



NOVIDADES TERRITORIALIZADAS DAS AGROINDÚSTRIAS FAMILIARES DO SUDOESTE DO PARANÁ

Mariana Beal Dengo
Márcio Gazolla
Miguel Angelo Perondi

RESUMO

A pesquisa objetivou identificar e analisar os diferentes tipos de novidades nos sistemas produtivos e nas agroindústrias familiares na Região Sudoeste do Paraná, seus efeitos sobre as famílias rurais e as transições sociotécnicas que ocorrem no sistema alimentar e nos processos de desenvolvimento. A metodologia levantou dados qualitativos e quantitativos. Foram aplicadas doze entrevistas semiestruturadas com agricultores, técnicos e agentes de desenvolvimento rural. Os enfoques teóricos mobilizados foram a Perspectiva Orientada aos Atores (POA) e a Perspectiva Multinível e Co-evolucionária (PMN). As unidades estudadas constroem novidades territorializadas que estão gerando transições sociotécnicas importantes ao desenvolvimento rural e regional. Foram encontradas novidades produtivas, tecnológicas, organizacionais mercadológicas e ambientais. Essas novidades possibilitaram a permanências das famílias no campo, além de garantir melhores condições de vida e trabalho. Os agricultores alcançaram maiores graus de autonomia e passaram a depender menos de atores externos para produzir e comercializar seus alimentos. Outros resultados em nível local que as novidades geraram foram a proteção do meio ambiente e o fornecimento de alimentos mais saudáveis e sustentáveis para a população. Entretanto, há desafios a sedimentação destas novidades, como a incerteza na sucessão familiar, a continuidade da rede social dos atores e a dependência das políticas públicas e ações do Estado.

Palavras-chave: Novidades territorializadas. Transições sociotécnicas. Agroindústrias familiares. Desenvolvimento regional e rural.

1.0 INTRODUÇÃO¹

Após a modernização da agricultura e o crescimento da população urbanizada a produção de alimentos gradualmente se voltou a larga escala, com produtos gerados em massa e uniformes. Neste sentido, as grandes indústrias alimentícias se desenvolveram com rapidez, deixando as pequenas indústrias na marginalidade (BAGGIO, 2010). Ploeg (2008) denominou as grandes empresas de alimentos como “impérios alimentares”. Por outro lado, Na agricultura, considerada “moderna” pelos seus idealizadores (governo, agências de

¹ O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.



pesquisa, empresas de insumos, entre outros), as tecnologias eram produzidas através de pesquisas com intuito de reduzir o tempo de produção e aumentar a produtividade das *commodities*. Os agricultores foram perdendo a sua autonomia ao comprar os insumos e adotar práticas agrícolas externas e dos mercados.

Em meio a esse processo, parte da agricultura familiar se tornou responsável pela diversidade de alimentos frescos e elaborados artesanalmente, com características específicas que estão ligadas ao local de produção, as práticas utilizadas e conhecimentos históricos dos agricultores. A produção familiar de alimentos, em parte, encontra-se fundamentada numa produção mais limpa, com redução do uso de produtos químicos e da emissão de gases de efeito estufa, uma vez que a comercialização é feita por cadeias curtas, sem transportar e queimar combustíveis fósseis por longas distâncias (GAZOLLA; SCHNEIDER, 2017).

Dentro deste universo da agricultura familiar, surgem as agroindústrias, como uma estratégia específica de reprodução social das famílias. Para Mior (2005), a agroindústria familiar rural é concebida como uma forma de organização onde a família tem o papel central na produção, pois produz, processa e/ou transforma parte de sua produção agrícola e/ou pecuária, objetivando a produção de valor de troca que ocorre na comercialização. Enquanto o processamento e a transformação de alimentos ocorrem geralmente na cozinha das agricultoras, a agroindústria familiar rural se constitui num novo espaço e num novo empreendimento social e econômico.

Algumas estratégias de reprodução social da agricultura familiar podem ser consideradas novidades como é o caso das práticas sociais que envolvem as agroindústrias (MOORS et al., 2004). Além de ser uma novidade, as agroindústrias familiares também condicionam um ambiente propício para a criação de outras novidades. As novidades são uma forma de inovação alinhada aos anseios dos seus usuários, já que são desenvolvidas por quem as utiliza. Como Ploeg et al (2004) conceituou em seus estudos, uma novidade pode ser a modificação das práticas usuais ou a criação de uma nova prática; uma nova maneira de fazer e pensar que carrega potencial para ser superior às rotinas existentes. As novidades são territorializadas, pois baseiam-se nos conhecimentos locais dos atores, nos recursos, redes sociais e nas práticas sociotécnicas existentes no território.

Neste sentido, o objetivo do trabalho foi identificar e analisar a produção de novidades nos sistemas produtivos e nas agroindústrias familiares, evidenciando seus efeitos sobre as famílias rurais e os processos de transições sociotécnicas que ocorrem no sistema alimentar.



Para atingir este objetivo, metodologicamente, aplicou-se doze entrevistas semiestruturadas com questões qualitativas e quantitativas, com quatro agroindústrias (4) e oito agentes de desenvolvimento (8), além de usar dados secundários de diversas fontes. A pesquisa foi desenvolvida no Município de Verê/PR, no ano de 2018.

As questões que lastrearam a realização da pesquisa foram de duas naturezas: (a) Quais são as novidades geradas nos sistemas de produção, nas agroindústrias familiares e suas características? (b) Quais transições sociotécnicas ocorrem no sistema alimentar e no desenvolvimento regional e rural a partir das novidades territorializadas construídas pelas agroindústrias familiares?

O presente artigo está organizado em quatro seções, além da introdução e das considerações finais. A primeira seção contém a metodologia utilizada que deu suporte à pesquisa. Na segunda seção está a abordagem teórica utilizada. A terceira seção apresenta e analisa os resultados obtidos na investigação.

2.0 METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO: O CAMINHO PERCORRIDO E OS INSTRUMENTOS DE LEVANTAMENTO DE DADOS E INFORMAÇÕES

A pesquisa se utilizou de dados quantitativos (primários), como volume de produção, preço dos alimentos, custo de produção, entre outros e de dados secundários advindos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (IPARDES) e da Secretaria Municipal de Agricultura de Verê, que foram utilizados para a melhor compreensão da realidade.

Além dos dados quantitativos, também foram colhidos, através das doze entrevistas semiestruturadas e diário de campo, dados qualitativos como impressões dos entrevistados, dificuldades vivenciadas, motivações para determinadas ações, opiniões, histórias de vida, origem das novidades, características, entre outros. Os dados qualitativos foram importantes para a pesquisa porque permite analisar opiniões, motivações e inquietações dos entrevistados, o discurso verbal dos atores sociais permite chegar a outros dados históricos e culturais que são valiosos para a investigação (LONG, 2006).

Todas as entrevistas foram gravadas e depois deglavadas. Com o diálogo em forma de texto, ficou mais fácil fazer correlações de conteúdo, apontar saturação amostral e retirar trechos importantes para análise e citação. Para registrar observações e anotar impressões



dos fenômenos sociais, também foi redigido um diário de campo. Para Minayo (1999), o diário de campo permite anotar as diferentes percepções do pesquisador ao longo da sua pesquisa.

