



DOI: [DX.DOI.ORG/10.18616/GOETHE05](https://dx.doi.org/10.18616/GOETHE05)

PERSPECTIVAS DE UMA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA A PARTIR DA VISÃO DE UMA VITIVINÍCOLA LOCALIZADA NOS VALES DA UVA GOETHE — SANTA CATARINA¹

Felipe Alves (Unesc) | *email: felipe_alves@hotmail.com.br*

Julio Cesar Zilli (Unesc) | *email: zilli42@hotmail.com*

Adriana Carvalho Pinto Vieira (Unesc) | *email: dricpvieira@gmail.com*

Ricardo Pieri (Unesc) | *email: rpi@unesc.net*

Michele Schneider (Unesc) | *email: michele.schneider@unesc.net*

Guilherme Spiazzi dos Santos (Unesc) | *email: gsdsantos@hotmail.com*

INTRODUÇÃO

[VOLTAR AO SUMÁRIO](#)

As Indicações Geográficas (IG) surgiram por meio da necessidade de um instrumento que, baseado nas percepções dos consumidores, atestassem as particularidades de determinados produtos, devido ao local onde foram produzidos e/ou métodos de produção diferenciados. O desenvolvimento das IGs se deu de forma lenta, primeiramente como um signo de qualidade inerente ao produto, posteriormente como forma de evitar possíveis falsificações (DA CUNHA, 2015).

¹ ALVES, F.; ZILLI, JULIO CESAR; VIEIRA, A. C. P.; PIERI, R.; SANTOS, G. S.; SCHNEIDER, M. D. Perspectivas de uma Indicação Geográfica a partir da visão de uma vitivinícola localizada nos Vales da Uva Goethe - Santa Catarina. *in*: XIII Congress online administração - Convibra, 2016, online. Anais XIII Congress online administração - Convibra, 2016.

Segundo a lei n. 9.279/96 de 14 de maio de 1996, as indicações geográficas no Brasil se caracterizam de duas maneiras:

Art. 177. Considera-se indicação de procedência o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço. Art. 178. Considera-se denominação de origem o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos (BRASIL, 1996).

Observa-se que ambas as modalidades de indicação geográfica têm como alicerce, normativas de produção que influenciam toda uma região específica, tomando por base o potencial subjetivo de cada localidade delimitada geograficamente (BRASIL, 1996).

O que se percebe é que a indicação de procedência (IP) é uma indicação geográfica mais branda, quando comparada à denominação de origem (DO). As IPs se caracterizam por descrever o local ou região em que se fabrica ou extrai determinado produto; nesse caso, não há a necessidade em se identificar se as condições ambientais ou os fatores humanos influenciam na qualidade do produto. Entretanto, as DOs tornam obrigatória a determinação das características que trazem exclusividade para o produto, fruto de características do ambiente ou de fatores humanos (DA CUNHA, 2015).

As IGs também possuem grande apelo mercadológico, baseados na garantia de um produto diferenciado (seja pela origem ou pela qualidade intrínseca), quando comparados a produtos sem uma IG registrada. Também é uma forma de promover o desenvolvimento das regiões onde são delimitadas, pois colocam em evidência as pessoas, locais e produtos por meio das heranças culturais, que são consideradas bens subjetivos e por sua natureza, intransferíveis. As IGs servem como um instrumento que atrai o interesse do consumidor, pois se o consumidor observa alguma

peculiaridade no produto que consome, acaba sendo atraído a conhecer as origens de tal produto (GLASS, 2008; DA CUNHA, 2015).

O *case* Vale dos Vinhedos mostra a influência das indicações geográficas no desenvolvimento territorial. A partir da obtenção da IP Vale dos Vinhedos em 2002, a região se focou em desenvolver outras atividades a partir da produção vitivinícola: surgimento de aglomerados hoteleiros na região de Bento Gonçalves e o desenvolvimento do Enoturismo, com a expansão das atividades das vitivinícolas da região do Vale dos Vinhedos, englobando hospedagem, visitação aos parreirais de uva e degustação dos vinhos fabricados na própria serra gaúcha (FERNÁNDEZ, 2012).

