



## **Impressões de Gestores e Produtores Acerca do Cultivo de Orgânicos: Estudo de Caso em uma Cooperativa da Serra Gaúcha**

Ricardo Antonio Reche, Adriana Locatelli Bertolini, Patricia Cousseau, Pelayo Munhoz Olea

### **RESUMO**

A procura por alimentos saudáveis vem aumentando e, com isso, o consumo de orgânicos vem crescendo. A busca por este tipo de produto se relaciona à saúde, tanto de consumidores como de produtores. Tal fato ocorre porque as técnicas utilizadas neste manejo não envolvem agrotóxicos, tornando-se um dos fatores que contribuem com a sustentabilidade. Como decorrência, produzir orgânicos de forma sustentável resulta em ser responsável social e ambientalmente, por parte das empresas, o que se configura, de certa forma, em uma mudança paradigmática. A empresa objeto deste estudo é uma cooperativa, fundada em 1931, na Serra Gaúcha, que conta com 370 famílias associadas e mais de 100 colaboradores. O projeto de orgânicos teve início no ano 2000, sendo os produtos oferecidos pela empresa, atualmente, inspecionados e certificados. O presente trabalho analisou a percepção dos produtores e do gestor da empresa do segmento vinícola sobre a produção de orgânicos. Para tanto, foi realizada uma pesquisa exploratória, qualitativa, configurada na forma de um estudo de caso. Os resultados demonstram a importância de se trabalhar com orgânicos, os benefícios e as dificuldades de manejo para esta produção, revelando uma significativa mudança paradigmática nas relações de produção e consumo para o ramo analisado.

Palavras-chave: Sustentabilidade; Cultivo de orgânicos; Cooperativa Vinícola

### **1 INTRODUÇÃO**

O produto orgânico recebe este nome por ser natural, não prejudicar a saúde de quem cultiva ou consome, bem como por ter um papel importante na preservação do meio ambiente. O consumidor compra esses produtos pela percepção de valor, o que tem feito com que o consumo destes aumente, tendo como principal motivo a saúde, a ecologia, a equidade e a precaução (FONSECA, 2009).

O mercado brasileiro de alimentos orgânicos está crescendo a taxas invejáveis que passam de 20% ao ano, conforme registros do projeto Organics Brasil. O índice foi de 25% em 2015 e agora deve passar de 30%. As taxas de crescimento registradas globalmente nos últimos no período são bem menores. Ficaram entre 5% e 11%, mostram dados da consultoria Organics Monitor. Ou seja, o mercado está crescendo em ritmo dobrado no Brasil, embora o país ainda represente menos de 1% da produção e do consumo (ORGANICSNET, 2016).

Conforme Saccol (2009), crenças e pressupostos que temos sobre a realidade, sobre como as coisas são (ontologia) e sobre a forma como acreditamos que o conhecimento humano é construído (epistemologia) são elementos que constituem um paradigma. Kuhn (2001) define paradigma como realizações científicas que, durante algum tempo, são universalmente reconhecidas por uma determinada comunidade, proporcionando fundamentos para práticas posteriores. Essas percepções e visões de mundo influenciam o comportamento de consumo.

Para Kotler (1998), os principais fatores que influenciam o comportamento do consumidor são culturais, sociais, pessoais e psicológicos. Já Limeira (2007) cita alguns aspectos psicológicos que influenciam a compra do consumidor, sendo eles a motivação, o envolvimento e percepção, presentes no produto orgânico, com aumento de consumo impulsionado pelo aumento de consciência quanto aos seus benefícios.

As projeções para 2016 reafirmam tendência de crescimento maior no Brasil. O mercado de orgânicos teria movimentado o equivalente a R\$ 350 bilhões no mundo e R\$ 2,5 bilhões no



país (0,71%) – perto de US\$ 80 bilhões e US\$ 600 milhões, respectivamente. Se a previsão do Organics Brasil de crescimento entre 30% e 35% se concretizar, o faturamento brasileiro deve ultrapassar a marca de R\$ 3 bilhões neste ano – um terço referente às exportações. O setor se expandiu rapidamente em países ricos e agora passa a ser visto como mecanismo de desenvolvimento em regiões onde prevalecem unidades produtivas pequenas, como o Brasil. O apelo se fortalece desde 2014, quando as Nações Unidas passaram a destacar as vantagens socioeconômicas da agricultura familiar. Até 30% mais valorizados, os orgânicos teriam condições de elevar a renda dos produtores (ORGANICSNET, 2016)

A mudança do comportamento dos consumidores, produtores e empresas envolve uma questão axiológica, que para Saccol (2009), considera a questão de valores, centrada entre o que é certo e o que é errado, juízos morais, entre outros.

A cooperativa alvo do estudo é desenvolvedora do primeiro projeto de uvas orgânicas em escala industrial do país. Foi fundada no ano de 1931, produzindo espumantes, vinhos e sucos, contando com uma capacidade de estocagem de mais de 20 milhões de litros, utilizando em sua produção equipamentos europeus na elaboração de seus produtos, resultantes de premiações, destacando-a entre as cinco maiores produtoras de espumantes do País. Destaca-se, também, que fazem parte da empresa 370 famílias associadas e mais de 100 colaboradores. Em um contexto de mudança paradigmática, o projeto de orgânicos se iniciou no ano 2000. A empresa, em um primeiro momento, não acreditava plenamente no sucesso. Na medida em que houve resultado final positivo, a produção inicial foi de vinho orgânico, no ano de 2001, com 3.000 garrafas produzidas. Atualmente, além do vinho a empresa produz o suco orgânico.

Saccol (2009) destaca que uma mudança de paradigma deriva da reflexão dos sujeitos, confrontando duas visões opostas: uma visão realista e uma visão idealista sobre como as coisas são. Este confronto apresenta caráter ontológico. Para a autora, uma ontologia realista pressupõe que “existe um mundo lá fora”, independente das percepções que possamos ter a respeito dele. Esta ontologia se aplica fortemente às ciências da terra, exatas e biológicas. Assim, o associado da cooperativa tem que querer produzir uva orgânica, ou seja, a empresa não os força a trabalhar com este tipo de produção. São, no total, 42 produtores de orgânicos, com uma produção de 700 mil quilos de uva. As oportunidades trazidas para a empresa com este projeto consistem na restauração da biodiversidade, possuir produtos orgânicos à disposição dos consumidores e ter uma produção viável.

Neste artigo, o objetivo é caracterizar, através de um estudo de caso único, a adoção da produção de uvas orgânicas por uma empresa cooperativa, tradicionalmente voltada a produção convencional de uvas, caracterizando um esforço de mudança paradigmática do setor. Para tal, serão abordados os principais conceitos paradigmáticos da administração (SACCOL, 2009), além da diferença entre agricultura orgânica e convencional em um contexto de responsabilidade sócio ambiental.

