

As Indicações Geográficas Como Estratégia Para Fortalecer o Território

– O Caso da Indicação de
Procedência dos Vales da Uva Goethe

Adriana Carvalho Pinto Vieira¹
Valdinho Pellin²

Resumo

As Indicações Geográficas (IGs) podem ser entendidas, do ponto de vista econômico, como uma estratégia para agregar valor a produtos ou serviços que têm características próprias relacionadas ao território ao qual estão inseridas, e, assim, fortalecer o desenvolvimento territorial. O instituto se divide em indicação de procedência (IP) e denominação de origem (DO). O primeiro indica que produtos ou serviços procedem de determinado lugar, cujos elementos principais para sua caracterização são as ações do homem e o saber fazer. O segundo destaca que, além dos elementos de produção humana, requer que o produto se caracterize pelos elementos da natureza, tais como relevo, clima e solo. As IGs visam a proteger os produtos, os produtores e, principalmente, garantir a qualidade e a informação aos consumidores. A análise do presente artigo é caracterizada como qualitativa e descritiva e quanto aos meios de investigação classifica-se como bibliográfica. A pesquisa bibliográfica foi realizada como meio de investigação em fontes secundárias. Procurou-se verificar como o instituto da IG pode promover o desenvolvimento territorial, identificando pontos fortes e vocações econômicas que podem tornar a região mais competitiva a partir da análise da experiência da IP dos Vales da Uva Goethe, na região de Urussanga – SC. O estudo demonstrou que as IGs podem ser verdadeiras catalisadoras do desenvolvimento territorial. Na experiência da Indicação de Procedência dos Vales da Uva Goethe, observou-se importantes vantagens, sobretudo econômicas, após o reconhecimento, como o aumento nas vendas e o acesso a novos mercados. Além disso, identificou-se o desenvolvimento de atividades complementares, como o enoturismo e a preservação da identidade local.

Palavras-chave: Indicação geográfica. Desenvolvimento territorial. Vitivinicultura. Agregação de valor. Uva Goethe.

¹ Doutora em Desenvolvimento Econômico pelo Instituto de Economia da Universidade de Campinas (Unicamp). Professora do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Socioeconômico (PPGDS) da Universidade do Extremo Sul Catarinense (Unesc). drcpvcieira@gmail.com

² Graduado em Economia. Mestre e doutorando do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional da Universidade Regional de Blumenau (PPGDR/Furb). Bolsista do Programa Sanduíche Capes Processo BEX 11716/13-4. prof.pellin@tpa.com.br

THE GEOGRAPHICAL INDICATIONS AS A STRATEGY TO STRENGTHEN THE TERRITORY - THE CASE OF INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA DOS VALES DA UVA GOETHE

Abstract:

The Geographic Indications can be understood, from the economic point of view, as an strategy to aggregate value to products or services that have their own characteristics related to the territory in which are inserted, and so, fortify the territorial development. This institute is divided in origin indication and origin denomination. The first one indicates that products or services come from a particular place, of which principal elements to its characterization are the men action and the know how to do. The second detaches that, besides the human production elements, requires the product be characterized for the nature elements, like relief, climate and ground. This institute also drives to protect the products, the producers and mainly guarantee the quality and the information to the consumers. The analysis of the present article is characterized as qualitative and descriptive and as for the investigation means is classified as bibliographic. The bibliographic research was performed like a investigation mean in secondary sources. It sought verify how the GI's institute can promote the territorial development, identifying strong points and economic vocations that can make the region become more competitive as from the analysis of the OI experience of Goethe Grape Valley, in the Urussanga's region – SC. The study demonstrated that the GIs can be a real territorial development catalyst. In the OI's experience of the Goethe Grape Valley was observed important advantages, mainly economics, after the recognition, like sales increase and acces to new markets. Besides, complementary activities were identified like wine tourism and local identity preservation.

Keywords: Geographic indication. Territorial development. Viniculture. Value aggregate. Goethe Grape.

O avanço do processo de globalização tem colocado em evidência o território e estimulado as discussões voltadas à definição e execução de estratégias para o seu fortalecimento. O próprio conceito de desenvolvimento territorial amplia-se ao considerar os atores locais parte integrante dos processos de desenvolvimento.

Nos últimos anos as Indicações Geográficas (IGs) têm sido consideradas indutoras de desenvolvimento de uma região, com a valorização dos recursos territoriais e possibilitando o surgimento de novos nichos de mercados. Podem ser pensadas, portanto, como uma ferramenta de ocupação harmoniosa do espaço cultural produtivo, aliando a valorização de um produto típico e seus aspectos históricos e culturais à conservação da biodiversidade e ao desenvolvimento rural.