A partir desse contexto, o estudo tem por objetivo identificar as perspectivas de uma indicação geográfica a partir da visão de uma vitivinícola localizada nos Vales da Uva Goethe – SC.

VALES DA UVA GOETHE

Os Vales da Uva Goethe (VUG) são assim denominados devido à produção em escala comercial da uva Goethe e fabricação de bebidas a partir desse mesmo tipo de uva. O território que compreende os Vales da Uva Goethe, engloba os municípios de Cocal do Sul, Içara, Morro da Fumaça, Nova Veneza, Orleans, Pedras Grandes, Treze de Maio e Urussanga (VALES DA UVA GOETHE, 2015).

A história dos Vales da Uva Goethe se inicia com a chegada dos primeiros imigrantes italianos à região de Urussanga, em 1878, vindos da região de Veneza. Os imigrantes que na região chegaram, iniciaram a exploração das terras e plantaram os primeiros ramos de videira, trazidas da Itália (YAMAGUCHI *et al.*, 2013; VIEIRA *et al.*, 2014).

Porém, as uvas viníferas trazidas da Itália acabaram não se adaptando à região de Urussanga. Devido a isso, a maturação das uvas não era perfeita, gerando um vinho descolorido, com baixas taxas de açúcar e álcool, caracterizando o vinho como de baixa qualidade (SARTOR, 2009).

Mesmo com as dificuldades encontradas no plantio da uva e fabricação do vinho, o colono italiano tinha como item essencial em sua

dieta o vinho, obrigando-o desta maneira, buscar meios de produzi-lo. Um dos primeiros movimentos foi a busca de uvas americanas (*vitis labrusca*) e uvas híbridas (*vitis labrusca* e *vitis vinifera*) para realização do plantio das vinhas, pois seriam as que melhor se adaptariam e garantiriam a fabricação do vinho na região (SARTOR, 2009; VIEIRA *et al.*, 2014).

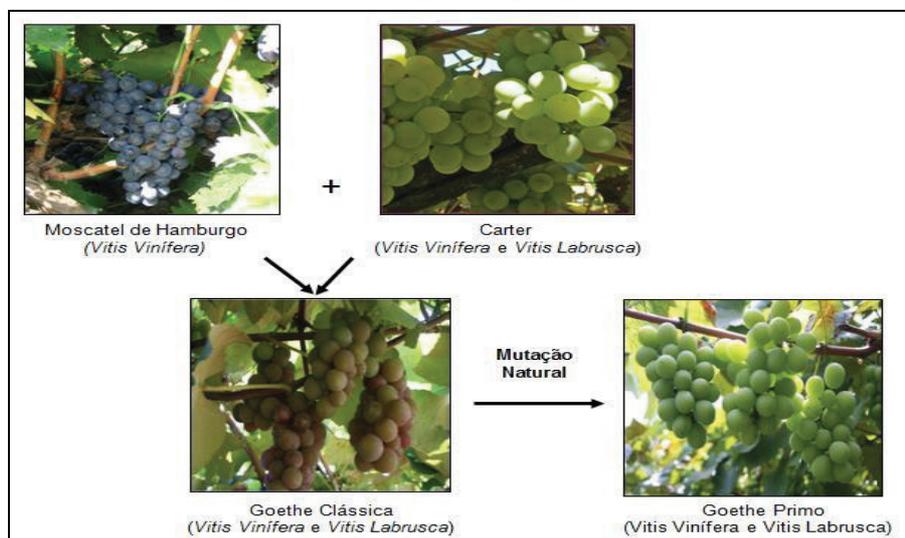
Nesse período, acabou se desenvolvendo o setor carvoeiro, que, devido aos incentivos dados pelo governo ao setor energético, aumentou consideravelmente a demanda de carvão no Brasil. Devido à boa remuneração e da alta oferta de trabalho, a cultura da uva para fabricação do vinho acabou perdendo força e o ciclo do carvão ganhou ênfase (SARTOR, 2009; VIEIRA *et al.*, 2014; VALES DA UVA GOETHE, 2015).

