

A CESTA DE BENS E SERVIÇOS TERRITORIAIS E A CONSTRUÇÃO SOCIAL DE  
MERCADOS TERRITORIAIS: CONTRIBUIÇÕES DO COOPERATIVISMO E DAS  
AGROINDÚSTRIAS FAMILIARES EM SANTA CATARINA (BRASIL)

THE TERRITORIAL BASKET OF GOODS AND SERVICES AND THE SOCIAL  
CONSTRUCTION OF MARKETS: CONTRIBUTIONS FROM COOPERATIVES AND  
FAMILY FARMERS' AGRIFOOD PROCESSING ENTERPRISES IN SANTA  
CATARINA (BRAZIL)

**Ademir Antonio Cazella.** Professor Titular da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e membro do Programa de Pós-Graduação em Agroecossistemas (PGA). E-mail: [ademir.cazella@ufsc.br](mailto:ademir.cazella@ufsc.br)

**Andréia Tecchio.** Pós-Doutoranda Voluntária do Programa de Pós-graduação em Agroecossistemas (PGA) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). E-mail: [deiatecchio@yahoo.com.br](mailto:deiatecchio@yahoo.com.br)

**Sérgio Schneider.** Professor Titular da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) membro permanente dos Programas de Pós-graduação em Sociologia (PPGS) e Desenvolvimento Rural (PGDR). E-mail: [schneide@ufrgs.br](mailto:schneide@ufrgs.br)

**Valdete Boni.** Professora da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS). E-mail: [valdete.boni@uffs.edu.br](mailto:valdete.boni@uffs.edu.br)

**Grupo de Trabalho (GT): GT7. Desenvolvimento rural, territorial e regional**

**Resumo**

Este artigo analisa a centralidade do cooperativismo na promoção do desenvolvimento territorial sustentável, com foco na valorização de recursos territoriais específicos e promoção da soberania alimentar por meio de agroindústrias familiares. No plano teórico articula o enfoque da Cesta de bens e serviços territoriais e a noção de construção social de mercados territorializados. O território de referência corresponde à base de atuação de uma cooperativa financeira localizada na região Oeste do estado de Santa Catarina, Sul do Brasil. Com quase três décadas de existência, sua atuação se concentra em seis municípios rurais, com aproximadamente 38 mil habitantes. Essa cooperativa mobiliza diversas outras formas de cooperação empreendidas por famílias de agricultores, com destaque para um fórum de organizações sociais da agricultura familiar. Esse fórum representa um espaço de governança territorial, que demanda dos órgãos públicos apoios de diversas naturezas. Os principais recursos metodológicos adotados consistiram no inventário de agroindústrias familiares existentes no território a partir de fontes secundárias, bem como entrevistas com lideranças territoriais e gestores de uma amostragem dessas agroindústrias. A maior parte dos produtos processados por essas agroindústrias é comercializada em circuitos curtos, configurando um denso e complexo mercado territorial de produtos agroalimentares de qualidade.

**Palavras-chave:** Governança territorial; Recurso territorial específico; Alimentos saudáveis

**Abstract**

This article analyzes the centrality of cooperativism in promoting sustainable territorial development, focusing on valorizing territory-specific resources and promoting food and nutritional security through family farmers' agrifood processing enterprises. In theoretical terms, it combines the Territorial basket of goods and services approach and the concept of social construction of territorialized markets. The reference territory is that where a financial cooperative located in the western region of the state of Santa Catarina, southern Brazil, operates. Existing for almost three decades, this cooperative focuses its operations on six rural municipalities, with approximately 38,000 inhabitants. Various other forms of cooperation undertaken by farming families are promoted, with a forum of family farming social organizations standing out. This is a sphere of territorial governance, which demands various kinds of support from public bodies. The main methodological resources mobilized were an inventory of existing family farmers' enterprises in the territory, drawn from secondary sources, and interviews with territorial leaders and managers of a sample of such enterprises. Most processed products are sold through short circuits, creating a dense and complex territorial market for quality agri-food products.