Tendo em vista o que foi mencionado, o presente trabalho traz como problema central a seguinte questão: como a empresa e os produtores percebem a produção de orgânicos, quais as dificuldades e resultados esperados?

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

Este capítulo apresentará os principais conceitos paradigmáticos da administração (SACCOL, 2009), além da diferença entre agricultura orgânica e convencional em um contexto de responsabilidade sócio ambiental.

### **2.1 PARADIGMAS**

Para Pessoa (2009) existe uma dificuldade para definir o que é um paradigma. Kuhn



(2001) traz uma das definições mais conhecidas, afirmando que paradigmas são realizações científicas que, durante algum tempo, são universalmente reconhecidas por uma comunidade, proporcionando, fundamentos para práticas posteriores.

A dificuldade em pensar a noção de paradigma também já era reconhecida por Morin (1991). Para ele, o termo “paradigma” tem, ao mesmo tempo, um sentido forte e vago. Forte, pois o paradigma tem valor radical de orientações, esquemas de pensamento, crenças e pressupostos. Vago, pois, oscila entre diversos sentidos, atuando de modo difuso sobre a visão de mundo coletiva. Morgan (2005) compartilha a visão de Morin (1991), destacando que um paradigma engloba suposições que caracterizam determinadas visões de mundo. Para Morgan (2005) a noção de paradigma está profundamente imersa no inconsciente individual e coletivo, controlando teorias, raciocínios, cognições e culturas. Ainda, um paradigma comanda a epistemologia, que por sua vez controla a teoria e a prática decorrente da teoria.

Para Saccol (2009) um paradigma está relacionado a determinadas crenças e pressupostos que se tem sobre a realidade, sobre a ontologia (como as coisas são) e sobre a forma como se acredita que o conhecimento humano é construído (epistemologia). Para a autora, a ontologia se refere à questão do *ser* e à compreensão sobre como as coisas são. A posição ontológica que se adota define a forma de percepção do mundo e dos fenômenos (físicos ou sociais), apresentando visões realistas ou idealistas sobre as coisas. Uma ontologia realista, aplicada fortemente a ciências da terra, exatas e biológicas crê que o mundo natural (árvores, pedras, rios, etc) existe independentemente da existência ou percepção do homem. Porém, há uma ontologia que considera a interação sujeito-objeto, na qual a realidade resulta da negociação e compartilhamento de significados entre as pessoas, isto é, derivada de uma construção social (ontologia adotada pelo paradigma interpretativista). Um importante elemento que compõe um paradigma é a axiologia, isto é, como um paradigma considera a questão de valores, o certo e o errado, juízos morais, entre outros (SACCOL, 2009).

São diversos os paradigmas de pesquisa presentes na área de Administração: o positivismo, o interpretativismo, a fenomenologia, o feminismo e o pós modernismo. Para Saccol (2009) os dois principais paradigmas em Administração estão em oposição e consistem no *positivismo* (associado a pesquisa quantitativa) e o *interpretativismo* (normalmente ligado à pesquisa qualitativa). Quanto à esta questão o positivismo prega a ausência de valores pessoais ou morais do pesquisador no processo de pesquisa. Já o interpretativismo pressupõe que o contexto e o padrão de conduta de uma organização muda continuamente, apresentando caráter não estático e constituído por relacionamentos entre pessoas, instituições e tecnologia.

Toda iniciativa de negócio tem um impacto sobre o lucro e o sobre o mundo. Assim, se o desempenho social for inadequado e se evidenciar a falta de políticas bem elaboradas de caráter social e ambiental, diversas serão as implicações organizacionais, trazendo prejuízos materiais e morais, com potencial aumento de custos e perda de oportunidades de mercado. (ALIGLERI; ALIGLERI; KRUGLIANSKAS, 2009).

## 2.2 AGRICULTURA CONVENCIONAL X AGRICULTURA ORGÂNICA

Agricultura convencional é aquela que utiliza agrotóxicos e que resulta em uma produção e retorno financeiro de forma rápida para o produtor (SOUZA, 2005). O autor comenta que, da mesma forma que traz uma produção rápida, os danos ao meio ambiente ocorrem na mesma proporção.

A agricultura orgânica, segundo Eyhorn (2007), não é somente um sistema específico de agricultura, mas também uma abordagem de meios de vida sustentáveis, quer sejam em níveis econômicos ou socioculturais, sendo a vantagem desta centrada em compreender um pacote de práticas adaptado e otimizado, dentro de um sistema com histórico de bom desempenho já comprovado.



O *Codex Alimentarius* (1992) define a agricultura orgânica como um sistema holístico de gestão da produção, que promove e melhora a saúde do agroecossistema, incluindo biodiversidade e práticas de gestão sem o uso de insumos não agrícolas, tendo em conta as adaptações necessárias as diversas condições regionais.

Para o agricultor fazer a troca da agricultura convencional para a agricultura alternativa (orgânica) faz-se necessário uma mudança de caráter social e político, além de uma mudança de caráter técnico (BRANDENBURG, 1999). No caráter social e político está o “suporte organizacional, que organiza internamente o apoio ao movimento”; já o caráter técnico consiste em “permitir combinar rendimentos econômicos e equilíbrio na gestão de recursos naturais”. (BRANDENBURG, 1999, p. 271).

No cenário de alta produtividade da alimentação convencional, evidenciam-se efeitos negativos não somente sobre a saúde das pessoas, mas também muitos problemas ambientais. (MUNIZ; STRINGHETA, 2003). Os autores comentam, ainda, que a busca por uma alimentação de qualidade é uma das principais preocupações dos consumidores conscientes, destacando que o consumo de alimentos orgânicos muda conforme o país, a cultura e os produtos disponíveis. Neste sentido, o modelo convencional de agricultura é insustentável para o meio ambiente, agricultores e também consumidores. (MUNIZ; STRINGHETA, 2003).

Autores como Colborn, Dumanoski e Myers (1997) salientam que a utilização de agrotóxicos e fertilizantes de maneira exagerada fez com que os consumidores pensassem sobre o consumo desses alimentos. Com isso, o mercado passou a procurar alimentos mais saudáveis, produzidos sem agrotóxicos.

Darolt (2000) declara que o modelo convencional de agricultura aparenta não ser sustentável, não somente para o meio ambiente e para a agricultura, mas também para o produtor e consumidor. Neste contexto, a flexibilidade de adaptação e as diferentes formas no processo de produção fizeram com que a agricultura familiar se tornasse de extrema importância (GOMES, 2004). No Brasil, para se ter um modelo sustentável é preciso investir na agricultura familiar, com o uso de tecnologias ecológicas, conservando os recursos naturais, chamando o sistema produtivo, desta feita, de agricultura familiar sustentável. (PEDROSO, 2000).