O processo de análise de conteúdo das entrevistas teve a pretensão de interrogar os sentidos estabelecidos, que podem ser verbais e não verbais, bastando que sua materialidade produzisse sentidos para interpretação; podendo ser entrecruzadas com séries textuais (orais ou escritas), imagens (fotografias) ou linguagem corporal (dança, postura) (MUTTI, 2003).

Foi feita a captura de fotografias para melhor analisar os casos a posteriori. Foram resgatadas imagens antigas de posse dos agricultores, com a finalidade de melhorar a compreensão do histórico familiar e da trajetória agroindustrial. A utilização de fotografias amplia o conhecimento do estudo porque proporciona documentar momentos ou situações que ilustram o cotidiano (MINAYO, 1999)

Foram investigadas as agroindústrias familiares, as famílias envolvidas, o processo produtivo, os atores, os mercados e canais de comercialização e as redes sociais presentes. Ao longo da pesquisa, puderam ser incluídos novos entrevistados, uma vez que os agricultores fizeram o direcionamento da investigação. Assim, puderam ser apontados novos atores sociais que atuam diretamente no incentivo das agroindústrias, como a Prefeitura Municipal, Instituto Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER), Cooperativa de Crédito Solidário (CRESOL), entre outros.

O município escolhido para a investigação foi Verê/PR. O mesmo, possui um processo iniciante e instigante de produção agroindustrial de alimentos, que abastecem os mercados locais e os programas governamentais e ainda contribuem para a prática de turismo rural, que já está sendo organizada paralelamente à chegada de turistas no Hotel Águas do Verê Termas. Localizado na Região Sudoeste do Paraná, o Município possui área territorial de 311.801 km². Sua população é de 7.878 habitantes, possui IDH de 0,7, ocupando 127^o posição no ranking estadual (IBGE, 2010).

A amostragem do número de agroindústrias que entraria na investigação foi feita de forma intencional e dirigida para selecionar agroindústrias nas quais houvessem novidades. Os quatro casos de agroindústrias investigados foram codificados (C1 a C4 - caso um até caso quatro) e também dos técnicos (codificados como T1 a T8 - técnico um até técnico oito), que pertencem a diferentes organizações e instituições que apoiam as experiências.



3.0 PERSPECTIVA ORIENTADA AOS ATORES (POA) E MULTINÍVEL E CO-EVOLUCIONÁRIA (PMN): APORTES TEÓRICOS PARA O ESTUDO DAS NOVIDADES

Para o estudo das novidades nas agroindústrias, um dos enfoques teóricos mobilizados foi a Perspectiva Orientada ao Ator (POA). Segundo Long (2006) os atores sociais são todas as pessoas, entidades sociais e outros agrupamentos que são capazes de conhecer, avaliar situações problema e organizar respostas àquelas situações. Dessa forma os agricultores, considerados atores sociais nessa investigação, são capazes de dar respostas para uma dada situação problemática através dos conhecimentos e do repertório cultural que possuem. Os atores, antes de tudo, são todos aqueles que possuem agência (podendo ser pessoas físicas, governo, redes, etc.). A POA identifica os atores sociais como protagonistas de seus “projetos de vida” (LONG, 2006).

A noção de agência é o que permite aos agricultores gerenciar seus projetos como respostas diferenciadas às estratégias e circunstâncias geradas por atores externos e não como simples imposições. Através do conceito de agência consegue-se passar para uma abordagem que coloque os atores sociais no centro das atenções e que os retira da passividade. Além disso, consegue-se analisar os seus repertórios culturais, os processos de mediação, as interfaces de relacionamento entre os atores diversos, as interações sociais e compreender os seus “projetos” e “mundos” de vida” (LONG, 2006). No caso da análise de geração de novidades nas agroindústrias, utilizar-se-á o conceito de agência dos agricultores para compreender como eles constroem novidades em inter-relações com outros atores e agentes de desenvolvimento.

Para compreender o processo de produção de novidades que ocorreu nas agroindústrias estudadas, através dos atores sociais envolvidos, se fez necessário, também, a utilização da Perspectiva Multinível e Coevolucionária (PMN), que tem origem na Sociologia da Tecnologia e na Economia Evolucionária. A teoria é utilizada para avaliar as transformações sociotécnicas nos processos de desenvolvimento regional e rural, produzidas pelos agricultores através da agência que possuem, de forma territorializada (utilizando-se recursos do local, conhecimentos, redes sociais e elementos sociotécnicos) (GEELS, 2002).

A PMN foi útil para a compreensão das novidades nos sistema produtivos e nas agroindústrias. A PMN divide os níveis analíticos, heurísticamente, em três: os nichos, o regime e a paisagem sociotécnica, por essa razão é denominada de multinível. Além disso, a



PMN também abarca a noção de co-evolução, uma vez que os processos sociotécnicos co-evoluem no tempo e espaços sociais que os atores estão situados (GEELS, 2002; MOORS et al., 2004).

A PMN definiu um novo modo de definir e pensar as formas de inovação, por isso resolveu chamá-lo de novidades. As novidades surgem de baixo para cima, são novas maneiras que os atores sociais encontram para conduzir e modificar suas vidas. As novidades são criadas a partir de conhecimentos científicos, tácitos e contextuais dos atores envolvidos e tem carácter radical perante o regime sociotécnico vigente, já que visam modificá-lo e surgem não respeitando as regras tecnológicas já pré-existentes. Além disso, as novidades são internas aos locais e territorializadas, já que surgem com base nos elementos sociotécnicos do próprio território (WISKERKE; PLOEG, 2004; GAZOLLA, 2012).

No presente estudo, as práticas inovadoras estudadas estão de acordo com as formas de inovação apresentado pela PMN, por isso foram chamadas de novidades. A noção de novidades foi importante na compreensão de como são criadas novas tecnologias no âmbito da produção agroindustrial familiar, quais processos de interfaces sociais estão envolvidos, quais conhecimentos e circunstâncias estão sendo catalisadores do processo inovativo e quais transições sociotécnicas estão sendo viabilizadas pelas novidades.

4.0 ORIGENS E TIPOS DAS NOVIDADES CONSTRUÍDAS NAS UNIDADES PRODUTIVAS E AGROINDÚSTRIAS FAMILIARES

Antes de iniciar as atividades de transformação de alimentos, as famílias estudadas possuíam uma produção em pequena escala, rendas agropecuárias baixas, com pouca ou nenhuma autonomia sobre suas produções (na maioria de grãos e *commodities*), mercados restritivos para o escoamento da produções e com sérias dificuldades de reprodução social frente à essa realidade vivida.

No modelo de produção anterior, essas famílias não tinham expectativas para o futuro, isso porque a renda gerada, em três das quatro agroindústrias estudadas e a média do salário per capita, estava abaixo do salário mínimo nacional (o salário mínimo atual do Brasil é de R\$ 954,00) (DIEESE, 2018). Na Tabela 1 é possível observar a renda bruta agrícola por ano, renda bruta por mês e o salário por pessoa nos quatro casos antes da criação das agroindústrias.