Durante a construção da Ferrovia Tereza Cristina para o escoamento do carvão produzido na região, o regente consular Giuseppe Caruso MacDonald chega ao município de Urussanga, decorrente de sua função em monitorar o progresso das colônias italianas no Brasil. MacDonald também dava instruções sobre como plantio da uva e fabricação de vinho, porém, conhecia a situação das vinhas e o problema de adaptação das uvas viníferas (VALES DA UVA GOETHE, 2015).

MacDonald foi o responsável por trazer a variedade de uva que impulsionara a fabricação de vinhos na região: a uva Goethe. Esta foi trazida pelo cônsul em de uma de suas viagens aos Estados Unidos, quando observou o trabalho realizado por Edward Staniford Rogers (VALES DA UVA GOETHE, 2015).

Antes mesmo da chegada dos imigrantes italianos à região de Urussanga, Edward Staniford Rogers já realizava estudos relativos a combinação de uvas, com o objetivo de aliar a resistência das uvas americanas com o sabor único das uvas viníferas europeias. Foi a partir de uma das combinações experimentais de Rogers, que surgiu a uva Goethe, por meio da união dos genes da uva vinífera Moscatel de Hamburgo e da uva híbrida Carter (VIEIRA *et al.*, 2014).

Figura 1 – Representação do surgimento da uva Goethe.



Fonte: Elaboração própria a partir de ProGoethe (2015).

A uva Goethe, mesmo sendo uma uva híbrida, possui predominantemente genes de *vitis vinifera*. A uva possui alta resistência a pragas (característica das uvas americanas) e carrega o sabor e a qualidade de uva europeia para a produção de vinhos. Com a introdução da Uva Goethe na região de Urussanga, a mesma acabou sofrendo uma mutação de forma natural, dando origem a uma nova variedade de uva, a Goethe Primo (SARTOR, 2009).

ProGoethe (2015, p. 1) apresenta o surgimento da uva Goethe, ocorrido por meio da:

Hibridação de *Muscat Hamburg (Black Hamburg)* e Carter, [se] obteve 45 *seedlings* que passaram a ser conhecidos como os “híbridos do Rogers”. [Edward Staniford Rogers] numerou cada um destes *seedlings* e o número 1 ele nomeou de “Goethe” em homenagem ao proeminente pensador alemão. Assim, nasceu a variedade Goethe que apresenta 87,5% de genes de variedades de *vitis vinifera* e apenas 12,5% de genes de videiras americanas em seu genoma, sendo uma variedade com características olfativa e gustativa de moscato.

Um dos aspectos importantes para o sucesso da uva Goethe é a presença de grande quantidade de enxofre no solo, consequência das extrações de carvão realizadas na região, corroborando para a manutenção da espécie e aumento da produção (PROGOETHE, 2015).

Urussanga e região possuem uma forte conexão com a produção de uva e vinho Goethe. Muito além de simplesmente produzir vinho, os fatores humanos relacionados à cultura italiana e ao apego às tradições na fabricação do vinho, aliados ao solo e clima distintos, acabam por transformar o vinho Goethe um verdadeiro *terroir*² (VIEIRA *et al.*, 2014; PROGOETHE, 2015).

Com o objetivo de agregar valor aos vinhos produzidos nos Vales da Uva Goethe, em 18 de agosto de 2012 foi solicitado junto ao INPI, o reconhecimento da Indicação de Procedência dos vinhos e espumantes produzidos nos Vales da Uva Goethe. Justificou-se a solicitação, devido à tradição do plantio da uva Goethe praticado na região – a única produtora da uva em escala comercial no mundo – e a sua ligação com a cultura local; além disso, a presença de solo e clima diferenciados, acabam agregando ainda mais valor ao produto que provém desta região (VIEIRA *et al.*, 2014).

