

**OLIVICULTURA NO SUL DO BRASIL: UM ESTUDO ACERCA DO PERFIL DO PRODUTOR E MOTIVAÇÕES PARA IMPULSIONAR A PRODUÇÃO**

**OLIVICULTURE IN SOUTH BRAZIL: A STUDY ABOUT PRODUCER PROFILE AND MOTIVATIONS TO IMPROVE PRODUCTION**

**Luciane Gomes da Silva**

Mestre em Desenvolvimento Territorial e Sistemas Agroindustriais  
Universidade Federal de Pelotas (UFPEL)  
Pelotas-RS, Brasil  
lusilvapel1@gmail.com

**Shirley Grazieli da Silva Nascimento**

Doutora em Sistemas de Produção Agrícola Familiar (UFPEL)  
Professora Adjunta na Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA)  
Dom Pedrito-RS, Brasil  
nascimento.shy@gmail.com

**Jorge Enrique Pereira Benitez**

Doctor en Evolución e Ecología – Universidade de Montpellier - França  
Professor na Universidad De La República (UDELAR)  
Uruguai  
jorgepereira3@gmail.com

**Mariana Rockenbach Ávila**

Doutora em Zootecnia (UFRGS)  
Pesquisadora Visitante Embrapa Clima Temperado  
Pelotas, RS, Brasil  
marianaravila@gmail.com

\* **Recebido em: 08/09/2019**

\* **Aceito em: 07/02/2020**

**RESUMO**

A produção de oliveiras no Brasil tem ganhado destaque e incentivos nos últimos anos, tanto pela importância da cultura como por sua importância no processo de diversificação produtiva, pois representa uma forma de minimizar os impactos ambientais associados as monoculturas na região Sul do país. Como forma de melhor compreender o cenário da produção de oliveiras buscou-se mapear o perfil dos produtores no RS, bem como identificar as principais características das unidades produtivas e compreender as motivações dos produtores em adentrar nesse universo. Para responder essas questões foram realizadas imersões a campo no período agosto de 2017 a maio de 2018 com realização de entrevistas em profundidade com sessenta produtores. Os dados foram coletados com auxílio de um roteiro de questões semi - estruturado, os informantes foram acessados através de metodologia de bola de neve e os dados foram analisados a luz da análise textual de discurso. Dentre os principais resultados aponta-se a heterogeneidade do perfil dos produtores, a motivação de todos em busca de diversificação, satisfação e eficiência do uso dos recursos naturais.

**Palavras-chave:** Olivicultura; Heterogeneidade de pessoas; Diversificação Produtiva.

---

## ABSTRACT

The production of olive trees in Brazil has been highlighted in recent years, for the importance of the crop and its potential for productive diversification, representing a way to minimize the environmental impacts associated with monocultures in the southern region of the country. In order to better understand the scenario of olive production, we sought to map the profile of producers in RS, as well as identify the main characteristics of the production units and understand the motivations of producers to enter this universe. To answer these questions, field immersions were conducted from August 2017 to May 2018 with in-depth interviews with sixty producers. The data were collected with a semi - structured questions script, the informants were accessed through snowball methodology and the data were analyzed in the light of the textual discourse analysis. Among the main results is the heterogeneity of the producers' profile, the motivation of all in search of diversification, satisfaction and efficiency of the use of natural resources.

**Keywords:** Olive Production; Heterogeneity of People; Productive Diversification.

## 1. INTRODUÇÃO

No Brasil, a importância do agronegócio foi elucidada nas projeções de 2016/17 a 2026/27, na qual demonstram estimativas de que a safra de grãos terá um acréscimo de 24,2% sobre a atual, ponderando assim, o incentivo para novos investimentos e maior fomento por parte do governo para atender o produtor que busca mais produtividade e diversificação (MAPA, 2017).

Um dos principais cenários utilizados na produção de grãos na região da campanha gaúcha do RS, é o campo nativo, que, além da produção de arroz, tem perdido espaço nos últimos anos para grandes lavouras de soja (RIBEIRO, 2010).

Além do mais, o estado observa uma diversificação agropecuária nos últimos anos, como é o caso do cultivo de uvas, que se tornaram uma alternativa local no norte do estado do RS e mais recentemente ao sul, e tem se destacado pela produção de algumas das principais e premiadas vinícolas do país, correspondendo a 31 % da produção nacional (EMBRAPA, 2011).

Somado à diversificação proporcionada pelo cultivo das videiras, observa-se a inserção do cultivo de oliveiras na região da campanha. A oliveira, é uma espécie frutífera da família botânica Oleaceae, e do latim *Olea europaea* L., (EMBRAPA, 2015) e tem sido plantada em pequenas e grandes propriedades, além de muitas regiões brasileiras que apresentam clima subtropical ou temperado.

No Brasil, de acordo com Gomes (1979), a introdução das oliveiras ocorreu a partir de 1596 com mudas trazidas por imigrantes europeus, intensificada nas regiões sul e sudeste do país. No RS, iniciou um novo movimento, no final da década de 90, através do programa de fruticultura, visando o fortalecimento de outras culturas e entre elas as oliveiras e a noz pecã. Em 2004, os municípios de Caçapava do Sul e Cachoeira do Sul reiniciaram o plantio de oliveiras no estado.

Atualmente, 58 países produzem oliveiras e em breve serão 60, com a finalidade de produção para o azeite de oliva e a azeitona de mesa, totalizando 11,4 milhões de hectares, com predomínio da Espanha com 22,96% do total plantado no mundo. No Brasil, há uma representatividade mínima em relação à produção de azeite de oliva do mundo de 0,0210% (VILAR; PEREIRA, 2018).

De certo modo, a olivicultura apresenta muitas particularidades e está em expansão no sul do estado do RS. Estão sendo criados polos oleícolas, e a busca pela evolução tecnológica tem-se estabelecido desde a implantação de novos pomares como também na produção de azeite de oliveira de qualidade tão estimada pelos apreciadores (PAULUS, 2011).

Para tanto, a diversificação torna-se uma decisão, por parte dos produtores, acerca dos

avanços e impactos socioambientais das monoculturas no RS. Essa decisão pode afetar fortemente os produtores que não plantam azeitonas no estado, e assim, interessa saber: Qual o perfil destes produtores? Portanto, o presente trabalho objetivou estudar o contexto do perfil dos olivicultores do RS.

## 2. MATERIAL E MÉTODOS

Foi realizada uma pesquisa qualitativa com intuito de “aprofundar-se no mundo dos significados das ações e relações humanas, observando um lado não perceptível e não captável às equações, médias e estatísticas” (MINAYO, 1993, p. 22).

No processo de coleta de dados, foram realizadas entrevistas em profundidade, registro fotográfico e observação não participante. Os dados coletados foram registrados em caderneta de campo, áudios e fotografias.

Foram realizadas 60 entrevistas com produtores de oliveira de diversas regiões produtoras localizadas no RS. Esses produtores foram identificados a partir de redes sociais, pelo contato com profissionais e técnicos, e através da participação de eventos por parte da primeira autora, sobre o tema deste estudo. A escolha do primeiro entrevistado se deu pela relevância do mesmo no cenário de estudo, as demais ocorreram por indicação configurando a metodologia de bola de neve (VINUTO, 2014).

Utilizou-se um roteiro de questões semiestruturado com perguntas abertas e fechadas. Estas entrevistas oportunizaram a “observação direta, que se deu quando o observador, está presente no ambiente observado” (DUARTE; FURTADO, 2014, p. 45).

Foram realizadas idas a campo no período de novembro de 2017 a fevereiro de 2018. No decorrer do estudo, as respostas foram organizadas em tabelas e gráficos, justamente com o intuito de obter as respostas sobre o perfil do produtor, no que tange às perguntas fechadas e as suas perspectivas e desafios. Ainda, como forma de registro de fatos e dados, foram realizadas visitas às propriedades, utilizando o registro fotográfico e áudio, ambos autorizados pelos produtores.

Como forma ilustrativa, muitos produtores enviaram fotos por e-mail, demonstrando o interesse em participar da pesquisa, e também descrevendo seus anseios por futuros estudos locais, e que refletissem a realidade brasileira no que diz respeito à olivicultura. Os produtores entrevistados responderam à pesquisa de forma espontânea a todas as questões e indicaram outras fontes de pesquisa e produtores para o contato da pesquisadora.

Após, os dados foram tabulados e organizados em planilhas eletrônicas. As respostas foram categorizadas e analisadas através da metodologia de análise textual de discurso (ATD) (MORAES; GALIAZZI, 2007). Os principais resultados são apresentados na seção que segue.

