

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS - UFPEL

**Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Territorial e Sistemas
Agroindustriais - PPGDTSA**



O Capital Social: Percepção na Agroindústria Olivícola

Azeites do Pampa em Bagé, RS

Pelotas

2023

Cristine Paradedda Costa

**O Capital Social: Percepção na Agroindústria Olivícola
Azeites do Pampa em Bagé, RS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Territorial e Sistemas Agroindustriais (PPGDTSA), da Faculdade de Agronomia Eliseu Maciel (FAEM) da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL), como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Desenvolvimento Territorial e Sistemas Agroindustriais.

Orientador: Gabrielito Rauter Menezes

Pelotas

2023

Cristine Paradedda Costa

Dissertação denominada O Capital Social: Níveis de percepção da Agroindústria Olivícola Azeites do Pampa em Bagé, RS apresentado como requisito parcial, para obtenção do grau de Mestre em Desenvolvimento Territorial e Sistemas Agroindustriais, Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Territorial e Sistemas Agroindustriais (PPGDTSA) da Faculdade de Agronomia Eliseu Maciel (FAEM), Universidade Federal de Pelotas (UFPel).

Data da Defesa:

Banca Examinadora:

.....
Prof. Dr. **Samanda Silva Rosa**

.....
Prof. Dr. **Mário Conill Gomes**

.....
Prof. Dr. **Gabrielito Rauter Menezes**

Universidade Federal de Pelotas / Sistema de Bibliotecas
Catalogação da Publicação

C837c Costa, Cristine Paradedda

O capital social [recurso eletrônico] : percepção na agroindústria olivícola Azeites do Pampa, em Bagé, RS / Cristine Paradedda Costa ; Gabrielito Hauter Menezes, orientador. — Pelotas, 2023.
72 f. : il.

Dissertação (Mestrado) — Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Territorial e Sistemas Agroindustriais, Faculdade de Agronomia Eliseu Maciel, Universidade Federal de Pelotas, 2023.

1. Capital Social. 2. Olivicultura. 3. Agroindústria. 4. Desenvolvimento Territorial. I. Menezes, Gabrielito Hauter, orient. II. Título.

CDD 664.362

À minha mãe...
que sempre apoiou e incentivou meus estudos,
dedico este trabalho com todo meu amor e
gratidão.
Ela é a minha inspiração, a minha força, e a minha luz.
Sem ela, eu não teria chegado até aqui.
ÉS A MELHOR!

AGRADECIMENTOS

Ao Gabrielito, meu mestre e amigo. Tu foste essencial para a realização deste trabalho, com a tua calma, paciência, sabedoria, orientação e amizade. Obrigada por seres mais do que um orientador, um parceiro de jornada. Obrigada por seres tudo aquilo que não falam de um orientador.

Aos meus avaliadores, professora Doutora Samanda Silva Rosa e professor Doutor Mário Conill Gomes, pela generosidade nas suas orientações e contribuições. Vocês me fizeram evoluir.

À Universidade Federal de Pelotas, ao meu Colegiado, Programa de Pós-Graduação em desenvolvimento territorial e Sistemas Agroindustriais, pela oportunidade e pelo apoio.

Aos meus professores e aos meus colegas, os Power Rangers dos Power Points: Carmo, Gi, Joélica, Fabiano, Luana e Simone, que compartilharam comigo os desafios e as alegrias do mestrado. Vocês são os melhores!

À equipe da agroindústria Azeites do Pampa, pela disponibilidade e pelo acolhimento sempre que necessário, agradeço pela confiança e pelo carinho com que me receberam sempre que precisei.

Ao Emerson Menezes. Fostes foi um grande colaborador!

À família Azeites e Olivais, da Luciane Gomes e do Edu, Eduardo Mauch Palmeira, meu amigo de infância que reencontrei no mestrado. Vocês me ajudaram muito a aperfeiçoar esta dissertação.

Ao Henrique e ao Fabinho, filhos desses amigos, que me acolheram com muita simpatia e diversão nas minhas visitas à Bagé!

À Bagé, minha nova paixão no mapa do Rio Grande do Sul.

À minha família, e a Rejane, meu anjo da guarda em vida. Vocês são o meu porto seguro.

À Luciana Nunes Ferreira, que no último instante me fez crer que este era o meu lugar.

A todos aqueles que de alguma forma torceram por mim e me apoiaram neste mestrado, mesmo que eu não tenha citado aqui, mas que foram muito importantes nesse processo, meu mais sincero obrigada!

Se puderes olhar, vê...

Se puderes ver, repara...

José Saramago

RESUMO

COSTA, Cristine Paradedda **O capital social: Níveis de percepção na agroindústria Azeites do Pampa em Bagé RS**. Dissertação. (Mestrado em Desenvolvimento territorial e Sistemas Agroindustriais). – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Territorial e Sistemas Agroindustriais. Faculdade de Agronomia Eliseu Maciel, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2023.

O objetivo do presente trabalho é perceber os níveis de capital social que ocorrem na agroindústria Azeites do Pampa na cidade de Bagé, estado do R.S. O Estado do Rio Grande do Sul (RS) se destaca como o principal centro produtor de azeite no Brasil, apresentando um recorde de produção de 448,5 mil litros no ano de 2022, o que representa um notável aumento de 122% em relação ao ano anterior, de acordo com dados do Cadastro Olivícola do Rio Grande do Sul. Neste contexto, é relevante observar que entre as 70 marcas de azeite produzidas no estado, 17 delas mantêm agroindústrias próprias, denominadas "lagares". Dentre essas agroindústrias, merece destaque a Azeites do Pampa, situada no município de Bagé (RS), composta por um quadro de 10 sócios fundadores, todos eles ativos produtores de azeite de oliva que colaboram ativamente no funcionamento desta instituição. A literatura aponta que agroindústrias com altos níveis de capital social são mais eficientes e sustentáveis. Nesse contexto, a presente pesquisa adota uma abordagem empírica e qualitativa com o propósito de investigar os níveis de capital social inseridos no contexto da agroindústria Azeites do Pampa. Os resultados deste estudo, derivados de entrevistas com os sócios da mencionada agroindústria, demonstram que a percepção de capital social neste contexto está intrinsecamente relacionada à existência de laços sólidos entre os associados e à presença marcante de confiança mútua. Esta confiança se destaca como um elemento central que orienta o capital social presente na Azeites do Pampa. A presente pesquisa contribui para uma compreensão mais profunda da relevância do capital social no âmbito do setor olivícola, destacando como a cooperação e a confiança podem exercer impactos positivos, não somente na agroindústria em questão, mas também na comunidade local e no desenvolvimento territorial.

Palavras-chave: capital social; olivicultura; agroindústria; desenvolvimento territorial.

ABSTRACT

COSTA, Cristine Paradedá. **The Social Capital: Levels of perception of the Azeites do Pampa agroindustry, in Bagé, RS.** Dissertation. (Master in Territorial Development and Agroindustrial Systems). – Postgraduate Program in Territorial Development and Agroindustrial Systems. Eliseu Maciel School of Agronomy, Federal University of Pelotas, Pelotas, 2023.

The objective of this work to understand the levels of social capital that occur in the Azeites do Pampa agroindustry in the city of Bagé, state of R.S. The State of Rio Grande do Sul (RS) stands out as the main olive oil producing center in Brazil, presenting a record production of 448.5 thousand liters in the year 2022, which represents a notable increase of 122% in relation to previous year, according to data from the Olive Oil Registry of Rio Grande do Sul. In this context, it is relevant to note that among the 70 brands of olive oil produced in the state, 17 of them maintain their own agro-industries, called "lagares". Among these agro-industries, Azeites do Pampa, located in the municipality of Bagé (RS), is made up of 10 founding partners, all of whom are active olive oil producers who actively collaborate in the operation of this institution. The literature points out that agribusinesses with high levels of social capital are more efficient and sustainable. In this context, this research adopts an empirical and qualitative approach with the purpose of investigating the levels of social capital inserted in the context of the Azeites do Pampa agroindustry. The results of this study, derived from interviews with partners of the aforementioned agribusiness, demonstrate that the perception of social capital in this context is intrinsically related to the existence of solid ties between associates and the marked presence of mutual trust. This trust stands out as a central element that guides the social capital present at Azeites do Pampa. This research contributes to a deeper understanding of the relevance of social capital within the olive sector, highlighting how cooperation and trust can have positive impacts, not only on the agroindustry in question, but also on the local community and regional development.

Keywords: share capital; olive growing; agroindustry; territorial development.

RESUMEN

COSTA, Cristine Paradedada. **El Capital Social :Niveles de percepción en la agroindustria de Azeites do Pampa, Bagé RS**. Disertación. (Maestría en Desarrollo Territorial y Sistemas Agroindustriales). – Programa de Posgrado en Desarrollo Territorial y Sistemas Agroindustriales. Facultad de Agronomía Eliseu Maciel, Universidad Federal de Pelotas, Pelotas, 2023.

El objetivo de este trabajo es comprender los niveles de capital social que se presentan en la agroindustria Azeites do Pampa en la ciudad de Bagé, estado de R.S. El Estado de Rio Grande do Sul (RS) se destaca como el principal centro productor de aceite de oliva de Brasil, presentando una producción récord de 448,5 mil litros en el año 2022, lo que representa un notable aumento del 122% con relación al año anterior, según a datos del Registro de Aceite de Oliva de Rio Grande do Sul. En este contexto, es relevante señalar que entre las 70 marcas de aceite de oliva producidas en el estado, 17 de ellas mantienen sus propias agroindustrias, llamadas "lagares". Entre estas agroindustrias, Azeites do Pampa, ubicada en el municipio de Bagé (RS), cuenta con 10 socios fundadores, todos ellos productores activos de aceite de oliva que colaboran activamente en el funcionamiento de esta institución. La literatura señala que los agronegocios con altos niveles de capital social son más eficientes y sostenibles. En este contexto, esta investigación adopta un enfoque empírico y cualitativo con el objetivo de investigar los niveles de capital social insertados en el contexto de la agroindustria de Azeites do Pampa. Los resultados de este estudio, derivados de entrevistas a socios de la mencionada agroindustria, demuestran que la percepción de capital social en este contexto está intrínsecamente relacionada con la existencia de vínculos sólidos entre asociados y la marcada presencia de confianza mutua. Esta confianza se destaca como un elemento central que orienta el capital social presente en Azeites do Pampa. Esta investigación contribuye a una comprensión más profunda de la relevancia del capital social dentro del sector olivarero, destacando cómo la cooperación y la confianza pueden tener impactos positivos, no solo en la agroindustria en cuestión, sino también en la comunidad local y el desarrollo territorial.

Palabras llave: capital social; oleicultura; agroindustria; desarrollo territorial.

LISTA DE SIGLAS

- ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas.
- COREDE – Conselho Regional de Desenvolvimento
- EMBRAPA – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária.
- GPS - Global Positioning System – Sistema de Posicionamento Global
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
- IBRAOLIVA – Instituto Brasileiro de Olivicultura.
- IDH – Índice de Desenvolvimento Humano
- IRAMUTEQ – (*Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires*).
- LDL – Lipoproteína popularmente denominada como colesterol ruim.
- PIB – Produto Interno Bruto
- PPGDTSA – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Territorial e Sistemas Agroindustriais.
- PRÓ OLIVA - Programa Estadual de Desenvolvimento da Olivicultura.
- QI-MCS – Questionário Integrado para Medir Capital Social
- RS – Rio Grande do Sul
- UFPEL – Universidade Federal de Pelotas.
- UFRGS – Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	- Mapa da Região Sul do Rio Grande Do Sul, onde situa-se a cidade de Bagé.....	31
Figura 2	- Agroindústria Azeites do Pampa, Bagé, RS.....	34
Figura 3	- Acesso à Agroindústria Azeites do Pampa por meio de GPS.....	35
Figura 4	- Maquinário utilizado para extração de azeite de oliva, Lagar Azeites do Pampa.....	35
Figura 5	- Azeitonas prontas para serem processadas.....	36
Figura 6	- Extração do azeite de oliva na Agroindústria Azeites do Pampa.....	36
Figura 7	- Agrônomo Emerson Menezes no processo final do azeite extravirgem.....	37
Figura 8	- Azeite de oliva extra virgem de cultivar koroneiki.....	38
Figura 9	- Nuvem de palavras gerada pelo IRAMUTEQ.....	51
Figura 10	- análise de similitude elaborada pelo IRAMUTEQ.....	55
Figura 11	- Organograma com palavras de cada classe elaborado pelo IRAMUTEQ.....	57

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	-	Número de produtores em 2017 e em 2022.....	27
Gráfico 2	-	Evolução da área plantada entre 2017 e 2022. de oliveiras no RS.....	27

LISTA DE QUADROS.

Quadro 1	- Perfil dos sócios da agroindústria Azeites do Pampa....	43
Quadro 2	- Identificação das propriedades.....	45

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	16
1.1	JUSTIFICATIVA.....	19
1.2	DELIMITAÇÃO DO TEMA DE PESQUISA	23
1.3	PROBLEMA DE PESQUISA.....	23
1.4	OBJETIVO GERAL	23
1.5	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	23
1.6	ESTRUTURA DO TRABALHO	24
2	REFERENCIAL TEÓRICO	25
2.1	CAPITAL SOCIAL.....	25
2.2	DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL	29
2.2.1	O Desenvolvimento Territorial na Campanha Gaúcha.....	30
2.2.2	A Cidade de Bagé	32
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	34
3.1	AGROINDÚSTRIA AZEITES DO PAMPA	35
3.2	CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA.....	41
3.3	COLETA DE DADOS.....	42
3.3.1	Pesquisa Bibliográfica e Documental	42
3.3.2	Entrevistas	43
3.3.3	Análise de Dados.....	43
4	RESULTADOS E DISCUSSÃO	45
4.1	PERFIL DAS ENTREVISTAS	Error! Bookmark not defined.
4.2	PERFIS DAS PROPRIEDADES	Error! Bookmark not defined.
4.2.1	Alguns dos relatos de como se deu a inserção no mundo olivícola	49
4.3	ANÁLISE DE DADOS DA RELAÇÃO AGROINDÚSTRIA E SEUS SÓCIOS.....	53
4.3.1	Análise de Similitude.....	56
4.3.2	Organograma	59
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	63
	REFERÊNCIAS	65
	ANEXO A - Entrevista.....	70

1 INTRODUÇÃO

A popularmente conhecida oliveira que é a *Olea europaea* por denominação técnica em seu nome científico, é uma espécie frutífera que foi introduzida no Brasil e tem sido amplamente cultivada em regiões de clima subtropical ou temperado em todo o mundo (COUTINHO; RIBEIRO; CAPELLARO, 2009). A olivicultura, como prática agrícola, tem acompanhado o desenvolvimento humano ao longo da história, estando presente desde a expansão das civilizações e tendo sido relatada pela primeira vez no Mediterrâneo oriental, atuais Palestina e Síria.

Ao longo do tempo, a espécie humana passou por um processo evolutivo. Inicialmente, era predominantemente sedentária e coletora, mas posteriormente passou a se fixar e a produzir alimentos para garantir sua sobrevivência. Nesse sentido, a adaptação foi essencial e uma das primeiras árvores a serem cultivadas foi a oliveira. Uma vez dominado o cultivo, a oliveira passou a produzir azeite, o qual foi utilizado para fins diversos, como iluminação, beleza e consumo alimentar.

O consumo de azeite remonta a tempos longínquos, embora sua origem exata seja incerta. Juntamente com as uvas, as azeitonas foram um dos primeiros frutos a serem cultivados no Mediterrâneo Oriental e Ásia Menor, há mais de 5.000 anos. A palavra "azeite" tem origem no termo árabe "Az-zait", que significa "sumo de azeitona" (AZEITES DA ESPANHA, 2016)

Inicialmente, o consumo de azeite se limitou aos povos do Oriente Médio, sendo posteriormente levado para a Europa e o Ocidente pelos gregos e romanos, onde permaneceu restrito por muitos séculos às regiões mediterrâneas. No século XVI, os espanhóis introduziram o cultivo do azeite no Peru, Chile e México, e no século XVIII, a prática se estendeu para os Estados Unidos (OLIVA, 2021).

Para Vossen (2007), os registros indicam a introdução de azeitonas na Grécia, Egito e oeste da Turquia. Nessas áreas, existem muitos sítios arqueológicos com achados relacionados à azeitona, como pedras de moagem, bacias de decantação, vasos de armazenamento, afrescos e escritos antigos. No Palácio de Cnossos, na ilha de Creta, as mesas de barro que registram o comércio de azeite podem ser rastreadas até 1700 a.C.