Registros de estudos do *The World of Organic Agriculture*, realizado em 2010 pelo *Research Institute of Organic Agriculture* (FiBL) e pelo *International Federation of Organic Agriculture Movements* (IFOAM), indicam que a agricultura orgânica é realizada em 154 países, sendo que todos eles apresentam crescimento da área orgânica. São 1,4 milhões de produtores, ocupando 35 milhões de hectares de cultivo orgânico certificado, com uma média mundial de 25 hectares por produtor. A concentração maior de comercialização de produtos orgânicos está em alimentos frescos, como frutas e vegetais. Ainda, as bebidas orgânicas são geralmente 100 a 300% mais caras que os convencionais. A baixa oferta de produtos, com resultado da limitação de matérias-primas orgânicas foi o principal motivo da diferença de valor tão elevada em relação ao produto convencional (IPD, 2011).

Segundo Campanhola e Valarini (2001, p. 18), o diferencial significativo dos preços dos produtos orgânicos em relação aos convencionais representa um “grande atrativo tanto para os agricultores em geral, como para as corporações agropecuárias. Ainda segundo os autores mencionados, tenderá a diminuir à medida que a quantidade ofertada de produtos orgânicos aumente e atenda a quantidade demandada desses produtos”.

### 2.3 RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL E SUSTENTABILIDADE

A responsabilidade social é “a obrigação de uma empresa melhorar seus efeitos positivos sobre a sociedade, reduzindo seus efeitos negativos” (MOREIRA; PASQUALE; DUBMER, 1999, p. 13). Assim, a empresa, para ser reconhecida, precisa se enquadrar na ética



e no cumprimento dos seus deveres mediante seus colaboradores e sociedade, de um modo geral, preservando o meio ambiente. (SIQUEIRA; SPEARS, 2003).

A responsabilidade social corporativa, definida por Camargo (2001), vai além da obtenção de lucro obtido pela empresa: a mesma passa a se preocupar, também, com efeitos sociais e ambientais das suas atividades, pensando no bem comum e na qualidade de vida da comunidade em geral. Já para Alves (2003), a responsabilidade social empresarial ergue-se como uma maneira nova de visão para a organização e seu papel dentro da sociedade, onde a organização possui direitos e deveres que vão além dos objetivos legais.

Aligleri et al (2009) afirmam que a responsabilidade socioambiental não deve ser vista como uma peça à parte da empresa, mas como uma extensão. A preocupação com o impacto social deve estar presente na tomada de decisão, envolvendo toda a empresa, como nas políticas de compra, consumo de recursos não renováveis, contato com o consumidor, na sua política de marketing, nas condições de trabalho e segurança.

Montana e Charnow (1999) abordam a existência de três graus de interação da empresa para a mesma ter responsabilidade empresarial, sendo eles: abordagem da obrigação social (que tem como objetivo principal o sucesso econômico), abordagem da responsabilidade social (possuir não somente as metas econômicas, mas também as sociais) e, por fim, sensibilidade social, que consiste em possuir não somente as metas econômicas e sociais, mas também agir contra os problemas futuros, tendo soluções para eles. “Muitos investidores já consideram as questões ambientais em suas decisões, pois sabem que os passivos ambientais estão entre os principais fatores que podem consumir a rentabilidade e substâncias patrimoniais das empresas” (BARBIERI, 2004, p.110).

O CNTL - Centro Nacional de Tecnologias Limpas - traz a evolução da mentalidade ambiental por parte das empresas, no Quadro 1:

Quadro 1 - Evolução da mentalidade ambiental por parte das empresas

Décadas	50/60	70/80	90
Finalidade do gerenciamento	Conhecimentos em das questões ambientais;	Controle da poluição;	Prevenção da poluição;
Responsabilidade ambiental	Inexistências de responsabilidade;	Responsabilidade em silos funcionais;	Responsabilidade integrada;
Métodos de controle	Contaminação dos recursos naturais;	Controle fim de tubo;	Análise do ciclo de vida dos materiais;
Atitude empresarial	Aumento de produtividade sem preocupação com poluição;	Reativa, em busca da adequação às normas;	Pró-ativa

Fonte: CNTL (2002).

Sachs (2000) traz que a sustentabilidade leva em conta a necessidade da população e não pode ser falado de sustentabilidade apenas, sendo preciso um complemento. A ideia de sustentabilidade possui “forte conteúdo ambiental e um apelo claro à preservação e à recuperação do ecossistema e dos recursos naturais” (BUAINAIN, 2006, p. 47). Ser sustentável é conservar os recursos naturais e, para isso, é necessário que exista a conscientização de todos os envolvidos e que as tecnologias cresçam preocupando-se com a recuperação dos recursos utilizados. (BARBIERI, 1997).

O conceito de sustentabilidade está mais vivo na vida das pessoas e empresas. (GLIESMANN, 2009). O autor afirma que “a sustentabilidade consiste em produzir permanentemente no mesmo solo, através do manejo baseado na agricultura ecológica, apresentando assim capacidade de renovação”. (GLIESMANN, 2009, p. 52).



Indo além da agroecologia como ciência natural e agrícola, esta mobilização social é capaz de transformar o agrossistema alimentar. A presença de sistemas de distribuição alternativos, instituições sociais diversas e mercados de agricultores são instâncias que oferecem vários incentivos importantes para novas políticas quanto ao meio ambiente (ILES; MARSH, 2012). Além disso, considerando sustentabilidade como um mecanismo para assegurar a disponibilidade de recursos para as próximas gerações, novos sistemas agrícolas estão cada vez mais sendo reconhecidos como um importante pilar do desenvolvimento sustentável. (BEDOUSSAC et al, 2015; IAASTD, 2009; DAVIES et al, 2009).

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O método adotado neste artigo é derivado do paradigma interpretativista, o qual, para Burrell e Morgan (1992), procura compreender um fenômeno social pela perspectiva dos seus participantes, com o estudo ocorrendo no seu ambiente natural. Em um estudo interpretativista, o processo de investigação deve estar aberto à visão dos atores pesquisados e à sensibilidade do contexto no qual a pesquisa está sendo realizada. Para estes autores, os métodos utilizados dentro desse paradigma são essencialmente qualitativos, sendo os mais utilizados em Administração o Estudo de Caso, a Pesquisa-Ação e a Etnografia.

Este trabalho pode ser classificado como uma pesquisa do tipo exploratória, de cunho qualitativo (GIL, 1999; RICHARDSON, 1999; FLICK, 2009), configurado na forma de um estudo de caso (YIN, 2001).