**Key words:** territorial governance; territory-specific resources; healthy foods

## 1. Introdução

A discussão sobre as relações entre agricultores e mercados está se transformando nos anos recentes. As críticas às diversas assimetrias provocadas pelas relações entre agricultores familiares e as cadeias de valor, assim como os limites percebidos nas formas de comercialização local por meio de feiras e de compras públicas fazem emergir o debate sobre as condições, possibilidades e o alcance dos mercados territoriais. A facilidade nos transportes e a melhoria nos meios de comunicação (internet e redes sociais) permitem que distâncias físicas deixem de ser obstáculos como eram no passado. Isso faz com que as cidades intermediárias e até mesmo algumas regiões se tornem o destino para a venda da produção. Assim, torna-se cada vez mais frequente e perceptível, quer seja na Europa ou mesmo em países como o Brasil, o desenvolvimento de estratégias de comercialização que adotam o território como espaço de atuação<sup>1</sup>.

Os territórios são espaços físicos formados pela interação de vários tipos de atores, que atuam em distintos setores econômicos como agricultura, indústria, comércio e serviços, com presença marcante de agentes públicos (municipalidades), privados (empresas) e mistos (organizações do terceiro setor). Os territórios abrangem as áreas rurais e urbanas, criando uma nova dinâmica de interação entre esses espaços. Alguns territórios se caracterizam por uma concentração demográfica mais urbana, outros ainda continuam a ter a maior parte da população vivendo em áreas rurais. Os territórios são, assim, ao mesmo tempo, espaços de confluência e de interação entre os atores que neles vivem e os usam, para lembrar a definição de Milton Santos (1988).

As relações de poder e os processos sociais de produção e apropriação que ocorrem em nível territorial colocam em relevo a centralidade das questões de governança e dos dispositivos de dominação. Isso faz com que os territórios sejam também espaços de disputa. Essa dimensão torna-se particularmente relevante quando se utiliza o território como categoria de análise para compreender as interações mercantis, as trocas econômicas entre agentes, a competição e a concorrência. Os mercados territoriais são, portanto, espaços em que transcorrem processos de (re)territorialização das relações de troca de bens e mercadorias entre atores (Haesbaert, 2004).

---

<sup>1</sup> Iniciamos esta análise com uma singela homenagem ao professor Ignacy Sachs (1927-2023). O cosmopolitismo do professor Sachs reservou um espaço especial para o Brasil, onde fez parte da sua formação acadêmica e se inspirou para conceber muitas das suas ideias visionárias sobre o tema do desenvolvimento. Suas formulações pioneiras referentes ao ecodesenvolvimento, além de atuais, têm uma estreita correlação com os propósitos de territorializar projetos de desenvolvimento sustentável e as políticas públicas correlatas.

A análise empírica para a construção deste artigo tem por referência a região Oeste do estado de Santa Catarina, localizada na região Sul do Brasil. Nessa região, encontramos uma complexa rede de cooperação de organizações da agricultura familiar, que desenvolveram estratégias de comercialização e de acesso a mercados, em especial de produtos processados por agroindústrias familiares, baseadas na utilização de relações de interconhecimento e de proximidade, as quais perpassam as fronteiras do rural e do urbano e se assentam em mecanismos próprios de governança. Essa condição lhes permite reduzir os custos de logística e melhorar a valorização dos seus produtos.

Do ponto de vista teórico busca-se mobilizar o enfoque da Cesta de Bens e Serviços Territoriais (CBST), formulado originalmente por Pecqueur (2001), com o processo social de construção de mercados territoriais e seus principais mecanismos de governança<sup>2</sup>. Trata-se de analisar iniciativas institucionais que articulam atores territoriais de forma a propiciar uma oferta heterogênea, no caso aqui estudado, de alimentos processados por agroindústrias familiares, em mercados territoriais, tendo como pilar a especificação de recursos territoriais (Colletis; Pecqueur, 1993; Campagne; Pecqueur, 2014). O objetivo consiste em demonstrar o papel desempenhado por uma densa rede de cooperação, com destaque para a Cooperativa de Crédito Seara (Crediseara), na promoção da soberania alimentar e valorização de recursos territoriais específicos, lançando mão de distintos canais de comercialização formais e informais. A maior parte dos produtos processados é comercializada em circuitos curtos, configurando um denso e complexo mercado territorial de produtos agroalimentares de qualidade.