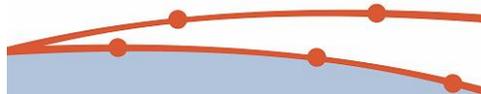


Tabela 1: Renda bruta anual e mensal e sua comparação com o valor do salário mínimo antes da criação da agroindústria familiar.

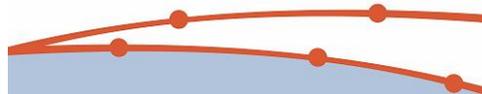
AGFs	Renda Bruta por ano (R\$)	Renda Bruta por mês (R\$)	Número de membros	Salário per capita (R\$)
C1	248.720,40	20.726,70	9	2.302,96
C2	25.995,00	2.166,25	4	541,56
C3	25.548,00	2.129,00	4	532,25
C4	3.597,00	299,75	2	149,87
Média	75.965,10	6.330,42	4,75	881,66
Total	303.860,40	25.321,70	19	3.526,64

Fonte: Pesquisa de campo (2018).

No caso C4 (Tabela 1), por exemplo, o salário por pessoa ao mês era de R\$ 149,87, estando muito abaixo dos custos de sobrevivência das pessoas. Esta família apenas conseguiu permanecer no campo porque produzia o próprio alimento na propriedade e se submeteu, por muitos anos, a viver em condições precárias, sem melhorar a moradia, sem lazer, sem acesso a outros bens e permanecendo a maior parte do tempo em casa. Todos os filhos do casal casaram e saíram de casa, para trabalhar na cidade e em outras unidades rurais, no caso das mulheres, pois ali não tinham condições de permanecer.

O autoconsumo é uma estratégia relevante que auxiliou todos os casos estudados a permanecer no campo (FONTOURA, 2012). O caso C2 e C3 (Tabela 1) também possuíam rendas insatisfatórias e apenas permaneceram no campo porque tinham rendas não agrícolas que auxiliavam nos custos da família e da propriedade. Apenas o caso C1 alcançava salário per capita maior ao salário mínimo brasileiro, de R\$ 2.302,96 conforme a Tabela 1. No entanto, os membros da família não estavam satisfeitos com a baixa autonomia que exerciam na propriedade e com o modelo de agricultura “modernizada” em que estavam inseridos.

Através da pesquisa foi possível relacionar informações para traçar uma trajetória histórica vivenciada pelos casos estudados. Cada experiência de agroindústria familiar possui uma data de fundação diferente, algumas mais antigas e outras mais recentes. A agroindústria familiar mais antiga é o C1, desde 1993 e a mais jovem é a do C3, que surgiu no ano de 2006. Mesmo com trajetórias evolutivas distintas, os históricos das agroindústrias possuem similaridades que merecem ser detalhadas e analisadas. Uma das grandes características comuns é a criação da agroindústria como caminho de fuga da modernização da agricultura e permanência no campo, mas também devem ser consideradas motivados por questões de afeto, tradições familiares, satisfação pessoal, entre outras (WISKERKE; PLOEG, 2004; MOORS et al., 2004, LONG, 2006).



Nos casos estudados elenca-se diferentes motivos relatados para o surgimento da produção agroindustrial e para a permanência na atividade. Tornou-se possível agrupar as motivações em três grupos de aspectos: sociais, econômicos e ambientais. Para sintetizar os aspectos multidimensionais das motivações relatadas pelos agricultores, as mesmas foram agrupadas no Quadro 1, de acordo com cada caso investigado.

Quadro 1: Motivações multidimensionais que levaram as famílias entrevistadas a criarem agroindústria familiar.

Motivações por dimensão e por caso			
AGF	Social	Econômico	Ambiental
C1	<ul style="list-style-type: none"> -Iniciativa do patriarca que, quando aposentado, decidiu se dedicar às práticas antigas de sustento; -Manutenção das tradições e da história familiar; -Possibilitar a permanência no campo através da sucessão familiar; -Bem-estar na propriedade; <ul style="list-style-type: none"> - Respirar ar puro; -Saúde mental; -Construção de conhecimentos; -Autonomia de comercialização; -Carinho pela atividade. 	<ul style="list-style-type: none"> -Elevar a renda; -Diversificar a produção. 	<ul style="list-style-type: none"> -Manutenção da paisagem; - Proteção de fontes.
C2	<ul style="list-style-type: none"> -Satisfação pessoal; -Satisfação em produzir alimentos limpos; -Proporcionar oportunidade de renda aos filhos; -Acesso a bens de consumo; -Qualidade de vida; -Aprendizado, conhecimentos; -Gosto pela produção orgânica. 	<ul style="list-style-type: none"> -Diversificar a produção; - Elevar a renda. 	<ul style="list-style-type: none"> - Proteção do meio ambiente; -Proteção das fontes de água; -Promover o equilíbrio natural.
C3	<ul style="list-style-type: none"> -Acesso ao curso técnico, conhecimento; -Incentivo da Prefeitura Municipal para plantio da cultura frutífera; -Autonomia na comercialização; -Cursos de capacitação dados pelo Centro de Apoio e Promoção da Agroecologia (CAPA), Prefeitura Municipal, CRESOL e UTFPR; -Qualidade de vida: satisfação, acesso a bens de consumo; -Saúde. 	<ul style="list-style-type: none"> - Elevar a renda; -Diversificar a produção. 	<ul style="list-style-type: none"> - Menor agressão ao meio ambiente; -Maior equilíbrio da natureza; -Melhora da qualidade do solo; -Longevidade da família e da produção.
C4	<ul style="list-style-type: none"> -Manutenção da tradição; -Aprendizado com experimentação; -Possibilidade de fazer investimentos para a família; -Acesso a bens de consumo; -Novas amizades; -Bem-estar na propriedade; -Saúde; -Independência da produção. 	<ul style="list-style-type: none"> -Maior lucratividade com menos mão-de-obra; -Menor necessidade de investimentos; -Necessidade de elevar a renda. 	<ul style="list-style-type: none"> -Preservação da floresta; -Equilíbrio natural; -Manutenção da paisagem; -Proteção de fontes.

Fonte: Pesquisa de campo (2018).



Observou-se que os agricultores criaram as agroindústrias em seus sistemas produtivos buscando um número maior de motivações sociais, dentre elas a autonomia da família, acesso a novos conhecimentos, satisfação em produzir alimentos e permanecer no campo. Além disso, as motivações ambientais também tiveram expressão significativa. Os agricultores estavam buscando preservar o meio ambiente e garantir a longevidade das suas famílias no campo. Uma mãe entrevistada relatou orgulhosamente que estava produzindo “comida de verdade, comida limpa” (C2, Verê/PR, fevereiro/2018). Entretanto, as motivações econômicas determinaram a escolha desses atores sociais no momento em que os mesmos visualizaram a viabilidade econômica da nova atividade. Aos poucos os agricultores foram percebendo que as agroindústrias geravam a renda que estava faltando nas unidades.