## 3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

### 3.1 Definição dos atores da pesquisa

Após definir os atores deste estudo, ou seja, olivicultores do estado do RS, foi analisado quais eram os municípios produtores no RS, tendo como início a fronteira oeste, expandindo para todo o estado devido à aceitação pela pesquisa e à disponibilidade em participar da mesma.

Os atores foram caracterizados pela letra P e o número correspondente a ordem, e, também, a localidade (cidade) e o total de hectares plantados com oliveiras, conforme pode ser observado na Tabela 1.

**Tabela 1 - Caracterização dos atores, cidade x hectares plantados.**

<b>Código do entrevistado</b>	<b>Localidade</b>	<b>Hectare plantado</b>
P 1	Dom Pedrito	30
P 2	Sant'Ana do Livramento	3,7
P 3	Bagé	30
P 4	Pedras Altas	25
P 5	Encruzilhada do Sul	7
P 6	Rosário	4
P 7	Hulha negra	32
P 8	Aceguá	1
P 9	Encruzilhada do Sul	54
P 10	Bagé	12
P 11	Candiota	4,5
P 12	Sant'Ana do Livramento	2
P 13	Sant'Ana do Livramento	1,5
P 14	Sant'Ana do Livramento	30
P 15	Canguçu	42,5
P 16	Candiota	2
P 17	Sant'Ana do Livramento	3
P 18	Bagé	2
P 19	Bagé	1,5
P 20	Bagé	40
P 21	São Gabriel	50
P 22	Montenegro	12
P 23	Bagé	3,5
P 24	Sant'Ana do Livramento	4
P 25	Candiota	10
P 26	Sant'Ana do Livramento	0,8
P 27	Hulha Negra	1
P 28	Cachoeira do Sul	9
P 29	Caçapava do Sul	21
P 30	Gramado	27
P 31	Cachoeira do Sul	110
P 32	Bagé	1
P 33	Pinheiro Machado	226
P 34	Canguçu	85
P 35	Cachoeira do Sul	10
P 36	Caçapava do Sul	3,8
P 37	Bagé	4
P 38	Cachoeira do Sul	15
P 39	Caçapava do Sul	300
P 40	São Sepé	6
P 41	Canela	30,5
P 42	Vale Verde	3,5
P 43	Pinheiro Machado	100
P 44	Cacequi	10
P 45	Barra do Ribeiro	28
P 46	Encruzilhada do Sul	10
P 47	Piratini	46
P 48	Caçapava do Sul	4
P 49	Caçapava do Sul	12
P 50	Sant'Ana do Livramento	100

**Tabela 1 (continuação) - Caracterização dos atores, cidade x hectares plantados.**

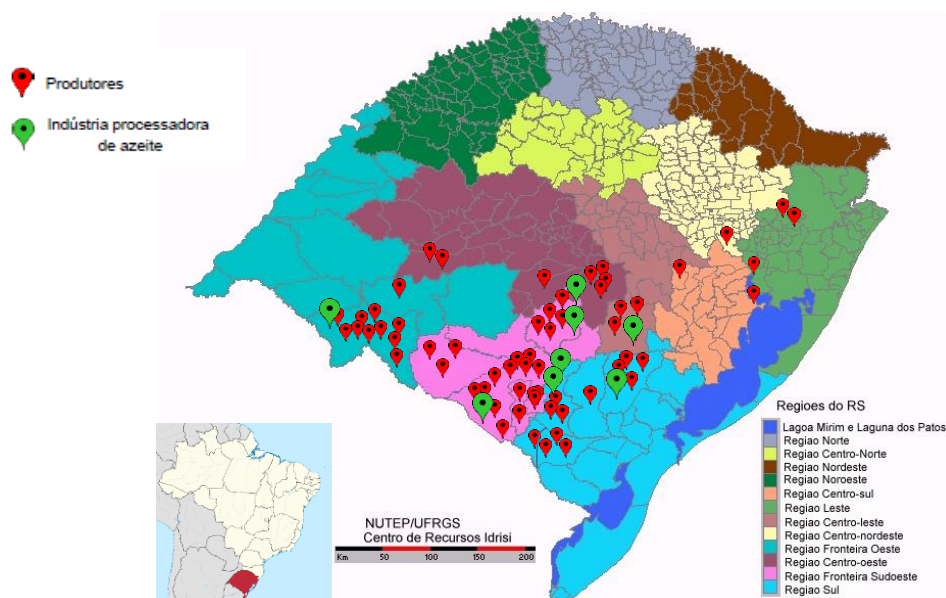
Código do entrevistado	Localidade	Hectare plantado
P 51	Caçapava do Sul	16
P 52	Canguçu	60
P 53	Sentinela do Sul	4
P 54	Encruzilhada do Sul	32
P 55	Dom Pedrito	1,2
P 56	Pinheiro Machado	7
P 57	Glorinha	28
P 58	Camaquã	2,5
P 59	Canguçu	2,57
P 60	Canguçu	70
<b>TOTAL DE HECTARES</b>		<b>1794,07</b>

Fonte: Elaboração dos autores a partir dos dados da pesquisa, 2018.

Conforme observado na Tabela acima, o total de hectares plantados referente aos produtores entrevistados equivale a 1794,07 ha. Desse modo, ao avaliar o cadastro oleícola de 2017, que descreve 56 municípios produtores, destes foram abrangidos com este estudo 25 municípios, representando assim um percentual de 44,64% da área total plantada no RS.

Foram realizadas idas a campo no período de novembro de 2017 a fevereiro de 2018 com os sessenta (60) produtores a partir do mapeamento das propriedades, estas localizadas em municípios do RS, que, conforme Figura 1, na qual destaca a localização no mapa do RS, e também os lagares<sup>1</sup> existentes no estado.

**Figura 1- Ilustração com a localização produtores e lagares no RS.**



Fonte: NUTEP/UFRGS – Adimapas, adaptado pela autora, 2018.

Para atender a todas as exigências e expectativas atuais frente ao mercado por um azeite extra virgem de qualidade, existe a presença do produtor, que mesmo com os custos altos da cultura, busca o lucro e a eficiência econômica, por uma filosofia de vida, ou ainda,

<sup>1</sup> Unidade de processamento agroindustrial denominando assim, para o processamento do azeite de oliva.

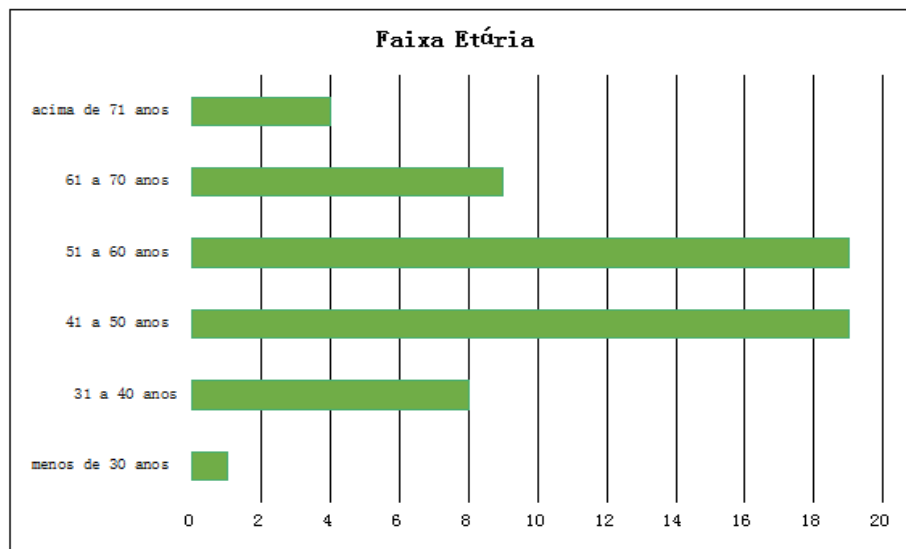
pelo resgate as tradições familiares, na busca pelo melhor processo na elaboração dos melhores azeites.

No RS, são mais de 20 marcas de azeite de oliva com a qualidade igual aos tradicionais azeites espanhóis, gregos e portugueses. Os produtores estão distribuídos em inúmeros municípios no RS.

### 3.2 O universo heterogêneo e o perfil do produtor de oliveiras

As análises têm como foco descrever o perfil do produtor de oliveiras no RS, e em primeiro ponto de análise é a faixa etária, conforme Figura 2.

**Figura 2 - Faixa etária dos produtores entrevistados.**



Fonte: Elaborado pela autora a partir dos dados da pesquisa, 2018.

