

**CRIAÇÃO E DISSEMINAÇÃO DE CONHECIMENTO LOCAL EM PEQUENAS
EMPRESAS FAMILIARES: O CASO DE CANTINAS DE VINHO DA REGIÃO DA
QUARTA COLÔNIA DE IMIGRAÇÃO ITALIANA, NO RIO GRANDE DO SUL**

**THE CREATION AND DISSEMINATION OF LOCAL KNOWLEDGE IN SMALL
FAMILY FIRMS: THE CASE OF WINERIES FROM QUARTA COLÔNIA DE
IMIGRAÇÃO ITALIANA, IN RIO GRANDE DO SUL**

**CREACIÓN Y DISEMINACIÓN DE CONOCIMIENTO LOCAL EN LAS PEQUENAS
EMPRESAS FAMILIARES: EL CASO DE LA REGIÓN DE LA CUARTA COLONIA DE
INMIGRACIÓN ITALIANA, EN RIO GRANDE DO SUL, BRASIL**

Alisson Eduardo Maehler

Mestre em Administração pela Universidade Federal de Santa Maria – UFSM

Professor da Universidade Federal de Pelotas – UFPEL

E-mail: alissonadm@yahoo.com.br (Brasil)

Jonas Cardona Venturini

Mestre em Administração pela Universidade Federal de Santa Maria – UFSM

Professor na Escola de Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS

E-mail: jeventurini@ea.ufrgs.br (Brasil)

CRIAÇÃO E DISSEMINAÇÃO DE CONHECIMENTO LOCAL EM PEQUENAS EMPRESAS FAMILIARES: O CASO DE CANTINAS DE VINHO DA REGIÃO DA QUARTA COLÔNIA DE IMIGRAÇÃO ITALIANA, NO RIO GRANDE DO SUL

RESUMO

Esse artigo se constituiu em um estudo de múltiplos casos, que envolveu a realização de entrevistas com proprietários de três cantinas artesanais de produção de vinho, localizadas na a quarta colônia de imigração italiana, na região central do Estado do Rio Grande do Sul, Brasil. Buscou-se, nesse contexto, analisar quais as influências da localidade, da proximidade e das relações sociais nos processos de criação e transferência de conhecimento local. Os dados foram coletados por meio da realização de entrevistas semiestruturadas com os proprietários de cantinas artesanais, que se situam no mesmo município, em uma mesma localidade, situadas poucos quilômetros umas das outras. Como resultado, destaca-se que a proximidade geográfica, *per se*, não é condição suficiente para que o conhecimento seja criado, transmitido e mantido em organizações de uma dada localidade. Particularmente no caso de produtos artesanais, tais como o vinho, e que envolvem uma grande parcela de conhecimentos tácitos, o estabelecimento de relações sociais e familiares é condição necessária para que o conhecimento possa ser criado, compartilhado e preservado na localidade. Contudo, uma série de problemas, tais como o fato de o conhecimento de produção vinícola ser essencialmente tácito e não codificado; o desinteresse das novas gerações com o conhecimento que se possui e as fracas interações e o compartilhamento de conhecimento entre os vinicultores, vem sendo observados na localidade analisada e que fazem com que o conhecimento fique limitado a algumas famílias e não seja mantido ao longo do tempo.

Palavras-chave: Artesanal; Conhecimento; Conhecimento Local; Familiar; Região.

THE CREATION AND DISSEMINATION OF LOCAL KNOWLEDGE IN SMALL FAMILY FIRMS: THE CASE OF WINERIES FROM QUARTA COLÔNIA DE IMIGRAÇÃO ITALIANA, IN RIO GRANDE DO SUL

ABSTRACT:

The researchers performed a multi-case study that involved interviews with the owners of three wineries, located in the region of “Quarta Colônia de Imigração Italiana”, the central area of the Brazilian state of Rio Grande do Sul. They aimed to analyze the influence of location, proximity and social relations in the processes of creation and transfer of local knowledge. Semi-structured interviews were conducted with the owners of the wineries, which are in the same municipality and in the same area, a few kilometers from each other. The results highlight that geographical proximity *per se* is not sufficient for knowledge to be created, transmitted and maintained in a given locality. Particularly in the case of handicraft products such as wine, which involves a large portion of tacit knowledge, the establishment of social relations and family networks is a necessary condition for knowledge to be created, shared and saved. However, a series of problems have been observed and analyzed in the locality, which restricts that knowledge within some families and prevents it from being maintained over time. For example, wine production knowledge is essentially tacit and not codified; there is an indifference of younger generations regarding the knowledge base of the elderly; weak interactions and knowledge sharing exist among winemakers.

Keywords: Familiar; Knowledge; Handmade; Local Knowledge; Region.

CREACIÓN Y DISEMINACIÓN DE CONOCIMIENTO LOCAL EN LAS PEQUEÑAS EMPRESAS FAMILIARES: EL CASO DE LA REGIÓN DE LA CUARTA COLONIA DE INMIGRACIÓN ITALIANA, EN RIO GRANDE DO SUL, BRASIL.

RESUMEN

Este artículo se constituyó en un estudio de casos múltiples a través de entrevistas con los propietarios de tres tabernas artesanales de producción de vino localizadas en la cuarta colonia de inmigración italiana, en la región central del Estado de Rio Grande do Sul, Brasil. En ese contexto fue analizado cuáles son las influencias de la localidad, de la proximidad y de las relaciones sociales en los procesos de creación y transferencia de conocimiento local. Los datos fueron recolectados a través de entrevistas semi-estructuradas con los propietarios de tabernas artesanales, que se localizan en el mismo municipio, en una misma localidad, situadas a pocos kilómetros unos de los otros. Como resultado, se destaca que la proximidad geográfica, *per se*, no es condición suficiente para que el conocimiento sea creado, transmitido y mantenido en organizaciones de un lugar dado. Particularmente, en el caso de productos artesanales, como el vino, y que involucran una gran parte de conocimientos tácitos, la existencia de relaciones sociales y familiares es una condición necesaria para que el conocimiento pueda ser creado, compartido y preservado en el lugar. Sin embargo, se han observado una serie de problemas, tales como el hecho del conocimiento de producción vinícola ser esencialmente tácito y no codificado; el desinterés de las nuevas generaciones con el conocimiento que se posee y las interacciones débiles y el conocimiento que se comparte entre los viticultores, lo cual hace que el conocimiento se limite a algunas familias y no sea mantenido a lo largo del tiempo.

Palabras-clave: Artesanal; Conocimiento; Conocimiento Local; Familiar; Región.

1 INTRODUÇÃO

Talvez em nenhum outro momento, a sociedade tenha passado a valorizar tanto o conhecimento como nos dias atuais. Mais do que nunca, esse recurso passou a ser vital para o desenvolvimento da economia, da política e das pessoas. Porter (2001), ao estudar a vantagem competitiva das nações, deu grande ênfase às questões, tais como educação, criatividade, investimentos em ciência e tecnologia e, conseqüentemente, ao preparo intelectual das nações estudadas.

Nesse contexto, tem-se que a competitividade de um país pode e é desenvolvida por seus habitantes, de modo que as condições naturais “herdadas” são apenas um aspecto, mas não o essencial, para explicar o progresso. O que explica, em parte, o desenvolvimento de países de primeiro mundo é sua capacidade de inovar, sua competência em determinadas áreas e o potencial de seu povo. Assim sendo, na era da informação (ou do conhecimento), o ativo mais importante para as modernas empresas passa a ser o conhecimento e sua gestão (Foos et al., 2010).

Mais do que terra, capital e trabalho, os fatores de produção dos economistas clássicos, o que realmente irá diferenciar uma empresa e um país de outro será sua capacidade de inovar e de gerir o conhecimento acumulado em décadas de pesquisa, prática e interação. Como bem observam Baskerville e Dulipovici (2006), a gestão do conhecimento tem emergido como um importante campo de pesquisa nas organizações. Tal área que engloba disciplinas, tais como economia, psicologia, administração, direito, inteligência artificial, comportamento organizacional, entre outras, vem ganhando cada vez mais destaque na literatura acadêmica e no cotidiano das empresas (Baskerville; Dulipovici, 2006; Wu *et al.*, 2007).