Na Turquia, em Urla, perto de Izmir, há uma antiga instalação de processamento de azeite que data de 600 a.C. Muitos vasos de barro, chamados ânforas, que serviam para armazenar e transportar azeite, podem ser encontrados em ruínas por toda a área. Atualmente, existem 10,5 milhões de hectares cultivados no mundo, dos quais 97,1% correspondem a áreas dos países da região de origem, e apenas três desses (Espanha, Tunísia e Itália) detêm 50% desse total (BELARMINO *et al.* 2020).

Com relação ao Brasil, a introdução das oliveiras ocorreu no período colonial. Estas eram plantadas próximas a igrejas em decorrência do "Domingo de Ramos", período Pascoal, visto que esta árvore possui também significado religioso para alguns povos. Segundo Silva (2011), o Brasil tomou a iniciativa de se tornar um *player* de mercado com a produção do primeiro azeite brasileiro em 2008. De modo geral, a América do Sul está passando por mudanças na expansão das áreas olivícolas, tecnologias e processos de industrialização.

Nos relatos do Instituto Brasileiro de Olivicultura, conforme Renato Fernandes, presidente da IBRAOLIVA (2020), no Brasil, esta espécie é cultivada anualmente em aproximadamente cerca de 10.000 ha. O principal produtor do país é o Rio Grande do Sul (RS), com mais de 70% de área cultivada com oliveiras. "O RS, começou a implantar a oliveira no século XIII em praças públicas para ornamento e com frutificação abundante" (SAINT HILLAIRE, 2002, p. 77). Em 1948, a cultura foi introduzida no RS através da Secretaria da Agricultura (setor oleícola) com propósitos de pesquisa (COUTINHO; RIBEIRO; CAPELLARO, 2009).

Por ser uma espécie de muita personalidade, e de uma ótima adaptação em solo gaúcho, esta cultura está em expansão no sul do estado do RS. Estão sendo criados locais para produção e extração, e a busca pela evolução tecnológica tem se estabelecido desde a implantação de novos pomares, como também, na produção de azeite de oliva de qualidade tão apreciada pelos consumidores (PAULUS, 2011).

No que tange ao quesito saúde e qualidade de vida, o azeite de oliva é muito referenciado, devido principalmente a estudos que especificam a dieta mediterrânea, por ser um ácido graxo monoinsaturado que apresenta propriedades antioxidantes, reduz o LDL, lipoproteína popularmente

denominada como colesterol ruim, contribui para inibição da agregação plaquetária e a redução da formação de moléculas pró-inflamatórias (CUKIER; MAGNOLI; Alvarez, 2005).

Para além destas propriedades, o azeite também possui gordura monoinsaturada, é rico em polifenóis, que são substância bioativas com excelente poder antioxidante, que vão coibir e prevenir as oxidações biológicas, reduzindo a formação de radicais livres (ZELMANOWICZ, 2009).

Segundo o Cadastro Olivícola de 2022, além do volume crescente, a qualidade do produto nacional tem se destacado. Os azeites produzidos no RS são caracterizados como extra virgens de alta gama. O ponto de colheita, a rapidez até a extração, além de todos os demais cuidados no processamento e envasamento, tem sido alguns dos fatores diferenciais. Muitas marcas nacionais receberam medalhas de ouro e platina em concursos internacionais importantes, dentre os quais: o EVO International Olive Oil Contest Italy, New York Olive Oil Competition World 2021, Athena International Olive Oil Competition, London International Olive Oil Competitions, Olive Japan International Extra Virgin Olive Oil Competition, TerraOlivo/Israel, OliVinus/Argentina.

No ano de 2015, a Secretaria da Agricultura, junto com a Câmara Setorial das Oliveiras, percebeu a oportunidade de estimular, apoiar os produtores e consolidar a olivicultura, através de subsídios junto aos integrantes criou o Programa Estadual de Desenvolvimento da Olivicultura. Segundo o Pró- Oliva, atualmente o RS possui, 15, e mais de 200 milhões investidos em olivicultura na metade sul do estado.

A fabricação de azeite da safra 2022/2023 no Rio Grande do Sul foi de 580.228 mil litros, crescendo 29 % em relação ao período anterior. Esse índice também foi registrado no aumento do número de lagares, que hoje é de 17, um acréscimo de 100% a mais do que nos últimos cinco anos. Os dados foram divulgados nesta segunda-feira (03/07) pelo instituto Brasileiro de Olivicultura (IBRAOLIVA, 2020) e pela secretaria de Agricultura, Pecuária e produção Sustentável. e irrigação (SEAPI, 2023).

O estado plantou uma área de 6.200 hectares de oliveiras em 110 cidades, sendo que os produtores em ascendência nessa safra são Pinheiro Machado, Canguçu, Encruzilhada do Sul, Cachoeira do Sul, Dom Feliciano, Bagé, Santana do Livramento e São Gabriel. O Rio Grande do Sul possui 340

produtores e 4.300 hectares de áreas em idade produtiva (quatro anos ou mais). Já o número de marcas gaúchas de azeite está em 93, um aumento de 32% na comparação com a safra 2021/2022 (NOTÍCIAS AGRÍCOLAS, 2023).

Na região da Campanha gaúcha, situa-se a cidade de Bagé, com uma área territorial de 4.090,360km² e população estimada em 121.518 pessoas (IBGE, 2021) com densidade demográfica de 28,52 hab./km². Com um Produto Interno Bruto *per capita* de R\$ 25.942,27 (IBGE, 2020) e um Valor Adicionado Bruto (VAB) de Agropecuária estimado em 106.690, Bagé também possui um Índice de Desenvolvimento Humano Socioeconômico de 0,738 (IBGE, 2023).

Fundada nesta região em 2019, situa-se a agroindústria Azeites do Pampa, formada por dez sócios empresariais precedentes de diferentes áreas de atuação profissional. Estes se reuniram para compartilhar benefícios, responsabilidades e interesses na formação do empreendimento, unidos para resolver um problema em comum, formando assim alguns níveis de capital social, que podemos observar ao longo do trabalho do complexo agroindustrial olivícola, realizados pelos mesmos.

A inclusão do produtor rural pode ser considerada um aspecto relevante para a promoção do desenvolvimento regional e sustentável. Nesse sentido, é fundamental buscar o fomento e a utilização do capital social presente no campesinato, com o objetivo de promover a organização e a implementação de iniciativas de produção local, de forma a reduzir a vulnerabilidade desses produtores frente a adversidades, tais como as secas regulares na região da Campanha e a escassez de recursos tecnológicos. Essa abordagem visa potencializar a capacidade de ação coletiva produtiva e de autogestão econômica e social do produtor rural, de modo a contribuir para o desenvolvimento sustentável da região (MOREIRA *et al.*, 2009).

1.1 Justificativa

A olivicultura é um setor crescente no Brasil e responsável por boa parte do crescimento econômico agrícola da última década no RS (IBRAOLIVA, 2020). Atividade em expansão no território gaúcho, motivou este estudo para avaliar o nível de capital social entre os associados da agroindústria Azeites do Pampa, no município de Bagé, na campanha gaúcha. Em se tratando de capital social,

sabe-se que quanto mais alto for o estoque do mesmo, maior será a cooperação em ações que resultem no crescimento e transformação, tanto em nível empresarial, quanto para a população local. Portanto, este estudo tem a proposta de considerar o capital social como ferramenta para fornecer o desenvolvimento olivícola desta região em questão.

A agroindústria olivícola tem ganhado destaque nos últimos anos no Brasil, principalmente em regiões com clima favorável ao cultivo da oliveira, como é o caso de Bagé, no Rio Grande do Sul. Nesse contexto, a compreensão e análise do capital social na agroindústria olivícola torna-se essencial para a compreensão dos fatores que influenciam o desenvolvimento e o sucesso desse setor específico.

O capital social refere-se às redes de relacionamentos, normas e valores compartilhados que existem em uma determinada comunidade ou grupo. Ele desempenha um papel fundamental no desenvolvimento econômico e social de uma região, afetando a capacidade de cooperação, inovação e resolução de problemas coletivos. No contexto da agroindústria olivícola, o capital social pode desempenhar um papel crucial na formação de parcerias comerciais, acesso a informações e tecnologias, e na construção de uma reputação sólida.

Esta dissertação tem como objetivo investigar a percepção do capital social na agroindústria olivícola Azeites do Pampa em Bagé, RS. Pretendemos analisar como as relações sociais estabelecidas entre os produtores, fornecedores, consumidores e outros atores relevantes no setor influenciam o desempenho e a sustentabilidade da agroindústria olivícola em questão.

Ao explorar a percepção do capital social, pretendemos identificar os principais fatores que promovem ou dificultam a cooperação e a colaboração entre os diferentes agentes da cadeia produtiva de azeites do Pampa. Além disso, buscaremos compreender como essas relações sociais afetam o compartilhamento de conhecimentos, a transferência de tecnologias, a inovação e a busca de novos mercados.

A relevância desta pesquisa justifica-se pelo potencial impacto na tomada de decisão dos produtores, empresários e gestores do setor olivícola. Os resultados obtidos poderão contribuir para o desenvolvimento de estratégias que fortaleçam o capital social na agroindústria olivícola, promovendo a criação de redes de colaboração mais efetivas e sustentáveis. Além disso, a dissertação

fornece subsídios para a formulação de políticas públicas e iniciativas privadas que visem fortalecer o setor olivícola em Bagé e região.

Metodologicamente, esta pesquisa utilizará uma abordagem qualitativa, por meio de entrevistas, observação participante e análise documental. Pretende-se realizar um estudo de caso na agroindústria Azeites do Pampa, envolvendo os dez sócios que dividem as cotas

A análise dos dados coletados permitirá uma compreensão aprofundada do papel do capital social na agroindústria olivícola em Bagé, RS, fornecendo insights valiosos para acadêmicos, empresários e tomadores de decisão interessados no setor.

Em suma, esta dissertação sobre o capital social na agroindústria olivícola Azeites do Pampa em Bagé, RS, visa a contribuir para a compreensão dos fatores sociais que influenciam o desenvolvimento e a sustentabilidade dessa indústria em ascensão. A pesquisa busca fornecer conhecimentos e subsídios para a melhoria das relações entre os agentes envolvidos, promovendo o fortalecimento do setor olivícola e contribuindo para o desenvolvimento econômico e social da região.

A agroindústria olivícola tem conquistado um espaço crescente no Brasil, impulsionada pelo clima favorável e pelas características geográficas de determinadas regiões, como é o caso de Bagé, no Rio Grande do Sul. Nesse contexto, a compreensão e análise do capital social na agroindústria olivícola se torna crucial para entender os fatores que influenciam o desenvolvimento e o sucesso desse setor específico, com destaque para inovações recentes na cultura da oliveira.

Ao longo dos últimos anos, a cultura da oliveira no Brasil tem enfrentado desafios relacionados ao clima e à adaptação de variedades de oliveiras importadas para as condições nacionais. No entanto, observamos avanços significativos na pesquisa e nas práticas agrícolas, resultando em fatos inovadores que têm contribuído para a consolidação da agroindústria olivícola e a produção de azeites de alta qualidade.

Um dos fatos inovadores é a identificação de variedades de oliveiras mais adaptadas ao clima brasileiro. Pesquisadores têm realizado estudos para selecionar cultivares que apresentem resistência a doenças comuns no país, como a mosca-da-oliveira, e sejam capazes de produzir azeites com

características sensoriais distintas. Essa seleção genética contribui para a sustentabilidade da cultura, ao mesmo tempo em que amplia as possibilidades de diversificação de produtos e sabores (EMBRAPA, 2022).

Outro fato inovador é a implementação de técnicas agrícolas avançadas, como a irrigação controlada e o manejo integrado de pragas e doenças. A utilização de sistemas de irrigação adequados ao clima semiárido de Bagé permite uma melhor gestão dos recursos hídricos, otimizando o crescimento das oliveiras e a qualidade dos frutos. Além disso, o manejo integrado de pragas e doenças busca reduzir a dependência de pesticidas químicos, promovendo uma abordagem mais sustentável e amigável ao meio ambiente (EMBRAPA, [2023]).

Segundo Saueressig (2018), um terceiro fato inovador é a utilização de tecnologias de processamento de azeitonas e produção de azeites. Investimentos em maquinário moderno e boas práticas de extração garantem a obtenção de azeites de alta qualidade, preservando as características sensoriais e nutricionais das azeitonas. A introdução de técnicas como a extração a frio e a centrifugação em etapas tem se mostrado fundamental para a obtenção de azeites com baixa acidez e sabores intensos, que são altamente valorizados pelos consumidores.

Diante desses avanços e fatos inovadores na cultura da oliveira, torna-se ainda mais relevante compreender a percepção do capital social na agroindústria olivícola Azeites do Pampa em Bagé, RS. A análise do capital social permitirá investigar como as relações entre os produtores, fornecedores, consumidores e demais atores do setor contribuem para a disseminação e adoção dessas inovações. Além disso, a pesquisa poderá identificar possíveis barreiras sociais ou limitações na disseminação do conhecimento e na adoção de práticas inovadoras, subsidiando a formulação de estratégias para o desenvolvimento sustentável da agroindústria olivícola em Bagé e região.

Dessa forma, esta dissertação sobre o capital social na agroindústria olivícola Azeites do Pampa em Bagé, RS busca contribuir para a compreensão dos fatores sociais que influenciam o desenvolvimento e a sustentabilidade dessa indústria em ascensão. A pesquisa visa a fornecer conhecimentos e subsídios para a melhoria das relações entre os agentes envolvidos, promovendo o fortalecimento do setor olivícola e contribuindo para o

desenvolvimento econômico e social da região, tendo em vista as inovações recentes na cultura da oliveira que têm impulsionado esse setor.

1.2 Delimitação do tema de pesquisa

O foco do presente estudo está na identificação de capital social dentro do departamento olivícola na campanha gaúcha, mais precisamente, na agroindústria Azeites do Pampa, empreendimento único na região, e sua contribuição para o desenvolvimento do setor.

Nesse sentido, o capital social, entendido como os recursos disponíveis nas relações sociais, tem sido amplamente discutido como um elemento crucial para o desenvolvimento das comunidades rurais e para o fortalecimento dos setores produtivos. Através das relações sociais e dos laços de confiança estabelecidos entre os diferentes atores, o capital social pode influenciar positivamente o desempenho e a competitividade das organizações, bem como promover a inovação, o compartilhamento de conhecimento e a colaboração.

1.3 Problema de pesquisa

Este estudo tem como problema de pesquisa compreender como se dá a formação de capital social entre os associados da agroindústria, e como esta formação pode alavancar o crescimento da mesma em termos econômicos e sociais dentro da comunidade de Bagé e arredores?

1.4 Objetivo geral

Verificar a percepção de capital social do empreendimento agroindustrial Azeites do Pampa e seus efeitos no setor olivícola e comunidade local.

1.5 Objetivos específicos

Perceber o nível de capital social da agroindústria Azeites do Pampa, identificar quais os tipos de relações existentes, e analisar os mecanismos de capital social que ocorrem. Referenciar que, quanto maior é o capital social entre pessoas e empreendimentos, mais alto será o nível de sucesso alcançado entre os indivíduos, e conseqüentemente para a localidade onde atuam.

1.6 Estrutura do trabalho

A pesquisa está estruturada em cinco capítulos: Introdução, onde é contada a história da olivicultura no Brasil e no mundo, seguido da justificativa de pesquisa; referencial teórico, onde aborda os temas Capital Social e Desenvolvimento Territorial; procedimentos metodológicos, que vão justificar a abordagem do estudo de caso e referenciar a agroindústria Azeites do Pampa; e Resultados e discussão, onde será exposto o desfecho desta pesquisa e por fim as conclusões, que vão avaliar a existência ou não de Capital Social na Azeites do Pampa.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta presente seção, serão explorados os conceitos que fundamentam o presente trabalho, a saber, o capital social e o desenvolvimento territorial, o que possibilitaram, um melhor conhecimento sobre o assunto, mas, para tanto é necessário abordar cada tópico de maneira individualizada.

2.1 Capital social

Para explicar o desenvolvimento das sociedades, a ciência utiliza-se de diversas teorias, dentre elas as econômicas e as sociais, cada uma com suas vertentes, e todas vinculadas umas às outras. Há muito vem se pesquisando sobre o capital social e sobre suas dimensões.

