. Dal settore industriale al “distretto” industriale. Alcune considerazioni sull’unità d’indagine dell’economia industriale. **Rivista di Economia Politica Industriale**, v. 5, n. 1, p. 7-21, 1979.
- BELLETTI, G; MARESCOTTI, A; TOUZARD, J. M. Geographical indications, public goods, and sustainable development: The roles of actors’ strategies and public policies. **World Development**, v. 98, p. 45-57, 2017.
- BENOIT, M.; PATSIAS, C. Greening the agri-environmental policy by territorial and participative implementation processes? Evidence from two french regions. **Journal of Rural Studies**, v. 55, p. 1-11, 2017.
- BIRYUKOV, V. V.; ROMANENKO, E. V. The formation of territorial innovation models. **Indian Journal of Science and Technology**, v. 9, n. 12, p. 89534-89534, 2016.
- BONNAL, P.; CAZELLA, A. A.; DELGADO, N. G. Contribuições ao estudo do desenvolvimento territorial rural: reflexões metodológicas a partir do caso brasileiro. **Biblio**

3W, v. 17, n. 1002, 2012. Disponível em: <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-1002.htm>. Acesso em: 26 mar. 2020.

BRASIL. **Decreto Nº 16.264, de 19 de dezembro de 1923**. Rio de Janeiro: Presidência da República, 1923. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1920-1929/decreto-16264-19-dezembro-1923-505763-publicacaooriginal-1-pe.html>. Acesso em: 2 ago. 2019.

BRASIL. **Decreto n. 9.660/2019, de 01 de janeiro de 2019**. Rio de Janeiro. Presidência da República, 2019. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/2019/decreto-9660-1-janeiro-2019-787569-anexo-pe.pdf>. Acesso em 05 maio. 2020.

BRASIL. **Decreto Nº 9.667, de 2 de janeiro de 2019**. Brasília: Presidência da República, 2019. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/decreto/d9667.htm. Acesso em: 28 mar. 2020.

BRASIL. **Lei Nº 5.851, de 7 de dezembro de 1972**. Brasília: Presidência da República, 1972. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/1970-1979/L5851.htm. Acesso em: 28 mar. 2020.

BRASIL. **Lei Nº 9.279/96, de 14 de maio de 1996**. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Brasília: Presidência da República, 1996. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19279.htm. Acesso em: 23 abr. 2019.

BRASIL. **Programa Desenvolvimento Sustentável de Territórios Rurais**. Brasília: MDA/SDT, 2008.

CALDAS, A. S.; ARAÚJO, C. C.; COURY, R. L. M. As indicações geográficas (IGS) como estratégia de desenvolvimento territorial: desafios e potencialidades no distrito de Maragogipinho, Aratuípe, BA. **RDE: Revista de Desenvolvimento Econômico**, v. 3, n. 38, p. 81-108, dez. 2017.

CÂMARA DE DIRIGENTES LOJISTAS (CDL). **Associados 2020**. Urussanga: CDL, 2020. Disponível em: <http://www.cd lurussanga.com.br/associados.php>. Acesso em: 26 mar. 2020.

CARRIÈRE, J. P.; CAZELLA, A. A. Abordagem introdutória ao conceito de desenvolvimento territorial. **EISFORIA**, v. 4, p. 23-47, jan. 2006.

CASTRO, V. A.; GIRALDI, J. M. E. Estratégias de marcas para setores brasileiros: diferenças conceituais entre indicação geográfica, marca coletiva e marca setorial. Encontro de estudos em estratégia. **Revista Espacios**, v. 39, n. 33, p. 8, 2018.

COMPANHIA INTEGRADA DO DESENVOLVIMENTO AGRÍCOLA DO ESTADO DE SANTA CATARINA (CIDASC). **Institucional**. 2018. Disponível em: <http://www.cidasc.sc.gov.br/institucional/>. Acesso em: 16 jan. 2020.

COMUNIDADE ECONÔMICA EUROPEIA (CEE). **Regulamento CEE Nº 2081/92 do Conselho, de 14 de julho**. Relativo à proteção das indicações geográficas e denominações de origem dos produtos agrícolas e dos géneros alimentícios. JO 24.7. 92: L 208/1-8. 1992.

Disponível em: <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/7332311d-d47d-4d9b-927e-d953fbc79685/language-pt>. Acesso em: 2 ago. 2019.

COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de Pesquisa em Administração**. Porto Alegre: Bookman, 2003.

COREZOLA, F.; OLIVEIRA, C. D.; ALMEIDA, M. G. Desafios da governança territorial nos territórios incorporados ao Programa Territórios da Cidadania. **Raízes: Revista de Ciências Sociais e Econômicas**, Campina Grande, UFCG, v. 28, n. 1-2; v. 29, p. 87-96, 2010.

CORRÊA, R. L. Espaço, um conceito-chave da geografia. *In*: CASTRO, I. E.; COSTA GOMES, P. C.; CORRÊA, R. L. **Geografia, conceitos e temas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995. p. 15-23.

CORRÊA, V. P. Desenvolvimento territorial e a implantação de políticas públicas brasileiras vinculadas a esta perspectiva. **Boletim Regional, Urbano e Ambiental**, IPEA, v. 3, p. 23-37, dez. 2009.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. Porto Alegre: Artmed, 2010.

DALLABRIDA, V. R. Da vantagem comparativa à vantagem diferenciadora: estratégias de especificação de ativos territoriais como alternativa de desenvolvimento. **Desenvolvimento Regional em Debate**, v. 2, n. 1, p. 104-136, 2012.

DALLABRIDA, V. R. **Desenvolvimento Territorial: políticas públicas brasileiras, experiências internacionais e a Indicação Geográfica como referência**. São Paulo: LiberArs, 2014.

DALLABRIDA, V. R. Ativos territoriais, estratégias de desenvolvimento e governança territorial: uma análise comparada de experiências brasileiras e portuguesas. **EURE**, Santiago, v. 42, n. 126, p. 187-212, 2016.

DALLABRIDA, V. R.; BAUKART, K. S.; GUINZANI, W. Signos distintivos territoriais e indicação geográfica: uma avaliação de experiências com a aplicação de instrumental metodológico. **Interações**, Campo Grande, v. 21, n. 1, p. 195-211, 2020.

DELGADO, N.; LEITE, S. O PRONAT e o PTC: possibilidades, limites e desafios das políticas territoriais para o desenvolvimento rural. *In*: GRISA, C.; SCHNEIDER, S. (orgs.). **Políticas públicas de desenvolvimento rural no Brasil**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2015. p. 239-259.

DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. (eds.). **Handbook of Qualitative Research**. 3. ed. Sage: Thousand Oaks, 2005.

EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA (EMBRAPA). **Competências**. Brasília: EMBRAPA, 2019a. Disponível em: <https://www.embrapa.br/acessoinformacao/competencias>. Acesso em: 12 fev. 2020.

EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA (EMBRAPA). **Indicações geográficas de vinhos do Brasil**. Brasília: EMBRAPA, 2019b. Disponível em:

<https://www.embrapa.br/uva-e-vinho/indicacoes-geograficas-de-vinhos-do-brasil>. Acesso em: 12 fev. 2020.

EMPRESA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA E EXTENSÃO RURAL DE SANTA CATARINA (EPAGRI). **Relatório Técnico 2: Identidade Climática dos Vales da Uva Goethe**. Florianópolis: EPAGRI, 2006a.

ESCACH, N. Les réseaux de villes baltiques: la dimension spatiale de la recomposition des niveaux. **L'information Géographique**, v. 79, n. 3, p. 34-53, 2015.

ESPARCIA, J.; ESCRIBANO, J.; SERRANO, J. J. From development to power relations and territorial governance: increasing the leadership role of LEADER Local Action Groups in Spain. **Journal of Rural Studies**, v. 42, p. 29-42, dez. 2015.

FALCADE, I. **A paisagem como representação espacial: a paisagem vitícola como símbolo das indicações de procedência de vinhos das regiões Vale dos Vinhedos, Pinto Bandeira e Monte Belo (Brasil)**. Tese (Doutorado em Geografia) – Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.

FELISBERTO, Z. *et al.* Vales da Uva Goethe e a sucessão familiar nas vitivinícolas. *In: ZILLI, J. C. et al. (org.). O desenvolvimento dos Vales da Uva Goethe/SC: contribuições da extensão universitária*. Criciúma: UNESC, 2019. p. 12-26.

FERREIRA, A. M. *et al.* Indicação Geográfica no Brasil: aspectos legais. *In: DALLABRIDA, V. R. (org.). Território, identidade territorial e desenvolvimento regional: reflexões sobre Indicação Geográfica e novas possibilidades de desenvolvimento com base em ativos com especificidade territorial*. São Paulo: LiberArs, 2013. p. 127-134.

FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FLORES, S. S.; FALCADE, I. A pesquisa sobre Indicações Geográficas no Brasil: um estudo Bibliométrico. **Revista INGI: Indicação Geográfica e Inovação**, v. 3, n. 2, p. 290-305, 2019.

FOCHEZATTO, A. Desenvolvimento regional: novas abordagens para novos paradigmas produtivos. *In: CONCEIÇÃO, Octávio A. C. et al. (Orgs.). O ambiente regional*. Porto Alegre: FEE, 2010. p. 160-192.

FREITAS, A. F.; FREITAS, A. F.; DIAS, M. M. Gestão social e políticas públicas de desenvolvimento territorial. **Administração Pública e Gestão Social**, v. 4, n. 1, p. 76-100, 2012.

GANGJEE, D. S. Proving provenance? Geographical indications certification and its ambiguities. **World Development**, v. 98, p. 12-24, 2017.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 1999.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

GOMES, P. C. C. Que espaço pode haver para uma geografia cultural? Elementos para uma reflexão sobre a relação entre o cultural e o geográfico. *In*: LEMOS, A. I.; GALVANI, E. (orgs.). **Geografia, tradições e perspectivas: interdisciplinaridade, meio-ambiente e representações**. Buenos Aires: Clacso; São Paulo: Expressão Popular, 2009. p. 69-80.

GONÇALVES, M. F. W. **Propriedade industrial e a proteção dos nomes geográficos**. Curitiba: Juruá, 2008.

GONÇALVES, L. A. S.; ALMEIDA, B. A.; BASTOS, E. M. S. PANORAMA DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS NO BRASIL. **Revista de Desenvolvimento Econômico**, v. 3, n. 41, 2019.