As IGs estão inseridas no movimento global de segmentação dos mercados, valorizando os recursos territoriais. A exemplo da União Europeia, percebe-se a sua importância, com destaque para França, Itália e Espanha, que, juntas, têm mais de 5.000 registros de produtos (4.200 para vinhos e destilados e 812 para outros produtos). Destaca-se nesse cenário a França (466 para vinhos e destilados e 127 para outros produtos) representando um valor de 19 bilhões de euros em comércio (16 bilhões para vinhos e destilados e 3 bilhões para outros produtos), apoiando 138 mil propriedades agrícolas (Cerdan et al., 2010).

Segundo Anjos, Criado e Caldas (2013), as IGs agroalimentares nos últimos dez anos são temas de interesse dos países latino-americanos, tanto do ponto de vista acadêmico quanto de instituições nacionais e internacionais de fomento e desenvolvimento rural.

É neste contexto que emergem recentemente no Brasil discussões voltadas às contribuições que as IGs podem oferecer para o desenvolvimento territorial. Deste ponto de vista, este artigo pretende analisar como o instituto da IG pode promover o desenvolvimento territorial, identificando pontos fortes e vocações econômicas que podem tornar a região mais competitiva.

A análise será efetuada à luz da experiência da Indicação de Procedência dos Vales da Uva Goethe (IPVUG), na região de Urussanga, no sul de Santa Catarina.

Metodologicamente, o artigo se vale de uma pesquisa qualitativa e descritiva, posto que permite ao pesquisador se aproximar da vivência social do grupo em estudo, entendendo como a construção desta realidade que se processou e como naquele contexto se movimenta (Shaw, 1999). E quanto aos meios de investigação classifica-se como bibliográfica e de estudo de caso, uma vez que foi realizada como meio de investigação as fontes secundárias como: artigos científicos (nacionais e estrangeiros), teses, dissertações, livros e sites.

A estrutura do artigo privilegia, em um primeiro momento, uma breve abordagem sobre desenvolvimento territorial. Na sequência aborda a propriedade intelectual e a relação entre as IGs e o desenvolvimento. Em seguida efetua a análise da experiência da Indicação dos Vales da Uva Goethe na região sul de Santa Catarina e, por fim, apresentam-se as considerações finais.

Desenvolvimento Territorial: Uma Breve Abordagem

Historicamente, a noção de território desenvolve-se na área de estudo da geografia sem, contudo, estar restrita a esta. Para Corrêa (1995) e Schneider (2004), um dos primeiros estudiosos a apresentar uma definição para o território foi Ratzel (1990), que o descreve como um espaço apropriado por um determinado grupo. Considerando as formas de apropriação e transformação, o território pode ser compreendido, a partir de seus usos, como o espaço modificado pela técnica, pelo trabalho, sendo palco e ator nas relações que ali são produzidas (Santos; Silveira, 2001).

Com o passar do tempo, o conceito foi se complexificando, ou seja, adquirindo dimensionalidades diversas. A emergência do território relaciona-se às mudanças vinculadas à globalização, que requer decisões e iniciativas que partam dos territórios, tornando-se ainda referência para a atuação político-institucional.

As discussões de território e desenvolvimento territorial surgem do entendimento formado pela dinâmica de atores sociais que ocupam espaço determinado, nomeados na forma de identidade individual e social, com referenciais familiares e profissionais. Territórios são, portanto: “[...] entidades socioespaciais, ou relacionadas às atividades humanas conduzidas num dado espaço”. [...] o desenvolvimento territorial faz referência a espaço geográfico que não é dado, mas construído. Ou, nas palavras de Jean (2010, p. 51), “Construído pela história, por uma cultura e por redes sociais que desenham suas fronteiras”.

Nesta esteira de raciocínio, 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. Já 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”. Neste sentido, percebe-se como dinâmico, em constante transformação e mudança. Esse dinamismo é configurado tanto pelos atores internos e suas inter-relações quanto pela relação com fatores externos. Resultado de uma construção social e coletiva, o território é considerado o espaço apropriado por um determinado grupo que compartilha valores culturais e se torna foco do desenvolvimento, não sendo apenas o espaço físico, mas também ator desse processo.

É possível observar, portanto, que a noção de território vai muito além da questão geográfica. Nela se insere os atores e as relações institucionais que os inter-relacionam. Carrière e Cazella (2006) destacam que os territórios são

realidades em movimento, nas quais imperam as relações sociais. A noção de território designa aqui o resultado da confrontação dos espaços individuais dos atores nas suas dimensões econômicas, socioculturais e ambientais.

Entende-se, entretanto, que a busca por estratégias voltadas à identificação das vantagens competitivas do território ou de ativos territoriais torna-se importante. Para Freitas Santos e Cadima Ribeiro (2012), em uma economia cada vez mais global e competitiva, nem todos os territórios possuem os recursos e a capacidade necessária à competição com outros, cujas estruturas apresentam condições mais competitivas. Em qualquer país é possível encontrar territórios mais dotados de recursos e competências do que outros. Deste modo, é importante perceber e identificar os recursos e as capacidades que dispõem para que possam gerar mais-valias no mercado. Após isso, é necessário que as capacidades empreendedoras dos agentes locais sejam mobilizadas para transformar essas capacidades em um diferencial competitivo.