A teoria do capital social se relaciona com o desenvolvimento, uma vez que esse conceito não pode ser compreendido somente por meio das abordagens de capital financeiro, humano e físico. O capital social pode ser crucial para repensar o desenvolvimento, especialmente no meio rural, já que proporciona a noção de melhor coordenação das ações com vistas a aumentar a eficiência da sociedade (SACHS; LAGES, 2001).

No que tange ao capital social, o conceito é construído, embora de maneiras distintas, inicialmente por Bourdieu (1985), que acredita que o capital social é a somatória dos recursos reais e virtuais, produzidos pelas redes de relacionamentos de mútuo entendimento e reconhecimento à disposição dos indivíduos e grupos.

Para Putnam (1993, p. 35), capital social se refere a “[...] características das organizações sociais, como redes, normas e confiança que facilitam a ação e a cooperação para benefício mútuo.”. Putnam (1993) segue a crença de Coleman (1990) de que o capital social é uma qualidade que pode ser um facilitador da cooperação interpessoal, portanto, pode-se afirmar que é uma espécie de capital intangível, onde pode ser acessado por indivíduos, quando estes se relacionam com outros, aumentando assim os benefícios de investimento no capital humano.

No estudo “Comunidade e Democracia”, Robert Putnam (1993), a partir do cenário do institucionalismo histórico, sugere o desempenho de algumas

instituições democráticas e sua relação com a participação da sociedade civil ou outras formas de participação. Neste estudo, os autores consideram a influência exercida por instituições oficiais que interferem no comportamento do governo e na prática política, na formação da identidade, no exercício do poder e no planejamento estratégico da política.

Putnam (1993) deu início ao seu trabalho percorrendo a Itália de norte a sul. Durante a viagem, o autor constatou que, no início da década de 1970, a responsabilidade pelas questões sanitárias, bem-estar público e outros interesses da população italiana haviam sido transferidas da administração central do país para os recém-criados governos regionais, o que personificava uma descentralização de demandas e uma prática importante na administração do país.

Este autor ambicionava descobrir as condições necessárias para criar instituições fortes, responsáveis e eficazes, capazes de promover a qualidade democrática da população. Nesse panorama, as regiões da Itália experimentaram mudanças e se encontraram no contexto perfeito para estudar o surgimento e a evolução de novas formas de governo.

Os métodos de pesquisa aplicados consistiram em métodos de enquete qualitativos e quantitativos e análises estatísticas necessárias para os resultados do estudo. Além disso, foi feita uma comparação simultânea entre 20 regiões da Itália, tendo em conta vários aspectos e são aplicados métodos como regressão múltipla e análise fatorial (MOREIRA; SANTIAGO; SILVA NETO, 2018).

Moreira, Santiago e Silva Neto (2018) relatam que Putnam (1993) examinou 12 indicadores de eficácia do governo nas 20 regiões, verificando suas correlações e estabilidade ao longo do tempo e, por fim, comparando a categorização por região com a opinião de votantes italianos e líderes comunitários. Putnam (1993) tentou entender a continuidade administrativa, considerações políticas e implementação de políticas em cada governo regional, incluindo questões relacionadas à estabilidade de decisão, eficiência do processo orçamentário e eficiência do sistema de informações administrativas.

Para Abramovay (2000), na perspectiva de Putnam (1993) e de Coleman (1990) o capital social é a soma de capital ou bens empregados em um território cuja apropriação depende em grande parte o sucesso ou não, de uma certa comunidade. Hoje em dia, é comum ver espaços que procuram organizar estas

formas de cooperação – que não se opõem evidentemente à concorrência, ao invés disso, fornecem um quadro onde os mercados podem funcionar de maneira mais adequada.

De acordo com Abramovay (2000), essas experiências, cuja análise crítica se torna providencial devido a sua rápida e efetiva expansão, têm contribuído para o surgimento da noção de "sistema econômico local". Esse conceito não implica em isolamento, mas, ao contrário, abre novas oportunidades a partir do aperfeiçoamento do tecido institucional de cada região.

Para Coleman (1990, p. 302) o capital social “[...] não é uma entidade única, mas uma variedade de entidades diferentes que têm duas características em comum: consistem em um aspecto de uma estrutura social e facilitam certas ações dos indivíduos dentro dessa estrutura. O capital social, nesse sentido, é altamente desenvolvido, pois possibilita o alcance de objetivos que sem ele não seriam alcançados.

Dessa forma, o capital social é uma importante ferramenta para se repensar o desenvolvimento, em especial no âmbito rural. Além dos capitais econômico, cultural e humano, há um tipo de capital que permite o acesso a recursos por meio de relações sociais e a coordenação de ações em busca de benefícios mútuos. Essa abordagem reconhece que a existência de confiança entre os membros da organização social é imprescindível para a consecução desses benefícios. O capital social, nessa perspectiva, é concebido como uma força produtiva que pode contribuir para o desenvolvimento e a acumulação de capital (LIMA FILHO, 2011; MOREIRA *et al.*, 2009; SACHS; LAGES, 2001).

De acordo com Nahapiet e Ghoshal (1998), o conceito de capital social possui três dimensões fundamentais. A dimensão estrutural está relacionada ao sistema de afinidades e às ligações existentes no meio de pessoas ou unidades. Por outro lado, a dimensão cognitiva se refere aos recursos fornecidos pelas representações, interpretações e sistemas de significado associados às partes envolvidas. Por fim, a dimensão relacional apresenta a natureza das relações individuais desenvolvidas entre os indivíduos.

O capital social organizacional, à luz da dimensão estrutural, diz respeito à forma como se dão as conexões entre pessoas ou grupos, principalmente pela ausência ou presença de laços. Na dimensão cognitiva é observado o compartilhamento de representações e interpretações, bem como o conjunto de

significados, tais como vocabulário e cultura local, as quais reproduzem a identidade do grupo de organizações. Na dimensão relacional, observa-se o tipo de relação entre as organizações a fim de identificar os resultados conjuntos alcançados, a partir de elos de confiança, credibilidade, normas e sanções (NAHAPIET; GHOSHAL, 1998).

A partir de meados da década de 1990, o conceito de "capital social" adquiriu importância crescente no debate sobre desenvolvimento econômico dos países e das regiões. Um exemplo foi a falta de capital social no sul da Itália, que foi responsável por seu atraso relativo. A sociedade no norte do país apresenta uma tradição cívica, associativa, a qual incentivou a cooperação e a confiança entre os agentes. O mesmo não ocorreu no Sul, no qual a estrutura social mais hierárquica e não-participativa restringiu a acumulação de capital social e, portanto, o desenvolvimento econômico (MONASTERIO, 2002).

Podemos distinguir a adequação do capital social em relação a outras formas de capital. Embora o capital físico seja totalmente tangível porque existe em forma material tangível, mas o capital humano é menos tangível porque é inerente às aptidões e conhecimentos que uma pessoa adquire. O capital social é menos tangível, uma vez que é construído em relacionamentos entre indivíduos e grupos de pessoas.

Do ponto de vista ideológico, o capital social pode ser um direito à cidadania, ao pluralismo e à democratização. Analisado por essa perspectiva, o capital social é um recurso complexo que fornece explicações sobre como os dilemas da ação coletiva podem ser superados (BAQUERO, 2003).

O presente trabalho aborda o Capital Social organizacional, ou seja, a dimensão estrutural de confiança e valor social entre pessoas e grupos. Este conceito evidencia os aspectos que influenciam os comportamentos que determinam a sociabilidade, a aceitação e a influência do objeto de estudo.

A ideia principal desta discussão é compreender a construção do capital social dentro da agroindústria Azeites do Pampa, os associados que dela fazem parte, e o seu papel no desenvolvimento desta região, sendo que a mesma, atualmente, é um dos polos olivícolas do país. De uma perspectiva econômica, as afinidades firmes de confiança, reciprocidade e cooperação são vistas como instrumento para facilitar as relações entre agentes econômicos e melhorar a eficiência dos formatos organizacionais tanto entre empresas como dentro delas

(ALBARGLI; MACIEL, 2002). Por outro lado, Kauser e Shaw (2004) mostram provas empíricas que apoiam a proposta de que em alianças bem-sucedidas, o nível de confiança é mais elevado do que em parcerias menos bem-sucedidas.

Para Pellin, Alcântara e Gonçalves (2016),

Discussões relacionadas ao capital social admitem um considerável grau de importância ao tentar explicar o desenvolvimento desigual entre regiões. O capital social remete a uma discussão sobre a importância de elementos intangíveis do território como cooperação, confiança e capacidade de articulação entre os atores. A maneira como estes elementos são organizados e potencializados podem estimular o desenvolvimento territorial (Pellin; Alcântara; Gonçalves, 2016).

Neste contexto, territórios não são definidos por limites físicos, mas pela forma como a interação social ocorre dentro deles, por isso é importante destacar o papel dos atores e organizações nas discordâncias sobre estratégias de desenvolvimento territorial. Se as áreas são laços sociais, então o mais importante é compreender a natureza da cooperação nelas manifestada - as aptidões sociais (ABRAMOWAY, 2006).

2.2 Desenvolvimento territorial

A análise do território vai além de sua dimensão física, uma vez que é composto por um tecido social complexo, estruturado em relações que transcendem os atributos naturais e os custos de transporte e comunicação. Esse tecido social é formado por uma trama de relações que possuem raízes históricas, fatores políticos e identidades que exercem um papel embora pouco compreendido no desenvolvimento econômico (ABRAMOWAY, 2000).

O conceito de desenvolvimento transcende a mera transformação social e econômica, sendo que o resultado natural desse processo é a mudança produtiva na agricultura (NAVARRO, 2001). O desenvolvimento territorial, por sua vez, é guiado pela construção de uma sociedade organizada, capaz de estabelecer parcerias entre atores do Estado, do mercado e da sociedade para elaborar estratégias eficientes e eficazes para os territórios (RODRIGUES; SANTOS, 2018).

Para Bernard Pecqueur (2006 p. 10-22), teórico francês do desenvolvimento local, existem duas concepções do território: de um lado o território dado, sem valor acrescentado, ou mesmo com fatores de

constrangimento e de limitações e, de outro lado, o território construído, produto de um processo de melhoria, fruto do jogo dos atores. “Trata-se de transformar recursos em ativos, através de um processo de mobilização e arranjos dos atores, frequentemente em torno de um problema inédito” (PECQUEUR, 2006). De acordo com Pecqueur (2006), o desenvolvimento territorial não pode ser objeto de um decreto, é uma construção de atores, mesmo se políticas públicas adequadas puderem estimular e mobilizar estes atores.

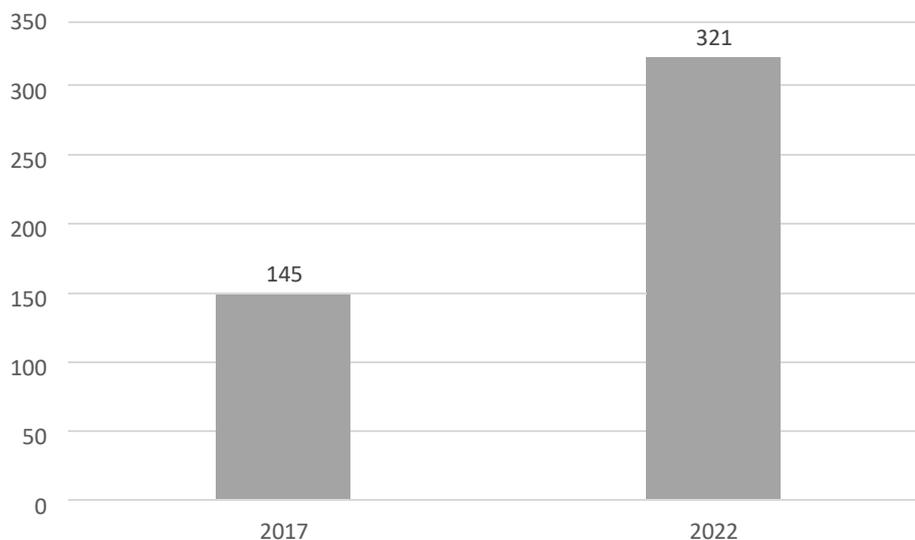
No caso do autor, sua aplicação no processo de desenvolvimento constitui composição do ator ilícito. Assim, num ambiente de globalização e consequente aumento da concorrência, cabe aos atores locais reagir a este processo e adotar estratégias que permitam a reorganização da economia local. Nesta lógica, devem procurar recursos próprios do território que permitam a diferenciação dos seus produtos. (PECQUEUR, 2006, p. 12) É o caso da agroindústria estudada, que é a única da região para processamento de azeite.

2.2.1 O Desenvolvimento Territorial na Campanha Gaúcha

Em se tratando do desenvolvimento territorial do pampa gaúcho, a produção de azeitonas e a comercialização de azeites de oliva, vem acrescentando consideráveis números a este cenário. De acordo com os resultados do Cadastro Olivícola recente, o RS aumentou bastante o número de plantio e principalmente número de produção e expansão de municípios com olivais, em comparação com os dados do Cadastro Olivícola de 2017 (LUSSANI, 2022). O levantamento identificou 5.986 hectares com cultivo de oliveiras, um avanço de 72% em relação aos dados do Cadastro anterior. O número de produtores aumentou consideravelmente, em proporção maior que a área, totalizando 321, um crescimento de mais de 121% em relação a 2017.

Com base no cadastro olivícola, observamos no gráfico 1, abaixo, que no ano de 2017, o Rio Grande do Sul possuía apenas 145 produtores cadastrados no setor, e em 2022 já contava com 321 propriedades em plena produção (LUSSANI, 2022)

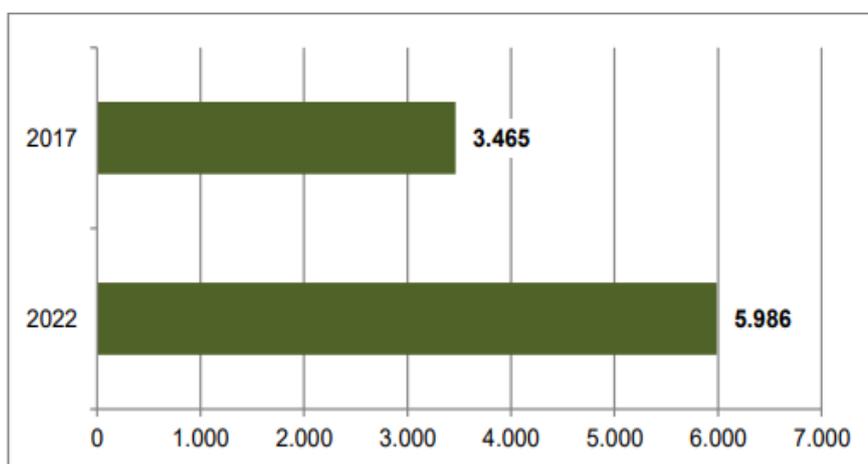
Gráfico 1 Número de produtores em 2017 e em 2022.



Fonte: elaborada pela autora com base no Cadastro Olivícola do RS 2022.

Para uma maior compreensão, no gráfico 2 observamos os números de área plantada no RS. Nota-se um aumento de mais de 121% em relação à pesquisa do ano de 2017.

Gráfico 2 aumento de área plantada entre 2017 e 2022.