GONTIJO, C. **As transformações do sistema de patentes, da Convenção de Paris ao Acordo Trips: a posição brasileira**. 2. ed. Berlin: FDCL; Gneisenaustr. 2005.

HAESBAERT, R. **Des-territorialização e identidade: a rede “gaúcha” no Nordeste**. Niterói: EdUFF, 1997.

HAESBAERT, R. Des-caminhos e perspectivas do território. *In*: RIBAS, A. D.; SPOSITO, E. S. SAQUET, M. A. **Território e desenvolvimento: diferentes abordagens**. Francisco Beltrão: UNIOESTE, 2004. p. 87-117.

HAESBAERT, R. Sociedades biopolíticas de in-segurança e des-controle dos territórios. *In*: OLIVEIRA, M. *et al.* (org.). **O Brasil, a América Latina e o mundo: espacialidades contemporâneas**. Rio de Janeiro: Lamparina; FAPERJ; ANPEGE, 2008. p. 30-46.

HAESBAERT, R. **O mito da desterritorialização: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade**. São Paulo: Bertrand Brasil, 2012.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Censo Agropecuário**. Brasília: IBGE, 2006. Disponível em: <https://ww2.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/agropecuaria/censoagro/default.shtm>. Acesso em: 2 ago. 2019.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Cidades**. Brasília: IBGE, 2020. Disponível em: <http://cidades.ibge.gov.br/>. Acesso em: 22 jul. 2019.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **O IBGE**. Brasília: IBGE, 2020. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/institucional/o-ibge.html>. Acesso em: 16 jan. 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Panorama**. Brasília: IBGE, 2017. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/urussanga/panorama>. Acesso em: 22 jul. 2019.

INSTITUTO BRASILEIRO DO VINHO (IBRAVIN). **Panorama Geral**. 2020. Disponível em: <https://www.ibravin.org.br/Panorama-Geral>. Acesso em: 18 fev. 2020.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL (INPI). **Convenção de Paris**. Rio de Janeiro: INPI, s./d. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/legislacao1/cup.pdf>. Acesso em: 3 jul. 2019.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL (INPI). **Indicações Geográficas Reconhecidas**. Rio de Janeiro: INPI, 2012. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/Content/Files/Legislacoes/Lista%20com%20as%20indica%C3%A7%C3%B5es%20geogr%C3%A1ficas%20reconhecidas.pdf>no-brasil. Acesso em: 13 jun. 2019.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL (INPI). Resolução nº 22/2013 de 18 de março de 2013. **Revista da Propriedade Industrial**, Brasília, 2013a. Disponível em: <http://revistas.inpi.gov.br/rpi/#>. Acesso em: 23 jul. 2019.

INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL (INPI). **Instrução Normativa Nº 25, de 21 agosto 2013**. Estabelece as condições para o registro das indicações geográficas. Rio de Janeiro: INPI, 2013b. Disponível em: http://www.inpi.gov.br/legislacao-1/in_25_21_de_agosto_de_2013.pdf. Acesso em: 2 ago. 2019.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL (INPI). **Indicação geográfica no Brasil**. Rio de Janeiro: INPI, 2015. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/indicacao-geografica/indicacao-geografica-no-brasil>. Acesso em: 27 jun. 2019.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL (INPI). **Instrução Normativa PR nº 095/2018, de 28 de dezembro de 2018**. Estabelece as condições para o registro das Indicações Geográficas. Rio de Janeiro: INPI, 2018. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/noticias/inpi-aprova-in-para-registro-de-indicacoes-geograficas>. Acesso em: 2 ago. 2019.

INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL (INPI). **Cadernos de Especificações Técnicas das Indicações Geográficas reconhecidas pelo INPI**. Rio de Janeiro: INPI, 2019. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/indicacao-geografica/regulamento-de-uso-das-indicacoes-geograficas>. Acesso em: 3 jul. 2019.

INTERNATIONAL ORGANISATION OF VINE AND WINE (OIV). **Country Profile**. 2016. Disponível em: [http://www.oiv.int/en/statistiques/?year=2016&country Code=BRA](http://www.oiv.int/en/statistiques/?year=2016&country%20Code=BRA). Acesso em: 13 jan. 2020.

KAKUTA, S. M. *et al.* **Indicações geográficas: guia de respostas**. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 2006.

LAMBERT-DERKIMBA, S. *et al.* Consequences of the inscription of local breeds in protected designation of origin cow cheese specifications for the genetic management of the herds. **Animal**, v. 4, n. 12, p. 1976-1986, 2010.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

LARREA, J. L.; ARANGUREN, M. J.; VALDALISO, J. M. Exploring the role of leadership in territorial strategies for competitiveness. **Competitiveness Review: an International Business Journal**, v. 27, n. 4, p. 390-409, 2017.

LASTRES, H. M. M.; CASSIOLATO, J. E. Innovation systems and local productive arrangements: new strategies to promote the generation, acquisition and diffusion of knowledge. **Innovation: Management, Policy, & Practice**, v. 7, n. 2-3, p. 172-172, 2005.

LIMA, E. C.; OLIVEIRA NETO, C. R. Análise do desenvolvimento territorial: a contribuição da experiência Italiana. **Interações**, Campo Grande, v. 20, n. 1, p. 51-61, 2019.

LODI, J. B. **A empresa familiar**. 5. ed. São Paulo: Pioneira, 1998.

LOCATELLI, L.; CARLS, S. Indicações geográficas: o regulamento de uso e as indicações de procedência. **Revista Direito e Justiça**, v. 14, n. 23, p. 243-256, 2014.

MAIORKI, G. J.; DALLABRIDA, V. R. A indicação geográfica de produtos: um estudo sobre sua contribuição econômica no desenvolvimento territorial. **Interações**, Campo Grande, v. 16, n. 1, p. 13-25, 2015.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos da Metodologia Científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MARINI, M. J.; CORRÊA NETO, G. C. C. Cooperação territorial: análise do capital social e da governança local do APL de Móveis do Sudoeste do Paraná. **Redes**, v. 23, n. 3, p. 117-139, 2018.

MARIOT, E. J. **Produtos agroalimentares típicos coloniais: situação e perspectivas de valorização no Município de Urussanga, Santa Catarina, Brasil**. Dissertação (Mestrado em Gestão do Desenvolvimento Rural) – Universidade de Trás-Os-Montes e Alto Douro, Universidade de Santiago de Compostela, 2002.

MATOS, M. F. R. *et al.* Conformidade das farinhas de mandioca tipo Copioba comercializadas nas feiras de Salvador (BA) com os parâmetros da legislação: uma contribuição à Indicação Geográfica (IG) do produto. **Revista GEINTEC: Gestão, Inovação e Tecnologias**, v. 2, n. 3, p. 307-326, 2012.

MCCANN, P.; ORTEGA-ARGILÉS, R. Smart specialisation, regional growth and applications to EU cohesion policy. **Regional Studies**, v. 49, n. 8, p. 1291-1302, 2015.

MCCANN, P.; ORTEGA-ARGILÉS, R. Regional competitiveness, policy transfer and smart specialization. *In*: HUGGINS, R.; THOMPSON, P. (eds.). **Handbook of Regions and Competitiveness: Contemporary Theories and Perspectives on Economic Development**. Cheltenham: Edward Elgar, 2016. p. 536-645.

MEDEIROS, M. L. **Indicações geográficas, turismo e desenvolvimento territorial: uma análise sistêmica da indicação de procedência do queijo minas artesanal do Serro**. Tese (Doutorado em Ciências) – Programa de Pós-Graduação em Administração de Organizações, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

MEDEIROS, M. L.; PASSADOR, C. S.; PASSADOR, J. L. Implications of geographical indications: a comprehensive review of papers listed in CAPES? journal database. **RAI: Revista de Administração e Inovação**, v. 13, p. 315-329, 2016.

MENDES, P. P. M.; ANTONIAZZI, L. O uso das indicações geográficas como instrumento de proteção e desenvolvimento da agricultura brasileira. *In: PLAZA, C. M. C. A. et al.* (coords.). **Propriedade Intelectual na Agricultura**. Belo Horizonte: Fórum, 2012. p. 343-366.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO (MAPA). **Institucional**. Brasília: MAPA, 2020. Disponível em: <http://www.agricultura.gov.br/acesso-a-informacao/institucional>. Acesso em: 16 jan. 2020.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO. **Plano Nacional de Desenvolvimento Rural Sustentável e Solidário**. Brasília: MDA, 2015. Disponível em: <http://www.mda.gov.br/pndrсс/principal.pdf>. Acesso em: 22 jul. 2019.

MINTZBERG, H. Five P's for strategy. *In: MINTZBERG, H.; QUINN, J. B. The Strategy Process*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1992. p. 12-19.

MINTZBERG, H. **The rise and fall of strategic planning: reconceiving roles for planning, plans, planners**. New York: Free Press; Toronto: Maxwell MacMillan Canada, 1994.

NASCIMENTO, J. S; NUNES, G. S; BANDEIRA, M. G. A. A importância de uma indicação geográfica no desenvolvimento do turismo de uma região. **Revista GEINTEC: Gestão, Inovação e Tecnologias**, v. 2, n. 4, p. 365-377, 2012.

NAVARRO, M. *et al.* A holistic approach to regional strategies: the case of the Basque Country. **Science and Public Policy**, v. 41, n. 4, p. 532-547, 2014.

NUNES, S. G.; MICHELIN, C. F. Gestão de custos em pequenas propriedades rurais: um levantamento aplicado no município de Encruzilhada do Sul/RS com associados da Sicredi Centro Leste. **Revista de Anais de Eventos Dom Alberto**, v. 1, n. 2, p. 3-8, 2019.

OLIVEIRA, A. B.; MOREIRA, E. C. P. Indicações geográficas e agrobiodiversidade no contexto amazônico: a necessidade de um desenvolvimento territorial que leve em consideração a identidade cultural inerente aos produtos oriundos do conhecimento tradicional. **Revista de Direito Econômico e Socioambiental**, v. 9, n. 2, p. 261-280, 2018.

OLIVEIRA, M. M. **Como fazer Pesquisa Qualitativa**. Petrópolis: Vozes, 2013.

PECQUEUR, B. O desenvolvimento territorial: uma nova abordagem dos processos de desenvolvimento para as economias do sul. **Raízes**, Campina Grande, v. 24, n. 1-2, p. 10-22, jan./dez. 2005.