Abramovay (2005) discute o território principalmente a partir dos espaços rurais, e destaca que existem ativos e processos específicos cuja valorização supõe uma ação coordenada: é o caso tanto do aproveitamento de amenidades naturais e do patrimônio histórico quanto da colocação em mercados dinâmicos dos produtos, dos conhecimentos produtivos tradicionais, das habilidades artísticas, culinárias e da própria tradição folclórica de determinada população.

Assim, o entendimento é que espaços rurais, a partir de suas especificidades e potencialidades, podem encontrar formas de transformação de suas realidades em busca de melhoria da qualidade de vida a partir dos processos globais (Caldas, 2003).

É neste contexto que as IGs surgem como possíveis estratégias de desenvolvimento ou fortalecimento do território.³

³ As discussões que emergem atualmente no Brasil em relação à capacidade das IGs de contribuir para o desenvolvimento territorial também podem ser observadas na Europa. Barjolle, Paus e Perret (2009) realizaram um importante estudo investigando 14 IGs concedidas em várias partes do mundo. Os autores identificaram que o reconhecimento da IG cria uma expectativa em torno dos impactos positivos, principalmente de ordem econômica, que podem ser direta ou indiretamente ligados a este instituto.

Propriedade Intelectual

Conforme apontam Vieira e Buainain (2011), a propriedade intelectual tem conquistado um papel relevante em diversos setores da economia. Atualmente, o valor e a importância dos bens imateriais são considerados superiores ao dos bens materiais e imóveis que constituía o principal componente do patrimônio das pessoas físicas e jurídicas até muito recentemente.

Os autores esclarecem que os diversos sinais distintivos nasceram de um objetivo comum: distinguir a origem (geográfica ou pessoal) de um produto. Em 1883, em virtude de que alguns acordos bilaterais formulados para proteger as indicações geográficas eram bastante frágeis, os países produtores, especialmente de vinho, optaram por organizar um tratado internacional para proteger os direitos de propriedade intelectual e não somente os de indicações geográficas. A partir desse cenário, cria-se a Convenção União de Paris para a proteção da propriedade industrial (CUP). O tratado tinha como objetivo inicial coibir a falsa indicação de procedência (Vieira; Buainain, 2011).

Novos nichos de mercados foram surgindo, adquirindo estratégias de valorização do produto. A noção de indicações geográficas (IG) foi surgindo de forma gradativa, quando produtores e consumidores passaram a perceber sabores ou qualidades peculiares em alguns produtos que provinham de determinados locais. Essas características não eram encontradas em produtos equivalentes feitos em outro local. Assim, começou-se a denominar os produtos – que apresentavam um diferencial – com o nome geográfico de sua procedência (Fávero et al., 2010).

No Brasil, o marco regulatório sobre propriedade intelectual foi quase inteiramente renovado na década de 90. Dentre as diversas legislações aprovadas sobre o tema, tem-se a Lei nº 9.279/96, denominada de Lei de Propriedade Industrial (LPI). Quanto às indicações geográficas, a norma não define o que é, mas estabelece suas espécies: a Indicação de Procedência (IP) e a Denominação de Origem (DO), inexistindo hierarquia legal entre

elas, sendo possibilidades paralelas à escolha dos produtores ou prestadores de serviços que planejam buscar esta modalidade de proteção, atendidos os requisitos da lei e de sua regulamentação.

A Indicação de Procedência (IP) é caracterizada por ser o nome geográfico conhecido pela produção, extração ou fabricação de determinado produto, ou pela prestação de dado serviço, de forma a possibilitar a agregação de valor quando indicada a sua origem, independente de outras características. Ela protegerá a relação entre o produto ou o serviço e sua reputação em razão de sua origem geográfica específica, condição esta que deverá ser, indispensavelmente, preexistente ao pedido de registro.

A Denominação de Origem (DO) cuida do nome geográfico “que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos”. Em suma, a origem geográfica deve afetar o resultado final do produto ou a prestação do serviço, de forma identificável e mensurável, o que será objeto de prova quando formulado um pedido de registro enquadrado nesta espécie ante ao Inpi, por meio de estudos técnicos e científicos, constituindo-se em uma prova mais complexa do que a exigida para as Indicações de Procedência.

Assim, a DO trata de um direito de propriedade intelectual, associado a uma região, passível de utilização por aqueles que naquela área explorem qualquer ramo de produção característico, sendo constituído pelo nome da localidade, região ou mesmo país. Tem por função designar um produto ou uma mercadoria originária, cuja qualidade e características são devidas exclusiva e essencialmente ao meio geográfico, incluindo mesmo fatores humanos.