Hall (1997), ao analisar o paralelo global x local, observa que, ao mesmo tempo em que a globalização massifica e homogênea, cria também uma maior fascinação e interesse pelo “local”. A globalização ao focar nichos de mercado, explora, na verdade, diferenças locais. Para o autor, “parece improvável que a globalização vá simplesmente destruir as identidades nacionais. É mais provável que ela vá produzir, simultaneamente, novas identificações *globais* e novas identificações *locais*” (Hall, 1997, p. 84).

Relacionado a essa discussão, que será desenvolvida no artigo, observa-se também no Brasil, mais especificamente no Estado do Rio Grande do Sul, o desenvolvimento de regiões em que o conhecimento local gera uma *expertise* aplicada à produção de bens e serviços específicos. Embora cada vez mais o Brasil seja integrado ao mercado internacional, resistem ambientes em que o “local” se faz presente, preservando um conhecimento acumulado ao longo de muitos anos.

Nesse sentido, o local, o característico, como são as cantinas artesanais de produção de vinho da Região da Quarta Colônia de Imigração Italiana no RS, apresenta-se como interessante objeto de pesquisa em termos de gestão do conhecimento, particularmente na discussão do conhecimento local. Uma região que guarda os traços da colonização italiana, preservando seus usos e costumes, suas tradições e seu conhecimento herdado dos antepassados e que é passado, principalmente de forma oral, de geração em geração, produz produtos únicos e diferenciados, como o vinho.

Nesse artigo, destaca-se a gestão do conhecimento local, ou seja, o conhecimento produzido, localizado e depositado em um determinado espaço geográfico, que apresenta características que o tornam único e específico, ligado a um contexto histórico, cultural e social. Em um momento em que o processo de globalização se acentua, como mencionado, massificando culturas e valores, há também uma contracultura, que busca valorizar os saberes e conhecimentos locais, a regionalidade e os aspectos locais (Lastres; Cassiolato, 2003; Friedman, 2007).

Somado a esse aspecto, alguns autores, em especial Giuliani (2005; 2007), vêm questionando a estratégia de aglomerações produtivas, como são os *clusters* industriais, por considerar que apenas a proximidade geográfica sozinha não é condição suficiente para a troca de conhecimentos entre as firmas. Para a autora, o estabelecimento de relações sociais fortes seria um componente importante para a difusão de conhecimento intracluster e mesmo dentro da localidade. Autores como Porter (2001) tangenciaram o papel social nas questões referentes às aglomerações produtivas, o que vem sendo ressaltado por vários autores, entre eles McCann e Folta (2008).

Nesse artigo, busca-se compreender qual o papel da localidade, da proximidade geográfica e das relações sociais na criação e transferência de conhecimento, especialmente no caso de cantinas artesanais produtoras de vinho, sob a ótica dos familiares gestores. Assim, aborda-se a questão social, de modo a suprir algumas das lacunas como as identificadas por autores como Giuliani (2005; 2007). Observa-se pela análise da literatura uma ampla quantidade de trabalhos tratando sobre casos de regiões de países desenvolvidos, sobretudo da Itália com seus distritos industriais. No Brasil, ainda são reduzidas as pesquisas sobre a temática, o que configura um ponto de partida para novas discussões.

No caso das cantinas artesanais de produção de vinho, localizadas na região da Quarta Colônia de Imigração Italiana, no centro do Estado do RS, há a formação de uma série de pequenas empresas familiares (ou cantinas) que se situam em uma mesma região. A imigração italiana, ocorrida no Brasil no século XIX, aliada às condições geográficas e políticas fez com que as famílias se localizassem muito próximas umas das outras. O importante a ressaltar é que tais características históricas, culturais e geográficas permitiram que o conhecimento acumulado entre

Criação e Disseminação de Conhecimento Local em Pequenas Empresas Familiares: O Caso de Cantinas de Vinho da Região da Quarta Colônia de Imigração Italiana, no Rio Grande do Sul

as gerações permanecesse nesse local. Tanto que diversas práticas antigas de produção vinícola se mantêm presentes nos dias atuais, embora em escala reduzida.

Assim, a questão de pesquisa é: como se dá o processo de geração, acumulação e transferência de conhecimento (a nível local) em cantinas artesanais de produção de vinho situadas na região da Quarta Colônia de Imigração Italiana do RS, sob a ótica de seus familiares/gestores? Qual o papel da localidade e das relações sociais/familiares nesse processo? Quais foram as características das cantinas pesquisadas nesse contexto?

O problema de pesquisa teve sua origem no fato de que, apesar de possuir um conhecimento local acumulado ao longo de várias décadas, tradição na fabricação de vinhos e várias famílias produtoras com conhecimento especializado sobre o assunto, tanto as cantinas quanto a região não vem se desenvolvendo como esperado, como demonstram alguns dados socioeconômicos relacionados ao PIB, renda *per capita* e o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) (Prefeitura Municipal de Silveira Martins, 2011). Além disso, atualmente a região da Quarta colônia de imigração italiana é uma das mais pobres das regiões de colonização italiana do RS.

Esse artigo está organizado da seguinte forma: no primeiro capítulo, aborda-se a questão da região, localidades e proximidade geográfica. Em seguida, no segundo capítulo, aborda-se a questão do conhecimento e sua relação com as empresas, em especial as de pequeno porte; a terceira parte, aborda a questão das redes sociais, de forma a possibilitar a análise das relações entre os atores. Logo após são destacados os aspectos metodológicos e a análise dos resultados encontrados. Por fim, são apresentadas as conclusões do estudo e apresentadas indicações para trabalhos futuros.

2 REVISÃO DA LITERATURA

No intuito de compor as teorias de base que substanciam esse fenômeno, destacam-se quatro grandes subtópicos, a saber: localidade e proximidade geográfica; o conhecimento e as pequenas empresas, o conhecimento local e a transferência de conhecimento.

2.1 LOCALIDADE E PROXIMIDADE GEOGRÁFICA

Como observaram Pereira e Carvalho (2008), vários estudos têm apontado que a concentração geográfica de empresas em uma mesma localidade apresenta vantagens para o desenvolvimento tanto das firmas quanto dos países e das regiões em que se situam. Ainda segundo

os autores, os estudos realizados em pequenas e médias empresas localizadas na região do Vale do Silício, nos EUA, mostram a importância desse tipo de organização industrial para a promoção e o desenvolvimento local.

Porter (2001), em sua seminal obra sobre a vantagem competitiva das nações, considera que a especialização e as competências específicas das localidades são vitais para a competitividade. A especialização e capacitação dos recursos humanos, o grau de inovatividade, a flexibilidade e o conhecimento geram mais impacto do que as características naturais e físicas. Na mesma linha, Furtado (2002) considera que o desenvolvimento se apresenta de forma esparsa nos países e o que mais se observa são “regiões” mais ou menos desenvolvidas em um mesmo país.

Nesse contexto, a localização de uma empresa em relação às demais pode ser um fator que contribui para o seu sucesso. Não é à toa que muitos autores têm se preocupado com a localização de plantas industriais e de empresas (Siqueira; Telles, 2006). Um dos conceitos que analisou com bastante ênfase a localização de empresas e seus impactos foi a ideia de *Cluster*, elaborada por Porter, que percebeu que determinadas regiões apresentam uma concentração peculiar de empresas, que exploram um determinado ramo ou segmento de negócios. A vantagem que o agrupamento traz para a região e para as empresas passou a dominar os estudos de estratégia, em especial os de Schimitz (2000), Porter (2001), Giuliani (2005), entre outros.

Siqueira e Telles (2006) observam que, no caso de *clusters* de manufaturas, a concentração geográfica estimula o surgimento de fornecedores próximos às empresas. Soma-se a isso o fato de existirem clientes nesse mesmo espaço e tem-se uma cadeia completa: de fornecedores aos clientes finais. Nesse sentido, a região e o espaço geográfico desempenham papel relevante no desenvolvimento e na competitividade das empresas.