PELLIN, V. Indicações Geográficas e desenvolvimento regional no Brasil: a atuação dos principais atores e suas metodologias de trabalho. **Interações**, Campo Grande, v. 20, n. 1, p. 63-78, 2019.

PEREIRA, A. C. M. *et al.* **Um vapor para Benedetta: viagem das terras venetas ao sul catarinense relatada por aqueles que mais conhecem essa história: a gente de Urussanga**. Florianópolis: UNISUL, 2011.

PEREIRA, J. A.; CHAGAS, P. B.; BÁNKUTI, S. M. S. Perspectivas do Território no Sistema Agroalimentar Localizado: o Caso da Uva no Município de Marialva-PR. **Administração Pública e Gestão Social**, v. 11, n. 2, p. 104-260, abr./jun. 2019.

PIMENTEL, L. O. Os desafios dos aspectos legais na prática de estruturação das Indicações Geográficas. *In*: DALLABRIDA, V. R. (org.). **Território, identidade territorial e desenvolvimento regional**: reflexões sobre Indicação Geográfica e novas possibilidades de desenvolvimento com base em ativos com especificidade territorial. São Paulo: LiberArs, 2015. p. 135-143.

POLLICE, F. O papel da identidade territorial nos processos de desenvolvimento local. **Espaço e cultura**, Rio de Janeiro, n. 27, p. 7-23, jan./jun. 2010.

PORTER, M. E. **Estratégia Competitiva**: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. 18. ed. São Paulo: Campus, 1986.

PORTER, M. E. Towards a dynamic theory of strategy. **Strategic Management Journal**, v. 12, n. S2, p. 95-117, 1991.

PREFEITURA MUNICIPAL DE URUSSANGA (PMU). **Apresentação**. 2019. Disponível em: <https://www.urussanga.sc.gov.br/municipio/index/codMapaItem/6330>. Acesso em: 26 mar. 2020.

RAFFESTIN, C. **O que é território?** Por uma geografia do poder. São Paulo: Ática, 1993.

RAMBO, A. G.; FILIPPI, E. E.; RUCKERT, A. A. Cenários contemporâneos de desenvolvimento territorial: aplicabilidade de políticas públicas em contextos locais organizados. *In*: SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL. Congresso da SOBER, 45., 2007. **Anais [...]**. Londrina, 2007.

RAMOS, C. M. **Desenvolvimento territorial sustentável e indicações geográficas**: a sustentabilidade ambiental do território dos Vales da Uva Goethe-SC. Dissertação – Mestrado em Arquitetura, Urbanismo e História da Cidade, Programa de Pós-Graduação em Urbanismo, História e Arquitetura da Cidade, Santa Catarina, 2015.

RAMOS, E.; GARRIDO, D. Estrategias de desarrollo rural territorial basadas em las especificidades rurales: el caso de la marca Calidad Rural® en España. **Revista de Estudios Regionales**, v. 11, n. 100, p. 101-129, 2014.

RATZEL, F. **Geografia Política**. Leipzig: Munique, 1897.

RATZEL, F., Geografia do homem (Antropogeografia). *In*: MORAES, A. C. (org.). **Ratzel**. São Paulo: Ática, 1990. p. 32-107.

REBOLLAR, P. M. *et al.* **Vales da Uva Goethe**: Região de Urussanga/SC, Brasil. Urussanga: PROGOETHE, 2007.

SANTA CATARINA. **Lei Nº 5.516, de 28 de fevereiro de 1979**. Florianópolis: Palácio do Governo, 1979. Disponível em: http://leis.alesc.sc.gov.br/html/1979/5516_1979_Lei.html. Acesso em: 16 jan. 2020.

SANTA CATARINA. **Lei Complementar N° 284, de 28 de fevereiro de 2005.**

Florianópolis: Palácio do Governo, 2005. Disponível em: http://leis.alesc.sc.gov.br/html/2005/284_2005_Lei_complementar.html. Acesso em: 16 jan. 2020.

SANTOS, J. R.; RIBEIRO, J. C. The Portuguese online wine buying consumer: characteristics, motivations and behaviour. **EuroMed Journal of Business**, v. 7, n. 3, p. 294-311, 2012.

SAQUET, M. A. A renovação da geografia: a construção de uma teoria de território e de territorialidade na obra de Jean Gottmann. **Revista da ANPEGE**, v. 5, n. 5, p. 173-187, 2009.

SAQUET, M. A. Territorialidades y territorialización con autonomía en las prácticas agroecológicas. **Revista de la Facultad de Agronomía**, La Plata, v. 114, p. 178-189, 2015.

SAQUET, M. Territorios rurales y perspectivas de desarrollo territorial con autonomía: la agricultura campesina (agro)ecológica. **Eutopía: Revista de Desarrollo Económico Territorial**, v. 10, p. 57-76, 2016.

SAQUET, M. A.; BRISKIEVICZ, M. Territorialidade e identidade: um patrimônio no desenvolvimento territorial. **Caderno Prudentino de Geografia**, v. 1, n. 31, p. 3-16, 2009.

SAUTIER, D.; BIÉNABE, E.; CERDAN, C. Geographical indications in developing countries. In: BARHAM, E.; SYLVANDER, B. (eds.). **Labels of origin for food: local development, global recognition**. Oxfordshire: CABI, 2011. p. 138-153.

SCHNEIDER, S. A abordagem territorial do desenvolvimento rural e suas articulações externas. **Sociologias**, Porto Alegre, a. 6, n. 11, p. 88-125, jan./jun. 2004.

SCOTT, J. **A matter of record: documentary sources in social research**. Cambridge: Polity, 1990.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Missão**. 2019. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/conheca_estrategia. Acesso em: 16 jan. 2020.

SILVA, A. R. P. **Indicações geográficas e estratégia territorial competitiva: estudo comparado Brasil x Espanha**. Tese (Doutorado em Economia) – Programa de Pós-Graduação em Economia, Instituto de Economia, Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2014.

SILVA, L. P.; RODRIGUES, W. A indicação geográfica dos artesanatos em capim dourado da região do Jalapão do estado do Tocantins sob o enfoque dos princípios da boa governança dos common-pool-resource. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 13, n. 3, p. 3-25, set./dez. 2017.

SILVA, S. P. A abordagem territorial no planejamento de políticas públicas e os desafios para uma nova relação entre estado e sociedade no Brasil. **Cadernos Gestão Pública e Cidadania**, FGV, v. 17, n. 60, p. 148-168, jan./jun. 2012.

SLOW FOOD BRASIL. **Movimento Slow Food**. 2007. Disponível em: <http://www.slowfoodbrasil.com/slowfood/o-movimento>. Acesso em: 26 mar. 2020.

SLOW FOOD BRASIL. **Uva Goethe**. 2017. Disponível em: <http://www.slowfoodbrasil.com/arca-do-gosto/produtos-do-brasil/1345-uva-goethe>. Acesso em: 18 jan. 2020.

SOUZA, M. L. Planejamento e gestão urbanos em uma era de medo. **Revista Rio de Janeiro**, Rio de Janeiro, v. 2, p. 55-74, 2005.

SOUZA, K.; GOES, J. H.; LOCATELLI, L. Marcas coletivas e indicações geográficas: similaridades e potenciais impactos no desenvolvimento. *In*: VIEIRA, A. C. P.; ZILLI, J. C.; BRUCH, K. L. (orgs.). **Propriedade intelectual, desenvolvimento e inovação: ambiente institucional e organizações**. Criciúma: EDIUNESC, 2017. p. 339-359.

SUDITU, B. *et al.* Responsibilities and limits of local government actions against users of public Services of Planning and Sustainable Territorial Development in Romania. **Amfiteatru Economic Journal**, v. 16, n. 35, p. 154-170, 2014.

SUH, J.; MACPHERSON, A. The impact of geographical indication on the revitalisation of a regional economy: a case study of ‘Boseong’ green tea. **Area**, v. 39, n. 4, p. 518-527, 2007.

TOMPOROSKI, A. A. Turismo como estratégia para desenvolvimento territorial do contestado: o caso exemplar do território Castilha – La Mancha. **Informe GEPEC**, Toledo, v. 20, n. 2, p. 28-37, jul./dez. 2016.

TONIETTO, J. Vinhos brasileiros de 4ª geração: o Brasil na era das Indicações Geográficas. **Comunicado Técnico nº 45**, Bento Gonçalves, EMBRAPA, p. 1-8, jun. 2003.

TRABALHANDO NO EXTERIOR. **Mapa da Itália com cidades**: conheça as regiões da Itália. 2018. Disponível em: <https://trabalhandonoexterior.com.br/mapa-da-italia-com-cidades-regioes/>. Acesso em: 27 mar. 2020.

TRENTINI, F. **Denominação de origem**: elemento fundamental às atuais empresas rurais. Tese (Doutorado em Direito) – Departamento de Direito Civil, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

TRENTINI, F. **Teoria geral do direito agrário contemporâneo**. São Paulo: Atlas, 2012.

TREGGAR, A.; COOPER, S. Embeddedness, social capital and learning in rural areas: The case of producer cooperatives. **Journal of Rural Studies**, v. 44, p. 101-110, 2016.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA (UFSC). **Relatório Técnico 1**: Delimitação e Caracterização dos Vales da Uva Goethe. Florianópolis: Centro de Ciências Agrárias, Departamento de Engenharia Rural, 2006a.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA (UFSC). **Relatório Técnico 3**: A Variedade Goethe na Região de Urussanga/SC: território “Vales da Uva Goethe”. Florianópolis: Centro de Ciências Agrárias, Departamento de Engenharia Rural, 2006b.

URUSSANGA. **Lei N° 2.781, de 21 de dezembro de 2018**. Urussanga: Prefeitura Municipal, 2018. <https://www.diariomunicipal.sc.gov.br/site/?r=site/acervoView&id=1850638>. Acesso em: 28 mar. 2020.

VALDALISO, J. M.; WILSON, J. R. (eds.). **Strategies for Shaping Territorial Competitiveness**. London: Routledge, London, 2015.

VALENTE, M. E. R. *et al.* Indicação geográfica de alimentos e bebidas no Brasil e na União Europeia. **Ciência Rural**, v. 42, n. 3, p. 551-558, 2012.