Barbosa (2013) assevera que a IP é a expressão ou sinal que indica a origem geográfica específica de um produto ou serviço. A DO também é um expressão ou sinal que indica a origem geográfica específica de um produto ou serviço, assim como a IP. Esclarece ainda a autora que na DO o produto ou serviço possui tais características particulares em razão do meio

geográfico em que se encontra, como o tipo de solo, que confere sabores diferenciados, como, por exemplo, a uma uva produtora de vinho. No presente estudo cita-se como exemplo o Vale dos Vinhedos. Nesse tipo de proteção, podem ser incluídos fatores humanos singulares como as condições específicas de produção. Por exemplo, a forma ímpar de manusear o leite para transformá-lo em queijo.

Nas palavras de Barbosa (2013) percebe-se que a disposição feita no Acordo Trips, descreve as IGs como indicações que identificam um bem como originário do território, de uma região ou de uma localidade, e não um nome geográfico como na LPI. Dessa forma, o Brasil é mais restritivo ao condicionar seus registros a nomes geográficos.

Diferenciando-se a IP da DO, portanto, a primeira poderá ser aposta a qualquer produto proveniente de uma determinada área, enquanto a DO assinala um produto que provém de uma determinada região e que, além disso, é produzido ali segundo métodos particulares associados ao meio geográfico e que adquire especificidades da região.

Indicações geográficas como estratégia para o desenvolvimento

As Indicações Geográficas (IGs), comuns na Europa⁴ e ainda pouco reconhecidas na América do Sul e no Brasil, podem ser entendidas, do ponto de vista econômico, como estratégia para agregar valor a produtos ou serviços que têm características próprias, relacionadas ao território ao qual estão inseridas. Essa agregação de valor pode representar um incremento na renda dos produtores envolvidos, seja no aumento do preço dos

⁴ Na Europa, este tipo de dispositivo de diferenciação é conhecido como Denominação de Origem Protegida (DOP) ou Indicação Geográfica Protegida (IGP) e contempla, principalmente, produtos agroalimentares que podem ser oriundos de transformação agroindustrial ou produtos in natura (Silva, et al., 2012).

produtos oferecidos, no aumento do volume de vendas ou na conquista de novos mercados. Podem valorizar também as tradições locais, fortalecendo a identidade cultural da região.

As IGs têm sido amplamente utilizadas nos mercados agroalimentares para proteger e valorizar produtos de diferentes tipos. Neste sentido, tem sido fomentadas iniciativas para que os produtos considerados locais criem estratégias de diferenciação no mercado a partir das denominações de origem, a exemplo da qualidade do produto, agregação de valor ao produto, etc. (Vieira; Buainain, 2011).

Ao contrário das marcas e das patentes, as indicações geográficas são passíveis de uma grande variedade de proteções. Podem ser protegidas por legislação *sui generis* ou decretos; esse é o sistema adotado pela França e por Portugal, por exemplo. Uma possibilidade é o registro das indicações geográficas, adotado pelo Brasil. Outra possibilidade consiste em apoiar-se na lei contra a concorrência desleal, ou na noção do ilícito do “*passing off*” (fazer produtos “passarem por” outros), que, basicamente, prevêem práticas comerciais desleais que não devem ser usadas. O uso de Indicação Geográfica para um produto que não é proveniente da região indicada seria um ótimo exemplo da prática da concorrência desleal. Se a proteção for buscar no Direito a proteção contra ato ilícito, não existem formalidades a cumprir, como o registro ou decisão administrativa; ou seja, a parte lesada vai direto aos tribunais (Vieira; Buainain, 2011).

As indicações geográficas podem ainda ser protegidas pelo registro de marcas coletivas ou marcas de certificação. As marcas coletivas pertencem a um grupo de comerciantes ou produtores. A marca de certificação, por outro lado, não pertence a ninguém: é registrada na suposição de que qualquer pessoa que preencha as condições prescritas pode utilizá-la. Por exemplo, o uso da marca de certificação para o queijo *Stilton* é reservada a certos produtores que satisfazem as condições exigidas pelo regulamento de utilização dessa marca (Vieira; Buainain, 2011).

As IGs representam, portanto, um instrumento de valorização de tradições, costumes, saberes, práticas e outros bens imateriais associados à identidade territorial. Utilizada pelos produtores como um instrumento de agregação de valor e acesso a mercados e reputadas pelos consumidores como um mecanismo de garantia de qualidade, as indicações geográficas também são consideradas potenciais instrumentos de desenvolvimento territorial, posto que possibilitam a exploração de ativos intangíveis de difícil transposição para outros territórios, constituindo uma vantagem competitiva em mercados cada vez mais marcados pela diferenciação de produtos (Niederle, 2009; Dullius, 2009).

Caldas, Cerqueira e Perin (2005), que aproximam a ideia de Indicação Geográfica com a de Arranjos Produtivos Locais, as quais podem ser consideradas como estratégias de desenvolvimento local, destacam que as IGs podem ser entendidas como uma qualificação para o desenvolvimento do arranjo produtivo, por incluir em seus critérios, físicos, sociais e subjetivos as características essenciais de uma nova forma de olhar o território.