As condições encontradas na Região da Quarta Colônia de Imigração italiana do RS são muito semelhantes às encontradas na da 3ª Itália, região essa que foi objeto de estudo de diversos autores que analisaram a cooperação entre firmas e a concentração geográfica, como Casarotto Filho e Pires (2001); Morrison e Rabellotti (2005); Gurrieri (2008) e Chirico (2008), entre outros. No caso italiano, cujas estratégias empresariais serviram de modelo para várias empresas e políticas públicas brasileiras, a cooperação e a atuação conjunta de empresas, em especial as de pequeno porte, foram constantemente estudados. Contudo, mesmo ambientes colaborativos enfrentam problemas e nem sempre os resultados esperados são alcançados, como será mostrado adiante.

2.2 O CONHECIMENTO E AS PEQUENAS EMPRESAS

Na teoria da criação do conhecimento, adotou-se a definição tradicional do conhecimento como “crença verdadeira justificada”, um processo humano dinâmico de justificar a crença pessoal com relação à “verdade”. Nesse processo, a informação é um meio ou material necessário para extrair e construir o conhecimento, que é identificado como a crença produzida (ou sustentada) pela informação.

Nonaka (1994) realiza uma distinção entre os dois tipos de conhecimento organizacional existente, o que é fundamental para a análise da criação, gestão e transferência desse recurso: o conhecimento tácito e o explícito (Nonaka realiza essa distinção a partir do trabalho de Polanyi). O conhecimento tácito é pessoal, específico ao contexto, está contido nas falas e narrativas, nas ideias e conceitos. Já o conhecimento explícito refere-se ao que é passível de ser transmitido em linguagem formal e sistemática (como por meio da escrita), sendo, portanto mais fácil de ser transferido e acumulado, entre pessoas e entre empresas. Ainda para Nonaka (1994, p. 17), “o conhecimento só é criado por indivíduos. A organização apóia os indivíduos criativos ou lhes proporciona contextos para a criação de conhecimento”. A criação do conhecimento organizacional, segundo o autor, deve ser entendida como um processo que amplia, na organização, o conhecimento criado pelos indivíduos, cristalizando-o como parte de sua rede de conhecimentos.

Como a literatura gerencial trata conhecimento atrelado à competitividade das organizações? Principalmente por meio da geração de inovações e, conseqüentemente, da diferenciação em relação aos concorrentes. Empresas com elevada base de conhecimento, como destacado por Cohen e Levinthal (1990), teriam mais facilidade em absorver conhecimento externo, processá-lo e gerar novos produtos e processos.

No caso das micro e pequenas empresas, em que a competição via economia de escala é reduzida, a diferenciação por meio de produtos inovadores é uma alternativa. Assim, é necessária que seja incentivada a criação, o compartilhamento e a transferência de conhecimento também nessas organizações, com vistas à criação de empresas capazes de competirem numa sociedade do conhecimento.

2.3 CONHECIMENTO LOCAL

Recentemente, vem sendo dada atenção à questão do conhecimento local. Kesidou e Romijn (2008) abordaram a questão dos *spillovers* de conhecimento locais (pessoas, empresas e instituições, que “transbordam” conhecimento) e que nos países desenvolvidos são os maiores

incentivadores de conhecimento local e crescimento. Contudo, o foco nos estudos são ligações internacionais para adquirir conhecimento, negligenciando o local. Para os autores, o objetivo é entender como os *spillovers* locais geram e transmitem conhecimento, especialmente em países em desenvolvimento. Para isso, os autores pesquisaram empresas de *softwares* do Uruguai e concluíram que os *spillovers* locais têm forte impacto na inovação e na *performance* das firmas, por meio, principalmente, de contatos informais, empresas *spin-offs* e mobilidade de pessoal nas empresas.

Ainda não parece claro na literatura o que exatamente constitui o conhecimento local. Evidências, contudo, apontam para o conhecimento que está localizado em pessoas e instituições de uma dada localidade e não apenas nas empresas. Tal conhecimento é bastante particular a um dado espaço geográfico e é resultado da trajetória histórica, da interação social, da geografia entre outros aspectos, constituindo-se, portanto em um recurso valioso, raro e de difícil imitação, como ressaltado pela Visão Baseada em Recursos (RBV).

Cada vez mais as políticas públicas, como ressaltam Gertler e Wolfe (2004), visam prover boas condições para gerar crescimento de formas de atividades econômicas mais intensivas de conhecimento, no contexto de sistemas de inovação dinâmicas e regiões de aprendizagem. Exercícios de previsão regional podem ser úteis para ajudar as estratégias econômicas, ou seja, atividades de planejamento e execução que transformam o conhecimento de uma localidade em produtos e serviços inovadores capazes de diferenciar regiões e levar ao desenvolvimento econômico local e regional. Contudo, a relação entre conhecimento e políticas públicas é pobremente estudada, de forma que muito ainda necessita ser desenvolvido para, de fato, se gerar vantagens a partir de localidades.

2.4 TRANSFERÊNCIA DE CONHECIMENTO

A teoria sobre criação de conhecimento tem sido influenciada pelos trabalhos de Nonaka (1994) e Nonaka e Takeuchi (1997), que desenvolveram um modelo de criação de conhecimento organizacional. No modelo de Nonaka (1994), o conhecimento é criado por um processo chamado de conversão. É por meio dessa conversão, como coloca Balestrin, Vargas e Fayard (2008), que o conhecimento tácito e explícito são qualitativamente e quantitativamente expandidos. Há, nesse sentido, quatro formas de se realizar essa conversão: socialização (conversão de conhecimento tácito em conhecimento tácito); externalização (conversão de conhecimento tácito em conhecimento explícito); combinação (conversão de conhecimento explícito em conhecimento explícito) e internalização (conversão de conhecimento explícito em conhecimento tácito).

Criação e Disseminação de Conhecimento Local em Pequenas Empresas Familiares: O Caso de Cantinas de Vinho da Região da Quarta Colônia de Imigração Italiana, no Rio Grande do Sul

Esse modelo também é chamado de socialização, externalização, combinação e internalização (Seci), tendo sido bastante difundido em várias pesquisas ao redor do mundo. Observa-se, pela análise dos trabalhos de Nonaka e Takeuchi, que o conhecimento sempre tem sua origem no indivíduo e este pode repassá-lo, por meio de vários meios, como os sistemas de informação (SI), ou por meio de interação nos grupos, para toda a organização. Uma vez que o conhecimento se faz presente nos indivíduos, como mencionado, é preciso que seja difundido pela firma. Os sistemas de informação cumprem importante papel nesse sentido (Tseng, 2008). Contudo, os sistemas de informação, ou mais especificamente os sistemas de informação e apoio à decisão, possuem capacidade limitada de difundir informação.

A difusão e o compartilhamento do conhecimento pode se dar tanto interna quanto externamente nas organizações, por meio de processos de interações entre indivíduos e entre empresas. Recentemente, como o interesse crescente sobre os aspectos de colaboração interorganizacional, os relacionamentos entre os indivíduos para o compartilhamento de conhecimento têm se mostrado uma boa vertente de pesquisa, gerando trabalhos nas mais diversas áreas do conhecimento científico, como sociologia, economia e administração.

Como mencionado, aspectos como o estabelecimento de relações cooperativas (redes, alianças estratégicas, entre outros), bem como a proximidade geográfica (*clusters*, arranjos produtivos locais), facilitam o processo de interação e transferência de conhecimento, em razão especialmente do estabelecimento de relações sociais, quer sejam estas formais ou informais. Nesse sentido, interessante trabalho foi desenvolvido por Balestrin, Vargas e Fayard (2008) ao analisar os processos de criação e transferência de conhecimento em redes de pequenas empresas, considerando, segundo os autores, que, em tal modalidade de cooperação, os estudos quanto a essa temática ainda são reduzidos. Contudo, esse trabalho foca apenas o conjunto de empresas pertencentes a uma única rede. Outros trabalhos, como de Strauch e Zucatto (2008) focam os *clusters*.