Brasil (2016, p. 29), traça as diretrizes relativas à Indicação de Procedência Vales da Uva Goethe (IPVUG), ao afirmar que: “é autorizada exclusivamente cultivar da variedade híbrida Goethe para a elaboração de: vinho branco seco, suave ou *demi-sec*³, vinho leve branco seco, suave ou *demi-sec*, vinho espumante *brut*⁴ ou *demi-sec* “*Champenoise*”⁵ e “*Charmat*”⁴, vinho licoroso”.

Atualmente, os Vales da Uva Goethe buscam melhorar a qualidade dos vinhos fabricados à base de uva Goethe, por meio do aperfeiçoamento das pequenas vitivinícolas e a implantação de projetos que visem a padronização na produção dos vinhos Goethe (YAMAGUCHI *et al.*, 2013; VIEIRA *et al.*, 2014).

² União de fatores humanos e fatores ambientais, que acabam dando características únicas à uva e, conseqüentemente, ao vinho produzido a partir dela.

³ Vinho caracterizado como “meio seco”. Pela legislação brasileira, é aquele que possui de 4g a 25g de açúcar residual por litro de vinho. Para espumantes, o teor de açúcar varia de 20g a 60g por litro.

⁴ Espumante caracterizado pela legislação brasileira, por conter de 8g a 15g de açúcar por litro.

⁵ Método de fabricação de espumante.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O estudo tem por característica, quanto aos fins de investigação, se caracterizar como uma pesquisa descritiva (VIANNA, 2001). Optou-se pelo uso da pesquisa descritiva neste estudo, pois se realizou uma coleta de dados com o objetivo de identificar as perspectivas de uma indicação geográfica a partir da visão de uma vitivinícola localizada nos Vales da Uva Goethe – Santa Catarina.

Com enfoque aos meios de investigação, o presente estudo se caracteriza como uma pesquisa bibliográfica (ANDRADE, 2006) e um estudo de caso (VERGARA, 2006). A vitivinícola em estudo tem por característica a produção e comercialização de vinhos, espumantes e frisantes das uvas *Cabernet Sauvignon*, *Merlot*, *Chardonnay* e *Goethe*; sendo que esta última corresponde a maior parte da produção.

Nesse sentido, para realização deste estudo, foram obtidos dados de origem primária, por meio de uma entrevista, realizada no dia 22 de abril de 2016, de forma estruturada utilizando-se perguntas abertas, com o Diretor Comercial da vitivinícola em estudo. Quanto ao tipo de abordagem proposta para o estudo, a pesquisa se caracteriza como qualitativa. Gil (2008) descreve que o método de abordagem qualitativa é o que melhor se adequa, quando se necessita de maior compreensão do objeto estudado dentro de um contexto específico.

APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A VITIVINÍCOLA

A história da vitivinícola iniciou-se ao fim do século XIX, quando a família se instalou na região de Urussanga. Proveniente da região de Longarone na Itália, trouxe consigo a paixão pelo plantio da uva e fabricação de vinho, que inicialmente era produzido apenas para consumo próprio dos membros da família.

O fundador da vitivinícola foi um dos funcionários da estação enológica⁶ instalada em Urussanga, em 1950. Na época, Urussanga foi apresentada com uma estação por ser conhecida pela produção de ótimos vinhos, que eram degustados no Palácio do Catete⁷, pelo então atual presidente da república, Getúlio Vargas e pela alta sociedade carioca.

O fundador trabalhou por 14 anos na estação enológica, com foco no cultivo de parreiras e vinificação de uvas. Nesse período, aprimorava seus conhecimentos acerca da produção de vinhos, no que futuramente se transformaria em um negócio da família. Em 1974, se desligou da estação enológica, que estava entrando em declínio, devido ao crescimento da mineração do carvão na região Sul e abandono gradual do cultivo da uva. O neto do fundador e atual Diretor Comercial da vitivinícola, afirma que “[...] mesmo com o crescimento da mineração na região de Urussanga, meu avô era um eterno romântico com relação aos vinhos, e queria resgatar a antiga fama vitivinícola da região”.