Ao analisar as principais experiências de IG no mundo é possível observar que, para a maioria delas, os principais benefícios gerados são econômicos e referem-se, sobretudo, à agregação de valor aos produtos e ao aumento nas vendas. Alguns exemplos emblemáticos podem ser destacados: o óleo de oliva italiano “Toscano” é vendido 20% mais caro desde o registro dessa IG em 1998. O preço de venda do molho vietnamita IG “*Nuoc Mam de Phu Quoc*”, triplicou após conseguir seu registro de IG. Na China, o reconhecimento do álcool de arroz amarelo de *Shaoxing* como IG, permitiu reduzir os contrabandos provenientes de Taiwan e do Japão. Os preços aumentaram em 20%, o mercado interno se desenvolveu e as exportações para o Japão aumentaram em 14%. De modo geral, é possível observar que o preço de venda dos produtos com IGs europeus (AOP e IGP) variam entre 10% e 15% (Cerdan et al., 2010).

Existem, todavia, outros benefícios que também precisam ser considerados. De acordo com Cerdan et al. (2010), as IGs podem gerar benefícios sociais e culturais representados pela inserção de produtores ou regiões desfavorecidas no mercado e benefícios ambientais relacionados à preservação da biodiversidade e dos recursos genéticos locais.

Além disso, é importante destacar as atividades complementares que podem surgir após a certificação de produtos tradicionais. Na grande maioria dos casos, as indicações geográficas e as denominações de origem protegidas podem estabelecer relações com outros segmentos que não tenham ligação direta com o produto certificado. Tal consequência pode fortalecer atividades importantes, gerando emprego e renda local. É o que o Pecqueur (2001) denomina de “cesta de bens e serviços do território”. Um exemplo são as atividades voltadas ao turismo⁵.

Locatelli (2007) corrobora com as afirmações de Pecqueur ao defender que é possível observar o desenvolvimento e fortalecimento de atividades voltadas ao turismo e à gastronomia em muitas regiões que obtiveram o reconhecimento de IGs para seus produtos. Para a autora, as IGs, ao estimularem a tradição e a cultura de uma região, atraem turistas e possibilitam a exploração de atividades lucrativas indiretas.

Indicação de Procedência dos Vales da Uva Goethe

Santa Catarina tem reconhecimento nacional e internacional pela qualidade dos vinhos que produz. Segundo a Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina – Epagri –, o impulso dado pelas pesquisas e por investimentos pioneiros no setor vitivinícola construiu um segmento econômico promissor para o Estado.

⁵ Após o reconhecimento da indicação geográfica, o Vale dos Vinhedos estruturou propostas de roteiros pelas vinícolas (roteiro enológico, gastronômico e cultural) aumentando significativamente o fluxo de turistas na região e complementando a renda dos produtores, principalmente das pequenas vinícolas.

Com o objetivo de dar maior visibilidade a seu produto, a ProGoethe, juntamente com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae – e a Universidade de Santa Catarina – UFSC –, fizeram o pedido de reconhecimento da Indicação de Procedência (IP) dos vinhos dos “Vales da Uva Goethe” (Figura 1) no Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (Inpi). Este foi depositado em 18 de agosto de 2010 sob o nº IG201009, na espécie Indicação de Procedência.

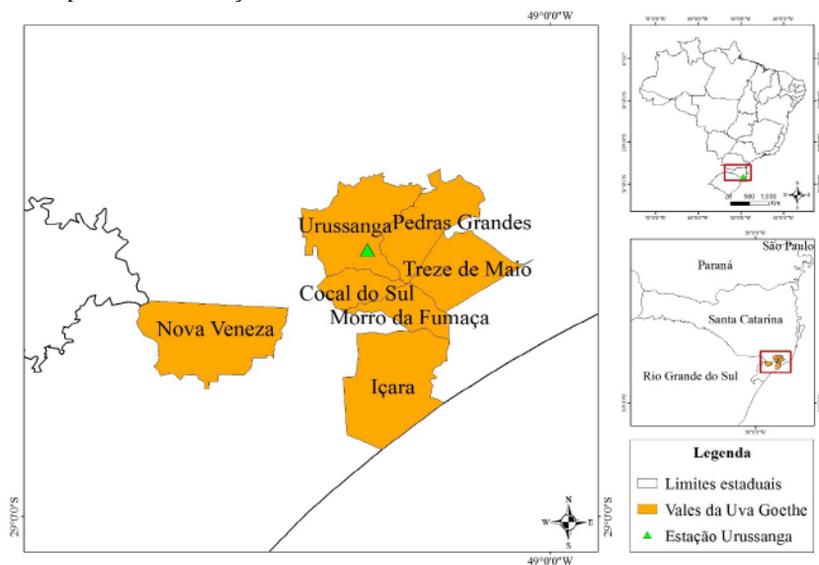
Figura 1 – Logomarca da Indicação de Procedência dos Vales da Uva Goethe (IPVUG)



Fonte: Conselho Regulador (IPVUG).