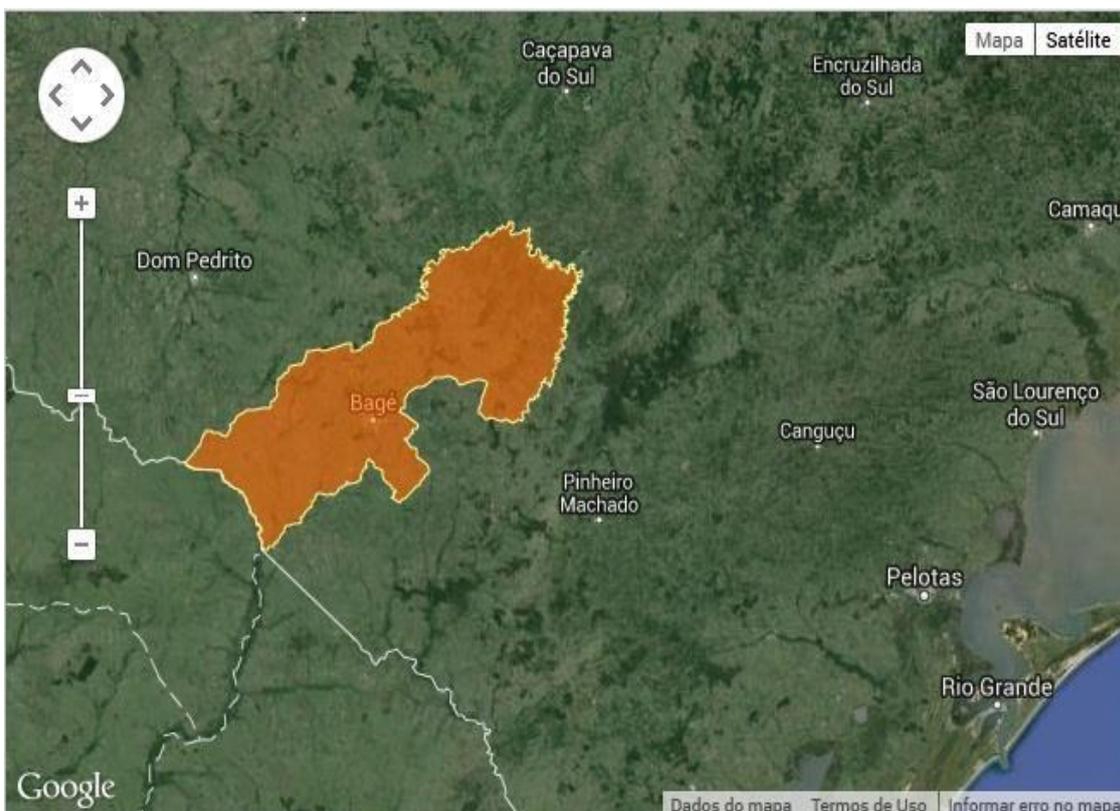
Fonte: Elaborada pela autora com base no Cadastro Olivícola do RS 2022.

2.2.2 A Cidade de Bagé

Conforme ilustrada no mapa abaixo, a cidade de Bagé, fundada em 1846, possui uma expansão territorial de 4.095,5 Km² e faz limites geográficos ao norte com Lavras do Sul, Aceguá e república Oriental do Uruguai; a Leste com Hulha Negra e Candiota, e a oeste com Dom Pedrito e República Oriental do Uruguai, novamente. Região de clima temperado, microrregião na Campanha meridional e mesorregião no Sudeste Rio Grandense, colocando-a assim, na região da Campanha gaúcha (PREFEITURA MUNICIPAL DE BAGÉ, 2014). Com uma população total de 116.794 habitantes ao todo, que se dividem em população urbana de 97.765 habitantes e população rural de 19.029 habitantes, conta com uma taxa de urbanização de 83,70% e densidade demográfica de 28,52 hab/km² (PREFEITURA MUNICIPAL DE BAGÉ, 2014).

Na figura a seguir, mostra-se uma foto satélite da região sul do Rio Grande do Sul, onde está delimitada a cidade de Bagé.

Figura 1- Mapa de Bagé, Rio Grande do Sul.



Fonte: *Google Maps* (2023)

O Conselho Regional de Desenvolvimento da Campanha (COREDE) surgiu em 1990 a partir do interesse da região em promover um desenvolvimento sustentável e harmônico, por meio da integração dos recursos e ações governamentais, apontando à melhora da qualidade de vida da população, à equitativa distribuição da riqueza produzida, ao estímulo à continuação do homem em sua região e à prevenção e reabilitação do meio ambiente (URCAMP, [2017]). O COREDE Campanha abrange uma área de 18.240,9 km², com sede na cidade de Bagé, além dos municípios de Aceguá, Caçapava do Sul, Candiota, Dom Pedrito, Hulha Negra e Lavras do Sul (URCAMP, [2017]).

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para os procedimentos metodológicos do estudo, foi abordado, inicialmente, a classificação da pesquisa seguido de uma revisão da literatura, a coleta de dados foi realizada através de entrevistas físicas por conveniência, seguido do passo a passo da parte prática do estudo, sendo relatado quais foram os instrumentos utilizados e como os dados foram analisados. Foi utilizada também parte do acervo documental da agroindústria.

Para esta percepção, esta dissertação tem como base o estudo de Nahapiet e Ghoshal (1998), no qual consideram quatro elementos que a compõem: a confiança entre os indivíduos, as normas de reciprocidade, as obrigações e a identificação estabelecida entre os indivíduos, seguidos das três dimensões do capital social: estrutural, cognitiva e relacional.

A dimensão estrutural do capital social fala dos paradigmas gerais das conexões entre os atores. Suas importantes singularidades são: a presença ou ausência de laços de rede entre atores; configuração de rede; ou estrutura descrevendo os padrões das conexões em termos de medidas como densidade, conectividade e hierarquia; organização apropriada, que é a existência de redes criadas com um propósito mais usadas para outro.

Se tratando da dimensão relacional do capital social, esta refere-se aos ativos criados e desenvolvidos ao longo dos relacionamentos, paralela à ideia de enraizamento comportamental ou “laços entre atores”. Entre as particularidades principais estão confiança e confiabilidade, normas e sanções, obrigações e expectativas, e identidade e identificação.

Já a dimensão cognitiva do capital social relaciona-se aos recursos que proporcionam representações, interpretações e sistema de significados compartilhados entre as partes. Estes recursos representam características de importância particular no contexto do capital intelectual, incluindo narrativas, linguagem e códigos compartilhados (o que os laços geraram do ponto de vista cognitivo). Embora apresentadas separadas, pode-se considerar essas dimensões como altamente relacionadas. (Nahapiet & Ghoshal, 1998).

Em suma, neste trabalho foi utilizado a forma de pesquisa descritiva, pois foram coletados dados através de entrevistas de forma presencial com gerentes e/ou proprietários selecionados por conveniência, na empresa, que tinham o

devido conhecimento sobre seu negócio. Para isso, foi elaborada uma entrevista contendo a identificação dos produtores e os perfis das propriedades, seguido de um questionário com 12 perguntas direcionadas ao tema principal abordado nesta dissertação, o capital social.

Foram elaboradas perguntas norteadoras padronizadas em relação ao uso desses indicadores e sua importância para a gestão atual, sendo realizado o registro de suas respostas juntamente com suas interpretações, para atingir os objetivos da pesquisa (geral e específicos). Neste estudo, será analisado o capital social da agroindústria Azeites do Pampa, com quatro anos de existência, sediada no município de Bagé (RS), região da Campanha gaúcha.

3.1 Agroindústria Azeites do Pampa

No ano de 2019, foi fundada na cidade de Bagé a agroindústria Azeites do Pampa, que conta atualmente com dez (10) sócios, de faixa etária entre 42 e 82 anos, todos com nível de escolaridade superior e profissões paralelas à olivicultura

Menezes, sócio fundador e Mestre Olivicultura e Elaiotecnia em Perugia na Itália entre 2011/2012, relata que um dos grandes desafios da instalação da agroindústria em Bagé é o de fomentar a ampliação dos cultivos de oliveiras no município e região. A indústria terá capacidade de receber a produção de 150 hectares/ano. A Azeites do Pampa, iniciou as tratativas com diversos produtores a fim de garantir o fornecimento de matéria-prima através de contrato de compra e venda. A agroindústria tem como meta adquirir anualmente 50 hectares de azeitonas de produtores parceiros (MENEZES, 2022).

Entre alguns dos resultados esperados pela agroindústria Azeites do Pampa, está a produção e comercialização de azeite de oliva extra virgem de qualidade, produção e comercialização de mudas de oliveiras e insumos, formação de mão-de-obra qualificada no tratamento e poda de oliveiras, habilitação de mão-de-obra qualificada na colheita e moagem de azeitonas, promoção de um produto turístico inovador da marca regional (pampa), valorização da cultura de oliveiras de qualidade na região e o fomento à olivicultura na região (MENEZES, 2022).

Tratando-se de geração de emprego e especialização de mão-de-obra, a agroindústria gera 15 empregos diretos na propriedade, 5 empregos diretos na própria indústria, 100 empregos indiretos nas propriedades, com a poda e a colheita, e 10 cargos indiretos na agroindústria.

Situada próximo ao aeroporto da cidade, a agroindústria recebe uma média de cinco grupos de aproximadamente 30 pessoas por mês, além de pequenos grupos aos finais de semana, que agendam visita para conhecer o processo de extração do azeite de oliva. O lagar realiza também atividades para o público externo, como cursos de harmonização e degustação dos azeites ali produzidos (MENEZES, 2022).

Na figura abaixo, observa-se a agroindústria Azeites do Pampa, situada na cidade de Bagé. O prédio possui salas de reuniões, salas para eventos e conta com um lagar onde é feita a extração do azeite de oliva extra virgem.

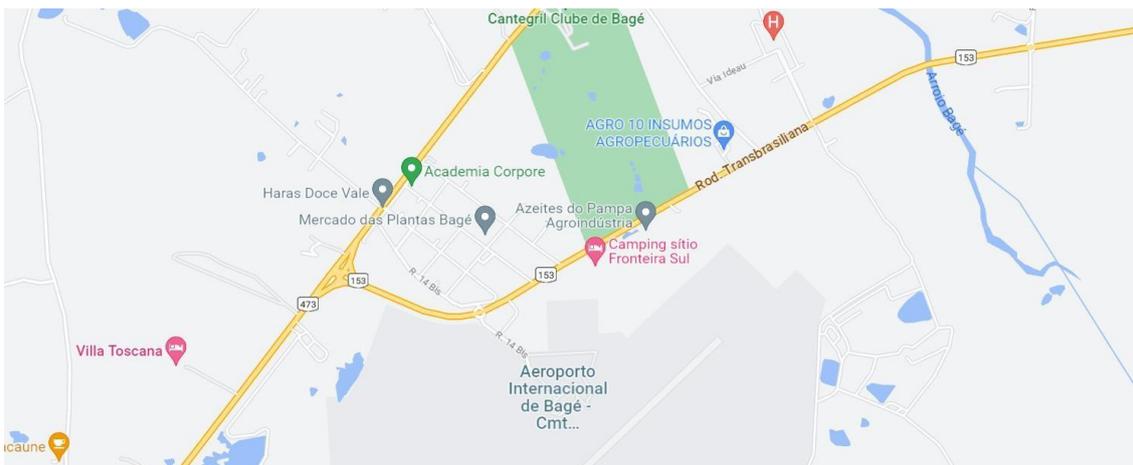
Figura 2 -Agroindústria Azeites do Pampa, Bagé, RS



Fonte: Agroindústria Azeites do Pampa, 2019.

Na figura 3, mostra-se uma imagem de satélite de como chegar na agroindústria Azeites do Pampa como o auxílio de GPS.

Figura 3 - Acesso à agroindústria Azeites do Pampa por meio de GPS.



Fonte: Google maps (2023)

A imagem a seguir mostra uma máquina de extração de azeite de oliva, pertencente ao lagar da agroindústria Azeites do Pampa, na cidade de Bagé.

Figura 4 – Maquinário utilizado para extração de azeite de oliva, lagar Azeites do Pampa



Fonte: Acervo da autora (2023)

Na imagem abaixo, algumas azeitonas prontas para a extração do azeite de oliva no lagar da agroindústria Azeites do Pampa.

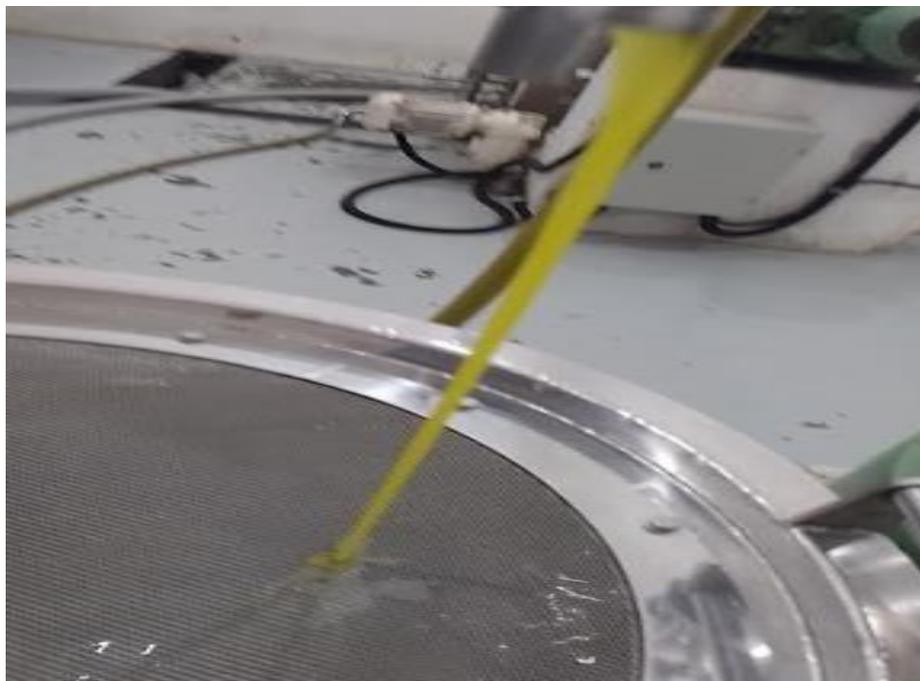
Figura 5 - Azeitonas prontas para serem processadas.



Fonte: Acervo Eduardo Mauch Palmeira (2023)

Pode-se observar na figura abaixo, o final do processo de extração do azeite de oliva na agroindústria Azeites do Pampa.

Figura 6 – Extração do azeite de oliva na agroindústria Azeites do Pampa



Fonte: Acervo da autora (2023)

Na foto ilustrada abaixo, Emerson Menezes, agrônomo responsável pela agroindústria Azeites do Pampa no processo final de extração do Azeite extravirgem.

Figura 7 -- Equipe no processo final do azeite extravirgem



Fonte: Acervo pessoal Eduardo Mauch Palmeira (2023)

A seguir, imagem dos azeites produzidos pela agroindústria Azeites do Pampa, Bagé, RS, com o cultivar grego Koroneiki, envasado em maio de 2023.



Figura 8 — Azeite de oliva extra virgem de cultivar Koroneiki.

Fonte: Acervo da autora (2023)

A agroindústria conta com uma área de mais de 100ha plantados, exclusivamente dos sócios, mas também processa azeitonas de propriedades vizinhas. Só na safra de 2022 foram produzidos cerca de 22.500 litros de azeite de oliva, com os cultivares Arbequina (espanhola), Koroneiki (grega), Picual (espanhola), Arbosana (espanhola) e Coratina (italiana) (Menezes, 2022).

Conforme Gil (2011, p.46), a pesquisa científica é um procedimento sistemático e racional que tem como objetivo solucionar problemas propostos. O desenvolvimento da pesquisa requer a realização de inúmeras etapas, desde a formulação adequada do problema até a apresentação satisfatória dos resultados. A pesquisa é, portanto, um processo investigativo, crítico e

estruturado que permite a investigação de fatos, fenômenos ou relações em todas as áreas do conhecimento.

3.2 Caracterização da Pesquisa

A metodologia aplicada nesta pesquisa é fundamentada em um estudo de caso na agroindústria Azeites do Pampa, de caráter exploratório, baseada em revisão de literatura, seguida de pesquisa de campo com coleta de dados por meio de entrevistas, em que os resultados serão compreendidos pelo software IRAMUTEQ.

Fundamentado principalmente no trabalho de Yin (2014), este trabalho vai analisar a agroindústria Terra Pampa como um todo, mensurando o capital social coletivo, onde a instituição é vista como ator principal desta pesquisa. A seguir, conta com uma abordagem exclusivamente qualitativa, que vai descrever os níveis de capital social, baseada em revisão bibliográfica e pesquisa exploratória.

Baseado em Gil (2011), a enquete exploratória é realizada com a finalidade de uma visão aproximada de um determinado fato. Esse tipo de enquete é particularmente realizada, quando o tema escolhido é pouco pesquisado e torna-se difícil formular hipóteses precisas e acionáveis sobre ela. Os estudos de enquete geralmente são o primeiro passo em estudos maiores. Se o tema escolhido for suficientemente geral, torna-se necessário esclarecê-lo e defini-lo, o que requer revisão de literatura, discussão com expert e outros procedimentos.