VARELLA, M. D.; BARROS, A. F. G. Indicações geográficas e arranjos produtivos locais. *In:* VARELLA, M. D. (ed.). **Propriedade Intelectual e Desenvolvimento**. São Paulo: Lex, 2005. p. 361-385.

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)**. Dissertação (Mestrado em Ecossistemas) – Programa de Pós-Graduação em Agroecossistemas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

VIEIRA, A. C. P. *et al.* Vales da Uva Goethe: uma análise do processo de institucionalização da indicação geográfica para o desenvolvimento socioeconômico. **Revista GEINTEC: Gestão, Inovação e Tecnologias**, v. 6, n. 1, p. 2894-2908, 2016.

VIEIRA, A. C. P.; BUAINAIN, A. M. Aplicação da propriedade intelectual no agronegócio. *In:* PLAZA, M. C. A. P. *et al.* **Propriedade intelectual na agricultura**. Belo Horizonte: Fórum, 2012. p. 21-50.

VIEIRA, A. C. P.; GARCIA JÚNIOR, R.; BRUCH, K. L. Análise exploratória dos potenciais efeitos das mudanças climáticas nos “Vales da Uva Goethe”. **Ambiente & Sociedade**, v. 18, n. 3, p. 171-192, 2015.

VIEIRA, A. C. P.; PELLIN, V. As Indicações Geográficas como estratégia para fortalecer o território: o caso da Indicação de Procedência dos Vales da Uva Goethe. **Desenvolvimento em Questão**, v. 13, n. 30, p. 155-174, 2015.

VIEIRA, A. C. P.; PELLIN, V. Indicações Geográficas no Brasil: uma perspectiva pós-registro. *In:* LOCATELLI, L. (org.). **Indicações Geográficas: desafios e perspectivas nos 20 anos da Lei de Propriedade Industrial**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2016. p. 89-112.

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: Gestão, Inovação e Tecnologias**, v. 2, n. 4, p. 327-343, 2012.

VILELA, S. L. O. Apoio aos Atributos Territoriais da Agricultura Familiar: o mel no Piauí. *In:* SABOURIN, E.; TEIXEIRA, O. (orgs.). **Planejamento do Desenvolvimento dos Territórios Rurais: conceitos, controvérsias e experiências**. Brasília: UFPB; CIRAD; EMBRAPA, 2002. p. 143-196.

VISÚ, G. C.; ABREU, S. Origens da abordagem territorial de desenvolvimento na América Latina. *In*: SEMINÁRIO INTERNACIONAL AMÉRICA PLATINA; COLÓQUIO UNBRAL DE ESTUDOS FRONTEIRIÇOS; SEMINÁRIO INTERNACIONAL AMÉRICA PLATINA (VI SIAP); COLÓQUIO UNBRAL DE ESTUDOS FRONTEIRIÇOS, 6., 2016. **Anais [...]**. Dourados, 2016.

WEISS, C. H. **Evaluation**. 2. ed. Upper Saddle River: Prentice-Hall, 1998.

WINCKLER, N. C.; MOLINARI, G. T. Competição, colaboração, cooperação e competição: revendo os conceitos em estratégias interorganizacionais. **Revista ADMpg: Gestão Estratégica**, v. 4, n. 1, p. 1-12, 2011.

WORLD INTERNATIONAL PROPERTY ORGANIZATION (WIPO). **Lisbon Agreement for the Protection of Appellations of Origin and their International Registration**. 1958. Disponível em: <https://www.wipo.int/treaties/en/registration/lisbon/>. Acesso em: 3 ago. 2019.

WORLD INTERNATIONAL PROPERTY ORGANIZATION (WIPO). **Madrid Agreement for the Repression of False or Deceptive Indications of Sorce on Goods**. 1891. Disponível em: https://www.wipo.int/treaties/en/text.jsp?file_id=286779. Acesso em: 3 ago. 2019.

WORLD TRADE ORGANIZATION (WTO). **Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights**. 2019. Disponível em: https://www.wto.org/english/tratop_e/trips_e/trips_e.htm. Acesso em: 23 jul. 2019.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2015.

YIN, R. K. **Pesquisa qualitativa do início ao fim**. Porto Alegre: Penso, 2016.

ZILLI, J. C. *et al.* (orgs.). **O desenvolvimento dos Vales da Uva Goethe/SC: contribuições da extensão universitária**. Criciúma: UNESC, 2019.

ZUIN, L. F. S.; ZUIN, P. B. Produção de alimentos tradicionais: valorizando o produto pecuário por meio de certificações de indicação de procedência. **Revista Colombiana de Ciências Pecuárias**, v. 22, n. 3, p. 311-318, 2009.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DE ENTREVISTA COM OS PRODUTORES DE UVA E VINHO

1 IDENTIFICAÇÃO E INSERÇÃO

1.1 IDENTIFICAÇÃO
1.1.1 Nome do Empreendimento (razão social ou fantasia):
1.1.2 Proprietário (nome):
1.1.3 N° de sócios:
1.1.4 Informante (nome):
1.1.5 Cargo/Função do informante:
1.1.6 Grau de escolaridade:
1.1.7 Natureza do Empreendimento: () Pessoa Física () Pessoa Jurídica
1.1.8 Ano de início das atividades agropecuárias:
1.1.9 Ano de início do empreendimento turístico:
1.1.10 Histórico do empreendimento:
1.1.11 Quantos anos de experiência, em média, têm na atividade:
1.2 LOCALIZAÇÃO
1.2.1 Endereço:
1.2.2 Localidade (bairro, comunidade, etc.):
1.2.3 Referência de localização:
1.2.4 Município: CEP:
1.2.5 Telefone: ()
1.2.6 E-mail:
1.2.7 Website:
1.3 ESPECIFICIDADES DA ÁREA DA PROPRIEDADE/EMPREENHIMENTO
1.3.1 Área total (terreno): ha
1.3.2 Área destinada à produção agrícola: ha
1.3.3 Área destinada à produção agropecuária: ha
1.3.5 Atrativos oferecidos na propriedade/empreendimento:
1.4 DIVULGAÇÃO
1.4.1 Preocupação em divulgar, custos envolvidos, etc.:
.....
1.4.2 Veículos de divulgação/publicidade utilizada:
.....
1.5 DISPONIBILIDADE E QUALIDADE DA INFRAESTRUTURA DISPONÍVEL
1.5.1 Estradas de acesso/como era antes/evolução:
.....
1.5.2 Sinalização:
.....
1.5.3 Rede elétrica:
.....
1.5.4 Telefone/internet:
.....
1.5.5 Evento crítico (pragas, crises, abertura do negócio e transferência):
.....
.....

2 IMPLANTAÇÃO DA ATIVIDADE VITIVINÍCOLA

2.1 PRINCIPAL MOTIVAÇÃO/INFLUÊNCIA DA IMPLANTAÇÃO
.....
2.2 PROCESSO DE IMPLANTAÇÃO DA ATIVIDADE
2.2.1 Teve apoio técnico? De quem?
.....
2.2.2 Teve projeto técnico?
.....
2.2.3 Como financiou?
.....
2.2.4 Principais dificuldades encontradas:
.....
2.2.5 Observações/comentários:
.....
2.3 ASSISTÊNCIA TÉCNICA
2.3.1. Recebe assistência técnica? De quem?
.....

3 DADOS DA FORMAÇÃO, COMPOSIÇÃO DA RENDA, GESTÃO, ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA E MÃO DE OBRA

3.1 RENDA ATIVIDADES PRODUTIVAS NO ÚLTIMO ANO (2018%)
3.1.1 Atividade pecuária:
3.1.2 Atividade agrícola:
3.1.3. Outros (quais):
.....
3.2 RENDA DA ATIVIDADE DE VITIVINÍCOLA NO ÚLTIMO ANO (2018%)
3.2.1 Venda de produtos:
3.2.2 Serviços de lazer:
3.2.3 Outros (quais):
3.2.4 Ocorreu alguma mudança do padrão de renda após a certificação de indicação geográfica?
3.2.5 A renda aumentou?
.....
3.2.6 Mudança de tipo de produto e serviço?
.....
3.2.7 Mudança na mão de obra contratada ou familiar?
.....
3.3 TOMADA DE DECISÃO, CONTROLE FINANCEIRO E FIXAÇÃO DE PREÇOS
3.3.1 quem toma as decisões importantes relacionadas a propriedade/empreendimento?
.....

3.3.2 Grau de preocupação com o controle financeiro	
.....	
3.3.3 Estratégia de fixação dos preços	
.....	
3.4 ORIGEM DOS RECURSOS PARA IMPLANTAR A VITIVINICULTURA (%)	
Recursos da atividade turística:	Financiamento de instituição financeira:
.....
Recursos da agropecuária:	Financiamento de particular:
.....
Contribuição ou doação:	Recursos de aposentadorias:
.....
Recursos de outras atividades:	Outros. Quais?
.....
.....
.....
3.4.1 A propriedade faz controle financeiro das contas a pagar. Contas a receber, estoque, compras? () Sim () Não	
3.4.2 Caso positivo, de que forma?	
(1) planilhas eletrônicas de fluxo de caixa	
(2) livros de registros	
(3) anotações em cadernos e/ou blocos	
(4) outros:	
4.2.3 A propriedade faz algum tipo de previsão para os meses futuros do que tem que ser pago ou do que deverá receber mensalmente?	
.....	
3.4.4 A propriedade possui computador? () Sim () Não	
3.4.5 A propriedade possui internet? () Sim () Não	
3.4.6 Acesso à informação:	
(1) Rádio (2) Programas de TV (3) <i>Internet</i> (4) Jornais (5) Revista (6) Não se interessa por isso	
(7) Outro. Qual?	
3.4.7 Quantas pessoas da família trabalham no empreendimento na atividade vitivinícola?	
.....	
3.4.8 Quantas pessoas contratadas trabalham no empreendimento na atividade vitivinícola?	
Desde que período identificou a necessidade de ampliar a mão de obra de terceiros?	
.....	
.....	

4 GESTÃO E ORGANIZAÇÃO DO TERRITÓRIO

4.1 PRINCIPAL MOTIVAÇÃO/INFLUÊNCIA DA IMPLANTAÇÃO
4.1.1 São realizadas reuniões referentes às potencialidades e à organização do ambiente onde os atores estão instalados? O Poder Público se envolve (geral)?
.....
4.1.2 São realizadas reuniões entre os associados (específicas)?
.....
.....