A média de idade dos produtores está em 53 anos de idade. Sendo estes mais velhos do que o grupo de pessoas que atuam na pecuária, pois nota-se que a faixa etária média do produtor rural na pecuária do Brasil é de 46,5 anos de idade (ABMRA, 2017). Esse percentual é 3,1% menos na pesquisa anterior realizada no ano de 2013, para o setor.

Cabe salientar, que são produtores jovens em ambos os setores, e que na olivicultura, a maior concentração se dá com produtores com faixa etária média de 41 a 50 anos, tendo a representatividade de 19 produtores respondentes e de 51 a 60 anos com 19 produtores. Os demais encontram-se na faixa etária de 61 a 70 anos, abrangendo 9 respondentes e acima de 71 anos, quatro.

A idade média entre as produtoras é de 50 anos e para os produtores é de 53 anos, representando as mulheres um público mais jovem. Do público respondente, 17 são produtores do sexo feminino e 43 representam os produtores do sexo masculino.

No que pese a questão de gênero, cabe mencionar a importância de pesquisas futuras que apontem o motivo da predominância do sexo masculino na cultura, embora possamos verificar com essa pesquisa que há um desponte de mulheres ocupando os espaços de trabalho neste setor.

As mulheres, apesar de responderem por mais de um terço da população ocupada no agronegócio (SERIGATI *et al.*, 2019), são um exemplo a ser investigado, e ganham espaço e



um papel cada vez mais importante no agronegócio<sup>2</sup> brasileiro. De forma geral, a presença feminina na decisão dos empreendimentos rurais apresenta um salto impressionante nos últimos quatro anos, triplicando sua importância na gestão da atividade rural de 10% para 31%<sup>3</sup> (ABMRA, 2017).

De acordo com a P 50<sup>4</sup>, e corroborando com a afirmação acima, a direção e gerência da empresa é realizada por mulheres, e essas alocadas nos cargos de: i) Diretora Geral, ii) Diretora Administrativa/Financeira, iii) Diretora de Produção e iv) Diretora Comercial e de marketing, todos os cargos ocupados por membros da família e a v) gerente de produção como profissional contratada.

Hoje a participação das mulheres em cargos, basicamente ocupados por homens, vêm desafiando as tendências e tradições locais, empreendendo e buscando fazer algo de que gostam.

Esse fato pode ser descrito pela P 24 que declara que teve de provar que a cultura poderia dar certo, em uma propriedade com o foco tradicional na pecuária de corte e soja predominante, com gerência do marido, e que agora já se pensa em expandir a plantação dos olivais para ela:

[...] minha primeira barreira foi de mudar mentalidade do marido, pois ele sempre foi acostumado com grandes plantações e pouco tempo ele está acreditando em meu sonho que começou em 2014 [...] ele viu que era um bom negócio e começou a me acompanhar em eventos resolvendo plantar 4 hectares, pois dava o mesmo trabalho. Eu por mim fazia até orgânico, mas não tem como, pois, sou rodeada de soja. (P 24, 58 anos, Sant'Ana do Livramento)

A discussão acima aponta a importância da mulher e o espaço que elas vêm assumindo na perspectiva de impulsionar a diversificação nas propriedades rurais.

Conforme pesquisa realizada pelo SEBRAE (2015) com produtores rurais no país, no período de 2007 e 2014, a proporção de produtores rurais com Ensino Superior (completo ou incompleto) passou de 1% para 3%, com Ensino Médio (completo ou incompleto), passou de 8% para 14% e com Ensino Fundamental completo passou de 6% para 8%.

No caso dos produtores de oliveiras entrevistados, a relação ao nível de escolaridade, observada foi que 54 entrevistados possuem graduação em alguma área de conhecimento, e descritos na tabela 9, e 5 produtores com ensino médio completo, ou seja, representam 10% do total.

Entre os entrevistados que possuem ensino superior completo, nota-se que esses conseguem desenvolver uma atividade mais técnica e são acessíveis às novas mudanças tecnológicas.

A Tabela 2 demonstra que esta atividade não é realizada apenas por empresários agrícolas tradicionais e sim uma atividade agrícola que integra formações e atividades profissionais diferentes.

---

<sup>2</sup> Este estudo ao mencionar o agronegócio brasileiro, não exclui o produtor rural da agricultura familiar, uma vez que seu papel é fundamental para o PIB brasileiro e desenvolvimento de vários setores da economia.

<sup>3</sup> 7ª Pesquisa Hábitos do Produtor Rural ABMRA, realizada in loco 2.835 agricultores de 15 estados do Brasil. Esta pesquisa ouviu 2.835 agricultores e produtores de animais de 15 estados de todas as regiões do país

<sup>4</sup> Será usado como forma de destaque aos produtores respondentes deste estudo, em forma resumida a palavra produtor - P em letras maiúsculas.

**Tabela 2 - Profissão versus número de profissionais.**

Profissão	Número de profissionais
Engenheiro Agrônomo	9
Advogado	7
Empresário	8
Administrador	6
Produtor Rural	6
Aposentado	5
Médico	4
Economista	2
Funcionário Público	2
Outros	11
TOTAL	60

Fonte: Elaborado pela autora a partir dos dados da pesquisa, 2018.

Ao fazer menção ao quadro com a expressão “outros”, relaciona as seguintes atividades profissionais que são: Arquiteto, Contador, Dentista, Psicóloga, Soldador, Zootecnista, Engenheiro Florestal, Bióloga, Agropecuarista, Fisioterapeuta e Publicitária, reforçando assim, que o produtor de oliveiras possui formação e atuação diferentes áreas do que as ligadas diretamente ao meio rural.

Os entrevistados, têm a olivicultura uma fonte futura de renda para seus sucessores, como menciona a P 1,

“é como ter comprado um apartamento de luxo na planta e poder usufruir depois (uma aposentadoria) é mais fácil de cuidar e estou encantada com a cultura. Cumpre a função social da terra, que emprega pessoas, dá o retorno quando bem cuidada como o vinho e a carne” (P 1, 52 anos, Dom Pedrito).

Isso demonstra a preocupação por parte dos produtores também com a sua relação com a terra. De acordo com Marés (2003, p. 197) a terra serve, funciona, tem vida, para dar vida, para reproduzir a vida, não de cada indivíduo isoladamente, mas de todos nela vivem.

Assim e de acordo com o Estatuto da Terra descrito pela Constituição Federal de 1988 no artigo 186,

Art. 186 - A função social é cumprida quando a propriedade atende, simultaneamente, segundo critérios e graus de exigência estabelecidos em lei, aos seguintes requisitos:

I - aproveitamento racional e adequado;

II - utilização adequada dos recursos naturais disponíveis e preservação do meio ambiente;

III - observância das disposições que regulam as relações de trabalho;

IV - exploração que favoreça o bem-estar dos proprietários e dos trabalhadores.



---

Desse modo, a terra tem sua função de manter a vida, nas suas mais diversas formas, seja na relação do proprietário com a terra, na relação familiar e da comunidade, através do retorno que esta proporciona.

À medida que os produtores descrevem a importância deste espaço em suas vidas, pode ser observado que, ou já viveram dela ou tem a vontade de ter um novo modo de vida a partir dela.

Nota-se também, que surge uma nova atividade econômica, aproveitando propriedades herdadas ou por aquisição, e que têm no campo um refúgio frente às correrias do ambiente urbano. A terra passa a ter também uma função social e a olivicultura, passa a ser uma alternativa por um novo conceito de vida, os produtores. No caso da olivicultura, torna-se também um resgate a uma nova forma de vida, por parte desses profissionais liberais, e com isso agrega valor através da diversificação e renda nas atividades da propriedade.

Essa relação com o campo pode ser vista quando os entrevistados foram questionados se residem na propriedade, que cinquenta produtores do total entrevistado não residem na propriedade e apenas dez dos respondentes residem.

Conforme descrito pelo P 33, mesmo não residindo na propriedade, participa de atividades locais, como por exemplo, cultos religiosos realizados aos domingos na cidade de Pinheiro Machado, onde está localizada a propriedade. O mesmo declara que “é um prazer de estar tantas vezes quanto possível aqui, uma vez que minha cidade de origem é São Paulo”. Na cidade de Bagé, por exemplo, os produtores possuem residência na cidade e a propriedade com a plantação de oliveiras está na zona rural.

Percebe-se que o fato de não residir na cidade pode trazer também alguns problemas com o cultivo, uma vez que a cultura exige atenção e tomadas de decisões diárias. Nota-se também que os produtores de oliveiras trazem consigo traços de enraizamento e preocupação com o desenvolvimento endógeno, como pode ser observado no relato dos produtores de Pinheiro Machado e Bagé.