Os dados foram obtidos através de uma entrevista individual, com questionários aplicados aos produtores e gestor da empresa. O questionário, semiestruturado, foi composto por perguntas abertas, sendo que as entrevistas foram gravadas para fins de transcrição posterior (DEMO, 1995; TRIVIÑOS, 1987). A população de produtores de orgânicos da cooperativa totaliza 42 associados. Dentre os 42 produtores, foram selecionados 6 para realizar a entrevista. O critério de seleção foi trabalhar com os 3 maiores e os 3 menores, em volume de produção. Este critério foi estabelecido pela própria empresa, considerando a acessibilidade do entrevistador e a conveniência para o estudo. Desta forma, a amostra pode ser caracterizada como não-probabilística por conveniência ou julgamento (RICHARDSON, 1999). Ressalta-se que, ao realizar uma das entrevistas agendadas, o produtor havia desistido do cultivo orgânico. Porém, optou-se por manter a entrevista de modo a caracterizar, também, a opinião contrária ao referido tipo de cultivo.

Os dados obtidos foram trabalhados através da técnica de análise de conteúdo, que “procura conhecer aquilo que está por trás das palavras sobre as quais se debruça. É uma busca de outras realidades por meio das mensagens e visa o conhecimento de variáveis de ordem psicológica, sociológica e histórica”, por meio de um mecanismo de dedução com base em indicadores, reconstruído a partir de uma amostra de mensagens particulares (BARDIN, 2011, p. 50).

Para operacionalização da técnica foram elencadas cinco categorias de análise. (BARDIN, 2011). Assim, as categorias elencadas foram:

Quadro 2 - Macro e micro categorias de análise

Macro categorias	Micro Categorias
Dimensão social (RATTNER, 1999; SACHS, 2000)	- Bem estar das pessoas; - Qualidade de vida.
Dimensão econômica (FOLADORI, 2002; OLIVEIRA, 2007)	- Crescimento econômico; - Eficiência produtiva.
Dimensão ambiental e ecológica (RATTNER, 1999; OLIVEIRA, 2007)	- Respeito ao meio ambiente.



Dimensão cultural (SACHS, 2000)	- Raízes culturais; - Identidade da região.
Sustentabilidade (BARBIERI, 1997; SACHS, 2004)	- Responsabilidade para com as futuras gerações; - Preservação do meio ambiente.

Fonte: elaborado pelos autores (2016).

#### 4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

O projeto de orgânicos teve início no ano 2000. Inicialmente a empresa não acreditava que daria certo por envolver a cultura da região, a qual era do produto convencional, no qual se fazia uso de agroquímicos. Um empecilho também residia no clima da região, com umidade elevada, o qual favorece o aparecimento de doenças fúngicas na cultura da videira. Foi realizado um teste, no qual plantou-se, uma próxima da outra, parte de uva orgânica e outra no modo de produção convencional, para comparação na produção de ambas e mostrar como seria trabalhar nesse projeto ecológico.

Segundo o agrônomo da empresa, quando amadurecidas, *“para nossa surpresa, as uvas estavam praticamente iguais”*. A partir daí se iniciou o apoio da empresa ao novo projeto. Conforme citado pelo agrônomo, houve divergências entre os setores da empresa em iniciar a produção de orgânicos, sendo que alguns achavam que seria algo passageiro. Porém, ele conta que o enólogo da empresa apoiou firmemente o projeto, dando corpo à iniciativa. Nota-se, deste modo, o que Brandenburg (1999, p. 271) comenta, ao elencar que *“no caráter social e político está o suporte organizacional, que organiza internamente o apoio ao movimento”*; já o caráter técnico consiste em *“permitir combinar rendimentos econômicos e equilíbrio na gestão de recursos naturais”*.

Depois de praticamente um ano o produto foi registrado, pois até então não havia legislação. De início, mais especificamente no ano de 2001, foram fabricadas 3.000 garrafas de vinho orgânico, constituindo-se este como sendo o primeiro produto orgânico da empresa. Na ocasião, o mesmo foi vendido somente no varejo da vinícola. A partir daí se concretizou o projeto, ampliado para o suco orgânico, o qual, segundo o agrônomo, vem crescendo. O responsável pelo projeto cita, ainda, que a empresa *“não inventou o processo orgânico, nós somente voltamos a fazer o que nossos avós faziam. Não tinham esses agroquímicos que existem hoje, produziam uva natural e, na realidade, era uva ecologicamente correta.”* Diz ainda que depois não se produziu mais nada naturalmente, pela praticidade de utilizar os agroquímicos, que foram surgindo na década de 70. Para ele, o associado da empresa precisa querer produzir, ou seja, eles não os forçam a trabalhar com uva orgânica. Comenta que alguns produtores, inclusive produtores grandes, dizem que na propriedade deles *“não entra mais nenhum tipo de química”*, o que reforça um nível de conscientização interessante sobre este tipo de manejo. Elementos de percepções de origem cultural tornam-se evidentes nas falas acima, pois conforme cita Sachs (2004), em uma abordagem de desenvolvimento sustentável considera-se a ecologia natural e, também, a cultura de um povo.

Para o agrônomo, a empresa quer mostrar e valorizar que isso é feito por pequenas famílias. Mintzberg (2000) contribui com a discussão sobre o tema, afirmando que é possível elaborar estratégias de diferenciação para empresas com responsabilidade social empresarial, tanto nos aspectos relativos à precificação, imagem e serviços agregados. Neste sentido, os 42 produtores de orgânicos da empresa são certificados e fazem uma produção de 700 mil quilos de uva. As uvas produzidas são das variedades Isabel, Concord, Bordô, Cora e Santiago, sendo que as duas que mais estão trazendo resultados são das cepas Bordô e Concord.

O gestor do projeto destaca as oportunidades que esta mudança traz à empresa: restaurar a biodiversidade, possuir um produto certificado e tornar a produção viável. Diz ainda que *“o*



*produto orgânico é diferenciado e está crescendo cada vez mais*". Relata que para produzir orgânicos se demanda uma maior mão de obra, *"o que por muitas vezes se torna um problema"*, existindo ainda o risco maior de perda da produção (em relação ao sistema convencional) em função do clima da região e, também, pela limitação de produtos para tratar a parreira e arredores. Cita ainda que através de pesquisas, uma informação muito importante repassada à empresa é de que o *"consumidor não sabe o que é um produto orgânico e um convencional"*. A informação é pouca em relação a esse tipo de produto, mesmo que este nicho de mercado esteja crescendo. Ainda, o responsável pelo projeto destaca que *"no Brasil se visa muito lucro, onde acaba se direcionando este tipo de produto (orgânico) para uma determinada classe, desinformando o consumidor de classe mais baixa"*.

A empresa pretende atender a todas classes sociais. Para ele, é preciso ainda trabalhar nesse ponto. Cita que o produto é vendido por um determinado valor, e que o mercado agrega muito valor econômico neste, e isso é o que faz a diferença entre as classes na hora da venda. O mesmo diz que, talvez, o retorno financeiro não seja tão grande como o obtido pelo modo convencional. Porém, destaca que a cooperativa é referência em produtos orgânicos por ser uma das primeiras a produzir desta forma, com esta escala.