Como observa Ahmadjian (2008), o foco dos estudos sobre criação do conhecimento tem se deslocado das firmas, de modo individual, para as redes de empresas interconectadas. Contudo, alguns autores começam a entender redes de empresas (ou mesmo aglomerações de empresas) como sendo “grandes firmas”, ou seja, estruturas hierárquicas coordenadas que visam reduzir custos de transição com o mercado. Ao invés de se utilizarem os esforços produtivos de uma firma apenas, várias firmas em conjunto são coordenadas para que atinjam certos objetivos. Barney e Hesterly (2004) descrevem essas redes como “estruturas híbridas”, que não seriam nem firma e nem mercado.

No texto elaborado por Ahmadjian (2008), dois contextos diferentes de relações interorganizacionais são destacados: o primeiro é a relação da empresa Toyota com seus fornecedores, em um processo de rede vertical (empresa sede com seus fornecedores); outro contexto é a aglomeração de empresas de tecnologia do Vale do Silício, nos EUA. Nesses contextos, um forte *ba* é desenvolvido, sendo esse *ba* o espaço físico e social em que o conhecimento é criado. A ideia do *ba* foi concebida por Nonaka, para quem o conhecimento é mais facilmente criado em certos espaços, em especial no interior das empresas. Contudo, o conceito de *ba* vem sendo expandido, sendo também utilizado na análise de processos de criação de conhecimento em relacionamentos interorganizacionais, que propiciem maior interação entre os atores, quer sejam esses espaços redes ou alianças entre as firmas ou mesmo *clusters* industriais.

Balestrin, Vargas e Fayard (2008) e Ahmadjian (2008), observam, citando o trabalho de Nonaka, que o *ba* é uma plataforma onde o conhecimento é criado, compartilhado e explorado. Um *ba* adequado deve proporcionar aos participantes uma linguagem compartilhada, metáforas comuns e rotinas bem entendidas para a comunicação. Na medida em que redes de empresas e *clusters* se transformam em *bas* de conhecimento, o mesmo pode mais facilmente ser criado, difundido e absorvido pelas organizações e pelos atores envolvidos no processo. Contudo, Nonaka e Takeuchi (1997) não exploram a criação de conhecimento fora da organização, em especial em ambientes colaborativos, o que tem se tornado uma interessante vertente de pesquisas.

Em que pese os relacionamentos interorganizacionais em termos de *clusters* industriais, o trabalho de Ahmadjian (2008), apresenta algumas considerações importantes, ao mencionar o exemplo do Vale do Silício nos EUA. O modelo encontrado nesse exemplo demonstra a importância do *ba* cultura, valores, linguagem, e espaço físico compartilhados. Contudo, mais do que isso, o *ba* lá encontrado é definido por uma indústria e uma região, e não por uma empresa focal, como no caso da Toyota e seus fornecedores. O conhecimento é criado em razão da existência de fortes vínculos e relacionamentos entre empresas e instituições de ensino e pesquisa. Diversas empresas, ligadas por fortes relacionamentos entre os proprietários, que interagem com universidades e empresas de capital de risco, difundem e compartilham o conhecimento localizado.

Na visão de Marshall (1920), um dos pioneiros dos estudos sobre aglomerações produtivas, bem como de Porter (1998), o conhecimento existente em uma região estaria “no ar”, disponível para as firmas localizadas no *cluster*, transbordando entre uma organização e outra, o que geraria uma grande vantagem às firmas ali localizadas. Os processos de interação entre firmas, a gestão e a proximidade física tenderiam a transformar, quase que de forma automática, conhecimento em vantagem para as firmas e para o *cluster*. A região em si poderia ser vista como um repositório de conhecimento, disponível a todos e constituindo-se em um forte atrativo para novas empresas

Criação e Disseminação de Conhecimento Local em Pequenas Empresas Familiares: O Caso de Cantinas de Vinho da Região da Quarta Colônia de Imigração Italiana, no Rio Grande do Sul

entrantes, gerando mais conhecimento, em um ciclo virtuoso de progresso e desenvolvimento econômico.

Contudo, a simples aglomeração de empresas em um determinado espaço (ou em outras palavras, a proximidade geográfica *per se*), vem sendo questionada por alguns autores como geradora de vantagem competitiva para as firmas, em especial ao se tratar de conhecimento organizacional. Dois argumentos colaboram para esse raciocínio: o primeiro, de que são as relações sociais, mais do que a simples proximidade geográfica, que permite ao conhecimento fluir e servir de vantagem às firmas. Outro argumento coloca que mesmo em *cluster* a mortalidade de empresas é alta e que, mesmo em um contexto que apresenta as mesmas condições, as firmas superam-se umas as outras.

Em relação à questão das relações sociais, um trabalho vem sendo desenvolvido por Giuliani (2005; 2007), ao colocar a questão de que o conhecimento se distribui e é absorvido de forma desigual em um *cluster*, em razão das relações sociais e da capacidade absorptiva das firmas (capacidade de transformar conhecimento em vantagem competitiva). Assim, segundo a autora, algumas firmas (em um *cluster*) e alguns *clusters* se desenvolvem mais do que outros.

Por fim, os tópicos apresentados discutiram a inter-relação teórica envolvendo localidade proximidade geográfica, o conhecimento e o desenvolvimento de pequenas empresas, o conhecimento local e a transferência de conhecimento. Tais elementos irão auxiliar na discussão sobre o conhecimento local em cantinas artesanais na região da Quarta Colônia de Imigração italiana do RS, aprofundando o entendimento sobre as especificidades do local e a geração de produtos únicos e diferenciados.

3 MÉTODO, INSTRUMENTOS E PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS

Essa pesquisa constituiu-se em um estudo de caso (análise de múltiplos casos), pois envolveu a realização de entrevistas com três cantinas artesanais de produção de vinho, localizadas na região da Quarta Colônia de Imigração Italiana, na região central do RS. Buscou-se, nesse contexto, analisar quais as influências da localidade, da proximidade e das relações sociais nos processos de criação e transferência de conhecimento local.

A respeito do estudo de caso, empregado nesse estudo, Yin (2001) o classifica como um questionamento empírico que investiga um fenômeno contemporâneo em seu contexto real de vida, quando os limites entre fenômeno e contexto não são claramente evidentes, e nos quais múltiplas fontes de evidência são usadas. Sendo assim, as evidências são baseadas na realização de

entrevistas, na visita *in loco* nas cantinas e na análise documental, como será mostrado adiante. Esse trabalho apresenta, em sua metodologia de pesquisa, a abordagem qualitativa por se tratar da mais adequada forma para análise aprofundada de um fenômeno, que é o que está sendo buscado por meio do estudo de caso.

3.1 COLETA, ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Os dados foram coletados por meio de realização de entrevistas semiestruturadas com os proprietários das cantinas pesquisadas. As entrevistas foram agendadas previamente por meio de contato com a secretaria de Turismo e Cultura do município de Silveira Martins, que indicou as cantinas a serem pesquisadas, em razão da facilidade de acesso às informações e ao seu bom nível de organização. Assim, a escolha dos casos foi intencional, por meio de indicação da prefeitura municipal, fato este o que auxiliou no acesso às propriedades e no contato entre pesquisadores e pesquisados. O auxílio do setor público foi de fundamental importância, pois possibilitou o estabelecimento de maior confiança entre os atores da pesquisa. Foram realizadas visitas às propriedades no momento em que eram feitas as entrevistas, com a realização de observações *in loco*. Além disso, foram consultados *sites* institucionais (prefeitura, região da Quarta Colônia, IBGE) e documentos com informações técnicas e turísticas tanto sobre as cantinas quanto sobre a região.