Os produtores que não residem nas propriedades, são oriundos de Porto Alegre, e que representam o maior número, com propriedades localizadas nos municípios de Encruzilhada do Sul, Canguçu, Caçapava do Sul e Cachoeira do Sul. Essas localidades foram escolhidas devido ao zoneamento edafoclimático, que favorece o plantio nessas localidades, demonstrando, que a maior concentração de produtores está na metade sul do RS. Escolha essa, também feita tanto pela disponibilidade de terras com possibilidade de plantio, como pela diversificação de atividades nesta propriedade.

Dos 10 (dez) produtores residentes na propriedade, conforme dados da pesquisa, o P 8, que possui um (1) ha, tem na olivicultura uma alternativa de renda ainda incipiente, com seu olival plantado em 2012 a partir do Projeto Olivais do Pampa.

Embora a maior parte dos entrevistados não morem em suas propriedades, há uma valorização nesse espaço com um estilo de vida voltado para a qualidade de vida e tranquilidade, e a preocupação com o cuidado com a terra e natureza.

Desse modo, e não exaurindo as potencialidades que a terra lhe proporciona, de forma meramente profissional, justamente por não dependerem da cultura para seu sustento, têm amor, dedicação e retorno as raízes e tradições. Há sim, o desembolso financeiro por parte desses profissionais que para preservar e cuidar de suas oliveiras, sem ter ainda o devido retorno do investimento, sendo que este será de médio a longo prazo, caso não houvesse outras atividades de sustento, o negócio não se desenvolveria, por si só.

Quando questionados sobre se a olivicultura era a sua principal fonte de renda para esses produtores, cerca de cinquenta e seis produtores responderam que não, mas que poderá ser daqui a alguns anos, justamente por serem pomares novos.

O alto investimento e uma renda fixa para atender às necessidades do olival, é um dos maiores limitantes para os agricultores familiares entrarem na olivicultura, por não ser a

---

principal fonte de renda e recursos, que é muitas vezes escasso.

O investimento se dá em todas as etapas da cadeia produtiva, e a implantação do olival em pequenas propriedades na região da campanha do RS, se deu a partir do Projeto Olivais do Pampa, como descreve o P 8, residente na propriedade.

Toda a azeitona produzida em seu pomar é processada em uma agroindústria localizada no município de Caçapava do Sul, e após o processo de prensagem da azeitona e elaboração do azeite, este produtor recebe o azeite de oliva já envazado, ficando um percentual de sua produção como forma de pagamento das despesas do processo produtivo.

Os produtores P 16, P 19 e P 27, integrantes do Projeto Olivais do Pampa, também residem na propriedade. O P 16 terá sua primeira colheita prevista para 2019 e sua previsão é de vender a azeitona para as agroindústrias de Bagé e região. Já o P 27 ainda possui oliveiras com baixo desenvolvimento e previsão de uma pequena frutificação possível para 2019, ou 2020.

Em contraponto, o P 19 relata que suas oliveiras foram literalmente abandonadas, pelo programa, restando apenas mato onde deveriam ter azeitonas, e ambos os produtores, alegam a falta de assistência prometida pelo Programa Olivais do Pampa, bem como o abandono por parte do governo em relação ao projeto sem continuidade.

Ainda de acordo com o mesmo produtor, um olival se perde pela falta de cuidado, e, também, em virtude dos inimigos naturais, que são as formigas. Declara ainda, que se não fosse o veneno aplicado na soja, e a falta de assistência a cultura seria promissora, como descrevem os demais produtores.

O P 14 possui uma área de trinta hectares e tem investido na olivicultura, prevendo um futuro promissor, tanto na produção de mudas, na plantação, quanto no aumento de seu lugar. Também presta serviço de implantação e processamento a outros produtores. Este cita que, mesmo com um investimento elevado, ainda não consegue se manter somente da produção de oliveiras para o azeite.

O P 26 também reside na propriedade e tem como objetivo a pesquisa experimental realizada em 0,8 hectares com o objetivo de proporcionar melhorias aos Olivais da região.

Muitos pomares, por serem recentes, necessitam de um investimento financeiro para a manutenção e prevenção de pragas, produtores relatam que é apenas investimento, para se ter um retorno a longo prazo. Esse investimento se dá principalmente por capital próprio ou por fontes de financiamento sem subsídios governamentais.

Assim, seja, investindo com o capital próprio, ou via bancos oficiais, os produtores de oliveiras têm a preocupação de preservar e não degradar o meio em que suas plantações estão sendo implantadas.

Diferentemente do que acontece, nas demais culturas, que possuem um aporte governamental diferenciado, tais como: soja, arroz e silvicultura, e onde há a degradação, tanto da terra quanto do meio ambiente através do uso excessivo de ditos “defensivos”, venenos que se propagam pelo ar, água e terra.

Ainda falando sobre o meio ambiente, principalmente em relação à captura de CO<sup>2</sup>, a oliveira tem um papel importante, o que favorece o florestamento e o reflorestamento, em lugares onde não há possibilidade de cultivar outras atividades e com poluição elevada, como na China e Japão.

Diante do exposto, será descrito neste estudo também, qual a forma de associativismo entre os produtores de oliveiras e associações, sindicatos ou demais entidades, conforme será abordado a seguir.

### **3.3 Formas de associativismo na olivicultura**

Atualmente nota-se que as associações de e entre produtores de oliveiras estão surgindo com a intenção de unir forças e, assim, buscar a solução dos problemas da cadeia

produtiva de acordo com a realidade brasileira.

A importância dos grupos de produtores deve seguir a mesma premissa, através da otimização dos recursos materiais e a partir daí oportunizar as trocas técnicas e até mesmo associar para a venda da produção, e na criação de marcas próprias de azeites de oliva.

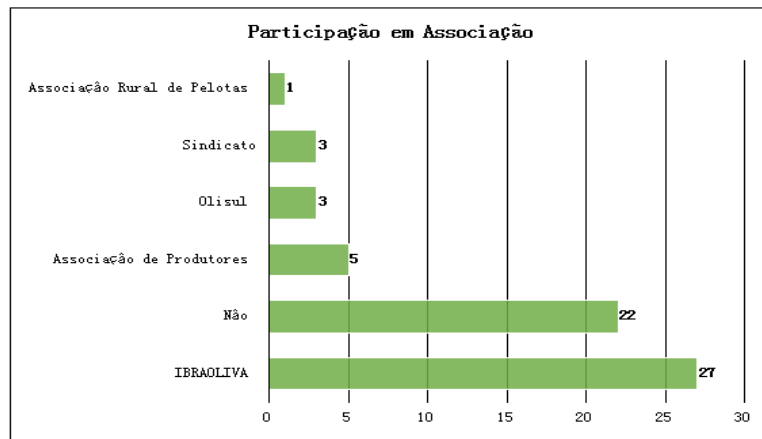
Com esse objetivo, atualmente no RS foram mencionadas duas associações de produtores de oliveiras que são: OLISUL - Associação dos Produtores de Olivicultura de Caçapava do Sul e ARGOS – Associação Rio-Grandense de Olivicultores.

A primeira, OLISUL<sup>5</sup>, é composta de produtores oriundos de diversas áreas profissionais, tais como, pecuaristas, médicos, agricultores, profissionais liberais, entre outros membros, que se uniram com o objetivo de estimular o desenvolvimento da olivicultura na região. Em 2005, os produtores apoiados pela agência de desenvolvimento e a gestão municipal de Caçapava do Sul, criaram a Associação de Olivicultores de Caçapava do Sul – AOC, buscando atender às necessidades e ansiedades dos olivicultores e aos demais interessados em cultivar oliveiras.

A segunda associação, denominada ARGOS, foi criada em 2008, e sediada na cidade de Ijuí, RS, visando melhorar em todo o sul do país as relações existentes com a olivicultura. Tem como finalidade também a de congregar os produtores, promovendo cursos e eventos relacionados às atividades de uma associação. Também há a preocupação com as regras de conduta em relação à plantação (sanidade, procedimentos e cuidados com o plantio), além de estudos e pesquisas.

Sendo assim, alguns produtores são associados, e relatam que não há atividades significativas das associações. O que pode ser observado, é que vinte e dois produtores respondentes, não estão associados a nada, conforme descrito a seguir Figura 3.

**Figura 3 - Gráfico sobre a participação dos produtores em associação, sindicato ou instituto.**



Fonte: Elaborado pela autora a partir dos dados da pesquisa, 2018.