#### 4.1 ANÁLISE DA DIMENSÃO SOCIAL

Nesta dimensão a preocupação está no bem-estar das pessoas, promovendo uma melhor qualidade de vida (SACHS, 1993). Neste tópico evidencia-se a preocupação do produtor, relacionada à qualidade de vida de quem produz ou de quem consome. Um dos motivos principais citados por todos os entrevistados em trocar ou iniciar a produção de orgânicos foi a saúde (a própria saúde e também a do consumidor). Percebeu-se que todos eles se preocupam muito com a própria saúde, ou seja, que de fato o início do cultivo da uva orgânica está inteiramente ligado à própria saúde.

O entrevistado 1 cita que os *"produtos químicos davam muita alergia na pele na hora de aplicá-los"*. Já para o entrevistado 2, a agricultura ecológica está ligada a alguns fatores como *"comprometimento e responsabilidade com o meio ambiente e saúde do trabalhador, que é quem está diretamente ligado ao cultivo e por fim, fornecer ao consumidor final um produto que não comprometa a sua saúde."* Por sua vez, o entrevistado 4 relata que é importante trabalhar com a agricultura ecológica porque ela não faz mal à saúde, por não utilizar o agrotóxico. Diz que a preocupação com a saúde não é somente na produção de orgânico, mas também na convencional, e que utiliza *"o mínimo possível de químicos"*.

Por fim, o entrevistado 5 cita que trabalhar com a agricultura ecológica é *"pensar na saúde nossa e de quem consome"*. O mesmo comenta que o início da produção de orgânicos foi ocasionado pensando na saúde: *"no convencional você está sempre no meio do veneno"* e com a produção de orgânico se reduz esse contato.

O modelo convencional de agricultura é insustentável para o meio ambiente, agricultores e também consumidores, além do fato de que a alimentação convencional tem afetado não somente a saúde das pessoas, mas está trazendo muitos problemas ambientais. (MUNIZ; STRINGHETA, 2003). Os autores comentam que a busca por uma alimentação de qualidade é uma das principais preocupações dos consumidores conscientes, destacando que o consumo de alimentos orgânicos muda conforme o país, a cultura e os produtos disponíveis.

Notou-se claramente que todos os entrevistados citaram que fariam a mudança na produção para o orgânico. Os que permanecem com os dois manejos possuem uma maior área plantada de orgânicos, e pretendem transformar (se não toda) praticamente grande parte da área plantada em orgânica.





#### 4.2 ANÁLISE DA DIMENSÃO ECONÔMICA

Está relacionada ao crescimento econômico e à eficiência produtiva, sendo que o crescimento atual faz com que haja necessidade do crescimento sustentável (FOLADORI, 2002).

O preço dos produtos orgânicos ainda é um empecilho. Porém, o valor alto tem motivado muitos produtores a entrar na atividade, o que contribui para o crescimento da área de orgânicos, resultando no desenvolvimento de sistemas de produção sustentáveis. (MUNIZ; STRINGHETA, 2003).

Os relatos da maior parte dos entrevistados indicam que ao cultivar orgânicos o custo de produção é menor, pois não existe todo o gasto com agrotóxicos. Porém, os entrevistados afirmam que é mais trabalhoso do que o modelo convencional, o qual possui um gasto maior na produção e menor em mão de obra. Para o entrevistado 1, “a troca realizada do convencional para orgânico foi muito positiva, pois, vem crescendo muito. O maior custo de produção é com o sistema convencional. O orgânico tem um custo menor, mas em contrapartida uma maior mão de obra. Mas o orgânico é mais rentável”. Evidencia-se que os sistemas de produção orgânica se constituem em boa oportunidade aos pequenos agricultores, pois, “embora utilizem mais mão de obra e apresentem menor produtividade que os sistemas convencionais, mostram um desempenho econômico sempre melhor, traduzido por menores custos efetivos, maiores relações” custo-benefício e maiores rendas efetivas (CARMO; MAGALHÃES, 1999, p. 90).

Segundo o entrevistado 2, “a rentabilidade do orgânico é maior do que o convencional, mas a mão de obra do orgânico é mais trabalhosa. O custo se equilibra, aonde em um se gasta com química, para o outro se gasta em mão de obra”. Darolt (2002) traz que o preço diferenciado por muitas vezes compensa os rendimentos menores e o custo da mão de obra, o que contribui para que o produtor orgânico tenha margens brutas por hectare e rendas iguais ou até superiores ao produto convencional. A tendência é que o preço entre produto orgânico e convencional reduza com o passar do tempo. Assim, o entrevistado 3 relata que “produzir uva orgânica é importante para a economia; se economiza muito trabalhar com orgânico”.

O entrevistado 4 relata que é melhor trabalhar com a produção orgânica, mas diz que se produz menos, em função de não utilizar agrotóxicos. Cita também que “produzir orgânico tem um custo menor de insumos e uma maior mão de obra, e na convencional, se gasta mais com insumos e menos na mão de obra. “*Na orgânica se recebe mais*”, em termos de rentabilidade. Cita ainda que a produção de uva orgânica “*só vai dar certo se tiver uma boa posição para a plantação do parreiral e também o posicionamento do sol: se não tiver uma boa localização, nem tenta plantar*”.

Por fim, o entrevistado 5 cita que, na propriedade, possui 2 hectares de uva orgânica e 9 de convencional, mas que pretende aumentar o cultivo de orgânicos na propriedade, futuramente.

#### 4.4 ANÁLISE DA DIMENSÃO AMBIENTAL E ECOLÓGICA

Estas dimensões consistem no dever de respeitar o meio ambiente (RATTNER, 1999). A agricultura orgânica polui menos e causa menos danos do que a agricultura convencional, sendo que isso acontece porque não utiliza os fertilizantes convencionais, fazendo o uso de estrume para cuidar e nutrir o solo. (TUDGE, 2002).

Neste contexto, o entrevistado 1 traz que, “*para fazer a limpeza do solo, quando trocada a produção de uva convencional para a orgânica, é preciso esperar dois anos para que o mesmo se torne limpo*”. A produção do primeiro ano, mesmo sendo tratada e produzida como



orgânica, ainda permanece legalmente como convencional, pela contaminação que existe no solo. A partir do segundo ano de safra, se torna orgânica.

O entrevistado 2 complementa que, para o solo se tornar puro, é preciso 18 meses: *“nesse tempo você pode plantar uva orgânica e fazer todo o processo de orgânico, mas até não fechar o prazo ela ainda é convencional, até concluir a limpeza do solo”*. O mesmo destaca ainda que não utilizar veneno na produção foi um dos motivos que despertou o interesse pelo orgânico: *“cuidar da saúde de quem produz e consome”*. Também ressaltou que, de qualquer forma, na sua propriedade já faziam pouco uso de agrotóxicos no manejo convencional.