Em 1975, por uma iniciativa do *Rotary Club*⁸ de Urussanga, foram realizados alguns projetos com os vitivinicultores, a fim de aumentar os parreirais, diversificar o plantio de uvas e resgatar a cultura da fabricação do vinho. Foi a partir desta iniciativa, que foi fundada a vitivinícola em estudo.

Desde sua fundação, conserva-se a tradição familiar do “saber fazer”, transmitido ao longo de três gerações nesses 46 anos de história. Atualmente é administrada pelo filho do fundador e assessorada pelo neto. O amor pelo vinho e principalmente, pela terra que acolheu a família, faz com que se produzam além dos vinhos tradicionais a base de *Cabernet Sauvignon*, *Merlot* e *Chardonnay*, vinhos a base de uva Goethe, responsável pelas glórias alcançadas por Urussanga no passado.

A vitivinícola se caracteriza como de pequeno porte, apresentando uma produção de 100 mil litros de vinho por ano. O Diretor Comercial considera que “[...] comparado às grandes vitivinícolas brasileiras, que

⁶ Local voltado para pesquisas no aprimoramento das técnicas de produção de vinho e sua respectiva conservação.

⁷ Antiga sede do poder executivo brasileiro, quando a capital do Brasil era Rio de Janeiro.

⁸ Clube de abrangência internacional, formado por líderes comunitários em prol da superação de desafios encontrados em suas respectivas comunidades.

produzem em torno de 30 milhões de litros de vinho por ano, nós temos uma produção muito baixa, devido ao nosso foco em qualidade, não em quantidade”. Seguindo o porte da empresa, a quantidade de funcionários também é pequena, totalizando sete funcionários formais. Porém, na época da *vindima*⁹, são contratados trabalhadores informais para realização do serviço de colheita e transporte da uva até a vitivinícola.

O capital social da empresa é totalmente nacional e há participação somente da família na composição da sociedade. 95% do capital social pertencem ao filho do fundador, e os demais 5%, à sua esposa. A administração iniciou-se como totalmente familiar, porém está em processo de profissionalização, com a efetiva participação do neto do fundador no negócio. Com a profissionalização do neto do fundador, verifica-se que a vitivinícola se preocupa não somente em manter uma tradição familiar (fabricação de vinho), mas também na sustentabilidade do negócio, ao iniciar a profissionalização das operações administrativas da vitivinícola.

A VITIVINÍCOLA E A INDICAÇÃO GEOGRÁFICA

A vitivinícola visualiza que a indicação geográfica obtida para os Vales da Uva Goethe, fez com que as vitivinícolas da região não acabassem no esquecimento e que provavelmente, foi a principal responsável por fazê-las continuar vendo o vinho produzido a base de uva Goethe, como um produto de valor agregado, tanto pela história que carrega consigo, quanto pelo diferencial mercadológico que apresenta.

Esta percepção sobre a uva Goethe possibilitou uma união entre as vitivinícolas presentes nos Vales, em torno do projeto de qualificação da produção e do reconhecimento da especificidade da uva. Também foi fundamental o apoio das instituições governamentais que auxiliaram na parte técnica na obtenção da IG.

A IG acabou trazendo um diferencial competitivo que há muito tempo se buscava para os vinhos da região, não somente pela tipicidade

⁹ Época de colheita da uva. No caso da uva Goethe, a colheita ocorre entre os meses de janeiro e fevereiro, contando inclusive com festejos típicos.

do ambiente em que a vitivinícola se encontra, mas também pela uva diferenciada que é produzida e transformada em vinho. Relativo a esta diferenciação, o Diretor Comercial salienta que:

As indicações geográficas ainda são muito pouco conhecidas no Brasil, mas são muito importantes para diferenciar um local dos demais. Se formos falar em uvas emblemáticas, no Chile eles tem a “*Carménère*” e agora estão com uma outra, que é a “*País*”; se falarmos em Argentina, é “*Malbec*” e já estão com uma segunda e terceira uva, a “*Torrontès*” e a “*Bonarda*”; se falarmos em Uruguai é “*Tanat*”; se for África do Sul é “*Pinotage*”... O Brasil ainda está procurando esta uva típica... Na verdade nós temos uma uva típica, que está aqui em Urussanga e é a uva Goethe.