Nota-se que cinco produtores participam da associação de produtores e que três participam da OLISUL e sindicatos. Há também produtores que se associam para a realização de um sonho, de um objetivo como o da cidade de Bagé, onde nove produtores se associaram com o objetivo de plantar e ter o lagar para processar o seu azeite e também atender aos demais produtores na região.

Ao mesmo tempo, os produtores ainda não estão associados a nenhum instituto ou associação, ou seja, por não ter ainda produção, acreditam que não há necessidade de

<sup>5</sup> Informações obtidas no site da Associação de olivicultores de Caçapava do Sul.

---

participar de algum tipo de entidade associativa.

Quanto à participação em alguma associação ou entidade, vinte e sete produtores, relataram que fazem parte do IBRAOLIVA, também uma forma de agregar produtores.

O IBRAOLIVA – Instituto Brasileiro de Olivicultura, foi criado em agosto de 2017, durante a 40ª Expointer, Parque de Exposições Assis Brasil (JERUSALÉM, POYASTRO 2017). Inspirado no IBRAVIN – Instituto Brasileiro do Vinho, visa promover a troca de informações, eventos e outras atividades.

O IBRAOLIVA possui em seu quadro social, 60 produtores associados que plantam oliveiras nos estados do RS, Santa Catarina, Paraná e Minas Gerais, São Paulo e Espírito Santo. (IBRAOLIVA, 2017).

Este instituto tem como principal objetivo a promoção comercial dos azeites primando pela qualidade através da fiscalização dos produtos que entram com qualidade inferior aos produzidos no país (CAETANO, 2017).

De acordo com BRASIL (2009), o principal objetivo da organização dos produtores rurais em forma de associação é o de efetuar, em conjunto,

[...] a compra de insumos, máquinas, equipamentos e animais para uso coletivo; construir armazéns comunitários; agregar valor à produção através de seleção, classificação, embalagem e industrialização; e processar comercialização com menores riscos do que individualmente. Também poderá produzir peças artesanais e confecções aumentando a ocupação e a renda familiar. Promoções culturais e o lazer integram suas atividades e contribuem para fortalecer os laços familiares que unem pessoas em torno de propostas e benefícios comuns (BRASIL, 2009, p.8).

Conforme Trento et al. (2006), mesmo que não seja de interesse por parte de alguns produtores, a forma de organização dos olivicultores em benefício ao coletivo, poderia ser revista, uma vez que não há uma força ainda interativa, nem organizacional para tanto. Existem algumas vantagens em relação ao processo de trabalho associativo:

- Maior intercâmbio de ideias e experiências: a heterogeneidade dos indivíduos do grupo permite aumentar o acúmulo de conhecimento grupal, dado que as experiências que os produtores atravessaram anteriormente servem de base para novos empreendimentos;
- Maior objetividade na identificação de problemas e possibilidades de soluções: o produtor individual pode ser propenso à subjetividade na identificação do problema. O trabalho grupal permite que outros produtores analisem essa dificuldade com grau de objetividade diferente;
- Incorporação de tecnologia inacessível em nível individual: a maioria das propostas tecnológicas parece fora do alcance dos pequenos e médios produtores individualmente considerados. A forma associativa permite operar em outra escala, aumentando a eficiência e conservando os recursos naturais.
- Maior poder de negociação: a possibilidade de concentrar a produção em volumes interessantes para o comprador, permitindo ao vendedor exigir melhores condições de preço e formas de pagamento. A realização de compras conjuntas possibilita aos integrantes do grupo importantes diminuições nos custos.

Percebe-se, ainda que tanto para a compra de máquinas, como implementos e defensivos contra pragas, quanto para a capacitação e orientação aos produtores, faz-se importante o papel de associações e institutos como os mencionados acima.

Muitas associações são informais, ou seja, de caráter familiar, e o empreendedorismo nesse meio torna favorável ao desenvolvimento de um núcleo produtivo, mas em casos isolados, as propriedades sem a participação da família têm um futuro incerto.

Sugerem, assim, conforme as respostas dos entrevistados de que 35 produtores de oliveira não têm o auxílio da família na propriedade e 25 têm esse auxílio, justamente pelo

fato já mencionado de não residirem na propriedade. Sendo assim, a estrutura familiar está nas cidades e não no meio rural.

O P 15, por exemplo, tem o envolvimento de muitos membros de sua família em todo o processo até a comercialização, assim como os demais produtores que possuem esse auxílio. Mas não quer dizer que os demais não têm sucesso por não terem o envolvimento da família. Aqueles produtores que têm o auxílio de membros da família no processo produtivo, têm a consciência natural sobre a sucessão familiar dos negócios.

Conforme Andrade (1999), o espírito de união e a harmonia presentes na realização das tarefas ajudam a superar os obstáculos e as dificuldades encontrados, fortalecendo o liame entre eles. Tem-se assim, no envolvimento da família a harmonia na realização de todas as tarefas, ou através de formas distintas por meio de cargos e responsabilidades estabelecidas pela gestão.

Para tanto, será descrito a seguir, em complemento ao perfil do produtor, a análise do perfil da propriedade e a produção de oliveiras no RS.

### 3.4 Perfil da propriedade e produção no universo investigado

Além do bem-estar e qualidade de vida, a olivicultura tem atraído investidores que buscam no azeite de oliva uma aposta para aumentar a rentabilidade e proporcionar ao exigente consumidor a qualidade de um produto feito no país.

Como o vinho, a oliveira proporciona a seus investidores, em produção e qualidade, um possível retorno esperado, mas ainda pode ser considerado incipiente, e para tanto devem ser analisados os seus custos e possíveis lucros na cultura.

O problema é que hoje a produção brasileira ainda atende ao grande mercado consumidor, passando esse a ser um desafio da olivicultura brasileira e Riograndense.

Os principais estados produtores atualmente são Rio Grande do Sul, Minas Gerais e São Paulo, onde já existem olivais com produção comercial implantados e avaliados quanto ao padrão de qualidade e pela sua composição.

Desse modo, devido à demanda de mercado, muitos produtores, buscam na cultura a sua aposentadoria ou um legado para as suas famílias, através da diversificação da área produtiva da propriedade.

Quando questionados sobre a área plantada com oliveiras, pode-se analisar que, a média de hectares plantados é de 50 hectares, e que os produtores têm uma fração de sua propriedade destinada à olivicultura.

Não basta ter terra, deve se ter planejamento de seu uso e isso foi bem enfatizado pelos produtores durante as entrevistas. Percebe-se que há o interesse em ampliar ou já investir em um produto de futuro promissor, mas que ainda, possuem cautela nessa implantação, por aguardarem o retorno do investimento, ou mesmo se o cultivo dará frutos para esse retorno. E que de certo modo, pela demanda do mercado consumidor e o valor que o azeite de oliva possui no mercado, o mesmo foi denominado como o ouro em forma de azeite.

Conforme o tamanho da propriedade, é destinado um percentual de terra a plantação de oliveiras e como pode ser visto na Tabela 3, os produtores variam de tamanho de olival.

**Tabela 3 - Número de Produtores x área total da propriedade.**

Nº de Produtores (60)	Área total
18	De 1 a 49 hectares
16	De 51 a 99 hectares
13	De 100 a 399 hectares
13	Acima de 400 hectares

Fonte: Elaborado pelos autores a partir dos dados da pesquisa, 2018.



O tamanho do olival determinará o investimento inicial e de manutenção, ou seja, dos produtores de 1 a 49 hectares, que é a grande maioria de hectares médio no RS, está representado por 18 produtores.

Em sequência, propriedades que destinam de 51 a 99 hectares, são de 16 produtores e de 100 a 399 hectares têm 13 produtores. Acima de 400 hectares com o olival implantado representam também 13 produtores. E em relação aos dados mencionados, e a área total das propriedades dos produtores entrevistados é de 22.341,94 hectares, desses, apenas um percentual de 8% é utilizado para o plantio de oliveiras.

Diante disso, percebe-se, que há possibilidades de ampliação dos olivais e consequentemente, o aumento de produção.

Percebe-se também que a possibilidade de modernização de acordo com o tamanho da propriedade, devido às outras culturas existentes. A associação entre vinho e azeite é importante e pode ser desenvolvida em paralelo. Desse modo, quando uma cultura não funciona, a outra pode salvar a sua equação econômica, otimizando desde as máquinas, mão de obra e recursos disponíveis.

Essa modernização na agricultura, proporcionou a criação de novos padrões produtivos que se estabeleceram ao longo do tempo. Muitas vezes essa modernização não está ao alcance do pequeno produtor, dificultando com que esse amplie seu pomar.