Para análise dos dados, decidiu-se categorizar a transcrição das entrevistas por questão e em cada tópico, analisando-se o caso de cada família. Tal procedimento se aplicou também na seção de análise dos dados. As entrevistas foram realizadas em setembro de 2008, e foram gravadas e transcritas. O roteiro foi baseado na literatura sobre conhecimento local, em especial Giuliani (2005; 2007), Davenport (2005) e Gurrieri (2008).

3.2 DESCRIÇÃO DO CONTEXTO E DOS OBJETOS DO ESTUDO

Uma vez que esse artigo aborda especialmente a questão do conhecimento local e do papel da localidade nos processos de criação e transferência de conhecimento, considerou-se ser importante o estabelecimento de um tópico específico sobre a descrição da localidade analisada.

3.2.1 O CONTEXTO: AS CANTINAS E A REGIÃO DA QUARTA COLÔNIA

Para a realização do trabalho, foram pesquisadas três cantinas familiares: a da família Paduim; a da família Salla e a da família Torri. Essas cantinas situam-se no mesmo município, em uma mesma localidade, situadas poucos quilômetros umas das outras. As cantinas são artesanais, localizadas em pequenas propriedades rurais e utilizam mão de obra estritamente familiar. As terras pertencem às famílias há muitas gerações, desde o início da colonização italiana naquela região. Assim, como a propriedade, o conhecimento sobre a fabricação artesanal de vinho vem sendo passado de uma geração à outra.

A região da Quarta colônia é predominantemente de colonização italiana e está localizada no Centro do estado do RS (Quarta Colônia, 2011). De forma mais precisa, pode-se dizer que está situada entre os Campos da Depressão Periférica Central e os Campos do Planalto Médio, Bacia do rio Jacuí. Os municípios que a compõem são: Agudo; Dona Francisca; Faxinal do Soturno; Ivorá; Nova Palma; Pinhal Grande; Restinga Seca; São João do Polesine e Silveira Martins. A Figura 1 a seguir apresenta um mapa mais detalhado da região:

Figura 1 - A Região da Quarta Colônia, no RS.



Como se pode perceber pela análise do mapa apresentado, a região é composta por nove pequenos municípios, que abrangem uma área total de 2.923 km² e uma população de 60.711 habitantes. O ponto mais alto da região está situada no município de Agudo, 600m do nível do mar, e o mais baixo, 40m no município de Restinga Seca (Quarta Colônia, 2011). A base de sua

economia está focada na agricultura de pequeno porte, artesanato, turismo e comércio e serviços, ainda que de forma bastante restrita.

Com isso, tem-se que a região apresenta uma boa perspectiva de análise do conhecimento local, uma vez que apresenta uma série de pequenas empresas, em sua maioria de gestão familiar, e que ainda mantêm forte laço de relacionamento com a localidade e suas origens. Isso pode ser constatado na arquitetura do local (com traços italianos), na gastronomia, na cultura e nos roteiros turísticos desenvolvidos com apoio do Sebrae-RS.

Com vistas a preservar e desenvolver o potencial da região, instituiu-se o Consórcio de Desenvolvimento Sustentável da Quarta Colônia (Condesus), numa aliança formada pelos nove municípios da região (Quarta Colônia, 2011).

Dando sentido à questão da aliança e de cooperação, em 1996 o consórcio citado criou e aprovou o Projeto de Desenvolvimento Sustentável da Quarta Colônia – (Prodesus/Quarta Colônia). Segundo Quarta Colônia, (2011), em cumprimento aos objetivos do projeto em questão, se reuniram em Assembleia Geral para a fundação, eleição e posse do primeiro Presidente do Consórcio de Desenvolvimento Sustentável da Quarta Colônia – (Condesus/Quarta Colônia), o Prefeito de Faxinal do Soturno e o Vice-Presidente e o Prefeito Municipal de Ivorá. A composição da direção do projeto sofre alterações de tempos em tempos.

Assim, o estabelecimento de relações de cooperações entre municípios, embora não seja objeto principal de pesquisa desse trabalho, pode vir a ser uma linha interessante de investigação, haja visto o foco de tais abordagens na área empresarial. Como se dá a dinâmica de cooperação entre organismos públicos, quais os mecanismos de governança e quais os ganhos e possíveis perdas da relação são questões que não têm recebido muita atenção das pesquisas acadêmicas. Contudo, uma exceção é o trabalho de Gertler e Wolfe (2004), como já mencionado, que analisou como os formadores de políticas públicas podem propiciar crescimento de atividades econômicas nas suas regiões de atuação.

4 ANÁLISE DOS DADOS

A análise dos resultados deu-se em torno de cinco eixos de discussão: a) discussões acerca do conhecimento local; b) a transmissão do conhecimento local; c) O papel da região na criação/transmissão do conhecimento; d) O papel dos laços sociais e familiares na criação / transmissão do conhecimento e e) Conhecimento local e diferenciação da produção. Em cada tópico, os casos pesquisados são discutidos de forma individual, mas de modo a realizar a convergência de aspectos em comum. Ao final, foi realizado um apanhado geral dos dados encontrados.

4.1 DISCUSSÕES ACERCA DO CONHECIMENTO LOCAL

Como mencionado, as discussões sobre conhecimento local têm emergido de forma mais acentuada nos últimos anos. Nesse sentido, os entrevistados foram unânimes em afirmar que existe um conhecimento tácito que está “embebido” na região e que se desenvolveu em razão de uma série de fatores. Tal conhecimento pode ser visto como um importante recurso estratégico, como pregado pela teoria da RBV. Segundo essa teoria, recursos estratégicos são valiosos, raros, de difícil imitação. Além disso, sua origem está atrelada a um contexto histórico (*path dependence*, ou dependência de caminho) e é socialmente construído, por meio das interações sociais.

Embora o poder público municipal recentemente tenha percebido o valor de tal conhecimento, algumas críticas são postas pelos entrevistados. Em especial, as críticas se dirigem aos poderes estadual e federal, por não incentivarem sua produção primária; a alta carga de tributação e a falta de um planejamento em longo prazo para a região. Assim, mesmo o conhecimento sendo percebido como recurso, transformá-lo em vantagem competitiva é um estágio difícil e demorado, e que envolve interação entre agentes públicos e privados.

4.2 TRANSMISSÃO DO CONHECIMENTO LOCAL

Um dos aspectos que muito contribui para a transmissão de conhecimento entre firmas em uma mesma localidade é a proximidade (Davenport, 2005) e os laços sociais (Morrinson; Rabellotii, 2005; Gurrieri, 2008; Kesidou; Romijn, 2008). Nesse sentido, destaca-se que o meio utilizado para esse compartilhamento é, principalmente, é a narrativa, ou seja, as histórias que são passadas de geração em geração, em especial por se tratar de um conhecimento, em sua maior parte, tácito. Connell *et al.* (2004) ressaltam o papel das narrativas, de modo que a teoria se confirmou na prática. Essencialmente, o conhecimento é transmitido sob a forma oral, transmitido de pai para filho e por meio da prática e da observação, do acompanhamento das atividades. Como observa a entrevistada da Família Paduim:

(...) o pai aprendeu com o avô, e os outros também. O esposo também seguia a linha do pai. Eu passei para os filhos, sempre na mesma linha, o mesmo vinho de anos atrás. Aprendi a fazer na prática, pelas histórias, pelas conversas. Não tenho nada gravado, escrito, tá (sic) tudo na minha cabeça, na minha memória. A pipa deve estar sempre cheia, para não oxidar. Não pode pegar ar, isso foram os antigos que falaram. Seria importante anotar, mas acho difícil, teria que acompanhar um ano todo, uma safra, tem coisas que só mostrando tem como aprender. (Entrevistada 1).

Na mesma linha de pensamento, o mesmo se percebe na análise da entrevista do proprietário da Cantina Salla.