O combate de pragas e doenças, relatado pelo entrevistado 1, é feito através da utilização de *“cinzas, figo da índia, sulfato e enxofre, tudo orgânico”*. O entrevistado 5 complementa que também utiliza a cinza diluída em água, bem como o cobre, para tratar da parreira: *“na prática, o convencional é melhor de se trabalhar, porque é mais fácil pegar o produto no saquinho e aplicar, já no orgânico tem todo um preparo..., como a água de cinza leva tempo pra preparar, mas compensa no lado da saúde”*.

Primavesi (1987) cita que a adubação verde pode ser formada por leguminosas, gramíneas e ervas nativas. As leguminosas irão fornecer um bom teor de nitrogênio, e as gramíneas contribuirão para manter ou até mesmo aumentar a matéria orgânica do solo, também fornecendo carbono. Assim, o entrevistado 5 relata que a cobertura verde é preservada na produção orgânica, e que quando aplicado o agrotóxico na produção convencional e chove, por exemplo, *“se perde tudo”*. Já na orgânica, *“com a cobertura verde, fica tudo ali”* o que foi aplicado.

Sachs (1993) traz que a maneira de produzir e consumir garante que os ecossistemas possam se auto reparar. A agricultura orgânica cultiva as plantações sem utilizar nenhum químico (TUDGE, 2002). A sustentabilidade possui *“forte conteúdo ambiental e um apelo claro à preservação e à recuperação do ecossistema e recursos naturais”* (BUAINAIN, 2006, p.47).

A dimensão em questão prega que se desenvolva e, ao mesmo tempo, se preserve a natureza, fazendo o uso de uma produção limpa. Neste aspecto, o entrevistado 1 cita que, *“além de produzir uva orgânica, existe também a preocupação com o meio ambiente e também com a água”*. A sua produção de uva é 100% orgânica. Nas palavras dele, *“estamos voltando aos anos passados, que se produzia o natural antigamente, e que na década de 70 se começou a utilizar agrotóxicos para a produção”*.

Ainda expondo-se os depoimentos dos produtores, o entrevistado 2 comenta que o que o atraiu para a mudança da produção da uva convencional para a uva orgânica foram *“a responsabilidade socioambiental, oferecer um produto diferenciado, e por uma tendência de mercado, até mesmo o desafio de se produzir uva orgânica, por ser algo novo pra nós.”* Relatou, também, que para produzir *“se utiliza cobertura verde..., no solo se utiliza cobertura de inverno, os insumos utilizados são de origem animal, para prevenir pragas e insetos se usa biofertilizantes, como água de cinza, sulfato de cobre e enxofre”*.

O entrevistado 5 apontou que com o cultivo de orgânicos foi realizando algumas adaptações na produção de uva convencional, também. *“O principal é o não uso do herbicida, não utiliza no orgânico e nem no convencional, e o que se utiliza no convencional de químico é na parte aérea, e não no chão, raiz”*. O mesmo diz que havia muita mortandade das parreiras: *“a gente se pergunta, porque morre parreira? Na nossa propriedade diminuiu muito isso..., alguma que outra. Não utilizar mais o herbicida diminuiu um monte a mortandade das parreiras. Aonde se usa o herbicida seguido, não tem o que vai sobreviver”*. Traz também que o parreiral de produção convencional do vizinho fica próximo ao parreiral de orgânicos dele, e que é preciso ter uma área de descarte de 10 metros, para que não contamine a produção de orgânicos. *“A gente colhe toda a uva e deixamos essa parte de descarte por último, e daí ela sai como convencional”*.



#### 4.5 ANÁLISE DA DIMENSÃO CULTURAL

Sachs (2000) destaca que, nesta dimensão, a sustentabilidade reside em preservar raízes culturais das pessoas, mantendo a identidade da cultura da região. Segundo o autor, tanto a cultura de um povo pode facilitar quanto dificultar as mudanças, bem como preservar.

Agricultura sustentável pode ser uma pequena e simples adequação ou uma possível mudança cultural. Na região da Serra, onde o cultivo de uva é muito grande, salienta-se muito a questão cultural. Pôde-se perceber nas entrevistas realizadas que, mesmo na propriedade aonde existe um produtor mais jovem (que se aprimorou, estudou, analisou sobre o plantar orgânico) a mudança foi e é muito difícil.

Mesmo mostrando que produzir orgânico é viável, existe um bom retorno e também seria menos prejudicial à saúde, há uma resistência muito grande por parte dos produtores mais antigos. Percebeu-se que, por terem trabalhado por muito tempo no modelo convencional e sempre terem tido (na maioria das vezes) uma boa produção, com um bom lucro, aceitar a ideia de trocar o modo de produzir não é algo tão natural.

Alguns produtores relataram que muitas pessoas os chamam de “loucos” em optar pelo orgânico e não permanecer somente com o convencional, pois dizem que “*se trabalha muito mais e o retorno é menor*”. Mas, quem produz, contesta, afirmando que o retorno é igual ou até mesmo maior, e que apenas a perda muitas vezes é maior do que no modelo convencional, grande parte em função do clima. Neste contexto, o entrevistado 1 relata que “*quando a cooperativa me procurou, eu já fazia produção de uva orgânica*”. Precisou apenas manter o cultivo e fazer algumas melhorias. O entrevistado 2 comentou que “*a empresa, além de ser parceira e acompanhar o processo, presta assessoria*”. Também destacou que a empresa faz um acompanhamento, por meio de visitas: “*as pessoas que trabalham com agricultura normalmente são pessoas de mais idade. Convencer a pessoa da mudança, trocar, por exemplo, o convencional pelo orgânico, mesmo que se apresente todos os benefícios, a troca é difícil, porque sempre foi assim, e assim que tem que ser*”.

Para o entrevistado 5, é fundamental a assistência que a cooperativa dá a eles. O mesmo já produzia orgânicos quando teve a procura da empresa para que fossem certificados. Diz que a mão de obra na propriedade é familiar, e que somente na época de colheita que se contrata algumas pessoas. Relata que “*não conseguiram convencer nenhum vizinho a produzir uva orgânica*” e que os mesmos os chamam de “loucos”: “*tu só vai produzir isso aí no teu parreiral? Podia produzir o dobro, só que no final dá igual ou mais o lucro. Produzindo menos tu ganha mais, não precisa de tanta mão de obra na colheita*”. Relata, ainda, que a lua interfere muito nos processos realizados. Diz que não acreditava nisso, que achava que era coisa dos antigos, mas de fato acontece: “*fizemos uma poda em um de nossos parreirais, e fizemos por três dias. O primeiro dia era dia bom, o segundo dia não interferia e o terceiro era dia ruim. Se tu for olhar tem três etapas diferentes no parreiral, e isso se vê nitidamente*”.