Teve como requerente a ProGoethe, compreendendo a seguinte área delimitada: Vales da Uva Goethe, localizada entre as encostas da Serra Geral e o litoral sul catarinense nas Bacias do Rio Urussanga e Rio Tubarão, delimitada numa região de 458,9 km², compreendendo 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, Brasil (Inpi, 2013), conforme pode ser visto no Mapa 1. Essa região está intimamente ligada à cultura e tradição na produção da uva e vinho Goethe (*savoir faire* ou fator humano), apresentando solos e condições climáticas distintas (fatores naturais).

Mapa 1 – Localização dos Vales da Uva Goethe, Santa Catarina, Brasil



Fonte: Vieira; Garcia; Bruch (2013).

O reconhecimento da “Indicação de Procedência” (IP) ocorreu em 2012, com a concessão do registro publicado na Revista de Propriedade Industrial do INPI, sob n. 2.145, em 14 de fevereiro. É o reconhecimento da primeira indicação geográfica do Estado de Santa Catarina.

Conforme demonstrado por Vieira, Watanabe e Bruch (2012), a concessão do registro pelo Inpi da indicação de procedência criou um “clima” favorável ao enoturismo⁶ em Urussanga. Ainda, os vinhos Goethe da referida região são reconhecidos como verdadeiros *terroirs* em virtude da sua íntima relação com as condições específicas de clima-solos, considerados como únicos e típicos em todo mundo, uma vez que somente nesta região são produzidos vinhos e espumantes da uva Goethe.

⁶ O enoturismo ocorre em razão de deslocamentos motivados para o conhecimento do processo da produção de vinhos, realizando visitas a vinhedos e vinícolas, fazendo parte da experiência a degustação de vinhos e de seus derivados. Além disso, pode-se caracterizar como uma atividade do segmento a visitação a festivais de vinhos e/ou mostras de vinhos, quando a motivação principal da viagem é a degustação de vinhos.

Diante desse cenário, o governo de Santa Catarina reconheceu a importância dos “Vales da Uva Goethe”, na região de Urussanga, como território único em Santa Catarina, reforçando o pedido da Indicação de Procedência iniciado junto ao Inpi.

As vinícolas integrantes da IPVUG que elaboram vinhos à base de uva Goethe e pertencentes à ProGoethe são: Vinícola Mazon – fundada na década de 70 pelos irmãos Genésio e Jayme Mazon – a Vinícola tem por objetivo seguir a tradição da linha materna da família – os Debiasi – preenchendo uma lacuna no tradicional ramo da vitivinicultura de Urussanga; Vitivinícola Urussanga – proveniente de Longarone, Região do Vêneto, Itália, os Damian estabeleceram-se em Urussanga em fins do século 19; Vinícola Quarezemin – atua desde 2002 na região; Vinícola Felipe – a família é proveniente da região da Toscana na Itália, vindo para a região no final do século 19. Além destas, também cultivam a uva e elaboram vinhos artesanais os associados Rodolfo Della Bruna, Denner Quarezemin, Deivson Baldin, Raul Savio, Rafael Sorato, Márcio Scremin e Antonio de Lorenzi Cancelier (ProGoethe, 2014).

Após o reconhecimento da IPVUG foi possível observar algumas vantagens econômicas importantes. Após dois anos de concessão do registro, as vinícolas já começam a perceber um aumento nas vendas do vinho Goethe em média 20% e, dos espumantes, por volta de 30%, segundo apontado pelo presidente da ProGoethe, Renato Mariot Damian. Estes produtos colocados no mercado são a primeira safra controlada pelo Conselho Regulador (CR) a partir das normas instituídas pelo Manual de Uso (MU), com os selos nas garrafas.

Ainda é reconhecido pela ProGoethe que há maior curiosidade por parte dos consumidores (turistas) decorrente da divulgação dos produtos advindos da uva Goethe, uma vez que eles vão visitar as vinícolas e já solicitam o “vinho Goethe”, conforme apontado pelo presidente da ProGoethe. Estes turistas são de diversas regiões brasileiras: Mato Grosso, Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília, entre outras.

Verifica-se, portanto, que o próprio aumento no consumo do vinho produzido logo deverá ser observado entre consumidores locais e regionais que o adquirem nos restaurantes e nas próprias vinícolas da IPVUG e em algumas cidades do entorno da região do sul de Santa Catarina.

Outro reflexo importante refere-se ao acesso a novos mercados. O reconhecimento da IG do vinho Goethe possibilitou que as vinícolas comercializem seus produtos nas gôndolas de importantes redes de supermercados na região, bem como fora do Estado (São Paulo, Rio de Janeiro e Distrito Federal). Além disso, outras importantes vantagens estão sendo potencializadas e estudadas, como a inserção do produto internacionalmente. A intenção, principalmente da Casa Del Nonno (Vitivinícola Urussanga), é que seus vinhos sejam comercializados nos Estados Unidos, China, Chile e Comunidade Europeia. Eles já estão com projeto de pesquisa destes mercados em andamento, conforme relatado em entrevista pelo Diretor Comercial da empresa, Matheus Damian.