A gente faz vinho há muitos anos, pela prática, com meu pai. Meu filho continua, trabalha comigo, tem outras coisas que a gente planta também. Vende tanto vinho como uva in natura, também fazendo suco. O filho também aprendeu na prática. Eu sei muita coisa de cabeça, não tenho nada anotado, meu filho estudou um pouco, mas nada de mais. Eu li um livro uma vez sobre como fazer vinho, um livro bastante antigo, em italiano, mas importante. Eu estudei esse livro, aí achei um em português, mas era emprestado. Fui em Caxias (Caxias do Sul, no RS) na estação experimental (da EMBRAPA), mas eles não emprestavam e não tinha para vender, não existe mais, não fazem mais esse livro. Meu filho achou o livro na universidade, aí ficou uns dias aqui, mas não fiz cópia. O conhecimento é passado de forma oral, histórias que contamos. (Entrevistado 2).

Como pode ser observado, os discursos são bastante semelhantes. Ainda na mesma linha, o entrevistado da cantina Torri acrescenta que o conhecimento é passado “de forma oral, de forma informal. Eu aprendi desde pequeno, trabalhando junto, (sic) fazendo cursos, até eu fico resistente a essas tecnologias, é muita troca, é meio complicado (...)”. Assim, pode-se depreender que a oralidade exerce grande papel na transmissão de conhecimentos, em especial em termos de conhecimento tácito, e em se tratando de produtos em que o grande valor reside em seu caráter artesanal.

4.3 O PAPEL DA REGIÃO NA CRIAÇÃO/ TRANSMISSÃO DO CONHECIMENTO

Cada vez mais o conhecimento regional vem sendo valorizado como forma de potencializar o desenvolvimento regional e até nacional, como observa Porter (2001). O conhecimento local pode se transformar em uma vantagem competitiva importante para as empresas estabelecidas em uma dada região ou localidade.

Isso pode ser observado na análise dos discursos dos entrevistados. Como ressalta a entrevistada da cantina Paduim:

A região tem um papel importante, se fosse na campanha era diferente, nossos paredões aqui ajudam. A campanha vai passar Caxias (Caxias do Sul). O bom aqui é o clima, pega mais sombra no verão, em outra região já é diferente. O conhecimento na região, de produzir um vinho tradicional, antigo, tá se preservando, nas famílias, a maneira de fazer, embora nem todos da família, a gente não sabe fazer outra coisa. A gente não faz de qualquer jeito, o vinho não se faz de qualquer jeito. (Entrevistado 1).

Da mesma forma, o entrevistado da família Salla observa que:

Criação e Disseminação de Conhecimento Local em Pequenas Empresas Familiares: O Caso de Cantinas de Vinho da Região da Quarta Colônia de Imigração Italiana, no Rio Grande do Sul

A região é importante, os antepassados, a colonização foi importante, eles já trabalhavam nisso aí, já caiu muito essa parte na região, a maioria desistiu, muito trabalhoso e não compensa, dá muito trabalho cuidar da parreira. A uva chega mais barato de Caxias, as pessoas estão fazendo o próprio vinho. Eu não sei como em Caxias pode produzir a esse preço, porque se a gente vendesse a esse preço não ia valer a pena, eles produzem em maior quantidade, a zona lá produz bem melhor que aqui, eles tem terra boa, apropriada. O conhecimento é o mesmo, acho que lá a organização é maior, o colono lá tem maior condição de produzir. A região é importante, o relevo, o clima, as pessoas, tudo isso influencia. Mas não tem mais quase jovem, querem ir tudo estudar, ir embora, buscaram outra forma de vida. (Entrevistado 2).

Nesse sentido, ambos concordam que a região desempenha papel preponderante, até porque na produção vinícola há o conceito de *terroir*, ou seja, o vinho com características de uma região, de um clima e que é específico para a produção de determinado produto. Assim, o conhecimento está localizado, “embebido” na localidade, de modo a ser um importante diferencial. O entrevistado da Cantina Torri concorda, ao observar que: ... (o conhecimento) tá bem enraizado na 4ª colônia, pela trajetória, pela história, o conhecimento está aqui, a região é sinônimo de bom vinho. É lógico que a região tem papel fundamental...”.

4.4 O PAPEL DOS LAÇOS SOCIAIS E FAMILIARES NA CRIAÇÃO / TRANSMISSÃO DO CONHECIMENTO

Vários autores têm observado que o capital social e as relações sociais têm desempenhado papel importante na criação e transmissão de conhecimentos (Morrison; Rabellotti, 2005; Chirico, 2008). Nesse sentido, em se tratando de pequenas empresas familiares, com uma cultura semelhante à observada em países como a Itália, o mesmo é identificado na região estudada.

Como observou o entrevistado da cantina Salla “os laços sociais são importantes, porque a gente conhece as pessoas, as famílias, embora muito do nosso conhecimento fica restrito ao nosso núcleo familiar”. Nesse sentido, os conhecimentos são transferidos muito em termos de núcleos familiares, sendo que há até mesmo certa desconfiança a quem não pertence ao núcleo e busca informações e conhecimentos. O conhecimento muitas vezes é percebido como algo familiar, que reside nesse tipo de tecido social.

Contudo, alguns aspectos chamam a atenção: um deles refere-se à competição existente entre certas famílias, em especial as mais tradicionais, o que faz com que não haja uma visão sistêmica de desenvolvimento da região, porque as informações, o conhecimento e as tecnologias acabam não fluindo de um ator a outro. A questão de haver certa rivalidade fica clara nas entrevistas, em que alguns entrevistados dizem possuir um vinho e uma técnica melhor que a do seu vizinho de outra família.

4.5 CONHECIMENTO LOCAL E DIFERENCIAÇÃO DA PRODUÇÃO

Diversos autores ressaltam que o conhecimento e as competências essenciais são fatores de diferenciação das empresas e criação de vantagem competitiva (Madhok, 1996; Hamel; Prahalad, 1995; Hitt *et al.* 2008). Contudo, nem sempre fica claro como, de fato, o conhecimento leva à vantagem competitiva e diferenciação. Em se tratando de conhecimento local, em especial, muito ainda resta avançar nesse sentido, pois o conhecimento está ligado mais à geografia do que à firma propriamente dita.

Analisando-se as entrevistas, fica claro que o conhecimento existente na localidade pesquisada desempenha um papel fundamental na existência e no desenvolvimento das cantinas. Isso porque, tal como no caso de haver *spillovers* de tecnologia em *clusters* tecnológicos, o conhecimento está “no ar”. A proprietária da cantina Paduim observou que: “(...) é o diferencial (o conhecimento), pois muitas pessoas buscam os produtos tradicionais, vindos de empresas familiares. Os clientes são tradicionais, antigos, e que se perpetuam por laços de família e de amizade. Três gerações de pessoas que são clientes”. No mesmo sentido, o proprietário da família Salla afirma que “o meu vinho é diferenciado, diferente, mas não é muita gente que prefere esse. Gente que busca coisas antigas, o modo de fazer antigo, as ferramentas antigas, como esse barril, que tem cerca de 60 anos, isso é um diferencial”.

Assim, o conhecimento ligado ao modo de produção vinícola artesanal é, para os entrevistados, o seu diferencial competitivo, haja visto que alguns clientes os procuram e pagam mais por isso. Contudo, nem todos os clientes preferem pagar mais por um produto artesanal, único em sua produção, o que leva a uma dicotomia e o empreendedor a um debate: devo ou não modernizar e aumentar a escala de minha produção? Tal problemática é observada no discurso do proprietário da Cantina Torri, ao dizer que “minha cantina daqui a pouco não vai ter mais o artesanal, eu acho que tem apelo para os dois, mas eu quero fazer um vinho melhor. Eu acho que o vinho em inox é melhor, não dá gosto e mais fácil de limpar”. Ao adotar um barril ou uma pipa inox, o modo de produção tradicional, artesanal vai perdendo espaço, junto com o conhecimento mais antigo, que é substituído pelo novo. Há, nesse sentido, um temor pela perda da identidade, em especial com a família e com os mais velhos, que acarreta, em muitos casos, uma relutância em se adotarem inovações e novos processos de produção.