Essa, acaba sendo, um dos fatores que vêm determinando novas dinâmicas de desenvolvimento, marcando diferenças internas e contrastantes entre os produtores rurais e entre as regiões do estado. Pequenos produtores não têm acesso a máquinas e equipamentos para modernizar seu olival, tendo na colheita manual a sua força de trabalho, e da mesma forma em relação a produção do azeite de oliva, o que gera dúvidas e anseios entre os atores envolvidos na cadeia produtiva.

Ainda em relação aos pequenos produtores, esses devem se unir em associações cooperativas, e outra reflexão importante é que caso não se estabeleçam essas parcerias os pequenos produtores correm o risco de desaparecer.

A modernização passa a ser um dos fatores que vem determinando novas dinâmicas de desenvolvimento do cultivo, marcando diferenças internas e contrastantes entre os produtores rurais e entre as regiões do estado. Pequenos produtores não têm o acesso a máquinas e equipamentos para modernizar seu olival, tendo na colheita manual a sua força de trabalho, e da mesma forma em relação à produção do azeite de oliva, o que gera dúvidas e anseios entre os atores envolvidos na cadeia produtiva.

Mesmo assim, em um cenário de dúvidas e anseios, tanto para o pequeno quanto para o grande produtor, os olivicultores possuem a premissa de diversificação, quando questionados sobre quais as outras atividades que possuem na propriedade, as respostas foram: pecuária de corte, plantio de arroz e soja, silvicultura, vitivinicultura, nogueira, aluguel da propriedade para eventos, turismo, viveiro de mudas e ovinocultura. Também foram mencionadas, culturas para mantimento, dentre elas hortaliças e frutas variadas.

O turismo, ou seja, o oleoturismo, também foi destacado como ponto forte e principal objetivo dos P 17 e P 30, uma vez que a propriedade está se adaptando à realidade das oliveiras como forma de promover o desenvolvimento local.

A P 17 possui camping e com o objetivo de ter um espaço para o contato com as atividades do campo. Da mesma forma o P 30, que por estar em uma região turística, localizada na Serra Gaúcha, terá o seu lugar e um complexo turístico, mesmo que seu olival esteja em fase de desenvolvimento.

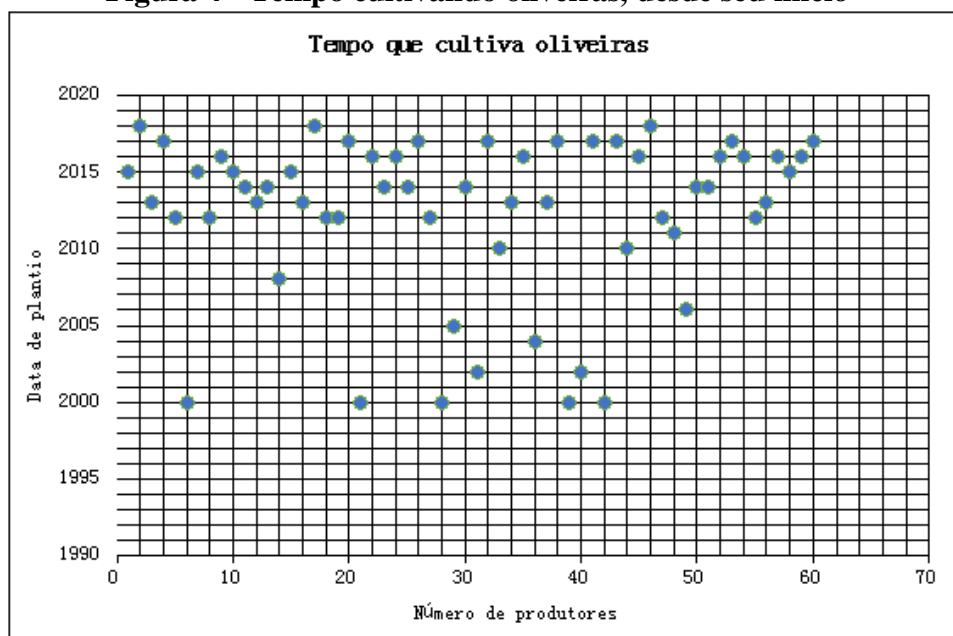
Nota-se também que o azeite de oliva é uma atividade complementar que ajuda a melhorar a rentabilidade e deve ser promovido, mesmo com a criação de circuitos regionais e estabelecimentos para a venda de azeite de oliva e a combinação de vinhos, proporcionando



uma maior sustentabilidade da atividade.

Desse modo, Figura 4, revela dentre os demais entrevistados que quando questionados sobre o tempo que cultiva oliveiras, nota-se que o auge do investimento na cultura se deu a partir de 2012 e com tendência de aumento gradativo no plantio e assim na produção.

**Figura 4 - Tempo cultivando oliveiras, desde seu início**



Fonte: Elaborado pelos autores a partir dos dados da pesquisa, 2018.

No caso do P 14, em 2015, investiu em um lagar próprio, para produzir os azeites assim que a azeitona saísse do olival, ou seja, processadas em poucas horas após serem colhidas (OLIVOPAMPA, 2018). Proporcionou assim a produção de um azeite diferenciado ao consumidor com outras características sensoriais, bem definidas.

Em relação à diferenciação como forma de incremento na propriedade e assim na produção em pequena escala, passa a ser uma estratégia que pode melhorar significativamente a rentabilidade, bem como, em relação a educação do consumidor para o consumo de azeites de qualidade com um valor diferenciado.

Quando se menciona sobre a produção, de acordo com o número de produtores existentes, cerca de 21 respondentes ainda não tiveram produção. De acordo com Duarte (2015) a oliveira poderá começar a produzir a partir do quinto ano dependendo da área em que se encontram. Cabe lembrar que um produtor, perdeu todo seu pomar, como mencionado anteriormente.

Dos produtores entrevistados, 38 respondentes já tiveram alguma produção, mas pouco representativa, já os produtores com os olivais datados de 2000, a produção pôde ser considerável conforme relataram os produtores “P 5, P 14, P 15, P 21, P 28, P 33, P 39 e P 55”. Relatos dos mesmos produtores expressam que os fatores climáticos interferiram negativamente para não haver uma safra maior no ano de 2017.

Embora as oliveiras sejam muito semelhantes, os seus frutos são diversos em tamanho e em características funcionais. Há no mundo cerca de, aproximadamente, 1807 variedades de azeitona, demonstrando assim, que o número de variedades ainda é incerto e representativo a cada país (BARRANCO, 1999)

Ao serem questionados sobre a finalidade da produção, 43 produtores entrevistados têm por finalidade o azeite de oliva e 16 produtores têm por finalidade além do azeite a produção de azeitona de mesa.

A azeitona de mesa produzida pelo P 14, possui características muito diferenciadas da azeitona em conserva, vendida nas redes e supermercados locais. Sendo assim, por terem um conceito gourmet são vendidas diretamente aos clientes que visitam a propriedade, empórios e restaurantes locais. Para fazer a conserva da azeitona de mesa deve-se analisar as suas três formas de apresentação que são, conforme DRAP-N<sup>o</sup>:

- Azeitona tipo verde: preparada em salmoura, sendo os frutos colhidos de cor verde a verde amarelada;
- Azeitona negra tratada: obtida a partir de frutos não totalmente maduros, colhidos na mudança da cor verde para negro violáceo;
- Azeitona madura em salmoura: produzida a partir de frutos colhidos em plena maturação ou pouco antes, apresentando uma cor violácea uniforme.

Desse modo ao planejar a forma como a azeitona será processada e o resultado esperado, é que determinará quais os sabores serão explorados, pois uma azeitona processada artesanalmente tem diferenciais que devem ser analisados devido à naturalidade no processo.

As variedades para a elaboração desse tipo de azeitona, estão presentes em algumas propriedades visitadas, e uma delas é a Ascolana, variedade de origem italiana, sendo essa resistente a algumas pragas. Há também variedades com dupla funcionalidade, tais como: Galega, Cordovil, Manzanilla e Picual.

Da mesma forma, a variedade Picual está presente em muitas propriedades, e esta variedade espanhola, e essa ser utilizada como azeitona de mesa, confere a essa um diferencial em relação as azeitonas e azeites importados. O azeite oriundo da variedade picual possui um índice alto de ácidos graxos, antioxidantes naturais e de polifenóis.

Desse modo e entre as azeitonas mencionadas pelos produtores que são plantadas nos olivais, cerca de 49 propriedades possuem a variedade Picual no seu pomar, e 25 a Manzanilla.