O produto final desse processo torna-se um problema mais óbvio. que está sujeito à verificação usando procedimentos. Portanto, o planejamento é flexível o suficiente para considerar vários aspectos relacionados com os fatos que estão a ser estudados. Na maioria dos casos essas revisões incluem: (a) revisões bibliográficas; (b) entrevistas com pessoas que têm experiência real na resolução do problema em estudo; e (c) análise de amostras que promovem a compreensão (SELLTIZ *et al.*, 1967, p. 63).

De acordo com Yin (2014), o estudo de caso é construído por muitas técnicas como: experimentos, levantamentos, pesquisas históricas e análise de

informações em arquivos. Sendo este, um método que abrange tudo com lógica de planejamento, e preparação na coleta e na leitura dos dados. Houve, contudo, um planejamento antes de se partir para a coleta de dados.

Selecionamos estudos qualitativos nos quais os estudos diferiam em método, formato e propósito. Godoy (1995a; 1995b) destaca a diversidade existente entre os estudos qualitativos e elenca um conjunto de características essenciais passíveis de identificar pesquisas desse tipo, a saber: (1) o ambiente natural como fonte direta de dados e o pesquisador como instrumento fundamental; (2) descritivo; (3) o significado que as pessoas dão às coisas e às suas vidas como preocupação do pesquisador; (4) abordagem indutiva.

3.3 Coleta de Dados

A pesquisa de campo é a etapa realizada após a enquete bibliográfica, na qual os pesquisadores definem os objetivos da enquete as hipóteses e possuem um bom conhecimento do assunto pois determinam os meios de coleta de dados, o tamanho da amostra e os métodos de agregação e análise dos dados. A enquete de campo pode ser dos seguintes tipos: descritiva, quantitativa, exploratória e empírica (MARCONI; LAKATOS, 1996).

Discutindo o trabalho de campo, Prodanov (2013) observa que o trabalho de campo, como qualquer outro tipo de pesquisa, faz parte da investigação bibliográfica. Também é necessário determinar o método de coleta de dados mais adequado de acordo com a natureza do assunto e determinar o método usado para registro e análise. Dependendo da técnica de coleta, análise e interpretação dos dados os estudos de campo podem ser classificados como de abordagem predominantemente quantitativa ou qualitativa. Na investigação onde a abordagem é essencialmente quantitativa, o investigador limita-se à descrição factual deste ou daquele acontecimento, ignorando a complexidade da realidade social.

3.3.1 Pesquisa Bibliográfica e Documental

Segundo Bento (2012), a revisão da literatura é parte essencial do processo de investigação. A primeira envolve a identificação, análise, síntese e interpretação de pesquisas anteriores (revistas científicas, livros, atas de congressos, resumos, etc.) relacionadas a um determinado campo; trata-se então de uma análise bibliográfica detalhada, referente a trabalhos já editados sobre o tema. Uma revisão da literatura é importante não apenas para definir bem o problema, mas também, para obter uma imagem precisa do estado atual do conhecimento sobre um determinado tópico, suas lacunas e a contribuição da pesquisa para o desenvolvimento do conhecimento.

3.3.2 Entrevistas

Para este estudo, foram estruturados dois blocos de entrevistas, onde o primeiro faz a identificação dos sócios da agroindústria, e o segundo são perguntas adaptadas conforme questionário QI-CMS para medir o capital Social.

Haguette (1997, p. 86) definiu a entrevista como um: “[...] processo de interação social entre duas pessoas na qual uma delas, o entrevistador, tem por objetivo a obtenção de informações por parte do outro, o entrevistado.”.

Para o entrevistador, a preparação da entrevista deve ser uma das etapas onde deve ter mais atenção, pois requer mais demanda de tempo e atenção. Para Bourdieu (1999), as perguntas devem ser feitas levando em conta a sequência do pensamento do pesquisado, ou seja, procurando dar continuidade na conversação, conduzindo a entrevista com um certo sentido lógico para o entrevistado. Para se obter uma narrativa natural, muitas vezes, não é interessante fazer uma pergunta direta, mas sim, fazer com que o pesquisado relembre parte de sua vida. Para tanto o pesquisador pode muito bem ir suscitando a memória do pesquisado.

3.3.3 Análise de Dados

A análise dos dados é realizada por meio do software IRAMUTEQ, um sistema de processamento de dados gratuito desenvolvido sob lógica de código aberto, que é licenciado sob o GNU GPL (v2). Está ancorado no ambiente

estatístico do software R e na linguagem Python. O software IRAMUTEQ foi desenvolvido inicialmente na língua francesa, onde estudos já o utilizam como ferramenta de análise de dados, e começou a ser utilizado no Brasil em 2013 (CAMARGO; JUSTO, 2013).

Este programa de computador permite realizar diferentes tipos de análise de dados textuais, desde as mais simples, como lexicografia básica (cálculo da frequência de palavras), até análises multivariadas (categorização hierárquica descendente, análise de similaridade). Organiza a distribuição dos termos de forma compreensível e visível. (análise de semelhanças e frases) (CAMARGO; JUSTO, 2013).

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A análise dos resultados abrange o perfil dos entrevistados, motivação para escolher a olivicultura e importância do capital social entre os sócios da empresa Agroindústria Olivícola Azeites do Pampa, localizada na cidade de Bagé, Rio Grande do Sul.

4.1 Perfil das entrevistas

As entrevistas foram realizadas na cidade de Bagé, salvo exceção de um sócio que foi entrevistado pela plataforma Google Meet, visto o mesmo residir em outro estado, no período dos meses de maio a agosto de 2023. Dos 10 associados da agroindústria Azeites do Pampa, apenas 6 concederam entrevistas, visto que os demais estiveram impossibilitados de participar do estudo.

A seguir, o quadro que vai ilustrar o perfil dos entrevistados, com suas respectivas idades, grau de instrução, local de residência, naturalidade e profissão.

Quadro 1 - Perfil dos sócios da agroindústria Azeites do Pampa.

Sócio	Idade	Grau de instrução	Reside na propriedade	Naturalidade	Profissão
1	72	Graduação	Não	Bagé	Advogado
2	57	Pós-graduação	Não	Bagé	Agrônoma, Fisioterapeuta
3	49	Pós-graduação	Não	Bagé	Agrônomo
4	58	Graduação	Metade da semana	Bagé	Engenheiro elétrico
5	42	Pós-graduação	Não	Bagé	Agrônomo
6	58	Graduação	Não	Bagé	Médico

Fonte: Elaborado pela autora (2023)

Em relação ao perfil dos entrevistados, as idades variam de 42 a 72 anos, sendo 5 do sexo masculino e apenas 1 do sexo feminino. Todos os entrevistados têm ensino superior e a maioria é pós-graduada. Os sócios, com exceção de um, são casados, sendo que o mesmo referido é desquitado, e quase todos tem a família envolvida no manejo de seus respectivos pomares. Apenas um sócio vive na propriedade em questão, sendo que este vive metade da semana em Bagé e metade na propriedade em Pedras Altas, já o restante reside próximo e um reside na cidade do Rio de Janeiro.

Nenhum dos entrevistados faz parte de alguma associação ligada à olivicultura brasileira, e a maioria busca informação através de grupos que dizem respeito ao assunto, artigos científicos e sites especializados, sendo que entre os associados fazem parte três agrônomos e um deles trabalha com pesquisa em fitossanidade e manejo de pragas em pomares olivícolas.

O primeiro entrevistado é advogado, tem 72 anos de idade, é natural de Bagé e não reside na propriedade, já o segundo que concedeu entrevista tem 57 anos de idade, possui 2 graduações em diferentes áreas, pós-graduação, é natural de Bagé e também não reside na propriedade onde cultiva o pomar.

O terceiro sócio a ser ouvido tem 49 anos, é natural de Bagé, Agrônomo responsável pela agroindústria, concilia seu tempo como funcionário público do município em questão e não reside na propriedade. O quarto sócio tem 52 anos de idade, é graduado em Engenharia Elétrica, natural de Bagé e divide sua semana entre a cidade de Bagé, o município de Candiota, onde é servidor público, e sua propriedade rural que fica em arredores de Pedras Altas.

Já o quinto entrevistado possui 42 anos de idade, é natural de Bagé, mas vive no estado do Rio de Janeiro, agrônomo, servidor da EMBRAPA, doutor em fitossanidade e vem ao sul uma vez por ano, portanto tampouco reside no pomar. Por fim, o sexto a ser entrevistado possui 58 anos, é graduado como todos os associados da agroindústria, é natural de Bagé e vai esporadicamente até a localidade onde tem a plantação de oliveiras.

4.2 Perfil das propriedades

No que diz respeito às propriedades dos entrevistados, todas elas possuem áreas variando de 12 a 400 hectares, porém, é importante destacar

que nem toda a extensão de terra é destinada ao cultivo de oliveiras. As áreas de plantio de oliveiras variam de 2 a 35 hectares, enquanto o restante das propriedades é destinado a outras culturas, como uva, arroz, soja e atividades pecuárias.

Neste contexto, é apresentada a Tabela 2, a qual engloba os dados utilizados para identificar as propriedades incluídas neste estudo, fornecendo informações detalhadas sobre tamanho da área e características específicas.

Quadro 2-Identificação das propriedades

Propriedade	1	2	3	4	5	6
Área total	22 ha	400Ha	12 ha	63 Há	27 Há	300 Há
Plantio de oliveiras	2ha	30Ha	3Ha	4,5 Há	2Ha	35 Há
Cultivares	Arbequina, Arbosana, Picual, Frantoio	Arbequina, Arbosana, Coratina, Picual, Koroneiki, Letino, Manzanilha	Arbequina, Koroneiki, Picual e Frantoio	Arbequina, Arbosana, Picual, Koroneiki	Arbequina, koroneiki, Picual e Frantoio.	Arbequina, Arbosana, Picual, Frantoio Coratina, Koroneiki, letino e Manzanilha.
%Produção	Azeite	Azeite	Azeite	Azeite	Azeite	Azeite
Principal renda	Não	Não	Não	Não	Não	Não

Fonte: Elaborado pela autora (2023)

Arbequina (Espanha), Arbosana (Catalã), Frantoio (Itália), Koroneiki (Grécia), Letino (Itália) e Manzanilha (Espanha), são alguns dos cultivares plantados pelos sócios da agroindústria, que não tem a olivicultura como principal fonte de renda, sem exceção e exercem outras profissões paralelas.

Uma das propriedades conta também com turismo rural, sendo possível em suas instalações participar do manejo e da colheita das azeitonas em tempo

de safra. Pode ser observado na tabela abaixo o perfil de cada propriedade e o respectivo produtor.

A propriedade do primeiro entrevistado possui 22 hectares, sendo 2 com o plantio de oliveiras dos cultivares Arbequina, Arbosana, Picual e Frantoio, e todo o seu pomar vai para a confecção de azeite de oliva. Já o segundo participante do estudo possui 400 hectares de terra, mas destina 30 para o cultivo de olivas, sendo um dos pomares com mais diversidade de cultivares entre os entrevistados, plantando Arbequina, Arbosana, Coratina Picual, koroneiki, Letino e Manzanilha, todos para fabricação de azeite de oliva.

Em relação ao terceiro pomar, a propriedade em totalidade possui 12 hectares de terras e 3 são exclusivos para o plantio de oliveiras, sendo elas Arbequina, koroneiki, Picual e Frantoio. Todos frutos vão ser processados na agroindústria para produção de azeite de oliva. O quarto participante da pesquisa possui uma terra de 63 hectares juntamente com seu sócio, e a parte destinada ao pomar de oliveiras é de 4,5 hectares, onde produz também Arbequina, Arbosana, Picual e koroneiki, sendo toda a produção destinada à manufatura de azeite de oliva.

No que concerne ao quinto entrevistado, sua propriedade abrange uma área de 27 hectares, dos quais 2 hectares são dedicados à plantação de oliveiras, incluindo os cultivares Arbequina, Koroneiki, Picual e Frantoio. É importante salientar que a totalidade do pomar é exclusivamente destinada à produção de azeite de oliva. Essa escolha por focar na produção de azeite, reflete a especialização e o compromisso do entrevistado com a qualidade e o potencial da cultura da oliveira em sua propriedade.

Por fim, o sexto entrevistado é proprietário de uma extensa área de 300 hectares, caracterizada por uma produção agrícola diversificada. Dentre os cultivos presentes em sua propriedade, 35 hectares são dedicados ao cultivo de oliveiras. Vale ressaltar que sua propriedade se destaca entre os associados da Azeites do Pampa devido à diversidade de cultivares de oliveiras presentes. As variedades de cultivo incluem Arbequina, Arbosana, Picual, Frantoio, Coratina, Koroneiki, Letino e Manzanilha, o que demonstra um alto grau de expertise e dedicação à cultura da oliveira por parte do entrevistado. Essa ampla variedade de cultivares pode influenciar positivamente na qualidade e na variedade de azeites produzidos na região.

Todos os participantes acima afirmam que a olivicultura não é a principal fonte de renda.

4.2.1 Alguns dos relatos de como se deu a inserção no mundo olivícola.

O primeiro sócio a ser entrevistado relata suas origens europeias de família de agricultores, onde os avós trabalhavam a terra, e acredita que a forma de nos alimentarmos vem mudando, dando lugar a outras formas de alimento que não contemple o sacrifício de animais. Após ter herdado as terras da família, onde os pais também eram agricultores, hoje conta com o auxílio de um filho na diversificação da propriedade e na produção de oliveiras.

“Eu tenho as origens também, meus pais, meus avós eram portugueses, meu pai foi gerado em Portugal e nasceu no Brasil, então eu tenho esse apreço pela olivicultura, e quando estive em Espanha e Portugal pude apreciar a riqueza do cultivo da oliveira, nem imaginava me envolver com isso mas sempre foi um atrativo. Então fui participando, acompanhando o crescimento da indústria. Acho que está bem encaminhada, e acho que esta nova região vai desenvolver bastante isso. Está aportando investidores de fora, investindo capital, e vai mudar o perfil do pessoal vinculado à pecuária, eu acho que o momento da pecuária está passando, estamos consumindo outros alimentos, outras riquezas, não necessariamente o sacrifício de animais, é muito tribalismo nosso ainda, já gostei mais da carne, hoje não como muito. A idade vai mostrando coisas novas, setenta anos já passou há horas e eu já estou me preparando” [...] (Entrevistado 1)¹

Para o entrevistado número 2, um dos fatores mais importantes é a geração de mão-de obra local, onde os colaboradores se sentem membros da família, e a diversificação no campo com culturas diferentes e diferenciadas do resto do país, devido ao terroir da campanha. Após começar a diversificação na propriedade com o cultivo de videiras, resolveu, pelas suas também origens europeias, dedicar-se à olivicultura. Como a família toda se encantou com o projeto, hoje tem o auxílio das filhas em época de poda e colheita.

“Temos uma propriedade rural onde empregamos várias pessoas, tu dás mão-de-obra. Isso é uma coisa boa. A diversidade do campo é importantíssima, primordial, até pro teu olho, olhar só plantação de uma coisa é chato, não é? Então tu vês uma lavoura de oliveira, de uva, de soja, de arroz, de laranja, eu acho importantíssimo. Eu pensei que se

¹ Entrevistado 1 – Entrevista concedida em 12/07/2023. Tempo total: 28min. 32 segs. Entrevista feita no escritório dele.

a gente plantasse uva, plantasse um pouquinho de cada coisa, se uma não der certo, a outra te mantém, principalmente depois que a gente para de trabalhar, numa idade mais avançada. Acho que não pode botar as fichas numa coisa só. [...]. “Tu não ficas milionária com isso, mas te dá prazer. Meus funcionários têm prazer de tomar um vinho feito por eles. Os meus funcionários são umas joias. Eu não tenho funcionários, eu tenho uma família. Porque essa coisa a mulher faz tudo não é verdade. Sem o homem não existe, eu não prego uma estaca daquelas, tem que ser o homem. Eu não tenho força. E olha que eu faço tudo! [...] Todo final de ano eu coloco todos dentro de um ônibus, com toda a família, cachorro, papagaio, periquito, então eles vão pra serra ver o que é uma plantação de uva, porque são regiões diferentes, campanha e serra. Eu mando pra serra, pra Montevideo, Buenos Aires, nos melhores hotéis, com tudo pago. Ano passado fomos todos a Buenos Aires. Todos são maravilhosos. Os conheço desde criança, alguns trabalharam com o meu pai. É uma família e sem eles eu não sou nada!” (Entrevistado 2)²

Para o sócio número 3, a formação de uma agroindústria para processar as azeitonas na região da cidade de Bagé foi fundamental para os produtores locais. Formado em agronomia, atua junto aos pomares de toda a região da campanha. Funcionário público municipal participou de um programa de transferência de tecnologia entre o governo brasileiro e italiano, onde teve oportunidade de fazer um mestrado na Itália entre os anos de 2011 e 2012.