4.1.3 Existe a realização de *feedback* referente à IG ou à organização local?

.....

4.1.4 Existe a presença de uma liderança no vale (geral)? Existe uma liderança na associação?

.....

4.1.5 Existe a presença oportunismo entre os atores locais?

.....

4.1.6 Existe cooperação entre os atores (geral)? Cooperação entre os sócios?

.....

4.1.7 Existe competição entre os atores?

.....

4.1.8 Existe fidelidade para com a associação e na comunidade em geral?

.....

.....

5 FORMAÇÃO DE IDENTIDADE E INDICAÇÃO GEOGRÁFICA

5.1 PROCESSO DE IMPLANTAÇÃO DA ATIVIDADE

- 5.1.1. Existem patrimônios como casas, praças, museus? Quais as características? Qual o estado de conservação?
-
- 5.1.2 Existem recursos hídricos, matas, biodiversidade, paisagens, clima e solo, quais as características? São renováveis ou não?
-
- 5.1.3 Como a família relaciona-se com a comunidade?
-
- 5.1.4 Como são avaliadas as gestões anteriores do Poder Público? E como avaliam a gestão atual?
-

5.2 INDICAÇÃO GEOGRÁFICA E INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA

- 5.2.1 De forma geral, como foi o processo operacional da IG?
-
- 5.2.2 Quais foram os benefícios obtidos com a IPVUG?
-
- 5.2.3 Existe o conhecimento do termo indicação de procedência? Sim/não?
-
- 5.2.4 O que é indicação de procedência para você?
-
- 5.2.5 Você está participando do processo de denominação de origem? Sim/Não?
-
- 5.2.6 O que é necessário realizar para obter a denominação de origem?
-
-

APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA COM O PODER PÚBLICO E DEMAIS ÓRGÃOS

Questões para a Prefeitura

Nome:

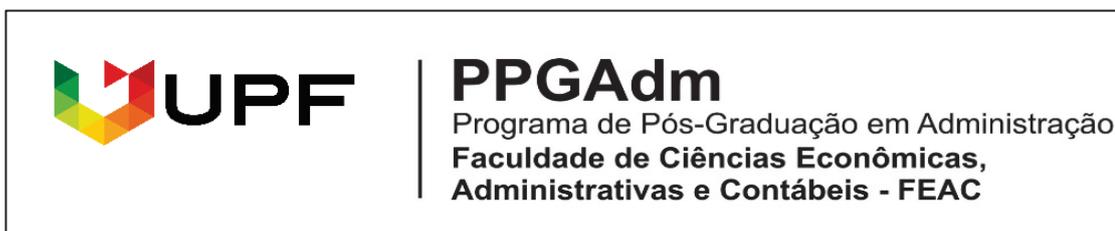
Pessoa entrevistada:

Cargo:

Data:

1. Quais as atribuições da (prefeitura) junto aos produtores dos Vale da Uva Goethe? De que forma tem se dado esse trabalho?
2. Com relação à indicação de procedência, comente como foi a participação da (prefeitura) antes, durante e depois do registro?
3. Como um dos objetivos do trabalho é compreender a dinâmica territorial da indicação de procedência do vale, mencionarei algumas instituições e gostaria que me falasse sobre elas:

<ul style="list-style-type: none"> • MTUR – Ministério do Turismo • MAPA – Ministério da Agricultura, Pecuária e abastecimento • MDA – Ministério do Desenvolvimento Agrário • INPI – Instituto Nacional de Propriedade Intelectual • EMBRAPA – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária • Instituições de Ensino Superior • Slow Food 	<ul style="list-style-type: none"> • Comércio local • Distribuidores • PROGOETHE • EPAGRI • SEBRAE • CIDASC – Companhia Integrada de Desenvolvimento Agrícola de Santa Catarina • IBGE • Outro:
--	---
4. Quais os problemas e vantagens que vocês percebem nas articulações locais existentes?
5. O que alterou na região após a indicação de procedência alterou alguma coisa?
6. A seu ver quais os desafios impostos aos Vales da Uva Goethe e ao desenvolvimento territorial atrelado a essa questão?
7. Existem atividades de cooperação e interação entre o poder público e os demais atores? De que forma isso se formaliza?
8. O que é indicação de procedência para você?

APÊNDICE C – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)**Dados de identificação:**

Título do Projeto: “INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS COMO ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL: O CASO DOS VALES DA UVA GOETHE”

Pesquisadora Responsável: Amanda Regina Leite

Instituição a que pertence à pesquisadora: Universidade de Passo Fundo – UPF

Telefones para contato: (54) 9 9106.8507

O Sr.(a) está sendo convidado(a) a participar do projeto mencionado acima e, para a consecução de seus objetivos geral e específicos, será feita uma entrevista com os(as) selecionados(as), com duração aproximada de 40 minutos. Caso você sinta desconforto psicológico durante a participação na pesquisa, a pesquisadora compromete-se em orientá-lo(a) e encaminhá-lo(a) para os profissionais especializados na área. Para obter maior segurança na coleta dos dados, será utilizado como recurso de captura de áudio um gravador para as perguntas abertas e fechadas que integram o roteiro de perguntas semiestruturado.

O objetivo da pesquisa não é expor o pesquisado. Portanto, os nomes serão preservados. O intuito desta entrevista é possibilitar ao entrevistador a identificação dos elementos necessários à sua pesquisa, já comentados anteriormente, como forma de gerar estudos acadêmicos e outras discussões sobre o assunto. A participação é de caráter inteiramente voluntário. A pesquisadora garante a confiabilidade das informações geradas e a privacidade do sujeito da pesquisa.

Dessa forma, se você concorda em participar da pesquisa como consta nas explicações e orientações acima, coloque seu nome no local indicado abaixo. Desde já, agradecemos a sua

colaboração e solicitamos a sua assinatura de autorização neste termo, que será também assinado pela pesquisadora responsável em duas vias, sendo que uma ficará com você e outra com a pesquisadora.

Consentimento:

Eu, _____, RG _____, declaro que recebi explicações fornecidas pela pesquisadora AMANDA REGINA LEITE, e que estou ciente de que ela poderá utilizar os dados obtidos na realização da entrevista semiestruturada para sua pesquisa, mantendo sigilo naqueles aspectos que considerar de boa ética.

_____, RS, ____ de _____ de 2019.

Pesquisado(a)

Pesquisadora

- Gostaria de ter acesso ao resultado dessa pesquisa? () sim () não

Em caso positivo, qual seria a melhor forma:

- () organização de um evento entre os participantes
- () envio do relatório por e-mail, nesse caso identifique o *e-mail*:

() reunião da pesquisadora com participantes isoladamente.

() outros: _____

ANEXO A – CADERNO DE ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS



Associação dos Produtores da Uva e do Vinho Goethe
VALES DA UVA GOETHE

21



III. REGULAMENTO GERAL

Conforme estabeleceu a Associação dos Produtores da Uva e do Vinho Goethe – PROGOETHE, em assembleia do dia 31/ 10/ 2006 devidamente registrada em ata, assinada por sua diretoria e sócios presentes, em conformidade ao Estatuto da Associação nos seus Art. 9º. a 16º. Instituiu-se o Conselho Regulador para o uso da Marca Coletiva e selo de qualidade PROGOETHE, como organismo regulador do processo de certificação I.P.VALES DA UVA GOETHE - PROGOETHE, e por isto integrante a entidade.

O referido Conselho Regulador, visando o enquadramento da Marca Coletiva em referência a Indicação de Procedência – VALES DA UVA GOETHE - PROGOETHE, conforme estabelece a resolução nº 075/2000 segundo a Lei nº (LPI), nº 9.279/96, artigos 176 a 182, institui o presente Regulamento, conforme segue:

CAPÍTULO I – Da Produção

Art. 1º - Delimitação da Área de Produção

A área geográfica delimitada para a produção de Vinhos Goethe, com qualidade I.P.VALES DA UVA GOETHE, localiza-se nos municípios Urussanga, Pedras Grandes, Morro da Fumaça, Cocal do Sul, Treze de Maio, Orleans, Nova Veneza e Içara, no Estado de Santa Catarina, conforme estabelece o Art. 1º. do Estatuto da PROGOETHE, para área de abrangência e inclusão de seus associados.

Os limites do VALES DA UVA GOETHE que determinam a área geográfica para a produção da Uva Goethe com a qualidade I.P.VALES DA UVA GOETHE, cujos vinhedos deverão estar instalados nas áreas delimitadas, são definidos pelos divisores de água das bacias do Rio Urussanga e do Rio Tubarão. Compreendendo os limites formados pelas sub-bacias do Rio América, do Rio Caeté, do Rio Cocal, do Rio do Carvão, do Rio Maior que são afluentes do Rio Urussanga e o vale principal desse mesmo Rio. Acrescida das sub-bacias do Rio Lageado, do Rio Molha, do Rio Armazém e do Rio Azambuja que fazem parte do bacia do Rio Tubarão, com área total de 458,90 km² conforme está demonstrado nos Relatórios Técnicos 1 (solo) e 2 (clima): *Delimitação e Caracterização dos Vales da Uva Goethe* – Florianópolis: UFSC/CCA/ENR, 2007. 34p. e *Identidade Climática dos Vales da Uva Goethe* – Florianópolis: Epagri, 2007. 82p., respectivamente, documentos homologados em ata da reunião geral do dia 25 de agosto de 2008.

rt. 2º - Variedades Autorizadas

São autorizadas para os vinhos GOETHE da I.P.VALES DA UVA GOETHE exclusivamente a variedade de coloração branca, rosada leve ou vermelho pálido: GOETHE e ou sinonímia ROGER 1, dos clones GOETHE clássica*, GOETHE primo*.

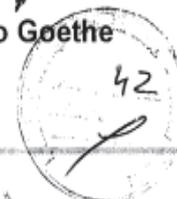
- Tais clones estão identificados no Relatório Técnico 3: *A variedade Goethe na região de Urussanga: território "Vales da Uva Goethe"* - Florianópolis: UFSC/CCA/FIT, 2007. 39p.
- A variedade GOETHE e ou ROGER 1 estão identificados como GOETHE, nos registros de variedades <http://www.genres.de/eccdb/vitis/> e <http://www.genres.de/idb/vitis/vitis.htm>; - *Vitis International Variety Catalogue*, acesso 4851, (MARIOT, 2002.)
- Estes clones estão estabelecidos desde os primórdios da implantação da uva GOETHE, nos idos de 1900, na área denominada VALES DA UVA GOETHE, na região de Urussanga e Azambuja.⁽⁵⁾

Visando o aprimoramento qualitativo da vitivinicultura, o Conselho Regulador da I.P VALES DA UVA GOETHE poderá autorizar, em caráter experimental, a inclusão de outras cultivares de *Vitis vinifera* e *Vitis labrusca* e híbridos inter específicos com características de *viníferas* não relacionadas acima, desde que apresentem potencialidade agrônômica e enológica comprovada.