As demais variedades mencionadas pelos entrevistados, alude que em média cada produtor possui de seis a sete variedades em seu pomar e algumas ainda estão em teste como a *pendolino* que foi encontrada em uma dessas, assim como a azeitona galega.

De acordo com o tipo de azeitona, haverá a determinação do tipo de azeite, e este poderá ter um sabor diferenciado a cada colheita, e, também, pela maturação das olivas, proporcionando ao consumidor um azeite mais frutado ou mais picante.

Conforme as mais plantadas pelos produtores entrevistados, surge o Quadro 1, que descreve a variedade da azeitona, país de origem e as sensações dos azeites produzidos a partir dessas.

**Quadro 1 - Variedade, origem e sabor dos azeites.**

Variedade	Origem	Sabores
Arbequina	Espanha	É a azeitona que fornece ao produtor um azeite intensamente fresco e frutado.
Arbosana	Espanha	O azeite é picante e levemente amargo, possui notas distintas de tomate maduro e é considerado um frutado médio.
Coratina	Itália	De sabor forte, a coratina proporciona um azeite frutado, amargo e picante, com um toque doce.
Frantoio	Toscana – Itália	O azeite é frutado, aromático, equilibrado, picante e amargo na medida certa.
Koroneiki	Koroni – Grécia	Frutado com um toque de maçã verde e marcante sabor de grama e folhas frescas, agradavelmente picante e um retrogosto levemente amargo e um dos azeites mais resistentes
Leccino	Toscana – Itália	Azeite claro, suave e maduro, ligeiramente frutado com pouco amargor e picância.

Fonte: Elaborado pelos autores, a partir de Quest-Ritson, 2011.

<sup>6</sup> Direcção Regional de Agricultura e Pescas do Norte – Mirandela/Portugal.

Existem no mercado duas variações de azeite quanto a sua denominação, que são: os *blends*, que são a combinação de um ou mais azeites elaborados com diferentes variedades de olivas, e o Monovarietal é produzido com apenas uma variedade.

No resto do mundo, cada variedade está associada a um país ou a uma região, e todo o acompanhamento da elaboração de azeites, desde o processo da colheita ao envase, tem o apoio de um *sommelier*, profissional especializado na análise sensorial e em todos processos e elaboração de um bom azeite.

Para tanto, a elaboração de um azeite de oliva diferenciado e com qualidade tem por de trás a motivação dos produtores em cultivar oliveiras está expressa a seguir, na próxima seção.

### 3.5 Motivações em cultivar oliveiras

Quando questionados sobre qual a motivação em plantar oliveiras, pode observar que as respostas têm predominância na diversificação de atividades na propriedade, mercado, o gosto pelo azeite, melhor utilização das áreas e resgate familiar.

O P 3, relata que

“comecei a ler sobre azeite e olivas e comecei a frequentar algumas palestras e senti que era um bom negócio. Em seguida vou parar com a cirurgia e precisa de uma atividade, me identifiquei com a área. É lindo o plantio, é um bom empreendimento, e por que importamos 98% do azeite consumido, então temos 98% de possibilidade de colocar nosso produto no mercado.” (P 3, 77 anos, Bagé)

Existe assim, várias as possibilidades tanto de expansão de plantio devida a área apropriada descrita pela EMBRAPA, no estudo sobre o zoneamento edafoclimático, e também pelo aumento do consumo de azeite de oliva, trazendo a propriedade a sua sustentabilidade.

Essa análise é reforçada conforme a P 1 menciona que o que lhe motivou foi o “incremento na renda da propriedade e melhor utilização de áreas inaproveitáveis para pecuária e/ou subproveitadas.”

Desse modo, um fator a ser relevado a partir do incentivo ao cultivo é a utilização de terras improdutivas, uma vez que os requisitos básicos da oliveira são muito inferiores aos das outras culturas. Sendo assim, esses produtores sentem-se desafiados por uma nova cultura, conforme descrito pelo P 6, ressaltando ainda mais a necessidade da diversificação para a sustentabilidade das propriedades.

Segundo Vargas e Oliveira (2012) alguns dos fatores que devem ser observados sobre a diversificação, que são: capacidade de geração de renda, segurança e estabilidade na produção e comercialização, condições de reprodução familiar, bem-estar e saúde da família, entre outros. O estudo descreve, o fumo como objeto de estudo e conclui que, o acesso a mecanismos e políticas que potencializem a diversificação, precisa estar vinculado à dinâmicas que repensem os processos de desenvolvimento dos territórios onde a produção, que no caso é de tabaco, está inserida.

E esse pensamento está descrito na expressão da P 24, que fala sobre a necessidade de diversificar como uma motivação no cultivo de oliveiras na região,

“Diversificação, primeira coisa, sempre achei que tinha de diversificar, meu marido só plantava, e agora que está criando gado e outra coisa eu não sou de estar parada. Tu já criou os filhos, os netos estão crescendo, e eu vi que precisava me envolver com alguma coisa, e é com a azeitona de mesa que eu quero me envolver, vamos produzir e futuramente tirar dinheiro daquilo, é um negócio empolgante, pois o que se tira de um hectare tu jamais vai tirar com outra coisa, nem com gado nem com a

---

soja. Eu quero ter minha azeitona gourmet e fornecer para restaurantes em porto alegre, aí me envolvo, consigo ter qualidade, e um produto diferente no mercado” (P 24, 58 anos, Sant’Ana do Livramento).

O P 39, que também atua como viveirista descreve que a “diversificação de nossas atividades ligadas à produção de mudas e a possibilidade de trabalhar em toda a cadeia produtiva, até chegar ao consumidor final com um produto diferenciado”.

A realidade dos viveiristas é diferente, pois cuidam da qualidade e necessidade dos produtores, podendo assim atuar com outras plantas e assim obterem outras fontes de renda e custos mais baixos.

Também foi descrito pelo P 39, que após uma crise enfrentada pela empresa no ano de 2008, e devido a sua dedicação exclusiva ao cultivo de mudas de eucalipto e acácia, e serviços terceirizados à indústrias de celulose, teve problemas e assim mudou a sua estratégia. Em 2011, houve uma mudança organizacional e após novo planejamento, começou o cultivo de mudas frutíferas e, também, outras mudas ornamentais e exóticas, descobrindo assim o seu potencial para o ramo de olivicultura. Atualmente possui 45 hectares na região de Guaíba plantados, e, fornece serviços de assistência, desde a análise do solo até o processamento da fruta. Conforme informações no site da empresa Tecnoplanta<sup>7</sup> incentivando o investimento na olivicultura conforme relacionam os seguintes fatores:

- Inúmeros dados técnicos divulgados por sérias entidades do agronegócio brasileiro demonstrando a boa adaptação da cultura.
- Grande rentabilidade por hectare, configurando uma boa opção de diversificação para a agricultura familiar e para os grandes investidores.
- Um grande mercado interno, abastecido com 98% de importações, e que apresenta significativo crescimento a cada ano.
- A constante exposição do azeite na mídia, enaltecendo seus benefícios à saúde.

Cabe lembrar que a rentabilidade só será vista pelo produtor após este atingir seu ponto de equilíbrio, e representa o volume de vendas ou a receita necessária para que a empresa iguale seus gastos totais, custos e despesas. E assim, o produtor terá a segurança para planejar e tomar decisões adequadas na propriedade, uma vez que tudo deve ser planejado.

A potencialidade do mercado de azeite de oliva, deve ser colocado acima de tudo, é imensurável, uma vez que a produção dos olivais é vendida quase na mesma hora que a azeitona é colhida e processada para venda. Reforça-se assim a importância do planejamento, tão necessário para qualquer segmento, e nota-se também que o fator emocional está diretamente relacionado a olivicultura e é muito presente. Este fator foi enfatizado pelos produtores que é paixão pelo azeite, pelo olival, descrito e observado pela autora durante as entrevistas que está além do que pode ser descrito em palavras.

A paixão nasce quando o produtor se familiariza com a cultura e pode ser usado pelos sociólogos como um fator de incentivo emocional, revivendo momentos e voltando-se às tradições familiares, podendo atrair assim, mais investidores. O cuidado e o carinho com as plantas, bem como a forma como o azeite é processado, sendo descrito com um brilho no olhar único em todos. Como pode ser observado na fala o P 1 “Quando tem o amor, tu fazes dar certo e isso se tem hoje dentro do projeto. Temos área pronta e subsoladas, não foi ainda pois não convenceu financeiramente para a expansão.”

A diversificação é um dos fatores que mais influenciou a produção de oliveiras nas propriedades, tradicionalmente com as culturas como a carne, vinho, soja, arroz entre outras,

---

<sup>7</sup> Informações obtidas no site da empresa Tecnoplanta, viveirista localizada na cidade de Barra do Ribeiro.

determinando o sustento da propriedade e atendendo à determinadas demandas de consumo emergente, por produtos diferenciados.