Em relação aos pontos fortes da Azeites do Pampa, destaca a resiliência dos associados e a posição geográfica que os pomares e a indústria estão inseridos, e por fim salienta a excelente qualidade do produto.

“Bem, nós começamos a ver que a cultura estava se desenvolvendo bem na região e que tínhamos bastante produtores já com fruta no pé e não tínhamos onde processar essas azeitonas, então como eu vim desse curso da Itália e vi que seria possível montar uma agroindústria e me juntei com mais alguns sócios, entre eles algumas pessoas que eu já sabia que tinham pomares e que teriam interesse também em processar essa azeitona sem ter que levar ela pra longe. Eu falei com os sócios, propus cotas a cada um, e nós resolvemos então juntamente com o presidente anterior que foi doutor Pedro de montar a agroindústria.” (Entrevistado 3)³

A ajuda mútua em tempos de safra e produção é fundamental para fortalecer os laços dentro da agroindústria, relata o entrevistado número 4, assim como a mão-de-obra familiar em tempos de colheita. O produtor também ressalta

² Entrevistado 2 – Entrevista concedida em 13/07/2023 Tempo: 52 min. Entrevista feita na loja de vinhos e azeites.

³ Entrevistado 3 – Entrevista concedida em 13/07/2023. Tempo total: 26 min. 50 segs. Entrevista feita na Azeites do Pampa agroindústria.

o consórcio da olivicultura com a ovinocultura, que tem sido cada vez mais utilizado nesta região. Revela também a vontade de envelhecer no campo, uma das suas prioridades para a aposentadoria.

Para este participante, a diversificação nas vendas e a formação de um segmento para a venda do azeite de oliva em outras regiões do Brasil é fundamental para impulsionar o produto.

[...] “que é a questão do consórcio da olivicultura com a ovinocultura porque é bem difícil. A gente acha que é fácil, mas não é. E a outra é a aposentadoria. Pra eu ter uma atividade na aposentadoria porque eu estou me aposentando daqui a uns 2 anos mais ou menos, e aí a gente pensou nisso. [...] A cooperação ultimamente tem acontecido através do insumo. No início era mais tranquilo, a gente tinha pouca produção então dava tempo de quando terminou aqui em casa, então agora eu vou lá ajudar o fulano. só que agora já não dá mais agora aumentou muito o **** esse ano acho que colheu de 15 a 20 t e nós acolhemos quase 5 quase 6000 t ,então fica muito difícil porque nós mesmos levamos o filho, leva nora, leva primo, leva prima, parente irmão e assim a gente vai, porque a gente não contrata, é muito pouca a mão-de-obra de fora só pra colheita e muito pouco assim então a gente utiliza mesmo é a mão-de-obra familiar, mas a gente vai muito visitar os outros. Eu vou visitar ****, depois eu ia visitar **** agora a gente não vai mais, porque não dá mais tempo pra isso. Antes eu colhia azeitona e ainda vim ajudar na agroindústria para extração do azeite de noite, mas é muito complicado porque a gente passa o dia inteiro tipo 6 horas da manhã começa a colher vai até às 6 da tarde colhendo e depois ainda vem pra indústria e aqui na indústria a gente vira até 1 ou 2 da manhã extraíndo óleo, mas agora tá mais apertada por causa da quantidade de produção. Mas ainda tem uma interatividade nesse sentido de produtos de insumo e basicamente quem faz essa relação é o **** se vamos comprar do ovo adubo foliar ou qualquer outro tipo de fertilizante defensivos porque se a gente for comprar pra todo mundo é mais barato então a gente ainda compra em conjunto. [...] e o **** tá dando um novo impulso na agroindústria agora. Esse ano nós contratamos alguém especificamente pra vender os azeites. Nós temos dificuldades pra vender o azeite eu não sei se alguém já te relatou isso, mas nós temos dificuldade pra vender o azeite”. (Entrevistado 4)⁴.

O entrevistado número 5 também trabalha como funcionário público, onde estuda o manejo de pragas na cultura da oliveira. A união e o empenho em que dê certo, aliados a qualidade do produto, é um dos pontos fortes para que funcione, relata o participante.

A questão do território, do conhecimento do local onde formou-se como pessoa e profissional, também são tópicos importantes citados por ele durante a

⁴ Entrevistado 4 - Entrevista concedida em 13/07/2023. Tempo total 32min. 13 seg. Entrevista feita no hotel em que a pesquisadora estava hospedada.

entrevista, mostrando que o conhecimento da cultura e do *terroir* influenciaram bastante na hora de fundamentar sua decisão em se tornar produtor de oliveiras e sócio do lagar.

“O ponto forte é a união dos sócios em fazer o negócio dar certo, a escolha da marca refletiu numa coisa muito boa, refletiu bem onde a gente tá inserido, a nossa região, é um nome forte, a qualidade do produto que a gente faz é excepcional, então assim, o que nos dá ânimo de manter a agroindústria é um produto bom, né? Então o que falta a gente tem que buscar, mas a gente já tem o principal, que é um produto bom. Todo cliente que eu vendi algum azeite ele me procura pra comprar de novo, então é um sinal de que as pessoas gostam, é um produto diferenciado. [...] aí começamos a dar assistência técnica para vários produtores de Bagé, acho que no início foram 10 né, e aí começou o plantio. Não tinha ninguém plantando e a gente fomentou isso. Dessas pessoas poucas eram agricultores mesmo. A maioria do perfil do olivicultor na região era aquele cara que tinha terra, queria fazer algum negócio, já tinha feito outras iniciativas que não estavam dando certo, outras que estavam dando certo, como a silvicultura e a uva, e viram na oportunidade da olivicultura também um negócio, né?” (Entrevistado 5).⁵

Por fim, para o entrevistado número 6, a interação da agroindústria com a comunidade da cidade de Bagé tem melhorado bastante e crescido a cada ano, e a qualidade do produto é fator fundamental para que isso ocorra. Presidente da agroindústria pelo segundo mandato consecutivo, o ator relata que a confiança nas pessoas da agroindústria, no valor agregado à comunidade, levando o nome da cidade associado a um produto de qualidade, tem sido crucial para um ótimo relacionamento com a comunidade.

“Olha, eu acho que isso tem melhorado bastante. Tem crescido muito porque claro, aconteceu de a pessoa não saber, não conhecia porque é uma área fora da cidade então muita gente não circula por aqui. Tem gente que não sabia que tinha loja na indústria, achavam que é só agroindústria mais perguntavam onde vendia, se era só no supermercado etc... então isso tudo já melhorou bastante. Hoje claro, já tem uns 4 anos, o pessoal então já conhece o azeite, já sabe a qualidade do produto, sabe o que é daqui e já identifica o azeite. Em restaurantes então eu vejo que tem uma procura maior e o pessoal que compra nosso azeite volta a comprar o mesmo azeite. Não pensa em comprar o outro não, eles voltam e compra o nosso o nosso azeite. Tem um pessoal de fora que também consome muito nosso azeite eu tenho um amigo em Porto Alegre que eu levo caixas para ele, e tem uma moça também. Eles ficam cuidando na internet (Instagram). Aquela coisa: saiu me traz. Ainda a pouco ainda levei Pra Ele lá, levei 4, 5 caixas e todo ano ele compra né? E é só o nosso, e faz até a propaganda isso que ele não é nem de fazer mídia e tal, não é blogueiro nada, mas no Instagram dele quando sai o nosso produto ele sempre coloca, seja fazendo churrasco ou comida, e mostra a mostra

⁵ Entrevistado 5 – Entrevista concedida via *google meet* em 31 /07/2023 às 17:00.

observado na figura acima. Ressalta-se que algumas palavras podem estar agrupadas numa mesma frase, como por exemplo:

“A gente tem quase 7000 ha aqui no estado e aqui na metade sul onde a azeites do Pampa está. Vem acontecendo a pressão de muitas áreas por livre cultura aqui na região e também a construção de lagares aqui em Bagé tem 2 o seu **** também vai botar um lagar já para o ano que vem o **** também vai botar um já ano que vem então a nossa região num raio de 50 km vai poder contar com 4 lagares até o ano que vem.” (Entrevistado 3)⁷

A palavra "gente", como utilizada nas entrevistas, sempre foi empregada com o propósito de representar o coletivo, sendo sinônimo de "nós". Isso implica na ideia de uma coletividade que compartilha funções e atitudes de forma conjunta e unificada. Essa abordagem ressalta a importância da colaboração e da sinergia entre os entrevistados, destacando como eles se identificam como parte de um grupo que trabalha em conjunto para atingir objetivos comuns.

[...] “por aí a gente começou a plantar oliveiras em diversas áreas aqui da região, e chegou o momento que nós já estávamos visualizando a primeira safra. A gente então na medida que foi passando os anos, 2, 3 anos, eu e o **** vimos que tinha a oportunidade de envolver estes produtores na agroindústria. Porque até então tinham muito poucas agroindústrias na época, tinha acho que uma ou 2 instaladas e a gente tinha que mandar o produto para outras agroindústrias e a gente começou a fazer análise e viu que era possível com a produção que se tinha em Bagé.” (Entrevistado 5)⁸

“Imagina, tu vais na Grécia, em Jerusalém, vê aquelas azeitonas de 2000 anos, então é maravilhoso, não é? E aí até me lembro naquela época quando eu fui plantar, chamei as meninas, minhas filhas e disse: Olha, isso não é pra mim, isso é pra vocês. Vocês vão voltar pra Bagé? Senão não vou investir tudo isso, tem que dar continuidade no que a gente vai fazer, porque isso aqui é um patrimônio.” (Entrevistado 2)⁹

Nos depoimentos dos sócios entrevistados, chama-se a atenção para os laços formados pelas conexões laborais ou familiares. Nahapiet e Goshal (1998), já colocavam o capital social organizacional, chamando a atenção pela forma

⁷ Entrevistado 3 - Entrevista concedida em 13/07/2023. Tempo total: 26 min. 50 segs. Entrevista feita na Azeites da Pampa agroindústria,

⁸ Entrevistado 5 - Entrevista concedida via *google meet* em 31 /07/2023 às 17:00.

⁹ Entrevistado 2 - Entrevista concedida em 13/07/2023 Tempo: 52 min. Entrevista feita na loja de vinhos e azeites.

como se dão as conexões entre pessoas ou grupos, principalmente pela ausência ou presença de laços.

No que se refere a tomada de decisão em relação à sucessão rural, Gasson e Errington (1993) argumentam que a longevidade da reprodução social é um processo que envolve a continuidade, o legado e a aposentadoria dos pais da atividade. A herança trata da transferência legal do patrimônio, inclusive a terra. A retirada ou aposentadoria dos pais significa o afastamento do atual proprietário do trabalho e do comando do estabelecimento. Esse é o questionamento de alguns dos entrevistados, pois sem a sucessão familiar, não haveria razão para tais investimentos.

Referenciado em segundo lugar na nuvem de palavras, o termo “azeite”, é o fio conector entre os atores, afinal a união entre os membros da sociedade, deu-se porque todos são produtores de oliva, e precisavam de um local para processar suas azeitonas. Portanto, a teoria do Capital Social se relaciona com o desenvolvimento, e de acordo com Sachs e Lages (2001), o mesmo pode se tornar indispensável para refletir o engrandecimento, especialmente no meio rural, visto que favorece uma noção melhor de coordenação das ações que visam a aumentar a eficácia da sociedade.

Em conversa com os associados, o azeite e o vinho podem ser considerados como duas paixões que estes indivíduos nutrem, além de um fator primordial entre eles, que é o preparo para a aposentadoria, pois mais de 2 sócios relataram que é entre oliveiras e vinhas que gostariam de passar a melhor idade. Ela disse: “Esse negócio não dá dinheiro! Mas, Ele me disse que não queria ficar milionário, e sim morrer andando num parreiral” (Entrevistado 2).

Para o entrevistado número 4, algumas de suas relações começaram através do campo, posteriormente se estendendo pra sua vida e de seus familiares.

“Através do **** eu sou sócio também de um colega meu de serviço e ele conheceu a proposta do **** pra plantação de Oliveiras na região, e aí ele me passou o contato do *** e eu entrei em contato e nós começamos a planejar a plantação de Oliveiras em Candiota. Aí nós começamos a plantar Oliveiras em 2014 e a partir do de 2015 nós nos reunimos então pra formar a azeites do Pampa primeiro a gente plantou as Oliveiras depois formamos um grupo para mais à frente então a gente construiu a indústria. [...] Eu sou amigo pessoal do **** né? A minha relação com o **** é muito boa e com o ****, também com o ****. Eu gosto muito da **** e sempre achei **** uma pessoa extremamente dedicada né? O doutor **** né que eu o chamo de ****

que é uma pessoa fantástica. Foi ele que nos deu orientação jurídica no início que não é uma coisa fácil. Então a gente só fortaleceu a amizade e os mais distantes que a gente que eu os conheço pouco, mas a gente se dá bem, que é o **** e o **** que a gente vê pouco.” (Entrevistado 4)¹⁰

Cuminiare, palavra que vem do latim, formada por cum (junto) mais iniare (dar início), portanto, começar. Apesar de a azeitagem do Pampa ter início há apenas 4 anos, nos relatos dos associados os mesmos já haviam começado nos pomares há mais tempo, dando início, assim, a projetos juntos, talvez não com o intuito de montar a agroindústria, mas se nota, a intenção de dar crescimento e diversidade a sua região, apesar de alguns entraves por vezes burocráticos, por vezes financeiros.

O SEBRAE ajuda muito, eu tenho um apoio bem bom do SEBRAE, na questão da oliveira e do técnico. Eu leio um pouco e rezo, porque o nosso problema aqui é a distância, na verdade o problema do agricultor, porque tem a questão do clima. tudo como outro agricultor normal, mas o problema é tirar isso daqui e levar para os centros que precisam de azeite, porque o RS já produz e consome azeite, então o nosso problema é só mapa. Eu tenho que levar isso pra São Paulo, pro RJ, só que o frete é muito caro, a estrutura é difícil pra levar, entendeu? É tudo de caminhão, não tem um trem que atravesse esse país, então isso é ruim. (Entrevistado 2)¹¹

A palavra pessoa, designada como a quarta na nuvem de palavras, refere-se individualmente aos membros formados nesse ambiente, tanto de trabalho como de relações pessoais, e também aos colaboradores próximos aos produtores e da própria agroindústria.