⁵ Indicação do livro de Paola Rebolgar et al., "VALES DA UVA GOETHE", Urussanga, PROGOETHE, 2007. 64p.



Associação dos Produtores da Uva e do Vinho Goethe VALES DA UVA GOETHE



Art. 3º - Sistemas de Produção das Uvas

O sistema de condução denominado tecnicamente de "LATADA", correspondem ao sistema tradicional utilizado no território, em estrutura de pedras de granito reproduz os costumes leais da I.P. VALES DA UVA GOETHE. No entanto são autorizados pela PROGOETHE outros sistemas de condução das uvas Goethe desde que visem o aprimoramento da qualidade da uva e de seus produtos elaborados.

Art. 4º - Da Produtividade e os Padrões de Qualidade

Fica estabelecido que a produtividade por hectares deverá proporcionar equilíbrio produtivo ao vinhedo, sobretudo, a fim de valorizar a qualidade da uva e dos produtos com ela elaborados, ficando por isto determinado o rendimento máximo de até 15 toneladas por hectare, para o qual será considerada a conversão de 60% no máximo em litros de vinho por hectare.

Os vinhedos que tiverem em algum dos anos sua produtividade superior em até 10% deste limite máximo estabelecido, o produtor terá a sua inclusão no processo I.P. submetida ao Conselho de Certificação que emitirá parecer favorável sempre observando os padrões de qualidade mínimos estabelecidos para a uva e o vinho. Acima destes limites máximos de produtividade estabelecidos, o vinhedo não será autorizado para a colheita da uva e elaboração de vinhos protegidos pela I.P.VALES DA UVA GOETHE - PROGOETHE;

Os padrões de qualidade mínimos das uvas GOETHE autorizadas para vinificação são de 13º Babo.

CAPÍTULO II – Da Elaboração

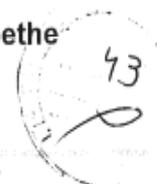
Art. 5º - Dos Produtos

- a. Os produtos da I.P.VALES DA UVA GOETHE deverão ser exclusivamente elaborados a partir de uvas da variedade GOETHE conforme estabelece o Art. 2º. Do Capítulo I.
- b. Os produtos que identificarem no rótulo das embalagens o nome da variedade, GOETHE para I.P.VALES DA UVA GOETHE, deverão conter o percentual de 100% da variedade indicada.
- c. Os produtos da I.P.VALES DA UVA GOETHE deverão ser elaborados com 100% de uvas produzidas na área geográfica definida como Vales da Uva Goethe, delimitada para a produção da uva, conforme Art. 1º, capítulo I.
- d. São protegidos pela I.P. VALES DA UVA GOETHE os seguintes produtos vitivinícolas, segundo definição estabelecida na legislação brasileira de vinhos:
 - Vinho Branco Seco,
 - Vinho Branco Suave ou Demi Séc.
 - Vinho Leve branco Seco
 - Vinho Leve branco Suave ou Demi Sec
 - Vinho Espumante Brut, ou Demi-Sec obtidos pelos métodos "Champenoise"
 - Vinhos Espumantes Brut, ou Demi-Sec obtidos pelos métodos "Charmat"
 - Vinho Licoroso



Associação dos Produtores da Uva e do Vinho Goethe VALES DA UVA GOETHE

23



- e. Em caráter complementar, o Conselho Regulador da I.P.VALES DA UVA GOETHE poderá autorizar a inclusão dos outros produtos além dos especificados no item "c" deste artigo, desde que elaborados exclusivamente de uvas de variedades GOETHE e ou autorizadas;

Art. 6º - Área Geográfica de Elaboração, Envelhecimento e Engarrafamento dos Produtos;

Os produtos da I.P.VALES DA UVA GOETHE serão obrigatoriamente, elaborados, envelhecidos e engarrafados na Área Geográfica Delimitada para abrangência da Associação PROGOETHE e de seus associados, conforme estabelece o Art. 1º, parágrafo 1º.

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

Os produtos da I.P.VALES DA UVA GOETHE quanto as suas características químicas deverão atender ao estabelecido na Legislação Brasileira para os Padrões de Identidade e Qualidade do Vinho. A PROGOETHE visando garantir melhor padrão de qualidade para os produtos amparados pela I.P.VALES DA UVA GOETHE, estabelece que estes deverão atender complementarmente as padrões analíticos máximos a seguir especificados:

- a. Quanto à acidez volátil, expresso em meq/l:
 - Para todos os produtos o Limite máximo de 15 meq / l.
- b. Quanto ao anidrido sulfuroso total, expresso em g / l:
 - Para os vinhos tranquilos Brancos o Limite máximo de 0,15g / l.
 - Para o Vinho Leve, Vinho Espumante e Vinho Licoroso o Limite máximo de 0,20g/l.

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

Os produtos da I.P.VALES DA UVA GOETHE somente receberão o selo de controle para engarrafamento após terem atendido ao disposto neste Regulamento, aprovado parecer técnico sobre processos produtivos e de elaboração, segundo os procedimentos de certificação PROGOETHE, bem como terem sido aprovados na avaliação sensorial a ser realizada pela Comissão de Degustação da I.P.VALES DA UVA GOETHE, através de fichas desenvolvidas para tal finalidade, conforme anexo V.

A Comissão de degustação é composta por quatro técnicos de instituições reconhecidas na área da enologia e atuantes no território (por ex.:EPAGRI, ABE) e por três representantes da PROGOETHE, ou por ela nomeados. O método é o qualitativo e deverá justificar as razões de eventuais reprovações. Estas informações serão repassadas aos enólogos responsáveis de cada vinícola que terão nelas subsídios para constante evolução.

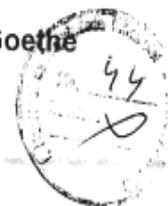
Os produtos somente serão encaminhados à avaliação da Comissão de Degustação após terem laudo analítico que comprove a conformidade dos mesmos em relação aos Padrões de Identidade e Qualidade dos Vinhos definidos pela Legislação Brasileira, bem como aqueles estabelecidos no presente Regulamento.

As normas de operacionalização da avaliação sensorial dos produtos pela referida Comissão serão estabelecidas pelos "Procedimentos de DEGUSTAÇÃO", parte integrante das Normas internas do Conselho Regulador.



Associação dos Produtores da Uva e do Vinho Goethe
VALES DA UVA GOETHE

24



CAPÍTULO III – Da Rotulagem

Art. 9º - Normas de Rotulagem

Aos produtos engarrafados da I.P.VALES DA UVA GOETHE, terão identificação no rótulo principal e na cápsula, conforme norma que segue:

- a. Para identificação da I.P.VALES DA UVA GOETHE na rotulagem, o produtor deverá seguir o que precede a legislação de rotulagem de bebidas para produtor com Indicação de Procedência reconhecida. Contudo ter a indicação do nome geográfico, seguido da expressão "indicação de Procedência", conforme segue:

VALES DA UVA GOETHE

Indicação de Procedência

O modelo referido será objeto de proteção junto ao INPI, conforme facultado pelo Art. 179 da Lei 9.279.

- b. Para o **selo de controle** na cápsula das garrafas: o selo de controle será colocado na cápsula dos produtos engarrafados. O referido selo conterà os seguintes dizeres: "Indicação de procedência Vales da Uva Goethe", bem como do número de controle. O selo de controle será fornecido pelo Conselho Regulador mediante o pagamento de um valor a ser definido por seus membros. A quantidade de selos, numerada, deverá obedecer à produção correspondente de cada associado inscrito na PROGOETHE para o processo de I.P.



- c. Os produtos não protegidos pela I.P.VALES DA UVA GOETHE não poderão utilizar as identificações especificadas nos itens "a" e "b" deste Artigo. Quando procedentes de vinícolas associadas à PROGOETHE, tais produtos deverão apresentar seus rótulos, conforme normas fixadas pela Legislação Brasileira de vinho, sem ressaltar o apelo geográfico.
- d. Estes produtos não protegidos pela I.P.VALES DA UVA GOETHE, procedentes de vinícolas associadas à PROGOETHE, poderão contudo utilizar a marca coletiva PROGOETHE nas cápsulas, sem o uso do selo de qualidade I.P.V.U.G do Conselho Regulador, e sem ressaltar o apelo geográfico em sua rotulagem, desde que

1*. DIRETRIZES PARA O PADRÃO DE QUALIDADE: INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA VALES DA UVA GOETHE
Aprovado pelo Conselho Regulador em dd/ mm/ ano.



Associação dos Produtores da Uva e do Vinho Goethe VALES DA UVA GOETHE



estejam em acordo com os padrões estabelecidos pela legislação para aquele produto, com qualidade justificada pela Comissão de Degustação, e que tenham autorização expressa do Conselho Regulador para este.

- e. O uso do selo I.P.VALES DA UVA GOETHE, bem como a grafia da marca coletiva PROGOETHE na cápsula, e ressaltar o apelo geográfico na rotulagem é permitido somente as pessoas jurídicas associadas a PROGOETHE, de caráter privado com objeto específico na produção e comercialização da uva e do vinho Goethe, sendo vetado a pessoas jurídicas de caráter associativo, cooperativo, consórcio, condomínio ou que tenham como objeto trabalhos na área da pesquisa, da extensão, ou simplesmente a comercialização de uva e vinho. Esta norma tem por objetivo manter o nível de competitividade de mercado de forma ética e igualitária entre os associados e a comunidade.

A PROGOETHE como detentora dos direitos sobre a marca PROGOETHE e selo I.P.V.U.G. de qualidade que identificam o padrão mínimo e procedimentos de certificação I.P.VALES DA UVA GOETHE, se reserva o direito de cobrar pelos serviços de certificação a taxa de 50 anuidades, ad judice a todo e qualquer produtor que não for associado a PROGOETHE e optar pelo uso do apelo geográfico em sua rotulagem.