Além disso, a aprovação da IPVUG levou os produtores e vinícolas da região a investirem no desenvolvimento do enoturismo local, voltado ao vinho, à cultura e à tradição, com o desenvolvimento de outras atividades relacionadas a estas, tais como hotelaria (hotéis, pousadas), gastronomia (restaurantes, fabricação artesanal de produtos típicos), enologia e a história da imigração italiana. Neste sentido, a região prepara-se para elaborar um plano de desenvolvimento da atividade turística no espaço rural de maneira integrada com outros municípios da região, contribuindo para o desenvolvimento territorial destes municípios. Inclusive na cidade de Urussanga já foi realizado um levantamento da potencialidade do enoturismo pela Universidade do Extremo Sul Catarinense – Unesc.

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

Finalmente, e não menos importante, os produtos que carregam a certificação da indicação geográfica trazem consigo uma carga cultural enraizada nas tradições da região, preservando, desta maneira, a identidade do local e valorizando o território.

Considerações Finais

O que se percebe pelos estudos é que a agricultura tem um importante papel no setor agroalimentar. Neste sentido, as IGs têm como fim agregar valor e gerar riqueza constituindo-se em uma opção concreta para uma nova etapa de desenvolvimento do agronegócio brasileiro, com a geração de produtos típicos e tradicionais, com qualidade diferenciada, a partir do momento em que a qualidade destes produtos são controlados pelo Conselho Regulador das IGs, por meio da fiscalização das normas instituídas pelo Manual de Uso, podendo atender o mercado nacional e internacional.

Assim, para os produtores-associados da ProGoethe, a obtenção da IG pode ampliar mercados, agregar valor aos produtos, ser um gerador de mais empregos, movimentar a economia local, bem como preservar o saber fazer e permitir que os produtores permaneçam no campo, com a expectativa de que seus filhos e netos permaneçam no negócio para sobreviver. Diante deste cenário, conseqüentemente, possibilita-se a promoção de um desenvolvimento sustentado na região delimitada pela Indicação de Procedência dos Vales da Uva Goethe.

A partir desta perspectiva, os associados já estão começando a perceber a diferença pós-concessão do registro da IP, uma vez que as vinícolas já estão presenciando o aumento da procura dos vinhos e espumantes produzidos a partir da uva Goethe. Os consumidores que visitam as vinícolas já têm solicitado diretamente os vinhos de uva Goethe, advindos da curiosidade em conhecer um produto diferenciado e com agregação de valor pela qualidade. Inclusive os associados já percebem que a receptividade dos compradores

para o vinho Goethe mudou, com um crescimento médio em torno de 20% na comercialização para os vinhos e de 30% para os espumantes, segundo apresentado pelo presidente da ProGoethe.

Infere-se, entretanto, a partir do estudo e concordando com os autores apresentados, que as IGs possibilitam o desenvolvimento territorial aproveitando o conjunto natural da sua região, o 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.

Referências

- ABRAMOVAY, R. Representatividade e inovação. In: *Seminário Nacional de Desenvolvimento Rural Sustentável*. Brasília. 2005. Disponível em: <http://http://issuu.com/ricardoabramovay/docs/condraf_25_08_05>. Acesso em: 20 mar. 2014.
- ANJOS, F. S. dos.; CRIADO, E. A.; CALDAS, N. V. Indicações geográficas e desenvolvimento territorial: um diálogo entre a realidade europeia e brasileira. *Revista de Ciências Sociais*, vol. 56, n. 1, p. 207-233, 2013.
- BARBOSA, P. M. S. Marcas coletivas e marcas de certificação: marcas de uso coletivo. In: PIMENTEL, L. O.; SILVA, A. L. (Org.). *Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio*: módulo II, indicação geográfica. 3. ed. Florianópolis: Mapa – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.; Funjab, 2013. p. 269-292
- BARJOLLE, D.; PAUSS, M.; PERRET, A. Impacts of Geographical Indications. *Review of Methods and Empirical Evidences*. Contributed Paper prepared for presentation at the International Association of Agricultural Economist Conference. Beijing: China. 2009.
- CALDAS, A. S. As denominações de origem como unidade de planejamento, desenvolvimento local e inclusão social. *Revista de Desenvolvimento Econômico – RDE*, Salvador – BA, ano V, n. 8, jul. 2003.
- CALDAS, A. S.; CERQUEIRA, P. S.; PERIN, T. F. Mais além dos arranjos produtivos locais: as indicações geográficas protegidas como unidades de desenvolvimento local. *Revista de Desenvolvimento Econômico – RDE*, Salvador – BA, ano VII, n 11, jan. 2005.
- CARRIÉRE, J. P.; CAZELLA, A. A. Abordagem introdutória ao conceito de desenvolvimento territorial. *Eisforia*, Florianópolis, v. 4, p. 23-47, dez. 2006.