#### 4.6 RELATO DE PRODUTOR QUE DESISTIU DO CULTIVO ORGÂNICO

Dentro dos resultados deste trabalho, optou-se por manter a opinião de um produtor que abandonou o cultivo pelo método orgânico no período da pesquisa. Transcreve-se, a seguir, a fala total do entrevistado, aqui denominado de “entrevistado 6”:

Foi dito por ele que desistiu pois trabalhava sozinho, e neste ano estava perdendo bastante da parreira, utilizando agrotóxicos para recuperar a perda. “*Tava morrendo bastante e eu quis recuperar um pouco né... Também dá muito serviço pra limpar. Só passo no chão pra limpar e em cima não passo, mas ano passado passei uma vez só*”. Pelo relato, evidenciou-se



que a questão da mão de obra influenciou muito na sua decisão em romper com a produção orgânica.

O agricultor manteve a produção por aproximadamente quatro anos. Possui, atualmente, 0.9 hectares plantados, dizendo que *“quem sabe futuramente volte a produzir orgânico”*. Cita que o lado positivo de se trabalhar com uva orgânica é *“a saúde, não usar agrotóxico”*. O produtor sabe dos benefícios trazidos por este manejo e não descarta a possibilidade de voltar a trabalhar com este método. Sabe que para a saúde a produção orgânica é benéfica, mas, em função de ser sozinho e desse manejo ser muito trabalhoso, resolveu voltar ao manejo convencional.

O referido produtor cultivou a uva orgânica por por 4 anos, ou seja, não era principiante nesse método. Constatou-se na sua fala que a parte mais difícil de se trabalhar (que é o início, onde ocorre toda a mudança) e que exige um trabalho maior, ele superou. Depois que a produção ficou estável, onde o trabalho seria o de manutenção do modo de produção, o mesmo desistiu; pois, conforme evidenciado acima não havia colaboração em termos de mão de obra.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho tinha por objetivo analisar a percepção de produtores e da empresa sobre a produção de produtos orgânicos. Também tinha por objetivos secundários estudar aspectos de produção desses produtos, relatar o projeto de produção dos mesmos proposto pela organização, analisar sob diversas faces as vantagens e dificuldades encontradas por empresa e produtores para o andamento do projeto de orgânicos.

Acredita-se que objetivo geral foi alcançado porque ficou claro o ponto de vista positivo dos produtores em se trabalhar com o manejo orgânico, onde relataram todos os benefícios e também as dificuldades trazidas por este sistema. Já para a empresa, ficou claro que este projeto está dando certo e que traz um bom retorno, evidenciando perspectivas de crescimento. Para Saccol (2009) um paradigma está relacionado a determinadas crenças e pressupostos que se tem sobre a realidade, sobre a ontologia (como as coisas são) e sobre a forma como se acredita que o conhecimento humano é construído (epistemologia). Assim, se evidencia uma ontologia que considera a interação sujeito-objeto, na qual a realidade resulta da negociação e compartilhamento de significados entre as pessoas, isto é, derivada de uma construção social (ontologia adotada pelo paradigma interpretativista).

As dificuldades encontradas ao se realizar este trabalho foram os relatos nas entrevistas com os produtores, que não ocorreram como o esperado. Isso em função do pouco conhecimento que os mesmos possuíam em relação ao manejo orgânico, ou seja, demonstraram saber muito bem na prática como funciona, mas a teoria se revelou deficiente. Percebeu-se ainda, de modo geral, que trabalhar com orgânicos é muito custoso ao produtor, mas que o seu retorno é muito positivo, tanto no contexto da saúde individual como no aspecto financeiro. Todavia, foi relatado por todos que não trocariam de forma alguma o sistema orgânico para se trabalhar somente com o convencional. Alguns deles possuem os dois manejos (orgânico e convencional) e, mesmo mantendo o uso de químicos no cultivo, aliaram ao sistema convencional a forma de se trabalhar do orgânico.

Essa forma interpretativista de ver o mundo, dos produtores entrevistados, pressupõe que o contexto e o padrão de conduta de uma organização muda continuamente. Assim, toda iniciativa de negócio tem um impacto sobre o lucro e o sobre o mundo. Nessa perspectiva, dá-se ênfase à importância de significados subjetivos e sociopolíticos, na forma de ações simbólicas sobre a forma como as pessoas constroem e modificam sua própria realidade. Esta, por sua vez, é criada por meio de interações sociais, adotando uma epistemologia construtivista (ORLIKOWSKI; BAROUDI, 1991; WALSHAM, 1993).



Acredita-se que, como contribuição gerencial para a empresa, o artigo proporcionou conhecer mais o seu produtor de uva orgânica e, também, o que eles pensam sobre o que produzir e como produzir, podendo nortear futuras ações estratégicas. Ao adotar um paradigma interpretativista torna-se possível apropriar-se do conhecimento sobre os processos sociais a partir de uma imersão no mundo no qual eles são gerados, o que de acordo com Orlikowski; Baroudi (1991), envolve conhecer a linguagem, os significados e as normas tácitas compartilhadas em um determinado contexto social.

## REFERÊNCIAS

- ALIGLERI, L.; ALIGLERI, L. A.; KRUGLIANSKAS, I. **Gestão socioambiental: responsabilidade e sustentabilidade do negócio**. São Paulo: Atlas, 2009.
- ALVES, E. A. **Dimensões da responsabilidade social da empresa: uma abordagem desenvolvida a partir da visão de Bowen**. IN: Revista de administração da universidade de São Paulo. V. 38, n.1, fevereiro e março, 2003. P. 37-47.
- BARBIERI, J. C. **Desenvolvimento em meio ambiente: estratégias de mudanças da agenda 21**. Petropolis: Vozes, 1997.
- \_\_\_\_\_. **Gestão ambiental empresarial: Conceitos, Modelos e Instrumentos**. 1 ed. São Paulo: Ed. Saraiva, 2004.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. D:70, São Paulo: 2011.
- BRANDENBURG, A. **Agricultura familiar, ONGs e desenvolvimento sustentável**. Curitiba: ed. da UFPR. 1999.
- BUAINAIN, A.M. **Agricultura Familiar, Agroecologia e Desenvolvimento Sustentavel: questões para debate**. Brasília, IICA, 2006.
- BURRELL, G.; MORGAN, G. **Sociological paradigms and organisational analysis: elements of the sociology of corporate life**. Burlington, VT: Ashgate, 1992.
- CAMARGO, M. F., SUZUKI, F. M.; UEDA, M.; SAKIMA, R. Y.; GHOBRI, A. N. **Gestão do Terceiro Setor no Brasil**. São Paulo: Futura, 2001. 2º edição.
- CAMPANHOLA, C.; VALARINI, P. J. A agricultura orgânica e seu potencial para o pequeno agricultor. Cadernos de Ciência & Tecnologia, Brasília, 2001.
- CARMO, M. S.; MAGALHÃES, M. M. **Agricultura sustentável: avaliação da eficiência técnica e econômica de atividades agropecuárias selecionadas no sistema não convencional de produção**. Informações Econômicas, São Paulo, 1999.
- CNTL - Centro Nacional de Tecnologias Limpas 2002. SENAI. Disponível em: <[www.senairs.orb.br/cntl](http://www.senairs.orb.br/cntl)> Acesso: 26 out.2015.
- COLBORN, T.; DUMANOSKI, D.; MYERS, J. P. **O Futuro Roubado**. Porto Alegre: L&PM, 1997.