- g. Toda comunidade de produtores de uva e do vinho dos Vales da Uva Goethe, não associados a PROGOETHE, que utilizarem o apelo geográfico VALES DA UVA GOETHE em sua rotulagem, deverá submeter-se igualmente ao Conselho Regulador da PROGOETHE e seus procedimentos de certificação a fim de validar a qualidade padrão I.P.V.U.G registrada e reconhecida pelo INPI segundo critérios da legislação que definem o Conselho Regulador como órgão independente e certificador da qualidade I.P.V.U.G.;
- h. Os produtos com apelo geográfico VALES DA UVA GOETHE deverão ser engarrafados conforme estabelecido para os vinhos Tranqüilos em garrafas tipo BORGONHA - 750 e 375 ml, na Cor "Folha Seca"; para os vinhos Espumantes em garrafas tipo ESPUMANTE - 375 ml, 750 ml, 1500 ml na coloração verde; e para os vinhos Licorosos em garrafas tipo ELEGANCE - 500 ml na coloração Branca.
- i. Os produtos com apelo geográfico VALES DA UVA GOETHE deverão ser selados com ROLHAS de qualidade e origem comprovada para os Vinhos Tranqüilos e Licorosos com um mínimo de dois discos de cortiça natural, e para os vinhos Espumantes com rolhas aglomeradas com um mínimo de um disco de cortiça natural. Em ambos os casos e somente para os associados PROGOETHE deverão ter a grafia PROGOETHE impressa juntamente com o nome e, ou brasão da vinícola.
- j. Para os produtos I.P.VALES DA UVA GOETHE serão utilizadas cápsulas pretas para os vinhos tranqüilo e licoroso e cápsula dourada para os vinhos espumantes. Em todos os produtos nas cápsulas, deverá constar na face superior a marca PROGOETHE, somente para os associados PROGOETHE.

CAPÍTULO IV – Do Conselho Regulador

Art. 10º – Do Conselho Regulador e sua atribuição:

- a. A I.P.VALES DA UVA GOETHE será regida por um conselho regulador nos moldes estatutários da PROGOETHE;



Associação dos Produtores da Uva e do Vinho Goethe VALES DA UVA GOETHE



- b. O Conselho Regulador da PROGOETHE, atuando como um órgão independente e autônomo, terá a atribuição de fazer a gestão, a manutenção e a preservação das atividades ligadas à certificação da Indicação de Procedência para os produtos com origem nos Vales da Uva Goethe, conforme estabelece a Resolução nº 075/2000, da Presidência do INPI, para esta finalidade;
- c. O Conselho Regulador ainda para o exercício de suas funções utilizará as Diretrizes e Normas da I.P.V.U.G. – PROGOETHE e todos os seus anexos. Este instrumento constitui uma estrutura de controle sobre os produtos que têm direito ao uso exclusivo da indicação de procedência.
- d. O Conselho regulador terá como referência para seus trabalhos os Procedimentos de Certificação e respectivos critérios, conforme ANEXO II;
- e. O Conselho Regulador que promove o autocontrole é formado por produtores, vitivinícolas e membros externos, representantes de entidades de pesquisa, ensino e promoção do vinho.
- f. O conselho Regulador será formado por 4 ASSOCIADOS, sendo 2 representantes de VINÍCOLAS: (Giselda Mazon, Renato Damian); e 2 representantes de produtores da Uva (Rafael Sorato, Silvio Felipe); Por mais dois membros representantes de entidades técnico científicas atuantes no setor na Estado de Santa Catarina (UFSC – Prof. Dr. Aparecido Lima da Silva; EPAGRI – Dr. Jean Pierre Rosier); e por fim por um representante dos consumidores (ABE – Associação Brasileira de Enologia – Stevan Arcari.)
- g. Para os trabalhos de manutenção dos procedimentos de certificação o Conselho Regulador utilizara as seguintes determinações regimentais:
- O número mínimo de representantes do Conselho presentes em suas reuniões será de 07 no total, com representatividade de todos os setores, e mínimo de 50% do público associado, pelo mínimo de 1 ano.
 - Quem vota no Conselho Regulador: Numero impar, respeitando a proporcionalidade dos setores (50% associados, 25% entidades técnico científicas, 25% consumidores).
 - Tempo de atuação de cada representante no conselho será de um mínimo de 2 safras, estendidas até mais 2 safras.
 - Ao longo da Safra serão realizadas até 4 reuniões ordinárias, e extraordinárias quando convocadas pelo conselho em suas reuniões ordinárias.
 - Fica determinada a 1a. Reunião ordinária a partir do mês de FEVEREIRO, fim da safra de colheita da Uva para definição do respectivo calendário anual de atividades;
 - As reuniões terão os seguintes critérios: 2a. reunião será para avaliação das inscrições de processo para a safra e definição dos calendários de auditoria e atividades, a 3ª. Reunião, para avaliação da safra com os relatórios e documentos conforme estabelece esta diretriz, e a 4a. Reunião para acompanhamento das análises sensoriais e respectiva certificação do vinho.
 - Será observada a presença mínima nas reuniões do conselho por seus representantes a ordem de 75% por safra;
 - O Presidente do Conselho Regulador será eleito pelos seus membros em sua 1.a reunião ordinária, anterior a safra, (representante que fala pelo conselho, convoca o conselho, dirige as reuniões), por mandato equivalente 2 safras.
 - Caberá ao Conselho convocar externamente um colaborador para secretarias as reuniões, ou a critério da PROGOETHE, utilizar a secretaria da associação para os trabalhos afins;
 - Este regimento pode ser alterado a partir de solicitação da PROGOETHE, por motivo e/ou justificativa tirada em suas reuniões ordinárias com número mínimo de associados conforme estabelece o estatuto da associação PROGOETHE para as suas reuniões.
 - A liberação da safra para a sua comercialização fica condicionada ao parecer final e emissão do certificado I.P.V.U.G. –PROGOETHE ao associado solicitante;



Associação dos Produtores da Uva e do Vinho Goethe VALES DA UVA GOETHE



Art. 11º - Dos Registros

O Conselho Regulador manterá atualizado os registros cadastrais relativos ao:

- Cadastro atualizado dos vinhedos vinculados às vinícolas associadas à PROGOETHE, podendo ser utilizado, quando disponível o cadastro oficial do MAPA (Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento), e preferencialmente o sistema WEB - de rastreabilidade SYSPROGOETHE, vinculado e acessado por seus associados pelo site www.progoethe.com.br;
- Cadastro atualizado dos estabelecimentos vinícolas de elaboração, envelhecimento ou engarrafamento associados à PROGOETHE, podendo igualmente ser utilizado, quando disponível o cadastro oficial do MAPA (Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento), e preferencialmente o sistema WEB - de rastreabilidade SYSPROGOETHE, vinculado e acessado por seus associados pelo site www.progoethe.com.br;
- Os instrumentos e a operacionalização dos registros serão definidos através de Norma Interna do Conselho Regulador.

Art. 12º - Dos Controles de Produção

- Serão objeto de controle por parte do Conselho Regulador a declaração de colheita de uva da safra pelos produtores associados seguidos da declaração de produtos elaborados das vinícolas.
- Poderão ser utilizados para monitoramento e verificação de conformidades durante as safras os registros e sistema SYSPROGOETHE.
- O Conselho Regulador estabelecerá outros controles relativos às operações executadas nos estabelecimentos vinícolas, no sentido de assegurar a garantia de origem dos produtos da I.P.VALES DA UVA GOETHE. Tais controles incluem as operações de vinificação, manipulação, armazenamento e engarrafamento dos produtos obtidos, de forma a assegurar a rastreabilidade dos produtos protegidos pela I.P.VALES DA UVA GOETHE, dos vinhedos ao mercado. Tais controles serão extensivos às operações de comercialização interna entre associados, a granel de produtos protegidos pela I.P.VALES DA UVA GOETHE.
- Os instrumentos e a operacionalização dos controles de produção serão definidos através de Norma Interna do Conselho Regulador.

CAPÍTULO V – Dos Direitos e Obrigações

Art. 13º - Direitos e Obrigações dos associados da PROGOETHE no uso da I.P.V.U.G.

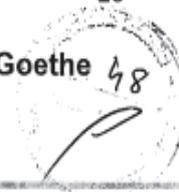
São direitos:

- Fazer uso da I.P.VALES DA UVA GOETHE nos produtos protegidos pela mesma.
- Ter acesso às informações e critérios para concessão da I.P.VALES DA UVA GOETHE;
- Receber a relação atualizada dos auditores credenciados pelo Programa, quando se tratarem de técnicos externos;
- Ter uma auditoria justa e profissional, realizada por auditor devidamente qualificado e credenciado pelo Programa, de acordo com o Regulamento de Auditoria de Certificação.
- Direito a critérios de confidencialidade, sendo responsabilidade do Programa e de seus auditores credenciados tratar qualquer informação proveniente das empresas, incluindo detalhes de produtos e processos, como informação sigilosa, protegendo-a adequadamente contra divulgação ou acesso não autorizado;



Associação dos Produtores da Uva e do Vinho Goethe VALES DA UVA GOETHE

28



- f) Ter ampla defesa no caso de apresentar recurso formal em relação ao resultado da auditoria;
- g) Direito de usar a Marca PROGOETHE, associada a sua marca própria em Notas Fiscais, Catálogos, *Folders*, Placas Indicativas entre outros, bem como divulgar a I.P.VALES DA UVA GOETHE ao público em geral, mediante sessão de uso da marca estabelecido mediante contrato entre associado e PROGOETHE;
- h) Os associadas à PROGOETHE têm direito a receber informações atualizadas sobre o Programa;
- i) Os associados à PROGOETHE têm direito a receber a relação de todas as empresas e produtos certificados pelo Programa;

Como Obrigações estão:

- A aceitação e cumprimento dos Regulamentos e Critérios e Pontos de Controle do Programa de Certificação da I.P.VALES DA UVA GOETHE, e Rotulagem dos Vinhos dos Vales da Uva Goethe - PROGOETHE;
- k) A comunicação à PROGOETHE de qualquer alterações de escopo relacionadas ao Certificado de seus produtos;
- l) A obrigatoriedade de seguir este regulamento e outros associados ao Programa de Certificação e Rotulagem dos Vinhos protegidos pela I.P.VALES DA UVA GOETHE, inclusive no que diz respeito ao pagamento das taxas de registro e auditoria;
- m) Utilizar o Selo somente na marca e produto certificada, em acordo com este regulamento.
- n) Zelar pela imagem da I.P.VALES DA UVA GOETHE.
- o) Adotar as medidas normativas necessárias ao controle da produção por parte do Conselho Regulador;

▬ APÍTULO VI – Das Infrações, Penalidades e Procedimentos

Art. 14º - São consideradas infrações à Marca Coletiva PROGOETHE e o selo I.P.V.U.G.:

- a. O não cumprimento das normas de produção da uva, elaboração dos vinhos e produtos e rotulagem dos produtos da I.P.VALES DA UVA GOETHE e de abrangência dos associados PROGOETHE;
- b. O descumprimento dos princípios da I.P.VALES DA UVA GOETHE e da marca Coletiva PROGOETHE.
- c. O uso do apelo de indicação geográfica VALES DA UVA GOETHE, sem ter passado pelo processo de certificação e avaliação das conformidades segundo estabelecem estas diretrizes e normas, pelo Conselho Regulador da PROGOETHE.