Foi observado um aumento na quantidade de pessoas que visitam a vitivinícola, logo após a obtenção da IP em 2012. Atualmente, muitos turistas têm vindo à procura do “vinho Goethe”, não somente de “vinho”. Isso mostra que o reconhecimento da especificidade da uva Goethe é verdadeiro, principalmente por parte dos consumidores.

Após a IG, a credibilidade dos vinhos produzidos à base de uva Goethe pela vitivinícola aumentou, visto que as vendas acabaram evoluindo de forma natural após a rotulagem com o selo de indicação geográfica. Também se visualiza a indicação geográfica como uma forma de manter uma economia sustentável da região dos VUG, que sempre teve em suas raízes a cultura da uva e a fabricação de vinhos, possibilitando tornar-se futuramente, um polo do enoturismo.

Foram lançados três novos vinhos após a adoção da indicação geográfica. “[...] cada vinícola dos Vales da Uva Goethe – inclusive nós – acabou lançando ao menos um novo vinho, que era o vinho da indicação geográfica” acrescenta o Diretor Comercial. Não houve grandes modificações no seu processo produtivo após a adoção da IG, pois já adotavam o processo de fabricação de vinhos em padrões internacionais. Porém, o peso de uma indicação de procedência acaba fazendo com que os processos já adotados pela vitivinícola, ficassem cada vez mais rigorosos.

Entre o seu *mix* de produto, optou-se por certificar somente os vinhos Goethe com alto valor agregado.

Salienta-se que a principal vantagem mercadológica observada foi a diferenciação do produto, quando comparado aos concorrentes.

Outro ponto importante que nós observamos, é que quando eu vou apresentar meus produtos para uma loja especializada em vinhos e tento comercializar meu produto lá, se eu falo: “eu tenho *Cabernet Sauvignon* para vender”, o *sommelier* vai me dizer: “o mundo inteiro tem *Cabernet Sauvignon*... O que diferencia tanto o teu *Cabernet Sauvignon* dos que eu tenho aqui pra vender?”. É difícil eu conseguir alguma venda dessa maneira. Com o Goethe é diferente; com o Goethe eu falo: “eu tenho um vinho, produzido com uma uva que é exclusiva no mundo inteiro e só é produzida na região sul de Santa Catarina, inclusive esse vinho tem uma indicação de procedência”. A pessoa que está comprando acaba percebendo que é um produto inovador, já que o consumidor de vinhos cada vez mais procura inovação, o que abre novas possibilidades para os nossos demais produtos (DIRETOR COMERCIAL, 2016).

Os vinhos produzidos à base de uva Goethe amparados por uma IG, são utilizados como um diferencial competitivo no mercado de vinhos. Corroborando, Kotler e Keller (2013), salientam que a diferenciação acaba se transformando num dos fatores chave para o ganho de competitividade das empresas; quanto maior o grau de dificuldade em se reproduzir as qualidades de um produto ou serviço, maior é o valor visualizado pelo cliente.

Percebe-se a importância que a IG tem ao padronizar processos e ao trazer diferenciação ao vinho e espumante Goethe. Esta diferenciação proporcionou aumento de competitividade ao produto, evidenciado pelo aumento das vendas e reconhecimento do consumidor, como um produto de qualidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observou-se que a indicação geográfica é vista como de suma importância para o desenvolvimento da região como um todo, quanto para o ganho de competitividade dos integrantes do projeto Vales da Uva Goethe. O aumento das vendas e do respeito do consumidor perante um produto diferenciado com o respaldo de uma IG corrobora para a alegação realizada.