Pela Tabela 2 é possível observar o aumento da renda bruta obtida pelos agricultores. O caso C1 aumentou a renda bruta em 278,87% e o caso C4 apresentou um aumento de 422,57%; esses dois casos tiveram os maiores aumentos da renda bruta agrícola e agroindustrial somadas. A média do aumento percentual para as atividades agrícolas foi de 269,35%².

Tabela 2: Aumento percentual de renda bruta dos casos estudados após a implantação das agroindústrias familiares.

AGFs	C1	C2	C3	C4	Total
Renda bruta antes das AGF's (R\$/ano)	248.720,40	25.995,00	25.548,00	3.597,00	303.860,40
Renda bruta depois das AGF's (R\$/ano)	693.630,00	67.120,00	42.500,00	15.200,00	818.450,00
Aumento percentual da Renda Bruta (%)	278,87	258,20	166,35	422,57	269,35

Fonte: Pesquisa de campo (2018).

Observando a média foi possível constatar que as famílias triplicaram a renda agrícola após criação de suas agroindústrias. Através da renda foi possível levar a atividade adiante e seguir criando outras novidades, que foram elevando ainda mais a renda familiar. As novidades foram capazes de promover rupturas no regime sociotécnico agroalimentar, no qual eram produzidas matérias primas e de ocasionar diversas transições sociotécnicas que

² A renda computada para a análise nesta tabela desconsidera rendas não agrícolas, tais como aposentados, pensões, de atividades rurais não agrícolas, pluriatividade e rendas obtidas em outras atividades. Foram consideradas apenas rendas provenientes da comercialização de alimentos processados (queijos, vinhos, geleias, suco, entre outros) e de matéria prima (uva, leite, frutas, entre outros).

tiveram início no aumento da renda familiar como será evidenciado nas demais seções do trabalho a seguir (WISKERKE; PLOEG, 2004; GAZOLLA, 2013).

4.1 Novidades produtivas e tecnológicas

Esta seção apresenta e discute as novidades produtivas e tecnológicas encontradas na pesquisa de campo. Por questões de espaço, não se discute e analisa-se todas as novidades do Quadro 2. Um exemplo de novidade produtiva muito representativa do Quadro 2 que foi identificada a campo é o vinho canônico, desenvolvido pelo C1. A bebida agrega conhecimentos tácitos, científicos e contextuais. A ideia de criar este produto chegou até a agroindústria trazida por um dos filhos do idealizador, que é padre. Assim, iniciaram os testes para desenvolver o próprio vinho canônico que teria um novo público e um preço de venda mais elevado. O agricultor afirmou que “o vinho canônico é um diferencial porque não tem em qualquer lugar” (C1, Verê/PR, fevereiro/2018), demonstrando o potencial da bebida enquanto inovação produtiva.

Quadro 2: Novidades produtivas e tecnológicas geradas nas unidades de produção e nas agroindústrias familiares.

AGFs	Novidades	Tipo de novidade	de Em que consistem	Principais processos inventivos
C1	Vinho canônico	Produtiva	Produção de vinho conforme a aceitação de consumo da Igreja Católica.	- Adequação da receita; - Adequação da forma de produzir visando sabor, textura, cor e teor alcóolico adequados;
C1	Espaçamento diferenciado entre plantas	Tecnológica	Estabelecimento de um espaço diferente entre as plantas de videira	- Adequação do espaçamento de plantio para 2,5 x 2,5m, considerando o maquinário utilizado, entrada de luz solar, adubação e produtividade; - Rearranjo do plantio para não reduzir o número de plantas;
C1 e C4	Produção própria de mudas	Tecnológica	Produção das mudas que são cultivadas para produção da matéria prima das agroindústrias	- Composição de um substrato adequado; - Formação das mudas através de parte das plantas adultas já cultivadas; - Transplante de mudas com taxa de sobrevivência satisfatória;
C2, C3 e C4	Cultivo Orgânico	Tecnológica	Produção de matérias primas como: leite, cana de açúcar, frutas e olerícolas orgânicas.	- Utilização de produtos regulamentados pela legislação de produtos orgânicos; - Manejo de pragas e doenças através de rotação de culturas e cultivo misto; - Utilização de insumos resultantes do próprio sistema (adubo, sementes, fitoterápicos, grãos, etc.);



				- Isolamento da propriedade por meio de barreiras vegetais;
C4	Aquecimento ideal em fofnalha	Tecnológica	Conhecer a lenha correta para uso em fofnalha e técnicas familiares de controle do fogo na hora da transformação do caldo de cana em açúcar mascavo	- Coleta e replantio de árvores que são ideais para aquecimento da fofnalha; - Conhecimento tácito herdado dos antecessores familiares para manutenção da temperatura do fogo;

Fonte: Pesquisa de campo (2018).

A produção de novidades tecnológicas permitem aos agricultores comprar menos insumos de fora da propriedade e assumir as “rédeas” da produção, produzindo suas próprias mudas, criando atividades que gerem resíduos orgânicos que possam ser reutilizados para adubação, fazendo caldas e produtos fitossanitários para o controle de pragas e doenças, garantindo o equilíbrio natural da propriedade e criando as próprias práticas e técnicas de produção a fim de reduzir a necessidade de técnicos para conduzir as atividades.

Já as novidades produtivas, que podem ser novos produtos ou a variação de produtos/alimentos já existentes, contribuem para a autonomia financeira do agricultor familiar. Um alimento diferenciado pode ser produzido numa escala menor porque mesmo assim a renda será satisfatória (agrega mais valor por unidade) e a agroindústria passa a depender mais da sua capacidade de produzir alimentos diferenciados do que produzir em escala como descrito por Ploeg et al. (2004).

4.2 Novidades organizacionais

A investigação revelou que a organização do sistema coletivo de produção familiar (Caso C1) e das cooperativas locais (Casos C3 e C2), sobretudo, a articulação entre estas associações e os demais atores sociais envolvidos (Prefeitura Municipal, Centro de Apoio e Promoção da Agroecologia (CAPA), Associação de Estudos, Orientação e Assistência Rural (ASSESOAR), Sistema de Cooperativas de Crédito Rural com Interação Solidária (CRESOL), entre outros, foi determinante para a consolidação das práticas agroindustriais que já vinham sendo desenvolvidas dentro das unidades produtivas.