4.3.1 Análise de Similitude

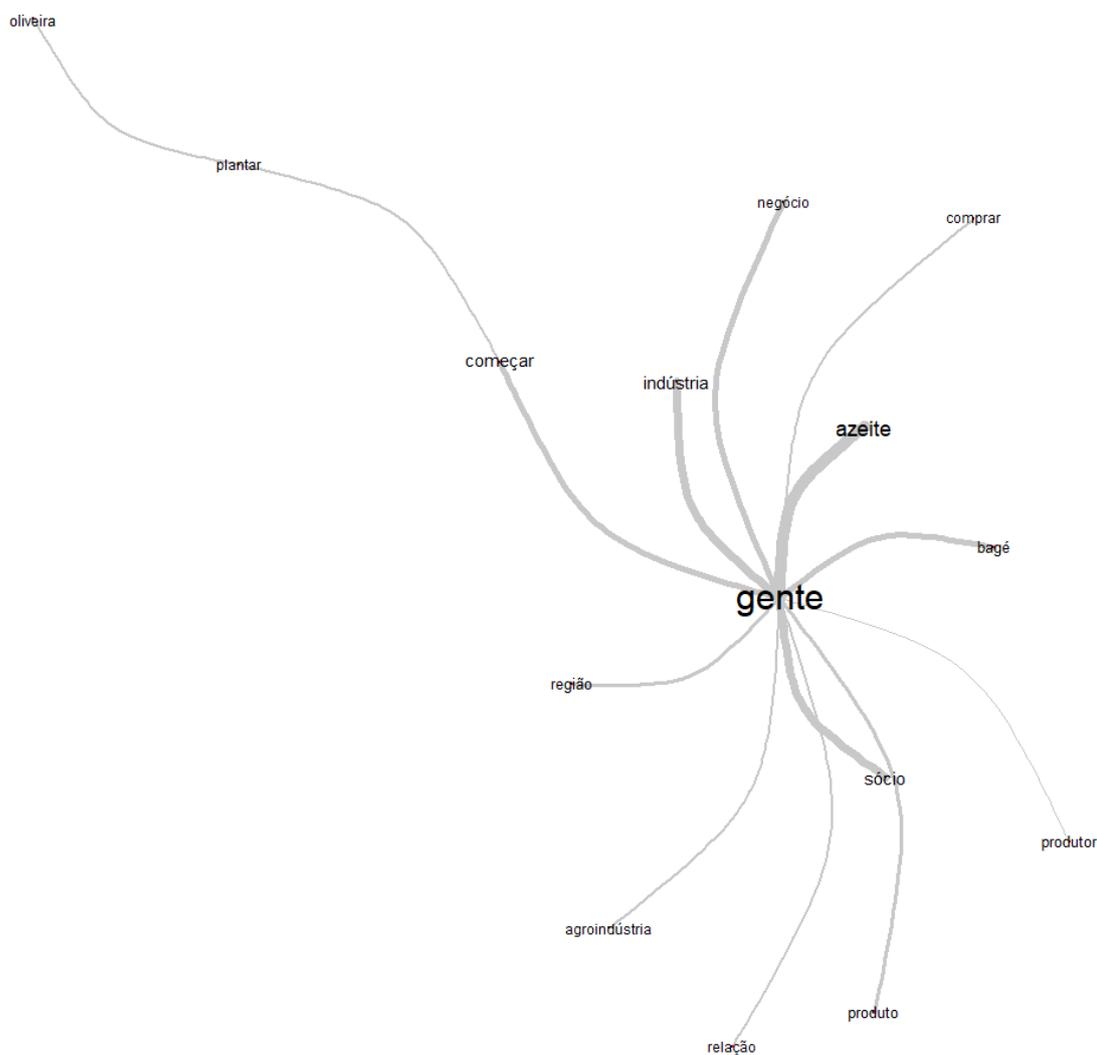
A análise de similitude nos permite compreender como esses laços são semelhantes em natureza, se assemelhando mais a relações familiares e comunitárias do que a parcerias estritamente comerciais. Essa análise ajuda a lançar luz sobre a natureza única e profunda das relações sociais no contexto da

¹⁰ Entrevistado 4 - Entrevista concedida em 13/07/2023. Tempo total 32min. 13 seg. Entrevista feita no hotel em que a pesquisadora estava hospedada.

¹¹ Entrevistado 2 – Entrevista concedida em 13/07/2023 Tempo: 52 min. Entrevista feita na loja de vinhos e azeites.

agroindústria e como elas se distinguem das relações típicas de negócios, como é exposto na figura 10. (Camargo; Justo, 2013)

Figura 10 - Análise de similitude elaborada pelo IRAMUTEQ



Fonte: Elaborada pela autora através do IRAMUTEQ.

Foi realizada uma análise de similitude lexical por meio do software IRAMUTEQ, e mais uma vez, a palavra "Gente" se destacou como central no contexto. Dentro da investigação conduzida pelo software, essa palavra apresentou uma conexão mais forte com termos como "azeite", "indústria" e "sócio". A análise de similitude é uma função que se baseia na teoria dos grafos, permitindo ao pesquisador identificar as co-ocorrências e coexistências entre

palavras. Os resultados obtidos auxiliam o pesquisador na compreensão da organização de um corpus textual, proporcionando insights valiosos sobre como as palavras se relacionam e se agrupam no contexto da pesquisa (CAMARGO; JUSTO, 2013).

Nessa perspectiva, a palavra "gente" foi abordada de uma maneira distinta pela autora, considerando as observações empíricas realizadas junto aos atores desta pesquisa, ou seja, os 6 sócios entrevistados, durante as safras de 2022 e 2023. Nesse contexto, a análise se concentrou na forma como alguém se refere a algo e está relacionada à sua identidade e características pessoais. Foi explorada a maneira como esses indivíduos, enquanto membros ativos da agroindústria de azeite de oliva, utilizaram a palavra "gente" como um reflexo de sua própria personalidade, valores e conexões com a comunidade agrícola.

Eu adoro estar no campo, me faz bem olhar as árvores, então quando começa a flor eu tenho vontade de chorar. Eu conheço o perdigão, e até o coelho que tá comendo eu gosto. E depois, como tu tem a propriedade tem que dar uso a ela, então a gente diversificou bem, um pouco de soja, um pouco de gado, oliveira, uva, e agora a parte do turismo, que eu estou encantada com isso. (Entrevistado 2)¹²

Eu por exemplo costumo me dar bem com todo mundo desde a época da faculdade. Aqueles grupinhos de faculdade eu nunca tive, me dava bem com todo mundo. Então me colocaram de presidente né, e não querem que eu saia, querem que eu continue. Era pra ficar 2 anos já estou no terceiro agora eu vou pro quarto. Então já são 2 mandatos né? Então tem que passar pra alguém né? Mas a gente se orgulha do trabalho bem feito, reconhecido pelos demais. Enfim, é sempre bom [...] (Entrevistado 6)¹³

¹ Entrevistado 2 – Entrevista concedida em 13/07/2023 Tempo: 52 min. Entrevista feita na loja de vinhos e azeites

¹ Entrevistado 6 - Entrevista concedida em 09/07/2023. Tempo total: min. segs. Entrevista feita na Agroindústria

Outro fator interessante notado pela entrevistadora, e aí coloca-se a palavra sócio, que também se evidencia na análise de similitude , é que a maioria

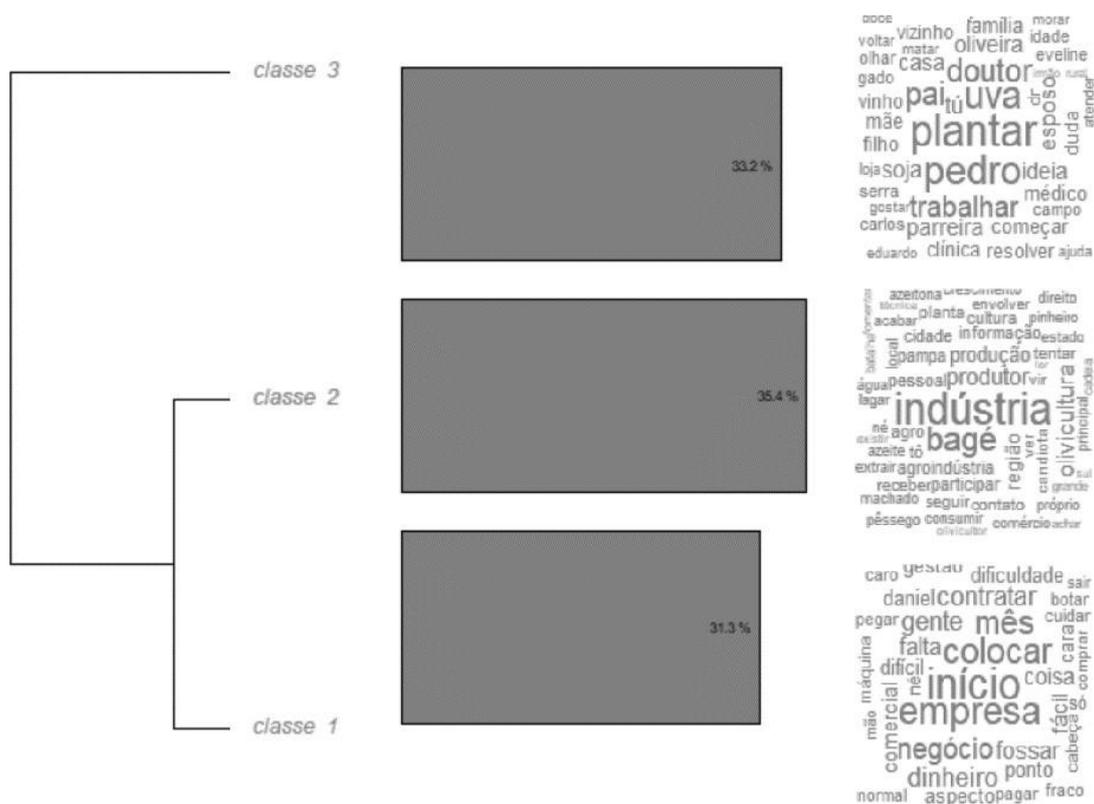
desses indivíduos tem a intenção de continuar com as respectivas sociedades, não tendo o propósito de dissolver as entidades por eles criadas, pois os mesmos possuem laços que vão além do trabalho, alguns estudaram juntos, criaram seus filhos próximos, e tem a intenção de assim continuar.

Para essas pessoas, a palavra "sócio" parece ser mais uma designação formal, uma mera nomenclatura, pois elas não enxergam as relações estabelecidas apenas com base na sociedade presente na agroindústria. Em vez disso, esses entrevistados valorizam os laços que foram profundamente construídos ao longo de suas vidas e ao longo das gerações de suas famílias. Para eles, as conexões e parcerias têm raízes mais profundas do que meramente uma associação de negócios, refletindo um forte senso de comunidade e coesão social que transcende as fronteiras estritamente comerciais.

4.3.2 Organograma

A seguir será apresentado o organograma com as palavras de cada classe elaborado pelo IRAMUTEQ, figura 11. Neste organograma, destacamos as classes de palavras identificadas pela análise realizada com o software IRAMUTEQ. Cada classe representa um conjunto de palavras que compartilham semelhanças contextuais e têm relevância específica na pesquisa. Essa representação gráfica é uma ferramenta valiosa para visualizar a estrutura e as relações entre as palavras-chave que emergiram da análise textual, proporcionando uma compreensão mais profunda do corpus investigado.

Figura 11 - Organograma com palavras de cada classe elaborado pelo IRAMUTEQ



Fonte: Elaborada pela autora através do IRAMUTEQ (2023).

A mesma palavra, na análise de similitude, está mais fortemente conectada às palavras “azeite”, “sócio” e indústria”, enquanto para as palavras “oliveira”, “plantas” e “relação” estão mais desconectadas ou contrapostas aquilo que se é esperado.

O organograma com as palavras de cada classe foi nomeado da seguinte forma: para a classe 1, com as palavras que foram destacadas pelo IRAMUTEQ “início”, “empresa”, “colocar” e “mês”, seguidas das menos relevantes “contratar”, “dinheiro”, “aspecto” “gente” e “dificuldade”, foi designada a nomenclatura Desenvolvimento Territorial, e aqui pode-se citar Pecqueur (2006), onde fala que o território construído, produto de um processo de melhoria, é o fruto do jogo dos atores. “Trata-se de transformar recursos em ativos, através de um processo de mobilização e arranjos dos atores, frequentemente em torno de um problema inédito.” (PECQUEUR, 2006, p.10).

Já a segunda classe organizada pelo software, evidencia as palavras “Indústria” e “Bagé”, trazendo em segundo plano as palavras “produção”, “produtor”, “pampa”, “própria”, “agro” e “cidade”, foi nomeada de “Agroindústria”

e evidencia o sistema agroindustrial envolvido nessa pesquisa, o lagar Azeites do Pampa.

Quando Batalha e Silva (2001) definem os três macro segmentos de uma cadeia de produção agroindustrial, identifica-se a Azeites do Pampa, logo no aspecto da comercialização, visto que um dos pilares da agroindústria é estar sempre atento ao cliente, portanto estar sempre em contato com o consumidor final da cadeia de produção.

No que se refere ao segundo segmento, a industrialização, fez-se totalmente necessária a criação de um lagar na região, devido ao número crescente de produtores na localidade da cidade de Bagé e arredores, e finalmente, no terceiro segmento, a questão da produção de matéria-prima em ascensão que especifica mais uma vez o aumento de pomares nesse espaço territorial.

Em referência à terceira classe, avista-se a questão do amplo Capital Social referenciado ao longo das entrevistas e da investigação empírica durante o período de safra observado pela autora. As palavras “pai”, “Pedro”, “plantar” e “vizinho” estão em evidência, seguidas de “trabalhar”, “Família”, “oliveira”, “casa”, “voltar”, “olhar”, “resolver” e “ajuda”.

Ao longo desta dissertação, procurou-se perceber o índice de Capital Social na agroindústria Azeites do Pampa, identificar e analisar os mecanismos de capital social que ocorrem. A partir da tabulação dos dados resultantes das entrevistas, os resultados mostram que a percepção do Capital Social fica evidente na seleção e organização de todas as palavras referidas acima, e é reforçada com alguns autores citados no texto

Putnam (1993), enfatiza que para que o Capital Social seja eficiente, confiança e normas são fundamentais no processo, já numa colocação mais humanista, Bordieu (1985) defende que os atores devem estar ligados a uma rede durável de relações, já Abramoway (2000), na perspectiva de Putnam (1993) e de Coleman (1990), coloca que o capital social é a soma de capital ou bens empregados em um território cuja apropriação depende em grande parte o sucesso ou não, de uma certa comunidade.

Portanto, para a compreensão de capital social, seria necessário a avaliação dos tipos de relações existentes ali. Nas análises feitas pelo software, evidenciou-se que, apesar de somente 6 sócios se proporem a falar sobre suas

relações com os associados, produtores e comunidade local, o espírito cooperativo entre os atores advém de um conjunto que englobava desde laços de amizade anteriores à formação da agroindústria, até a relação de confiança em cada um para serem oferecidas as cotas do empreendimento em questão.

Em 4 anos de trabalho em conjunto, a credibilidade entre essas pessoas foi crescendo a cada safra, a cada colheita. Muito embora fosse um empreendimento relativamente novo, que por vezes demandasse o acréscimo de investimento imediato, não se notou dentro da agroindústria uma cultura individualista, e sim uma agregação de ideias.

Foi notório o espírito cooperativo entre os sócios da agroindústria e a comunidade local, visto que os estabelecimentos citados pelos atores e visitados pela pesquisadora, davam preferência ao azeite produzido pela indústria local. A maioria dos supermercados, lojas de conveniência, mercados locais e postos de abastecimento preferiam o azeite Terra Pampa ao azeite produzido em outras regiões.

Em relação aos efeitos da agroindústria na comunidade olivícola, pôde se afirmar que a Azeites do Pampa era a indústria de preferência dos produtores locais, principalmente pela proximidade dos pomares, mas também pelo tempo de relação e confiança com os agrônomos e demais sócios da empresa.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo perceber o Capital Social da agroindústria Azeites do Pampa, constatar a existência do mesmo ou não, e em quais segmentos os laços se desenvolviam.

Durante os anos de 2022 e 2023 foram feitas diversas visitas à agroindústria Azeites do Pampa, tanto no período de produção e envasamento quanto nos outros meses do ano, e em algumas propriedades produtoras de azeitonas, no período de colheita.

Os responsáveis pela agroindústria mostraram-se sempre muito solícitos em relação à pesquisa, abrindo o acervo de informações demandado pela autora. Todas as entrevistas, sem exceção, ultrapassaram o tempo previsto, visto que os entrevistados, ao começarem a falar sobre o tema questionado, ficaram muito à vontade, e alguns até emocionados em rever sua trajetória de vida, os familiares envolvidos no projeto da olivicultura e seus laços com a comunidade, tanto de Bagé como arredores.

Outro ponto forte detectado por este trabalho, foi a disposição com que se dedicaram os associados em trazer um produto feito com excelência para a região, não medindo esforços tanto laborais, emocionais e financeiros para que isso acontecesse.

Foi observado durante o campo desta pesquisa, o empenho com o qual os funcionários dos respectivos pomares tinham na manutenção da matéria prima qualidade resultante de um trabalho feito com orgulho e responsabilidade perante seus provedores. Ao mesmo tempo, foi notório o cuidado que cada produtor tem com sua equipe tanto no campo como na agroindústria, e os respectivos familiares deste empreendimento.

Ao referenciar que quanto maior é o capital social entre pessoas e empreendimentos, mais alto será o nível de sucesso alcançado entre os indivíduos, e conseqüentemente para a localidade onde atuam, podemos observar regiões onde o Capital social é baixo ou nulo, e conseqüentemente o aporte tanto social como financeiro é praticamente inexistente.

Por outro lado, quando observamos regiões de forte aporte de Capital Social, o sucesso de autarquias, comunidades, instituições, sejam elas públicas ou privadas, tendem a ser designados ao sucesso.

Claro, em se tratando da Agroindústria Azeites do Pampa, fica notório que o nível de vida dos associados, relacionado com o índice de escolaridade e profissões, incrementa o alto nível de Capital Social dos atores deste estudo.