4.6 PRESERVAÇÃO DO CONHECIMENTO LOCAL

Ao se falar em conhecimento local, é preciso também que se aborde a questão da preservação/manutenção desse conhecimento na região e nas firmas ou famílias. Em se observando que o conhecimento local é responsável pela existência e competitividade das firmas da localidade, à medida que o conhecimento se esvai (com a morte de pessoas mais velhas, com a falência de firmas ou êxodo rural, por exemplo) também a vantagem da atuação em determinada localização perde seu sentido.

Pela análise das entrevistas, foi observada uma grande preocupação com a manutenção do conhecimento de produção de vinhos tanto nas famílias quanto na localidade. Como observa a proprietária da família Paduim: “(...) o conhecimento está se perdendo, pois as novas gerações não querem continuar, não há políticas de apoio a essas atividades (de forma tradicional), mas sim no apoio a formação de agroindústrias”. Ainda sobre esse aspecto, a mesma observa que “tenho apenas um filho que continua na atividade, os netos não querem atuar mais. O conhecimento parece estar em extinção, eu lamento, mas não tem o que fazer. Restaram poucas famílias na atividade. Não sei como vai ser o futuro da região (...)”.

Da mesma forma, o proprietário da Cantina Salla diz que “o conhecimento está se perdendo, por causa do êxodo rural. Só um filho ficou, os outros foram embora, não quiseram ficar, o que ficou tirou curso de técnico agrícola, para acompanhar os velhos. O governo trabalha as agroindústrias, mas isso é diferente, não é a mesma coisa”. Observa-se uma acentuada crítica à atuação dos governos, que permitiram que o campo perdesse população para a cidade e que o conhecimento e a produção artesanal fossem sendo perdidas, de modo a se perder também a competência da região. Nesse sentido, importante contribuição poder ser encontrada no trabalho de Gertler e Wolfe (2004), em que os autores sugerem que sejam realizados processos de previsão para aumentar a competitividade, ou seja, construção de um modelo de desenvolvimento local compartilhado e planejado, com uma visão de futuro. Apenas recentemente que as lideranças locais parecem ter se dado conta da necessidade de uma visão mais integrada e de um planejamento de longo prazo para o desenvolvimento da região.

4.7 ANÁLISE GERAL DOS DADOS

O Quadro 1 a seguir apresenta as questões discutidas no artigo, os principais autores analisados e os resultados observados:

QUESTÃO ABORDADA	PRINCIPAIS AUTORES ANALISADOS	RESULTADOS ENCONTRADOS
Discussões acerca do conhecimento local	Kesidou, E. e Romijn (2008); Gertler e Wolf (2004);	Conhecimento localizado na região; perda de conhecimento entre as gerações; críticas à políticas públicas;
Transmissão do conhecimento	Gurrieri (2008); Connel <i>et al.</i> (2004); Chirico (2008); Morrison e Rabellotti (2005); Strauch e Zucatto, (2008); Easterby-Smith, Lyles e Tsang, (2008);	Transmissão de conhecimentos predominantemente tácitos; conhecimento transmitido por narrativas e estórias, via oral; modos informais de transmissão de conhecimento;
Papel da região na criação/transferência de conhecimento	Porter (2001), Giuliani (2005; 2005a). Hall (1997); Davenport (2005), Strauch e Zucatto, (2008); Malerba (2002).	Região tem papel importante, condições sociais, históricas e ambientais propiciam a criação de conhecimentos específicos; conhecimento regional refletido nas famílias/firmas; fonte de vantagem competitiva;
Papel dos laços sociais/familiares	Morrison e Rabellotti (2005); Chirico (2008); Gilsing <i>et al.</i> (2007).	Família desempenha papel importante na criação e transmissão de conhecimento; conhecimento passado entre gerações;
Conhecimento e diferenciação	Madhok (1996); Hamel e Prahalad (1995); Hitt <i>et al.</i> (2008)	Conhecimento gera diferenciação e vantagem competitiva; conhecimento ligado à produção artesanal; dicotomia entre novo e antigo;
Preservação do conhecimento local	Gertler e Wolf (2004).	Conhecimento está se perdendo; <i>gap</i> de conhecimento entre as gerações; baixa formalização do conhecimento.

Quadro 1- Análise geral dos dados.

Criação e Disseminação de Conhecimento Local em Pequenas Empresas Familiares: O Caso de Cantinas de Vinho da Região da Quarta Colônia de Imigração Italiana, no Rio Grande do Sul

De modo geral, observa-se que o conhecimento tem se mantido restrito às famílias e cantinas. A ideia de que o conhecimento está no ar em uma aglomeração de empresas, como descrito por Marshall (1920), é limitada, uma vez que nem sempre o conhecimento é compartilhado entre os atores locais. Os laços familiares e as relações sociais, em especial a questão da confiança, se mostraram preponderantes na análise do conhecimento local.

A Figura 2 apresenta o modelo CECI, de Nonaka (1994), com a ênfase encontrada nos casos:

Figura 2 - Análise do conhecimento local, sob a visão do modelo Seci, de Nonaka.



Pode se depreender que o conhecimento vinícola tem se mantido do lado esquerdo do quadrante, desenvolvido por Nonaka (1994). Ou seja, o conhecimento é predominantemente tácito e assim se mantém, não sendo externalizado (formalizado) ou mesmo combinado em novos produtos e serviços, o que pode dificultar o desenvolvimento tanto das cantinas quanto da região analisada.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse artigo teve como objetivo analisar como a localidade, a proximidade geográfica e as relações sociais influenciam na criação e transferência de conhecimento, especialmente no caso de cantinas artesanais produtoras de vinho, sob a ótica dos proprietários dessas cantinas. Tal problemática teve origem no fato de que, em muitos estudos sobre aglomerações produtivas, tais como *clusters*, de um modo geral ignoram os aspectos sociais, como os laços familiares, na criação e transmissão do conhecimento. Além disso, ao perceber que as localidades desempenham papel

preponderante na competitividade das empresas, questões como conhecimento local apenas recentemente receberam destaque na literatura acadêmica.

Nesse sentido, chega-se à conclusão de que a proximidade geográfica, *per se*, não é condição suficiente para que o conhecimento seja criado, transmitido e mantido em organizações de uma dada localidade. Assim, vai se ao encontro de trabalhos como o de Giuliani (2005) que vem criticando a instalação de empresas em uma mesma região com vistas a melhorar sua condição de vantagem competitiva, sem que as relações entre as firmas sejam criadas e estimuladas. Particularmente no caso de produtos artesanais, tais como o vinho, e que envolvem uma grande parcela de conhecimentos tácitos, o estabelecimento de relações sociais e familiares é condição necessária para que o conhecimento possa ser criado, compartilhado e preservado na localidade, com vistas, inclusive, a impulsionar o desenvolvimento regional.

Contudo, uma série de problemas vem sendo observados na localidade analisada e que fazem com que o conhecimento fique limitado à algumas famílias (ou grupos de famílias) e não seja mantido ao longo do tempo. O fato do conhecimento de produção vinícola ser essencialmente tácito e não codificado; o desinteresse das novas gerações com o conhecimento que se possui; as fracas interações e compartilhamento de informações e conhecimentos entre as famílias e o crescente êxodo rural, contribuem para a perda de um conhecimento localizado na região e que tende a se extinguir com o tempo. Além disso, soma-se a concorrência com grandes empresas produtoras de vinho em massa, o desestímulo governamental e a baixa rentabilidade da atividade para se ter um cenário de empobrecimento da região e das próprias famílias produtoras.

Como relação a estudos futuros, sugere-se pesquisas que analisem a influência do governo na criação e transferência de conhecimento local, uma vez que foram observadas em vários momentos, críticas com relação a sua atuação nas atividades das localidades. Além disso, a interligação entre conhecimento local e empresas familiares também se apresentam como vertente interessante de pesquisa, uma vez que os estudos encontrados se limitam em número e poucas vezes abordam casos de empresas situadas em países em vias de desenvolvimento.