Além disso, observou-se que mesmo com distintas organizações, muitas vezes, os agricultores participantes repetem-se em função da atividade agroindustrial ser o fio condutor dos processos de desenvolvimento rural municipais. Existe um grupo de agricultores que fez parte de diferentes processos organizacionais e de diferentes instituições, no intuito de abrir caminhos para a produção agroindustrial no município, independente dos meios, instituições

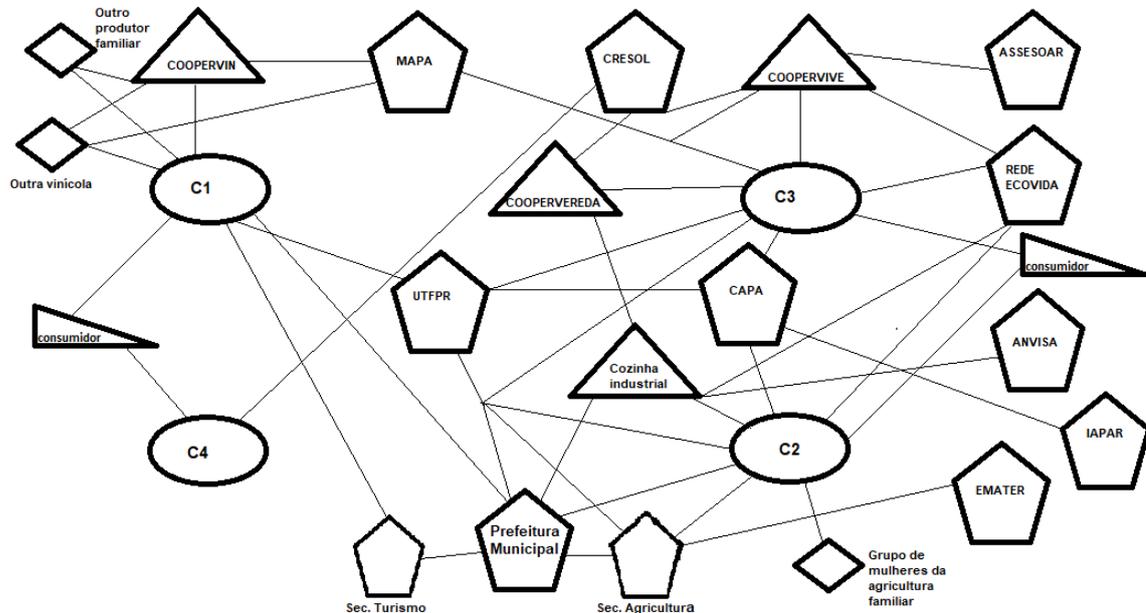


e/ou organizações. Por exemplo, o agricultor do caso C3 participou como agente de desenvolvimento do CAPA, cooperado da Cooperativa de Produtos Orgânicos e Agroecológicos do Sudoeste do Paraná (COOPERVEREDA) e da Cooperativa de Suco dos Vitivinicultores de Verê (COOPERVIVE).

Dentro da rede de atores sociais criada (Figura 1), cada integrante tem uma função que não é equivalente às obrigações dos demais, isso porque cada um age dentro das suas condições de agência. Como descreve Long (2006), ao afirmar que cada ator social exerce a capacidade de agência que possui e que a organização de diferentes atores em rede fortalece as ações do grupo em prol de um objetivo comum. Para entender melhor essa organização, foi criada a Figura 1 que mostra quais atores sociais atuam no município e as ligações que formam a rede multi-atores e multi-organizacional que constrói e mantém relações territorializadas de fortalecimento das novidades geradas nas agroindústrias familiares.

Os casos C1, C2, e C3 se relacionam com maior número de atores sociais. Os casos C2 e C3 se relacionam diretamente com atores em comum (CAPA, UTFPR, Rede Ecovida e Prefeitura Municipal) e também estão participando na mesma cooperativa (COOPERVEREDA). Todos os casos estudados se relacionam com os consumidores, mas a pesquisa mostrou que os consumidores não são os mesmos e nem possuem as mesmas características sociais. O caso C4 depende apenas dos seus consumidores para viabilizar a venda da produção, esse grupo de consumidores é formado pelos amigos e familiares do casal. É um grupo fiel que compra os alimentos baseado na amizade e na confiança, o agricultor explica que os consumidores “compram para ajudar e a gente que trabalha para alimentar eles com uma comida boa” (C4, Verê/PR, fevereiro/2018). Os demais casos (C1, C2 e C3) acessam diferentes grupos de consumidores (turistas, amigos, pessoas preocupadas com a rastreabilidade dos alimentos e a sustentabilidade da produção, consumidores preocupados com a saúde e a longevidade, ativistas, entre outros).

Figura 1: Rede territorial de atores sociais envolvidos na produção de novidades e alimentos das agroindústrias familiares de Verê- PR.



Fonte: Pesquisa de campo (2018).

O caso C1 também se relaciona com a Prefeitura Municipal e suas secretarias, mas participa de outra cooperativa denominada Cooperativa Regional dos Vitivinicultores do Sudoeste do Paraná (COOPERVIN), mesmo produzindo um tipo de bebida em comum com o caso C3 (suco de uva). O caso C1 não se relaciona com a COOPERVIVE, que é a Cooperativa dos Vitivinicultores de Verê. Este caso também vende uva *in natura* nos supermercados, mas não comercializa na loja da COOPERVEREDA e, ainda produz geleias sem se relacionar com a cozinha industrial coletiva do CAPA. Através da pesquisa foi possível perceber que esse distanciamento se dá ao fato de que os agricultores que se relacionam com o CAPA participam de um grupo atuante que interfere diretamente nas atividades da COOPERVIVE e da COOPERVEREDA concomitantemente. As ligações presentes na rede e a ausência intrigante das mesmas (caso C1), expressam as tensões entre os atores sociais e as suas disputas em torno das relações de poder, que mesmo em rede, podem ocorrer e serem assimétricas.

A rede de atores é considerada uma novidade organizacional, pois: a) os atores interagem entre si e compartilham perspectivas territoriais comuns futuras em torno da atividade de agroindustrialização; b) apoiam-se organicamente para ganhar escala produtiva e comercial local e regional; c) buscam aumentar seu poder e influências, especialmente

frente ao Estado e as políticas públicas (especialmente devido ao cenário de crise econômica e institucional por que passa o país).

No Quadro 3, estão esquematizadas outras novidades organizacionais que foram encontradas no Município de Verê, a partir dos casos estudados. As novidades que foram sendo criadas pela organização dos agricultores priorizaram potencializar a produção e a comercialização dos alimentos. A organização familiar coletiva do caso C1, a cozinha coletiva (C2) e a certificação orgânica participativa (C2 e C3) buscaram aperfeiçoar a produção de alimentos. Essas novidades deram condições aos agricultores para acessar novos conhecimentos, construir novos mercados, conseguir força de trabalho para a atividade, conduzir as atividades de processamento, técnico para acompanhar a produção e viabilizar a comercialização formal dos alimentos (no caso da certificação).

Quadro 3: Novidades organizacionais geradas nas agroindústrias familiares.

AGFs	Novidades	Em que consistem	Principais processos inventivos
C1	Produção agrícola em organização familiar coletivizada	Convívio entre quatro diferentes grupos familiares na mesma propriedade rural e produção conjunta	<ul style="list-style-type: none"> - Organização de pessoas para o trabalho; - Divisão das atividades conforme as habilidades individuais; - Organização do custeio das despesas familiares; - Organização da aquisição e utilização dos bens comuns (carros, casas, máquinas, etc.)
C2	Cozinha coletiva	Cozinha coletiva para uso de diferentes grupos de agricultores agroecológicos na transformação de alimentos	<ul style="list-style-type: none"> - Espaço físico e equipamentos adquiridos através do CAPA, - Uso coletivo do espaço físico destinado à produção de alimentos processados (conservas e geleias); - Agregação de valor por meio da transformação dos alimentos; - Comercialização via COOPERVEREDA.
C2 e C3	Certificação orgânica participativa	Certificação orgânica participativa através da Rede Ecovida e do CAPA	<ul style="list-style-type: none"> - Adequação das práticas produtivas para atender as regras da produção orgânica; - Inclusão dos agricultores no grupo de certificação; - Agregação de valor nos alimentos da agricultura familiar;
C2 e C3	Comercialização via COOPERVEREDA	Venda de alimentos através da cooperativa	<ul style="list-style-type: none"> - Organização e otimização da produção de alimentos nas propriedades da agricultura familiar; - Acesso à novos mercados pelos agricultores familiares; - Venda para consumidores locais através da loja própria, licitações municipais, e programas governamentais (Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE).