CERDAN, C. et al. Indicação geográfica de produtos agropecuários: importância histórica e atual. In: BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. *Curso de Propriedade Intelectual & Inovação no Agronegócio*: módulo II, indicação geográfica. Organização Claire Marie Cerdan, Kelly Lissandra Bruch e Aparecido Lima da Silva. 2. ed. rev. e atual. Brasília: Mapa; Florianópolis: EAD; UFSC; Fapeu, 2010.

CERDAN, C. et al. Indicação geográfica de produtos agropecuários: importância histórica e atual. In: BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. *Curso de Propriedade Intelectual & Inovação no Agronegócio*: módulo II, indicação geográfica. Organização Claire Marie Cerdan, Kelly Lissandra Bruch e Aparecido Lima da Silva. 2. ed. rev. e atual. Brasília: Mapa; Florianópolis: EAD; UFSC; Fapeu, 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.

DULLIUS, P. R. *Indicações geográficas e desenvolvimento territorial*: as experiências do Rio Grande do Sul. 2009. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós Graduação em Extensão Rural da Universidade de Santa Maria. Santa Maria, RS, 2009.

FÁVERO, K. C. et al. Indicação geográfica. In: BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. *Curso de Propriedade Intelectual & Inovação no Agronegócio*: módulo II, indicação geográfica. Organização Claire Marie Cerdan, Kelly Lissandra Bruch e Aparecido Lima da Silva. 2. ed. rev. e atual. Brasília: Mapa; Florianópolis: EAD; UFSC; Fapeu, 2010.

FREITAS SANTOS, J.; CADIMA RIBEIRO, J. Estratégias empresariais de base territorial: o caso Symington e a produção de vinho do Porto. *Revista Desenvolvimento Regional em Debate*, ano 2, n. 1, jul. 2012.

INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INTELECTUAL. Inpi. *Indicações geográficas reconhecidas*. 2013. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/images/docs/lista_com_as_indicacoes_geograficas_concedidas_-_31-12-2013.pdf>. Acesso em: 18 mar. 2015.

JEAN, B. Do desenvolvimento regional ao desenvolvimento territorial sustentável: rumo a um desenvolvimento territorial solidário para um bom desenvolvimento dos territórios rurais. In: VIEIRA, P. F. et al. *Desenvolvimento territorial sustentável no Brasil*. Florianópolis: Aped; Secco, 2010.

LOCATELLI, L. Indicações geográficas e desenvolvimento econômico. In: BARRAL, Welber; PIMENTEL, Luiz Otávio (Org.). *Propriedade intelectual e desenvolvimento*. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2007.

NIEDERLE, P. A. Controvérsias sobre a noção de indicações geográficas enquanto instrumento de desenvolvimento territorial: a experiência do Vale dos Vinhedos em questão. CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, 47., 2009, Porto Alegre. *Anais...* Porto Alegre, RS, 2009.

PECQUEUR, B. Qualité e développement territorial: l' hypothèse du panier de biens et de services territorialisés. Paris. *Economie Rurale*, n. 261, 2001.

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

PROGOETHE. Associação de produtores da uva e do vinho Goethe. Disponível em: <<http://www.progoethe.com.br/>>. Acesso em: 20 mar. 2014.

RATZEL, F. Geografia do homem. In: MORAES, A. C. R. (Org.). *Ratzel*. São Paulo, SP: Ed. Ática, 1990. (Col. Grandes Cientistas Sociais).

SANTOS, M.; SILVEIRA, M. L. *O Brasil: território e sociedade no início do século XXI*. Rio de Janeiro: Record, 2001. p. 11-22.

SCHNEIDER, S. A abordagem territorial do desenvolvimento rural. *Sociologias*, Porto Alegre, n. 11, p. 88-125, jan. 2004.

SHAW, E. A guide to the qualitative research process: evidence from a small firm study. *Qualitative Research: An International Journal*, vol. 2, n. 2, p. 59-70, 1999.

SILVA, F. N. et al. Desafios à institucionalização das indicações geográficas no Brasil. *Revista Desenvolvimento Regional em Debate*, ano 2, n. 2, nov. 2012.

VIEIRA, A. C. P.; BUAINAIN, A. M. Propriedade intelectual na agricultura. In: AVILA, Charlene, DEL NERO, Patricia Aurelia (Org.). *Aplicação da propriedade intelectual no agronegócio*. 1. ed. Belo Horizonte: Editora Fórum, 2011. p. 21-50. V. 1.

VIEIRA, A. C. P.; GARCIA, J. R.; BRUCH, K. L. *Análise econômico-ecológica dos efeitos da mudança climática na região delimitada pela Indicação de Procedência Vales da Uva Goethe em Santa Catarina – Brasil*. In: CONGRESSO INTERNACIONAL SISTEMAS AGROALIMENTARES LOCALIZADOS, 6., 2013, Florianópolis: UFSC; Cirad, 2013.

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

Recebido em: 7/4/2014

Accito em: 6/10/2014