- DAROLT, M.R. **As Dimensões da Sustentabilidade:** um estudo da agricultura orgânica na Região Metropolitana de Curitiba. Curitiba, 2000. Tese Doutorado, PPG em Meio Ambiente e Desenvolvimento – Universidade Federal do Paraná.
- DEMO, P.. **Metodologia científica em ciências sociais.** 3. ed. Atlas, São Paulo: 1995.
- EYHORN, F. 2007. “**Organic Farming for Sustainable Livelihoods in Developing Countries:** The Case of Cotton in India.” PhD diss. Department of Philosophy and Science, University of Bonn. [http://www.zb.unibe.ch/download/eldiss/06eyhorn\\_f.pdf](http://www.zb.unibe.ch/download/eldiss/06eyhorn_f.pdf). Acesso: February 12, 2009.
- FAO/WHO (Food and Agriculture Organization/World Health Organization). 1999. **Codex Alimentarius:** Guidelines for the Production, Processing, Labelling and Marketing of Organically Produced Foods. CAC/GL 32. Paris: FAO/WHO.  
[http://www.codexalimentarius.net/download/standards/360/CXG\\_032e.pdf](http://www.codexalimentarius.net/download/standards/360/CXG_032e.pdf). Acesso em: February 12, 2009.
- FLICK, U. **Desenho da pesquisa qualitativa.** Bookman, Porto Alegre: 2009.
- FOLADORI, G. **Avances y límites de la sustentabilidad social.** vol. III, 2002.
- FONSECA, M. F. A. C. **Agricultura orgânica:** Regulamentos técnicos e acessos aos mercados dos produtos orgânicos no Brasil. Rio de Janeiro: 2009.
- GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** São Paulo: Atlas, 1999.
- GOMES, I. **Sustentabilidade social e ambiental na agricultura familiar.** Revista de biologia e ciências da terra. V.5. n.1, 2004.
- ILES, A.; MARSH, R.. 2012. **Nurturing diversified farming systems in industrialized countries:** how public policy can contribute. Ecology and Society 17(4):42.  
<http://www.ecologyandsociety.org/vol17/iss4/art42/>, <http://dx.doi.org/10.5751/ES-05041-170442>. Acesso em: August 14, 2016.
- KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing.** Rio de Janeiro: LTC, 7. ed.1998.
- KUHN, T. **A estrutura das revoluções científicas.** 16.ed. São Paulo: Perspectiva, 2001.
- LIMEIRA, T. M. V. **E-marketing na internet com casos brasileiros.** Saraiva, São Paulo: 2007.
- MINTZBERG, H. **Safari de estratégia.** 2ª edição. São Paulo: Bookman, 2000.
- MONTANA, P. J; CHARNOV, B. H. **Administração.** São Paulo: Editora Saraiva, 1999.
- MOREIRA, J. C. T.; PASQUALE, P.P. DUBNER, A.G. **Dicionário de termos de marketing.** 3ª edição. São Paulo: Atlas, 1999.
- MORIN, E. O método IV. **As ideias:** a sua natureza, vida, habitat e organização. Lisboa: Europa-América, 1991.



- MUNIZ, J. N.; STRINGHETA, P. C. **Alimentos orgânicos**: Produção, Tecnologia e Certificação. UFV, Minas Gerais: 2003.
- OLIVEIRA, A.F.S. **A Sustentabilidade da Agricultura Orgânica Familiar dos Produtores Associados à APOI** (Associação dos Produtores Orgânicos da Ibiapaba-CE). 2007. 97f. Dissertação de Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente, Universidade Federal do Ceará, Ceará, 2007.
- ORGANICSNET. **Mercado de orgânicos cresce o dobro no Brasil**. Disponível em: <http://www.organicsnet.com.br/2016/01/mercado-de-organicos-cresce-o-dobro-no-brasil/> Acesso em 12 out. 2016.
- ORLIKOWSKI, W.; BAROUDI, J. Studying information technology in organizations: research approaches and assumptions. **Information Systems Research**, v. 2, n. 1, p. 1-28, March 1991.
- PEDROSO, M.T.C. **Agricultura familiar sustentável**: Conceitos, experiências e lições. 111f. Dissertação, Mestrado em Desenvolvimento sustentável. Centro de desenvolvimento sustentável, Universidade de Brasília 2000. Disponível: <http://docslide.com.br/documents/agricultura-familiar-sustentavel-conceitos.html> Acesso: 12 set. 2015.
- PRIMAVESI, A; **Manejo Ecológico do Solo**. 9ªed. Ed: Nobel, SP, 549 p. 1987.
- RATTNER, H. Sustentabilidade: uma visão humanista. **Ambiente & Sociedade**, Ano 2, n. 5, 1999, p. 233-240.
- RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social**: Métodos e Técnicas. São Paulo: Atlas, 1999.
- SACCOL, A. Z. Um retorno ao básico: compreendendo os Paradigmas de pesquisa e sua aplicação na Pesquisa em administração. **Rev. Adm. UFSM**, Santa Maria, v. 2, n. 2, p. 250-269, maio/ago. 2009.
- SACHS, I. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2000.
- \_\_\_\_\_. **Desenvolvimento**: influente, sustentável, sustentado. Rio de Janeiro: 2004.
- SIQUEIRA, E.S; SPEARS, V.R.E. **Responsabilidade social**: o potencial transformador da atuação social das empresas. Piracicaba: Ottoni, 2003.
- TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. Atlas, São Paulo: 1987.
- TUDGE, C. **Os alimentos do futuro**: orgânicos, transgênicos e nutrição global: Publifolha. São Paulo: 2002.
- WALSHAM, G. **Interpreting information systems in organisations**. West Sussex: John Wiley&Sons, 1993. 257 p.
- YIN, R. K. **Estudo de Caso**: Planejamento e Métodos. 2ed. Bookman, Porto Alegre: 2001.



MORGAN, G. **Paradigmas, metáforas e resolução de quebra-cabeças.** Revista de Administração de Empresas, jan-mar/05, vol. 45, no 1, p. 58-71.

PESSOA, O. A classificação das diferentes posições em filosofia da ciência. **Cognitio- Estudos: revista eletrônica de Filosofia.** São Paulo, v. 6, Número 1, janeiro-junho, 2009, p.001-073.

SOUZA, N. J. **Desenvolvimento Econômico.** São Paulo: Atlas, 5º ed. Revisada, 2005.