C1 e C3	Organização de um passeio pelo roteiro turístico "Caminhos do Verê"	Circuito de turismo rural e ecológico no município	- Oferta de ônibus e guia turístico para os turistas interessados; - Passeio pelo roteiro turístico "Caminhos do Verê"; - Comercialização de alimentos e artesanatos durante as visitas; - Aproximação entre agricultores e consumidores; - <i>Marketing</i> das agroindústrias familiares.
---------	---	--	---

Fonte: Pesquisa de campo (2018).

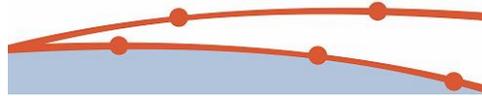
A organização entre diferentes atores sociais foi o meio encontrado pelos agricultores familiares para solucionar os problemas que enfrentavam, como a necessidade de: capital financeiro, acesso aos conhecimentos, organização e construção social de mercados consumidores, formalização e certificação. Ploeg (2004) afirmou como novidade as práticas que se mostram superiores às já existentes, podendo ser, dentre outros, uma nova organização que possibilite a construção de novos mercados. As estratégias organizacionais apresentadas podem ser chamadas, através da literatura, como novidades organizacionais.

4.3 Novidades para a sustentabilidade ambiental

Parte dos agricultores não lograram êxito com a produção de *commodities* em escala e ainda se sentiram prejudicados pelo aumento da carga de trabalho e pelas condições de insalubridade. O técnico T3 explicou que a preocupação dos agricultores familiares em preservar a natureza aumentava depois de observar os efeitos nocivos da abertura inadequada de áreas que antes eram protegidas. O Quadro 4, reúne as novidades que foram criadas pelos agricultores familiares com o passar dos anos com o objetivo de melhorar as condições ambientais e de vida nas suas unidades de produção.

Quadro 4: Novidades ambientais criadas nos sistemas produtivos e nas agroindústrias familiares.

AGF's	Novidades	Tipo de novidade	Em que consistem	Principais processos inventivos
C2, C3 e C4	Cultivo orgânico	Tecnológica e ambiental	Produção de matérias primas como: leite, cana de açúcar, frutas e olerícolas orgânicas	-Utilização de produtos regulamentados pela legislação de produtos orgânicos; - Uso de cobertura verde; -Manejo de pragas e doenças através de rotação de culturas e cultivo misto; -Utilização de insumos resultantes do próprio sistema (adubo, sementes, fitoterápicos, grãos, etc.);



				- Isolamento da propriedade por meio de barreiras vegetais;
C1, C2, C3 e C4	Manutenção da paisagem natural	Ambiental	Preservação de elementos que constituem a paisagem natural e que remetem às práticas rurais	- Plantio de árvores e plantas; - Instalação de roda d'água; - Práticas de jardinagem na propriedade; - Manutenção de instalações antigas; - Manutenção da criação de animais sem melhoramento genético; - Cuidados com a estética da propriedade; - Exaltação de práticas antigas; - Diversificação de plantas e animais na propriedade;
C1, C2, C3 e C4	Proteção de fontes de água	Ambiental	Proteção de nascentes e riachos que passam pelas propriedades	- Plantio de árvores; - Controle de erosão; - Uso de diferentes tipos de barreiras contra contaminação da água (caixas, plantas, tubos, etc.);

Fonte: Pesquisa de campo (2018).

Com intuito de preservar a paisagem natural, surgem os projetos de preservação de nascentes e riachos, já citados acima pelo técnico entrevistado T3. Os projetos são incentivados e em partes custeados pela Prefeitura Municipal, através da Secretaria da Agricultura. Os mesmos são operacionalizados da seguinte maneira: os agricultores, juntamente com um técnico, apresentam a intenção de preservar um córrego, nascente ou mata ciliar de um rio, sendo organizado um plano de ação no local. O viveiro municipal fornece as mudas de árvores necessárias e um técnico para auxiliar na execução do projeto. Assim, as novidades ambientais, por vezes, são também organizacionais porque dependem de outros atores sociais para a devida efetivação por causa da carência de recursos financeiros e de conhecimentos.

Quando os agricultores foram questionados se as suas ações locais estariam impactando as ações a favor da preservação do meio ambiente a nível mundial, todos creem que sim. Apontando que “se cada um fizer um pouquinho” (C2, Verê/PR, fevereiro, 2018) os cuidados com a natureza aumentam significativamente e as famílias que iniciam a preservação em suas propriedades também acabam influenciando e “servindo de exemplo para outras famílias” (C3, Verê/PR, fevereiro/2018).

As novidades ambientais estudadas são ainda mais vistas quando alguém, além de comprar um alimento e levar para diversos lugares (que é carregado de significados simbólicos), também fotografa uma agroindústria familiar, durante a visita, e “manda para mil amigos” (C1, Verê/PR, fevereiro/2018) do Brasil e do exterior. Mostrando as inovadoras alternativas encontradas pelos agricultores familiares dentro do nicho sociotécnico, num

planeta em que globalização e a internet permite que as informações cheguem rapidamente à diversos locais.

Estas novidades ambientais criadas inventivamente pelos agricultores donos de suas agroindústrias pesquisados vão na direção do que a noção de novidades no desenvolvimento regional apreço como um dos principais resultados das mesmas: o aumento contínuo dos níveis de sustentabilidade ambiental das práticas dos atores (WISKERKE; PLOEG, 2004).

4.4 Novidades mercadológicas

Antes da existência das agroindústrias, as famílias direcionavam as suas produções para quatro canais (cerealistas, laticínios, supermercados e cadeia curta) que não possibilitavam autonomia na atribuição de preços, relações sociais e nos contratos firmados (exceção dos canais curtos – venda na propriedade). Após a criação das agroindústrias foi possível observar seis canais de comercialização, além da comercialização feita pelas cooperativas que acessam o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) e licitações municipais. A busca pela construção social de novos mercados fez surgirem novidades mercadológicas que foram importantes ao desenvolvimento agroindustrial do município (Quadro 5).

Quadro 5: Novidades mercadológicas criadas nas agroindústrias familiares.