Verificou-se nesta pesquisa, como a percepção de capital Social se deu durante as entrevistas na fala dos sócios que participaram do estudo e que o fator ativo são os laços entre os associados e a confiança, elemento forte que norteia o Capital Social.

A pesquisadora não pôde deixar de observar a condução de alguns sócios com o manejo dos pomares e a regência dos mesmos em acordo com a agricultura familiar, visto que quando se fez necessária a condução do campesinato, esta foi aplicada pelos produtores em mais de uma propriedade.

Obviamente este estudo se deparou com alguns entraves, como a incompatibilidade de horários para realizar todas as entrevistas com o número total de sócios, mas sempre que necessário a entrevistadora se fez presente tanto nas propriedades como na agroindústria, a fim de que esta pesquisa obtivesse a maior credibilidade no meio tanto acadêmico como profissional, em relação ao sistema agroindustrial olivícola e o estudo sobre o capital social no desenvolvimento territorial do sul do Rio Grande do Sul.

Este estudo do capital social dentro de uma agroindústria olivícola é precursor na olivicultura brasileira, portanto sugere-se que, a partir desta pesquisa que o tema esteja mais presente e seja mais estudado a fim de que, tendo esta percepção da existência ou não, possa designar o uso do mesmo para o desenvolvimento do território de certas regiões.

REFERÊNCIAS

- ABRAMOVAY, R. **Funções e medidas da ruralidade no desenvolvimento contemporâneo** - Texto para Discussão n° 702. Rio de Janeiro: IPEA, 2000.
- ALBARGLI, S.; MACIEL, M.L. Informação e conhecimento na inovação e no desenvolvimento local. **Revista ciência da informação**, v. 40, n. 1, 2011.
- ATRIA, R.; SILES, M. E.; ARRIAGADA, I.; ROBISON, L. J. Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma. 2003. Disponível em: <https://hdl.handle.net/11362/2324>. Acesso em: 11 set. 2023.
- AZEITES DA ESPANHA. **O Azeite na história da humanidade**. 2016. Disponível em: <https://www.osazeitesdaespanha.com/diario-do-azeite/o-azeite-na-historia-da-humanidade-i/>. Acesso em: 05 set. 2023.
- BAQUERO M. **Construindo uma outra sociedade: o capital social na estruturação de uma cultura política participativa no Brasil**. Rev. Sociol. Polit., n. 21, p. 83-108, 2003.
- BELARMINO, L C.; NAVARRO, M. P.; COSTA, L.; SOUZA, A. R. L. **Análise econômica exploratória da olivicultura no Brasil e Espanha**. In: SIMPÓSIO DA CIÊNCIA E DO AGRONEGÓCIO, 8., 2020, Porto Alegre. **Anais [...]**. Porto Alegre, RS. Disponível em: <https://www.alice.cnptia.embrapa.br/bitstream/doc/1130040/1/Anais-2020-ISBN-978-65-86232-99-8-pag-356.pdf>. Acesso em: 05 set. 2022.
- BENTO, A. Como fazer uma revisão da literatura: considerações teóricas e práticas. **Revista JA**, v. 7, n. 65, p. 42-44, 2012.
- BOURDIEU, P. The forms of capital. In: RICHARDSON J. **Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education**. N.Y.: Greenwood: 1985. P. 241-258
- BOURDIEU, P. **A miséria do mundo**. Petrópolis: Vozes, 1999.
- CAMARGO, V.B. IRAMUTEQ: um software gratuito para análise de dados textuais. **Temas em Psicologia**, v. 21, n. 2, p. 513-518. 2013.
- CAMARGO, B. V.; JUSTO, A. M. **IRAMUTEQ**: Tutorial para uso do software de análise textual IRAMUTEQ. Santa Catarina: LACCOS, UFSC, 2013. Disponível em: < <http://www.iramuteq.org/documentation/fichiers/tutoriel-en-portugais>>. Acesso em: 05 set. 2022.
- COLEMAN, J. S. **Foundations of social theory**. Cambridge, Londres: The Belknap Press of Harvard University Press, 1990.

COUTINHO, E. F.; RIBEIRO, F. C.; CAPPELLARO, T. H. **Cultivo de oliveira (Olea europaea L.)**. Pelotas: Embrapa Clima Temperado, 2009. Embrapa Clima Temperado. Sistemas de Produção, 16.

CUKIER C, MAGNONI D, ALVAREZ T. **Nutrição baseada na Fisiologia dos Órgãos e Sistemas**. Editora Sarvier. São Paulo; 2005.

EMBRAPA. **Controle biológico**: ciência a serviço da sustentabilidade. [201?]. Disponível em: <https://www.embrapa.br/tema-controle-biologico/sobre-o-tema>. Acesso em: 12 set. 2023.

FACCIN, K.; MACKE, J.; GENARI, D. **Mensuração do capital social nas redes colaborativas vitivinícolas da Serra Gaúcha**. *Organ. Soc.*, v. 20, n. 65, jun. 2013. DOI: <https://doi.org/10.1590/S1984-92302013000200007>

GIL, A. C.. **Métodos e técnicas de pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 2011.

GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, v. 35, n. 2, p. 57-63, mar./abr. 1995a.

GODOY, A. S. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. **Revista de Administração de Empresas**, v. 35, n. 3, p. 20-29, mai./jun. 1995b.

HAGUETTE, T. M. F. **Metodologias qualitativas na Sociologia**. Petrópolis: Vozes, 1997.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Área territorial brasileira 2020**. 2021. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/geociencias/organizacao-do-territorio/estrutura-territorial/15761-areas-dos-municipios.html?=&t=acesso-ao-produto>. Acesso em: 04 set. 2022.

IBRAOLIVA - INSTITUTO BRASILEIRO DE OLIVICULTURA. **Caçapava do Sul deu a largada na colheita de olivas no Rio Grande do Sul**. 2020. Disponível em: <https://www.ibraoliva.com.br/noticias/detalhe/80/cacapava-do-sul-deu-a-largada-na-colheita-de-olivas-no-rio-grande-do-sul-sul>. Acesso em: 04 set. 2022.

KAUSER, S.; SHAW, V. (2004). The influence of behavioural and organizational characteristics on the success of international strategic alliances. **International Marketing Review**, v. 21, N. 1, p. 17–52, 2004.

LIMA FILHO, S. C. de. Capital social e desenvolvimento sustentável: a experiência de Campo do Brito (SE). **Revista Econômica do Nordeste**, Brasília, v. 42, n. 1, p. 139-163, jan./mar. de 2011. Disponível em: <http://biblat.unam.mx/pt/revista/ren-revista-economica-do-nordeste/articulo/capital-social-e-desenvolvimento-ustentavel-a-experiencia-de-campo-do-brito-se>. Acesso em: 05 set. 2022.

LUSSANI, M. A. **Olivicultura cresce, aponta dados do Cadastro Olivícola do RS**. 2022. Disponível em: <https://www.agricultura.rs.gov.br/olivicultura-cresce-aponta-dados-do-cadastro-olivicola-do-rs>. Acesso em: 12 set. 2022.

MARCONI, M. D. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados. São Paulo: Atlas, 1996.

MATTE, A.; DESSIMON, J.A. **Tomada de decisão e a sucessão na agricultura familiar no sul do Brasil**. Revista de estudos sociais. V. 18 P. N. 37. 2016.

MENEZES, E. **Dados da Agroindústria Terra pampa**. Entrevista realizada por Cristine Paradedda na Agroindústria Azeites do Pampa. Acervo da Agroindústria.

MONASTERIO, L. M. **Capital social e a região sul do Rio Grande do Sul**. Curitiba, 2002. 193 fls. Tese (Doutorado em Economia) – Setor de Ciências Sociais Aplicadas. Universidade Federal do Paraná. Paraná: UFPR, 2002.

MOREIRA, A.; SANTIAGO, F.; SILVA NETO, F. Comunidade e Democracia – Robert Putnam. **Espaço Público**, v. 2, p. 135-140, dez. 2018.

MOREIRA, J. C. P.; MAYORGA, R. D.; KHAN, A. S.; MAYORGA, M. I. O; MENEZES, A. S. B. Capital social como um dos fatores de sucesso das cooperativas agroindustriais. **Revista Econômica do Nordeste**, v. 40, n. 3, jul./set. 2009.

NAHAPIET, J.; GHOSHAL, S. Social capital, intellectual capital and the organizational advantage. **Academy of Management Review**, v. 23, n. 2, p. 242-266, 1998.

NAHAPIET, J.; GHOSHAL, S. Social Capital, Intellectual Capital, and the Organization Advantage 1998

NAVARRO, Z. Desenvolvimento rural no Brasil: os limites do passado e os caminhos do futuro. **Revista Estudos Avançados**, São Paulo, v. 16, n. 44, 2001.

NOTÍCIAS AGRÍCOLAS. **Safra gaúcha de azeites de oliva bate recorde e registra mais de 580 mil litros em 2022/2023**. 2023. Disponível em: <https://www.noticiasagricolas.com.br/noticias/hortifrutif/353539-safra-gaucha-de-azeites-de-oliva-bate-recorde-e-registra-mais-de-580-mil-litros-em-2022-2023.html>. Acesso em: 12 set. 2023.

OLIVA - Associação Brasileira de Produtores, Importadores e Comerciantes de Azeite de Oliveira. **A história de um dos alimentos mais antigos do mundo: conhecendo o azeite**. 2021. Disponível em: <http://www.oliva.org.br/azeite/> Acesso em: 11 maio 2022.

PAULUS, E. **Avaliação do crescimento inicial de oliveira “Arbequina” em diferentes manejos do solo e dosagens de fósforo**. Dissertação (Mestrado), 83 f., 2011 – Universidade Federal de Santa Maria, Centro de Ciências Rurais, Programa de Pós-Graduação em Ciência do Solo, RS, 2011. Disponível em: <<https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/5529/PAULUS%2C%20ELOI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 12 maio 2022.

PECQUEUR, B. O desenvolvimento territorial: uma nova abordagem dos processos de desenvolvimento para as economias do Sul. **Raízes: Revista De Ciências Sociais E Econômicas**, v. 24, n.1-2, p. 10–22, 2006. DOI: <https://doi.org/10.37370/raizes.2005.v24.243>.

PELLIN, V. ALCANTÁRA, L. C. S.; GONÇALVES, D. F. Contribuições do capital social para o desenvolvimento territorial. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, v. 10, n. 4, p. 52-70, 2016.

PREFEITURA MUNICIPAL DE BAGÉ. **Economia e estatísticas**. [201?]. Disponível em: <https://www.bage.rs.gov.br/index.php/o->

PREFEITURA MUNICIPAL DE BAGÉ, 2014

PRODANOV, C. C. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

PUTNAM, R.D. **Comunidade e democracia**: a experiência da Itália Moderna. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas. 1993.

RIO GRANDE DO SUL. **Atlas socioeconômico do rio Grande do Sul**. (2020). Disponível em: <<https://atlassocioeconomico.rs.gov.br/inicial>>. Acesso em 02 set. 2022.

RODRIGUES, W.; SANTOS, N. S. **Desenvolvimento territorial no Brasil: uma análise a partir da concepção teórica de Karl Polanyi**. **Interações**, Campo Grande, MS, v. 19, n. 1, p. 119-135, jan./mar. 2018.

SACHS, I; LAGES, V. N. **Capital social e desenvolvimento: novidade para quem?** In: CONFERÊNCIA INTERNACIONAL CAPITAL SOCIAL Y REDUCCIÓN DE LA POBREZA EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE: en busca de un nuevo paradigma, Santiago, 2001. **Anais [...]**. Disponível em: <http://repositorio.cepal.org/handle/11362/33039>>. Acesso em: 22 dez. 2015.

SAINT-HILAIRE, A. **Viagem ao Rio Grande do Sul**. Tradução de Adroaldo Mesquita da Costa. Brasília: Senado Federal, Conselho Editorial, 2002.

SAUERESSIG, D. - **O DESENVOLVIMENTO DA OLIVICULTURA NO RIO GRANDE DO SUL: POTENCIALIDADES E DESAFIOS**. 2018; Dissertação. Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios – Programa de Pós-Graduação em Agronegócio. UFRGS.

SEAPI. **Safra gaúcha de azeites de oliva bate recorde e registra mais de 580 mil litros em 2022/2023**. 2023. Disponível em:

<https://www.agricultura.rs.gov.br/safra-gaucha-de-azeites-de-oliva-bate-recorde-e-registra-mais-de-580-mil-litros-em-2022-2023#:~:text=Inicial-Safra%20ga%C3%BAcha%20de%20azeites%20de%20oliva%20bate%20reco%20rde%20e%20registra,mil%20litros%20em%202022%2F2023&text=A%20produ%C3%A7%C3%A3o%20de%20azeites%20da,em%20rela%C3%A7%C3%A3o%20ao%20per%C3%ADodo%20anterior>. Acesso em: 11 set. 2023.

IBGE. **Dados da Cidade de Bagé, Rio Grande do Sul**. 2023. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/bage>. Acesso em 11 set. 2023.

SELLTIZ, Claire *et al.* **Métodos de pesquisa nas relações sociais**. São Paulo: Herder, 1967

SILVA, L. F. O. **Caracterização agroindustrial de cultivares de oliveira com potencial econômico para o sul de Minas Gerais**. Dissertação (Mestrado), Programa de Pós-Graduação em Agronomia e Fitotecnia, Universidade Federal de Lavras. Lavras, Minas Gerais, 2011. Disponível em: http://repositorio.ufla.br/bitstream/1/4043/1/DISSERTA%C3%87%C3%83O_Caracteriza%C3%A7%C3%A3o%20agroindustrial%20de%20cultivares%20de%20oliveira%20com%20potencial%20econ%C3%B4mico%20para%20o%20Sul%20de%20Minas%20Gerais.pdf. Acesso em: 04 set. 2022.

URCAMP. **Corede Campanha**. [2017]. Disponível em: <https://urcamp.edu.br/desenvolvimento-regional/corede-campanha>. Acesso em: 04 set. 2022.

VOSEN, P. Azeite: história, produção e características dos azeites clássicos do mundo. **American Society for Horticultural Science**, v.42, n. 8, Ago. 2007.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre, RS: Bookman, 2014.

ZELMANOWICZ, R. U. **A Dieta do Mediterrâneo**. Porto Alegre: ABC da Saúde, 2009.

ANEXO A - Entrevista

1. Identificação do produtor

1.1. Nome:

1.2. Idade:

1.3. Sexo:

1.4. Grau de instrução:

1.5. Naturalidade:

1.6. Profissão:

1.7. Estado civil:

1.8. Como se deu a sua inserção no empreendedorismo rural?

1.9. Você participa de algum tipo de associação? () cooperativa () sindicato () associação de produtores. Qual? _____ () associação comunitária () Nenhuma instituição

2. Reside na propriedade: () Sim () Não

2.1. Tem auxílio dos membros da família na produção () Sim. Quem? _____ () Não

2. Perfil da propriedade

2.1. Área total: _____

2.2. Área plantada de oliveiras: _____

2.3. Variedades de oliveiras: () Arbequina () Arbosana () Coratina () Picual Koroneiki () Outra. Qual? _____

2.4. Qual percentual da produção você direciona para: () azeitona de mesa? () azeite de oliva? () outra. Qual? _____

2.5. Já teve produção de olivas? () Sim () Não

2.6. A olivicultura é a principal fonte de renda da sua família? () Sim () Não

3. Capital social:

1. Fale um pouco sobre você e sua trajetória de vida.
2. Conte como foi a ideia de desenvolver a Azeites do Pampa.
3. Qual a sua motivação para empreender na olivicultura?
4. Como você acha que nestes 4 anos de agroindústria está a convivência entre os sócios?
5. Na agroindústria Azeites do Pampa, os sócios costumam ajudar-se, mutuamente, por exemplo, na colheita?
6. Como você se mantém informado sobre a olivicultura no Brasil e no Rio Grande do Sul?
7. Como você descreveria o grau de proximidade dos sócios na Azeites do Pampa?
8. Quais os pontos fortes e os fracos que você acha que são consideráveis na agroindústria Azeites do Pampa nestes 4 anos de produção?
9. Quando há uma decisão a ser tomada no grupo, como isso acontece?
10. Como é a interação com a comunidade olivícola da região?
11. Como é a relação da Azeites do Pampa com a comunidade da cidade de Bagé?
12. Como você caracteriza a sua relação com os sócios fora da agroindústria?