Art. 15º - Penalidades para as infrações à I.P.VALES DA UVA GOETHE e Marca coletiva PROGOETHE

- a) Advertência por escrito. Poderá ser advertido o associado que deixar de cumprir, dentro do prazo estabelecido, alguma ação corretiva decorrente da Auditoria de Certificação e/ou Auditoria de Renovação;
- b) Poderá ter seu certificado suspenso o associado que, uma vez advertida, não cumpra o prazo estabelecido para o atendimento do motivo da advertência, em não conformidade menor ou maior, bem como quando da reincidência



Associação dos Produtores da Uva e do Vinho Goethe VALES DA UVA GOETHE



da não conformidade menor, passando neste caso a ser considerada não conformidade maior e assim interpretada pelo conselho regulador;

- c) Vetada de participar do Prêmio Anual de Vinhos dos VALES DA UVA Goethe
- d) Multa no valor de 5 anuidades. Poderá o associado ser multado pelo descumprimento do regimento e não atendimento as solicitações corretivas, de não conformidades maiores, dentro do prazo estabelecido pelo conselho regulador.
- e) Suspensão temporária da associação PROGOETHE. Caso seja comprovada má-fé, má-conduta ou falta cometida contra o patrimônio moral ou material do Programa de Certificação e Rotulagem dos Vinhos Goethe de Santa Catarina, tais como fraude em documentos e/ou informações comprobatórias do atendimento a quaisquer regulamentos ou critérios, a certificação será cancelada.
- || Suspensão definitiva da associação PROGOETHE e instauração de processo jurídico, caso haja reincidência e persistência no exposto na letra e.
- g) Multa de 50 anuidades para produtores não associados que utilizarem o apelo geográfico VALES DA UVA GOETHE, sem ter-se submetido à certificação e avaliação por parte do conselho regulador.

CAPÍTULO VII – Generalidades

Art. 16º - Dos Princípios da I.P.VALES DA UVA GOETHE

- a. São princípios dos inscritos na I.P.VALES DA UVA GOETHE e marca coletiva PROGOETHE, o respeito às Indicações Geográficas reconhecidas internacionalmente.
- b. Assim, os inscritos na I.P.VALES DA UVA GOETHE não poderão utilizar em seus produtos, sejam eles protegidos ou não pela I.P.VALES DA UVA GOETHE, o nome de Indicações Geográficas reconhecidas em outros países.

ANEXO B – LEI Nº 2.871 – APOIO À VITICULTURA



ESTADO DE SANTA CATARINA
MUNICÍPIO DE URUSSANGA
GABINETE DO PREFEITO

LEI Nº 2.871, de 21 de dezembro de 2018.

INSTITUI A POLÍTICA MUNICIPAL DE INCENTIVO E VALORIZAÇÃO À VITICULTURA NO MUNICÍPIO DE URUSSANGA E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

LUIS GUSTAVO CANCELLIER, PREFEITO MUNICIPAL DE URUSSANGA. Faço saber a todos os habitantes deste Município que a Câmara Municipal aprovou, e eu sanciono a presente lei.

Art. 1º Esta Lei institui a Política Municipal de Incentivo e Valorização à Viticultura para Produção de Vinhos e Produtos Derivados da Uva, com o objetivo de fomentar o plantio da uva e a produção de vinho, promovendo e difundindo o enoturismo visando a geração de emprego e de renda no município de Urussanga.

Art. 2º São diretrizes da Política Municipal de Incentivo e Valorização à Viticultura para Produção de Qualidade de Vinhos e Produtos Derivados da Viticultura:

- I – A sustentabilidade ambiental, econômica e social da atividade;
- II – O desenvolvimento tecnológico da Viticultura;
- III – O aproveitamento da diversidade cultural, ambiental, de solos, climas e relevos do município;
- IV – A articulação e colaboração entre o município, as associações e o setor privado;
- V – O estímulo à economia local, ao turismo rural e ao visual urbano.

Art. 3º São instrumentos da Política Municipal de Incentivo e Valorização à Viticultura para Produção de Qualidade de Vinhos e Produtos Derivados da Viticultura:

- I – A pesquisa agrícola e o desenvolvimento tecnológico;
- II – A assistência técnica e a extensão rural em parceria com a EPAGRI e demais órgãos especializados e Associação Pro Goethe;
- III – A capacitação gerencial e a formação de mão de obra qualificada;
- IV – As certificações de origem social e de qualidade dos produtos;
- V – A distribuição gratuita para plantio de mudas de uva goethe em escolas, locais públicos e residências particulares para parreiral único, visando a divulgação, fortalecimento da cultura, identidade visual e cultural, no limite de 1% da meta, definida no artigo 8º.

VI – O subsídio dado pelo município aos interessados na aquisição de mudas, para o plantio de videiras, na implantação, ampliação e renovação de pomares, quando se tratar da cultura de uva goethe, dentro da área geográfica de IP – Indicação de Procedência dos Vales da Uva Goethe:



ESTADO DE SANTA CATARINA
MUNICÍPIO DE URUSSANGA
GABINETE DO PREFEITO

a) 80% do valor da muda para produtor inserido na agricultura familiar;

b) 60% do valor da muda para produtor de vinícola;

c) 40% do valor da muda para demais empreendedores.

VII – O subsídio pelo município na aquisição de mudas para o plantio de videiras na implantação, ampliação e renovação de pomares de outras cultivares de uva, dentro de qualquer área territorial de Urussanga:

a) 50% para produtores da agricultura familiar e de vinícolas e;

b) 30% para demais empreendedores.

VIII – A disponibilização gratuita, dentro das possibilidades do município, de máquinas e equipamentos para infraestrutura, bem como, subsídio do programa hora máquina para agricultores a preço público já existente no município.

IX – A distribuição gratuita ou subsídio para aquisição de insumos para o cultivo, dentro das possibilidades do município.

§1º Quando os interessados no recebimento gratuito de mudas de uva goethe, ao acesso aos subsídios previsto nesta lei, ou recebimento de quaisquer outros benefícios, forem particulares, sua aptidão de ingresso ao programa deverá ser realizado por edital de chamamento público, o qual trará todos os requisitos objetivos de avaliação, elaborados por comissão técnica constituída pelos órgãos de articulação constantes no artigo 10, EPAGRI e Associação Pró-Goethe.

§2º O edital que trata o §1º deverá, obrigatoriamente, constar como cláusula eliminatória:

I – A necessidade dos beneficiários enquadrados nos incisos VI e VII do artigo 3º, de comprovarem que possuem, pelo menos, um empregado, familiar ou representante matriculado nos cursos ofertados pelo IFSC – Urussanga, em uma das seguintes áreas: fruticultura, turismo e enologia;

II – A necessidade dos beneficiários enquadrados nos incisos VI e VII do artigo 3º, de comprovarem sua inscrição como membro de associação ou cooperativa municipal que tenha como objetivo a defesa das atividades econômicas, técnicas e sociais, bem como a representação dos interesses comuns ligados à área de proteção de serviços de natureza agropecuária, industrial, comercial e ambiental de agricultores.

Art.4º Os beneficiários desta lei ficam obrigados, por meio de termo de compromisso devidamente assinado, a manterem o cultivo das uvas, por no mínimo 10 (dez) anos, e para adesão devem dispor, de no mínimo, 1/4 hectare para o plantio, exceto os beneficiários enquadrados no inciso VI, do artigo 3º, sob pena de devolução do subsídio recebido.

Art. 5º Para formação inicial do programa a EPAGRI autorizada, mediante termo de colaboração, a ministrar curso coletivo de viticultura para a instalação dos parreirais.

Art. 6º O município disponibilizará placas de identificação para os parreirais subsidiados pela presente lei.

Art. 7º. Os parreirais cultivados às margens da Rodovia SC 108, terão subsídios fixados com acréscimo de 50% sobre o valor do subsídio da modalidade em que se enquadre, independente do tipo de uva cultivada, até o limite de 100%.



ESTADO DE SANTA CATARINA
MUNICÍPIO DE URUSSANGA
GABINETE DO PREFEITO

Art. 8º A meta inicial será de ampliação da cultura de uva de até 30 hectares, sendo destes no mínimo, 50% de uva goethe, ficando condicionado este percentual para as modalidades descritas no artigo 3º.

Art. 9º Ficam as Secretarias de Educação e de Saúde responsáveis pela criação de um programa de divulgação e incentivo do consumo de uva e seus derivados, conscientizando dos benefícios à saúde.

Art. 10. São órgãos de articulação da presente política pública as Secretarias de Agricultura, Cultura, Turismo, Desenvolvimento e o Conselho Municipal de Desenvolvimento Rural, com atribuições a serem regulamentadas por ato do Chefe do Poder Executivo.

Art. 11. As despesas decorrentes desta Lei serão atendidas através de dotações específicas do orçamento vigente, limitadas ao valor de até R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais) para o exercício de 2019.

Art. 12. Esta lei entra em vigor a partir de 1º de janeiro de 2019, revogando-se as disposições em contrário.

Paço Municipal Lydio De Brida, em Urussanga, 21 de dezembro de 2018.

LUIS GUSTAVO CANCELLIER
Prefeito Municipal

Registrada e publicada na Secretaria de Administração e Finanças, aos vinte e um dias do mês de dezembro de 2018.

MARIANA BONETTI
Assistente Administrativo