AGFs	Novidades	Em que consistem	Principais processos inventivos
C1 e C2	Roteiro turístico “Caminhos do Verê”	Levar os turistas até as agroindústrias familiares	- Atração dos turistas que se hospedam no Hotel Águas do Verê Termas para as agroindústrias familiares do município; - Organização e parceria entre as agroindústrias, o hotel e a Prefeitura Municipal; - Fidelização dos clientes após a visita; - Aproximar os consumidores da agricultura familiar em geral; - Proporcionar lazer aos turistas que se hospedam em Verê.
C4	Entrega em domicílio	Entregar os alimentos na casa dos consumidores	- Proporcionar comodidade aos consumidores; - Fidelizar os clientes; - Criar laços de amizade; - Possibilitar demanda constante de alimentos.
C1 e C4	Cadeia curta	Venda de alimentos processados pela agroindústria familiar diretamente na propriedade rural	- Proporcionar lazer e entretenimento aos clientes; - Aproximar os consumidores da agroindústria familiar; - Criar laços de amizade; - Abrir a agroindústria para os consumidores de maneira a ganhar credibilidade nas questões relacionadas a qualidade e higiene.

Fonte: Pesquisa de campo (2018).

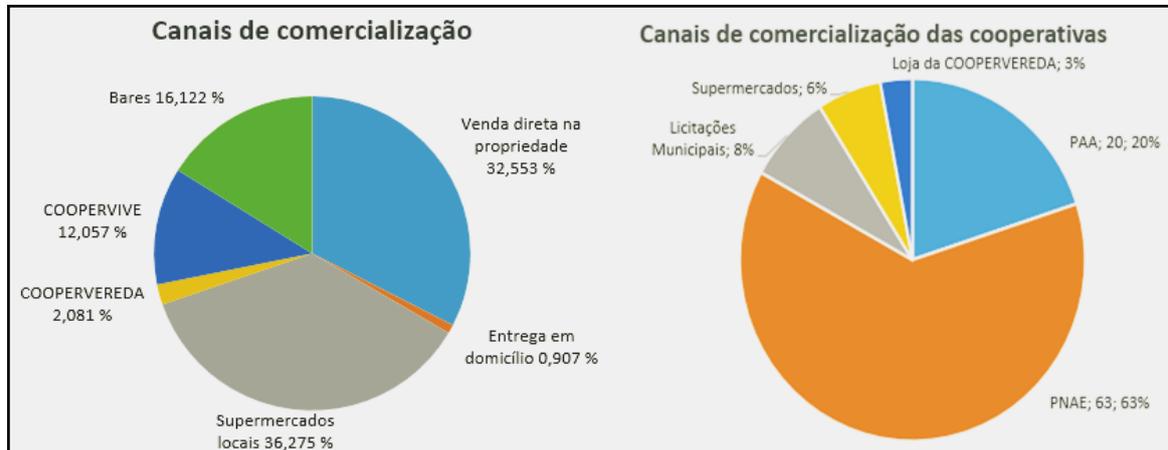


A comercialização através de cadeias curtas já era realizada na região, isso porque as famílias que produziam excedentes normalmente vendiam aos vizinhos e conhecidos. Assim, cada família ofertava o que tinha produzido e também adquiria o que as outras famílias haviam produzido além das suas necessidades individuais. Nos casos estudados, as famílias incluíram a produção de alimentos elaborados e obtiveram demandas maiores do que a produção já ofertada anteriormente.

Dessa forma, vender alimentos diferenciados pelas agroindústrias familiares é uma novidade mercadológica, por romper com a rotina anterior, que era de vender a matéria prima excedente (*commodities*) por um preço baixo, para passar a comercializar alimentos diferenciados e artesanais por preços mais interessantes, a ponto de provocar mudanças sociotécnicas nas famílias (acesso a bens materiais e conhecimentos, satisfação pessoal e aumento de renda), no meio ambiente (produção mais sustentável e consequente preservação do meio ambiente) e no desenvolvimento regional (geração de renda, impacto na economia e comércio local e oferta de alimentos com aspectos nutricionais, sociais e culturais de acordo com os hábitos de consumo da população).

Outros canais de comercialização também foram ampliados com a chegada das agroindústrias, foram acessados supermercados locais, bares, entrega em domicílio, conforme a Figura 2. O canal que oferece maior autonomia aos agricultores na definição de preços é a venda direta na propriedade (que escoia 33% da produção e é praticada por todas as agroindústrias estudadas). Neste canal cada agricultor consegue colocar preço dos seus alimentos. É também através das cadeias curtas que os aspectos sociais, culturais e ambientais são mais valorizados pelos consumidores. Como autonomia e sustentabilidade são os resultados esperados pelos agricultores que criam novidades, a ampliação dos canais que garantem essas condições é essencial para a melhoria da renda e da qualidade de vida das famílias do campo (GAZOLLA, 2013).

Figura 2: Representação dos diferentes canais de comercialização construídos pelos agricultores familiares.



Fonte: Pesquisa de campo (2018).

Atualmente nenhum produtor vende diretamente ao PAA e PNAE, mas vendem através das cooperativas, como é possível observar no Gráfico 2, à esquerda, em que estão os canais que os agricultores acessam. No gráfico à direita é possível observar os canais de comercialização acessados pelas cooperativas, no qual é notável a importância desses programas governamentais para a comercialização de alimentos da agricultura familiar. O PNAE é o programa que recebe maior quantidade de alimentos comercializados pelas agroindústrias familiares, 63% dos alimentos comercializados via cooperativas são destinados a esse canal. Nos mercados institucionais os preços são estabelecidos no momento da compra de alimentos e, em muitas situações, superiores aos dos mercados regionais e locais³.

No entanto, a dependência dos agricultores e das cooperativas estudadas aos programas governamentais, coloca em risco a estabilidade da comercialização de alimentos no município. A redução ou a extinção desses programas interfere em 14% da comercialização da produção dos casos estudados, e afeta ainda mais a produção total de alimentos agroindustrializados no município. Quando se tratam de cooperativas essa interferência é ainda maior e com forte potencial prejudicial, somando 83% da comercialização via PAA e PNAE (Figura 2). Hipoteticamente, se as licitações municipais também fossem suspensas/extintas, as cooperativas perderiam mais 8% das vendas. A dependência política

³ Embora nos últimos anos (2014 – 2018) os preços deixaram de ser reajustados pelo Estado, devido à crise econômica e institucional que o mesmo se encontra no Brasil; assim, alguns preços deixaram de ser 'superiores' ou compensadores para os alimentos vendidos para estes canais.



que os agricultores e as cooperativas sofrem frente a essas formas de comercialização podem acabar rompendo alguns pilares importantes para a sustentação financeira das agroindústrias familiares e do conjunto de suas novidades construídas.

Uma importante estratégia que acresce a renda é a oferta de alimentos com a Certificação Orgânica Participativa pela Rede Ecovida e o Selo Brasil Orgânico. Esse segundo selo é atribuído pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) para todos os alimentos que estão certificados como orgânicos através de certificadoras credenciadas pelo próprio Ministério e que também são credenciadas pelo Instituto Nacional de Metrologia e Qualidade Industrial (INMETRO) (ORGANICSNET, 2018). Uma novidade organizacional e mercadológica encontrada pelos agricultores para acessar os mercados institucionais (licitações e programas governamentais) e para atrair novos consumidores a fim de assegurar a renda das famílias. Geralmente, o preço dos alimentos orgânicos se sobrepõem aos demais. De acordo com a pesquisa de campo, as variações de preço variam conforme o caso e o tipo de alimento, mas transita entre 20% e 200% em comparação com alimentos que não são orgânicos, sendo chamado de preço *premium* (ZAMBERLANT et al, 2006).