O estudo possui limitações quanto ao seu grau de abrangência. Ao utilizar-se o método do estudo de caso para a realização do trabalho, acaba-se não abordando variáveis específicas de toda a população de vitivinícolas presentes na delimitação proposta pela IPVUG. Mediante isto, estudos posteriores acerca dos demais sujeitos presentes nesta população podem ser realizados, a fim de se obter maiores detalhes acerca das perspectivas dos demais membros da IPVUG.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, M. M. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- BRASIL. Lei n. 9.279/96, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**. Brasília, 14 maio 1996. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9279.htm>. Acesso em: 10 mar. 2016.
- DA CUNHA, G. S. V. T. **Indicações geográficas e desenvolvimento regional sustentável: relações para a valorização de produtos agroalimentares em Santa Catarina**. 2015. 152 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional) – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional, Universidade Regional de Blumenau, Blumenau, 2015.
- FERNÁNDEZ, M. G. V. **Indicações geográficas e seus impactos no desenvolvimento de pequenos produtores do Vale dos Vinhedos – RS**. 2012. 129 f. Dissertação (Mestrado em Agronegócios) – Programa de Pós-Graduação em Agronegócios, Universidade de Brasília, Brasília, 2012.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GLASS, R. F. **Estratégia mercadológica**: as indicações geográficas como diferencial competitivo no mercado de vinhos. 2008. 157 f. Dissertação (Mestrado em Agronegócios) – Programa de Pós-Graduação em Agronegócios, Universidade de Brasília, Brasília, 2008.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Marketing essencial**: conceitos, estratégias e casos. 5. ed. São Paulo: Pearson, 2013.

PROGOETHE. **Histórico ProGoethe**. 2015. Disponível em: <<http://www.proGoethe.com.br/historico.php?id=1>>. Acesso em: 1 out. 2015.

SARTOR, S. B. **Caracterização química de uvas e vinhos Goethe produzidos na região de Urussanga – Santa Catarina**. 2009, 96 f. Dissertação (Mestrado em Ciência dos Alimentos) – Programa de Pós-Graduação em Ciência dos Alimentos, Universidade Federal de Santa Catarina, 2009.

SILVA, J. A. *et al.* **Relatório técnico 1** - delimitação e caracterização dos Vales da Uva Goethe. Universidade Federal de Santa Catarina – Centro de Ciências Agrárias, Departamento de Engenharia Rural, 2011.

VALES DA UVA GOETHE. **O histórico dos Vales da Uva Goethe**. 2015. Disponível em: <<http://www.valesdauvaGoethe.com.br/historico.php?id=1>>. Acesso em: 5 out. 2015.

VERGARA, S. C. **Métodos de pesquisa em administração**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

VIANNA, I. O. A. **Metodologia do trabalho científico**: um enfoque didático da produção científica. São Paulo: EPU, 2001.

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’. 2013. In: **VI Congresso Internacional Sistemas Agroalimentares Localizados**, 2013, Florianópolis. VI Congresso Internacional Sistemas Agroalimentares Localizados. Florianópolis: UFSC/Cirad.

VIEIRA, A. C. P.; BRUCH, K. L.; FORMIGHIERI, I.; RODEGHERO, C. A indicação geográfica como instrumento para o desenvolvimento de uma região: caso indicação de procedência do “Vales da Uva Goethe – SC”. **Revista da Propriedade Intelectual – Direito Contemporâneo e Constituição**, Aracaju-SE, n. 3, p. 407-405, 2014.

YAMAGUCHI, C. K.; VIEIRA, A. C. P.; BRUCH, K. L.; JENOVEVA NETO, R.; FELISBERTO, Z. Indicação geográfica como instrumento de criação do conhecimento nos Vales da Uva Goethe. **Perspectivas em gestão & conhecimento**, João Pessoa-PB, v. 3, n. 2, p. 145-160, jul.-dez. 2013.