Também foi descrito como motivador ao produtor para o plantio de oliveiras, a sua tradição familiar e origem, relatado por dois produtores, descritos a seguir, revelam que,

“foi por nós termos a propriedade da família, mas por acreditar que é um negócio que tem capacidade de trazer mais valor para a região. Sou daqui e tinha interesse em voltar e aí teve a possibilidade de integrar as duas coisas, voltar as minhas origens e poder fazer a diferença nessa região.” (P 4, 43 anos, Pedras Altas)

Da mesma forma o P 55, cita, “sou descendente de espanhóis e meu avô, que veio de lá, sempre nos falava dos benefícios deste alimento. Então, desenvolvemos um afeto sobre o produto.” Sendo objeto de resgate as raízes familiares como descreve o P 23, “a propriedade está no paralelo ideal para o plantio e os bisavôs da minha esposa cultivavam oliveiras na região da Toscana na Itália.”

De tal forma, a busca pelas raízes e sua origem familiar é outro fator bastante preponderante para quem busca a produção de azeite, uma vez que resgatar as origens vem sendo uma forma de manter as tradições regionais e familiares.

As informações repassadas demonstram que há características nas quais a região ainda carece de uma mudança de hábitos para a produção e desenvolvimento de um novo cultivar.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se que não há estudos específicos sobre o perfil do produtor de oliveiras, na imersão realizada para buscar estes dados. O que se encontrou foi uma descrição superficial, em comentários, entrevistas ou relatos, mas sem cunho científico.

Pode-se conjecturar que a análise sobre a olivicultura é refletida na forma de desenvolvimento territorial através de programas/políticas de fomento e acompanhando técnico existentes atualmente e que necessitam de ajustes para atender o produtor de forma eficiente. Por fim, embora este estudo não tenha tido a pretensão de encerrar as discussões acerca do perfil do produtor de oliveiras, acreditasse que ele poderá servir como base, para os demais pesquisadores e produtores que realizam estudos ou tem a intenção de conhecer mais sobre as nuances do tema sul do Brasil.

## REFERÊNCIAS

ABMRA. Associação Brasileira de Marketing Rural e Agronegócio. Idade média dos produtores rurais diminui e mulheres ganham espaço na gestão do agronegócio. 2017. Disponível em: <<http://www.fao.org/family-farming/detail/fr/c/891628/>> Acesso em 10 de abril de 2018.

ANDRADE, D. G. de. Regime de Economia familiar. Rev. Trib. Reg. Trab. 3ª Reg. - Belo Horizonte, 29 (59): 79-84, Jan./Jun.99 <[https://www.trt3.jus.br/escola/download/revista/rev\\_59/Darcio\\_Andrade.pdf](https://www.trt3.jus.br/escola/download/revista/rev_59/Darcio_Andrade.pdf)> Acesso em 15 de abril de 2018.

BARRANCO, D, FERNANDEZ-ESCOBAR, R e RALLO, L., El cultivo del olivo. 3ª edição. Madrid: Mundi-Prensa, 1999.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Como criar e administrar associações de produtores rurais: manual de orientação / Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Secretaria de Defesa Agropecuária. – 6. ed. – Brasília: MAPA/ACS, 2009. Disponível em <<http://www.agricultura.gov.br/assuntos/cooperativismo-associativismo/arquivos-publicacoes-cooperativismo/como-criar-e-administrar-associacoes-de-produtores-rurais.pdf>> Acesso em 12 de maio de 2018.



- CAETANO, M. Olivicultura: Área deve chegar a 10 mil hectares em 2020. *Diário Comércio Indústria & Serviços*. quinta-feira, 31 de agosto de 2017. Disponível em <<https://www.dci.com.br/atos-legais/download/2017/8/11sy201783021912.pdf>> Acesso em 15 de abril de 2018.  
Disponível em: <<https://doaj.org/article/462522e154e642789c3c922f235ad515>> Acesso em 18 de abril de 2018.
- DUARTE, S. V.; FURTADO, M. S. V. Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Ciências Sociais Aplicadas. São Paulo: Saraiva, 2014.
- DUARTE, J. C. A Oliveira. 2015. Disponível em: <<https://www.institutodoazeite.com.br/oliveira>> Acesso em 02 de maio de 2018.
- EMBRAPA Uva e Vinho. A vitivinicultura brasileira: realidade e perspectivas (2011). Disponível em: <<http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/artigos/vitivinicultura/>>. Acesso em 16 de outubro de 2017.
- EMBRAPA. Oliveira: aspectos técnicos e cultivo no Sul do Brasil / Enilton Fick Coutinho ...[et al.], editores técnicos. — Brasília, DF: Embrapa, 2015.
- GOMES, P. A Olivicultura no Brasil. 2ed. Ed. Nobel. São Paulo. 1979.
- IBRAOLIVA. Ibraoliva: Assinatura. 2017. Publicação: 30/08/2017. Disponível em: <<http://www.expointer.rs.gov.br/ibraoliva>> Acesso em 04 de janeiro de 2018.
- JERUSALÉM N.; POYASTRO M. Ibraoliva é apresentado na 40ª Expointer. 2017. Disponível em <<http://www.expointer.rs.gov.br/ibraoliva-e-apresentado-a-sartori-na-40-expointer>> Acesso em 02 de março de 2018.  
maio de 2018.
- MAPA. Agropecuária PIB de 2017. 2017 Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/noticias/agropecuaria-puxa-o-pib-de-2017>> Acesso em 20 de maio de 2018.
- MARÉS, C. F. A função social da terra. Porto Alegre: Sergio Antônio Fabris Editor, 2003.
- MINAYO, M. C. de S. O desafio do conhecimento científico: pesquisa qualitativa em saúde. 2. ed. São Paulo/Rio de Janeiro: Hucitec-Abrasco, 1993.
- MORAES, R.; GALIAZZI, M. do C. Análise textual discursiva. Ijuí: Editora UNIJUÍ, 2007, 224 p.
- PAULUS, E. Avaliação do crescimento inicial de oliveira “arbequina” em diferentes manejos do solo e dosagens de fósforo. Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Santa Maria, Centro de Ciências Rurais, Programa de Pós-Graduação em Ciência do Solo, RS, 2011. Disponível em <<http://w3.ufsm.br/ppgcs/images/Dissertacoes/ELOI-PAULUS.pdf>> Acesso em 15 de novembro de 2017.
- RIBEIRO, F. C. Estaquia e enxertia de garfagem em oliveira. 2010. Dissertação (Mestrado em Agronomia) – Programa de Pós-Graduação em Agronomia. Faculdade de Agronomia Eliseu Maciel. Universidade Federal de Pelotas. Pelotas, 2010. Disponível em <[http://repositorio.ufpel.edu.br/bitstream/123456789/1191/1/Dissertacao\\_Fabricio\\_Carlotto\\_Ribeiro.pdf](http://repositorio.ufpel.edu.br/bitstream/123456789/1191/1/Dissertacao_Fabricio_Carlotto_Ribeiro.pdf)> Acesso em 12 de novembro de 2017.
- SEBRAE. Agronegócio – Fruticultura. Boletim de inteligência. 2015. Disponível em <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/64ab878c176e5103877bfd3f92a2a68f/\\$File/5791.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/64ab878c176e5103877bfd3f92a2a68f/$File/5791.pdf)> Acesso em 01 de abril de 2018.
- SERIGATI, F. C.; SEVERO, K.; POSSAMAI, R. A inserção das mulheres no agronegócio. *AgroANALYSIS*, 2019, vol. 38, no 4, p. 16-19.
- TRENTO, E. J.; FAVARO, J. L. ; SOBRINHO, N. M. ; RODRIGUES, P. L. S. ; DE BORTOLI, G. C.; PFAU, L. A. ; PFANN, A. Z. ; FARIA, C. M. D. R. Avaliação do grau de participação e do nível de satisfação dos Cafeicultores, na Associação de Produtores de Café



---

de Grandes Rios, Paraná. 2006, Revista Ambiente Vol.2(2), pp.207-243

VILAR, J.; PEREIRA, J. E. La olivicultura internacional Difusión histórica, análisis estratégico y visión descriptiva. Fundación Caja Rural de Jaén. Espanha, 2018. Disponível em: <[www.fundacioncrj.es](http://www.fundacioncrj.es)> Acesso em 18 de

VINUTO, J. A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto. Temáticas, Campinas, 22, (44): 203-220, ago/dez. 2014