5.0 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo do trabalho foi identificar e analisar as novidades construídas e seu processo histórico junto as agroindústrias familiares, evidenciando seus efeitos sobre as famílias rurais e os processos de transições sociotécnicas que ocorrem no sistema alimentar. Através do processo de investigação que se baseou metodologicamente na POA e na PMN foi possível perceber a importância da capacidade de agência dos atores sociais para o desenvolvimento de novidades. Foram identificadas e analisadas novidades e transições sociotécnicas significativas aos processos de desenvolvimento rural e regional.

As transições sociotécnicas identificadas geraram alterações em nível de nicho sociotécnico. Tais modificações proporcionaram melhores condições de vida e trabalho aos agricultores familiares, que puderam optar por permanecer no campo e produzir alimentos mais saudáveis, a partir de uma produção sustentável. Esse movimento social de mudança que se iniciou com as agroindústrias familiares e outros atores sociais está promovendo o desenvolvimento rural no município em estudo.

As famílias estudadas passaram a comprar mais bens de consumo, viajar, participar de encontros, acessar internet e investir em moradia, poupanças, educação para os filhos e



cursos de formação. Além disso, as unidades produtivas passaram a consumir mais alimentos de produção própria e a proteger o meio ambiente em seu entorno. As ações coletivas alcançaram um público ainda maior, que vai além dos agricultores, abrange atores de desenvolvimento e grupos de consumidores. Estes últimos, passam a adquirir alimentos mais sustentáveis e alteram suas práticas diárias a partir do exemplo. Em nível municipal, a renda dos agricultores garantiu uma movimentação do comércio local e a manutenção das famílias no campo, além disso, os agricultores passaram a abastecer as escolas e creches com alimentos melhores do ponto de vista social, ambiental e nutricional.

As novidades territoriais encontradas puderam ser agrupadas em cinco tipos: produtivas, tecnológicas, organizacionais, ambientais e mercadológicas. Mas as novidades não estão restritas à apenas uma classificação irrestrita, algumas novidades possuem características de dois ou mais grupos de novidades, evidenciando características e resultados entrelaçados socialmente. Assim, como as mesmas não estão apenas dentro das agroindústrias familiares, mas em todo o processo de produção de matéria prima e nas relações sociais que os atores estabeleceram com outros atores, grupos e instituições.

Durante a investigação foram identificadas três dificuldades enfrentadas pelas agroindústrias familiares, que podem, futuramente, comprometer as novidades geradas no nicho sociotécnico: (a) Uma delas é a sucessão familiar incerta que põe em risco as novidades das agroindústrias e das cooperativas estudadas; (b) A dependência de algumas políticas públicas, como os mercados institucionais para a comercialização das cooperativas; (c) A instabilidade organizacional da rede de atores, que depende fortemente de um grupo específico de agricultores, da Prefeitura Municipal e dos programas governamentais (PAA e PNAE), que se extintos ou reduzidos podem desestruturar a rede organizacional que foi construída.

6.0 REFERÊNCIAS

- BAGGIO, A. C. (2010). A sociedade de risco e a confiança nas relações de consumo. *Revista de Direito Econômico e Socioambiental*, Curitiba - PR, v. 1, n. 1, p. 127- 147.
- DIEESE, 2018. *Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos*. Disponível em: <https://www.dieese.org.br/analisecestabasica/salarioMinimo.html>.
- FONTOURA, A. F. Da., (2012). *A Produção para Autoconsumo: Características e Importância para os Sistemas de Produção de Pecuária Familiar da Fronteira Oeste do RS*. (Dissertação de Mestrado). Santa Maria, RS.
- GAZOLLA, M. (2012). *Conhecimentos, produção de novidades e ações institucionais: cadeias curtas das agroindústrias familiares*. (Tese de Doutorado em Desenvolvimento Rural) –



Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

GAZOLLA, M. (2013). Redefinindo as agroindústrias no Brasil: uma conceituação baseada em suas “condições alargadas” de reprodução social. *VI Congresso Internacional Sistemas Agroalimentares Localizados*. Florianópolis- SC.

GAZOLLA, M.; SCHNEIDER, S. (ORGs.). *Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar*. Porto Alegre: Editora da UFRGS. 2017, 523p. (Série Estudos Rurais).

GEELS, F. W.; SCHOT, J. (2002). Technological transitions as evolutionary reconfiguration processes: a multi-level perspectives and a case-study. *Research Policy*, n 31, p. 1257-1274.

IBGE, Cidades. Censo 2010. (2016). Disponível em: <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=412860&search=||infogr%E1ficos:-informa%E7%F5es-completas>.

LONG, N. (2006). *Sociologia del desarrollo: una perspectiva centrada en el actor*. Colección Investigaciones. México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social.

MINAYO, M. C. S. (Org.). (1999). *Pesquisa social: teoria, método e criatividade* (14a ed.). Petrópolis, RJ: Vozes.

MIOR, L. C. *Agricultores familiares, agroindústrias e redes de desenvolvimento rural*. Chapecó: SC, Editora Argos, 338 p., 2005.

MOORS, E. H. M. y RIP, A. y WISKERKE, J. S. C. (2004). The Dynamics of Innovation: A Multi-Level Co-Evolutionary Perspective. In: WISKERK, J.S.C.; PLOEG, J. D. Van Der. (Org). *Seeds of Transition: essays on novelty production, niches and regimes in agriculture*. p. 31-56 Assen: Koninklijke Van Gorcum BV.

MUTTI, R. (2003). O primado do outro sobre o mesmo... In: *Anais do 1º Seminário de Estudos em Análise de Discurso*; 2003 Nov 10-13; Porto Alegre, Brasil [CDROM]. Porto Alegre (RS): UFRGS.

ORGANICSNET. (2018). Disponível em: <http://www.organicsnet.com.br/>. Acesso em: abr. 2018.

PLOEG, J. D. Van Der. (2008). *Camponeses e Impérios Alimentares: Lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização*. Porto Alegre. UFRGS.

PLOEG, J. D. Van Der; y BOUMA, J.; RIP, A.; y RIJKENBERG, F. H. J.; y VENTURA, F.; y WISKERKE, J. S. C. (2004). On Regimes, Novelties, Niches and Co-Production; In: WISKERK, J.S.C.; PLOEG, J. D. Van Der. (Org). *Seeds of Transition: essays on novelty production, niches and regimes in agriculture*. p. 1-29 Assen: Koninklijke Van Gorcum BV.

ZAMBERLAN, L.; BÜTTEBENDER, P.L.; SPAREMBERGER, A. (2006). O Comportamento dos consumidores de Produtos Orgânicos e seus Impactos nas Estratégias de Marketing. *30º Encontro ANPAD*. Salvador, BA.