REFERÊNCIAS

- Ahmadjian, C. L. (2008). Criação do conhecimento interorganizacional: conhecimento e redes. In: Nonaka, I.; Takeuchi, H. I. *Gestão do conhecimento*. Porto Alegre: Bookman.
- Balestrin, A., Vargas, L. M. e Fayard, P. (2008). Knowledge creation in small firms network. *Journal of Knowledge Management*, v. 12, n. 2.
<http://dx.doi.org/10.1108/13673270810859541>
- Barney, J. B., Hesterly, W. (2004). Economia das organizações: entendendo a relação entre organizações e a análise econômica. In: Clegg, S., Hardy., C; Nord, D. (Orgs.) *Handbook de estudos organizacionais*. São Paulo: Atlas.
- Bakerville, R., Dulipovici, A. (2006). The theoretical foundations of knowledge management. *Knowledge management research and practice*, v. 4, 83-105.
<http://dx.doi.org/10.1057/palgrave.kmrp.8500090>
- Casarotto Filho, N., Pires, L. H. (2001). *Redes de pequenas e médias empresas e desenvolvimento local: estratégias para a conquista da competitividade global com base na experiência italiana*. 2 e.d. São Paulo: Atlas.
- Chirico, F. (2008). Knowledge accumulation in family firms: evidences from 4 cases studies. *Internation Small Business Journal*, v. 26, n. 4.
- Cohen, W. M., Levinthal, D. A. (1990). Absorptive capacity: a new perspective on learning and innovation. *Administrative Science Quartely*, v. 35.
- Connell, N. A. D., Klein, J. H., Meyer, E. (2004). Narrative approaches to the transfer of organisational knowledge. *Knowledge Management Research and Practice*, v. 2, 184-193.
<http://dx.doi.org/10.1057/palgrave.kmrp.8500034>
- Davenport, S. (2005). Exploring the role of proximity in SME knowledge acquisition. *Research Policy*, v. 34.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.respol.2005.03.006>
- Easterby-Smith, M., Lyles, M. A. E., Tsang, E. W. K. (2008). Inter Organizational Knowledge Transfer: Current Themes And Future Prospects. *Journal of Management Studies*, v. 45, n. 4.
<http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-6486.2008.00773.x>
- Foos, T.; Husted, K. E Michailova, S. (2010). Governing knowledge sharing in organizations: levels of analysis, governance mechanisms and research directions. *Journal of Management Studies*, v. 47, n. 3.

- Friedman, M. (2007). *O mundo é plano: uma breve história do século XXI*. São Paulo: Objetiva.
- Furtado, C. (2002). *Metamorfozes do capitalismo*. Recuperado em 24 de outubro de 2008. Disponível em <http://www.redcelsofurtado.edu.mx/archivosPDF/furtado1.pdf>
- Gertler, M., Wolfe, D. (2004). Local social knowledge management: community actors, institutions and multilevel governance in regional foresight exercises. *Futures*, v. 36. [http://dx.doi.org/10.1016/S0016-3287\(03\)00139-3](http://dx.doi.org/10.1016/S0016-3287(03)00139-3)
- Gilsing, V., Lemmens E. A. C., Duysters, G. (2007). Strategic alliance networks and innovation: a deterministic and voluntaristic view combined. *Technology analysis e strategic management*, v. 19, n. 2. <http://dx.doi.org/10.1080/09537320601168151>
- Giuliani, E. (2005). Cluster absorptive capacity: why do some *clusters* forge ahead and others lag behind? *European Urban and Regional Studies*, v. 12, n. 3. <http://dx.doi.org/10.1177/0969776405056593>
- _____ (2007). The selective nature of knowledge networks in *clusters*: evidence from the wine industry. *Journal of Economic Geography*, v. 7.
- Gurrieri, A. R. (2008). Knowledge network dissemination in a family firm sector. *Journal of Socio-economics*, v. 37, n. 6, 2380-2389. <http://dx.doi.org/10.1016/j.socec.2008.04.005>
- Hall, Stuart. (1997). *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A Editora.
- Hammel, G. e Prahalad, C. K. (1995). *Competindo pelo futuro: estratégias inovadoras para obter o controle de seu setor e criar os mecanismos de amanhã*. 8 e.d. São Paulo: Campus.
- Hitt, M., Ireland, R. E Hoskisson, R. E. (2008). *Administração estratégica*. Rio de Janeiro: Pioneira Thomsom Learning.
- Kesidou, E., Romijn, H. (2008). Do local knowledge spillovers matter for development? An empirical study of Uruguay's software cluster. *World development*, v. 36, n. 2, p. 2004-2028. <http://dx.doi.org/10.1016/j.worlddev.2008.01.003>
- Lastres, H. M. M e Cassiolato, J. E. (2003). Novas políticas na era do conhecimento: o foco em arranjos produtivos e inovativos locais. Brasília: *Parcerias Estratégicas*, v. 17.
- Madhok, A. (1996). The organization of economic activity: transaction costs, firm capabilities, and the nature of governance. *Organization Science*, v. 7, n. 5. <http://dx.doi.org/10.1287/orsc.7.5.577>
- Malerba, F. (2002). Sectoral systems of innovation and production. *Research Policy*, v. 31.

Criação e Disseminação de Conhecimento Local em Pequenas Empresas Familiares: O Caso de Cantinas de Vinho da Região da Quarta Colônia de Imigração Italiana, no Rio Grande do Sul

Marshall, A. *Principles of economics*. 8 e.d. London: Macmilann, 1920.

Mccann, B., Folta, T.B. (2008). Location matters: where we have been and where we might go in agglomeration research. *Journal of Management*, v. 34, n. 3.
<http://dx.doi.org/10.1177/0149206308316057>

Morrison, A., Rbellotti, R. (2005). Knowledge dissemination and informal contacts in a italian wine local system. Druid Tenth Anniversary Summer Conference, 2005, Compenhagen. *Analys...* Compenhagen, DRUID.

Nonaka, I. (1994). A dynamic theory of organizational learning creation. *Organizational Science*, v. 5, n. 1.
<http://dx.doi.org/10.1287/orsc.5.1.14>

_____, Takeuchi, H. (1997). *Criação de conhecimento na empresa: como as empresas japonesas geram a dinâmica*. 1. E.d. Rio de Janeiro: Campus.
Pereira, J.P., Carvalho, M. M. de. (2008). Cooperação e localidade: uma análise no contexto do agronegócio de flores. *Produção*, v. 18, n. 1.

Porter, M. (2001). *A vantagem competitiva das nações*. Rio de Janeiro: Campus.

_____. (1998). Cluster in the new economic of competition. *Harvard Business Review*.

Quarta Colônia. (2011). *Informações gerais*. Recuperado em 17 jan de 2011, de www.quartacolonia.com.br.

Siqueira, J. P., Telles, R. (2006). Clusters de negócios: estrutura regional com vocação para a competitividade local. *Revista da ESPM*, v. 13, n. 4.

Schimitz, H. (2000). *Local upgrading in global chains: nota técnica 06*. Rio de Janeiro: Instituto de Economia da UFRJ.

Strauch, J. Zucatto, L. (2008). Criação e difusão do conhecimento no cluster de elastômeros do vale dos sinos no RS. Encontro Dos Programas De Pós-Graduação Em Administração, 32, 2008, Rio de Janeiro-RJ. *Anais...* Rio de Janeiro, ENANPAD.

Tseng, S. (2008). The effects of information technology on knowledge management systems. *Expert systems with applications*, v. 35.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.eswa.2007.06.011>

Wolf, S. A. (2008). Professionalization of agriculture and distributed innovation for multifunctional landscapes and territorial development. *Agricultural Human Values*, v. 25, 203–207.
<http://dx.doi.org/10.1007/s10460-008-9117-1>

Wu, L. C., Ong, C. S., Hsu, Y. W. (2007). Knowledge-based organization evaluation. *Decision Support Systems*, v. 45, 541-549.

<http://dx.doi.org/10.1016/j.dss.2007.06.013>

Yin, R. K. (2001). *Estudo de caso: planejamento e métodos*. 2 e.d. Porto Alegre: Bookman.

Recebido: 27/03/2011

Aprovado: 31/05/2011