### **O território analisado e procedimentos metodológicos**

A ocupação da região Oeste de Santa Catarina tem profunda relação com a agricultura familiar, que nas primeiras décadas do século XX se amplificou com o processo de colonização, em grande parte por descendentes de imigrantes italianos e alemães, incentivado pelo Estado. A presença dessa categoria de agricultores garantiu a base produtiva, que viabilizou a criação, a partir dos anos 1960, de agroindústrias empresariais de transformação de aves, suínos e, mais recentemente, leite, as quais se tornaram grandes conglomerados econômicos privados e cooperativos, com atuação no mercado nacional e internacional (Giombelli et al., 2022).

Nos anos 1990, de forma imbricada a esse modelo hegemônico de desenvolvimento rural, baseado na “modernização excludente”, emergiram mobilizações sociopolíticas no meio rural brasileiro, que resultaram na construção de projetos desviantes em diversos territórios rurais. Na região de estudo, a renovação do movimento sindical rural foi expressiva e resultou na constituição de organizações de assessoria técnico-política à agricultura familiar, com destaque para a Associação dos Pequenos Agricultores do Oeste Catarinense (Apaco). Essa Associação foi criada em 1989 com o objetivo de coordenar a construção de novas práticas e habilidades de cooperação (Búrigo; Rover; Ferreira, 2021). Em parceria com outras organizações rurais, a Apaco incentivou a criação de cooperativas financeiras e de redes de

---

<sup>2</sup> Este artigo é parte dos resultados de pesquisas dos seguintes projetos: 1) Desenvolvimento territorial sustentável: interfaces entre a Cesta de bens e serviços, mercados e marcas territoriais, com apoio financeiro da Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Estado de Santa Catarina (Fapesc); 2) Inovação e transição sustentável: Cesta de bens e serviços em territórios amazônicos, Chamada pública Confap, que conta com o apoio financeiro da Fapesc; e 3) Sistemas agroalimentares e políticas públicas: construção de inovações teóricas e metodológicas para análise de experiências internacionais, vinculado ao Programa Capes-Cofecub.



agroindústrias familiares, sendo algumas associadas à pequenas cooperativas descentralizadas (Estevam; Mior, 2014).

Em 1999, a Apaco constituiu a Unidade Central das Agroindústrias Familiares do Oeste Catarinense (UCAF), cujo objetivo consiste em prestar serviços ligados à produção, gestão, controle de qualidade, *marketing* e comercialização de produtos agroindustrializados pela agricultura familiar (Tecchio et al., 2022; Giombelli, Boni, Tecchio, 2022). No ano seguinte, a Apaco lançou a marca coletiva Sabor Colonial para diferenciar nos mercados os produtos transformados por agroindústrias familiares, além de assegurar ao consumidor que se trata de um produto processado em conformidade com a legislação sanitária e ambiental (). Em 2010, ocorreu a fundação da Cooperativa Central Sabor Colonial, com o propósito principal de comercializar os produtos das agroindústrias que usam a marca Sabor Colonial (Mior, 2005; Kunzler; Badalotti, 2017; Tecchio et al., 2022).

A Cooperativa de Crédito Seara, por sua vez, foi fundada em 1994 e, desde a sua origem, promove o acesso, em especial de famílias de agricultores, a recursos e serviços financeiros. Os seis municípios rurais, onde mais atua, somam cerca de 38 mil habitantes, sendo que Seara tem 18.620 habitantes (49% do total). Esse território rural está localizado entre dois municípios polos interioranos (Chapecó e Concórdia) com populações, respectivamente, de 254.781 e 81.696 habitantes, o que amplia as possibilidades de construção de canais de comercialização territorializados (IBGE, 2023). A Cooperativa incentiva outras formas de cooperação ligadas a novas experiências produtivas e comerciais. Essas iniciativas coexistem com sistemas agrícolas convencionais presentes na maior parte das unidades agrícolas familiares do território.

O recorte geográfico do estudo contemplou os seis municípios do território de abrangência da Crediseara, conforme pode ser observado na Figura 01. A pesquisa empírica foi realizada entre fevereiro e agosto de 2023 e consistiu no levantamento de informações em bases de dados secundários de organizações territoriais e a campo, além de observação participante. A primeira etapa da metodologia consistiu no inventário de agroindústrias familiares existentes no território por meio de pesquisa nas bases de dados da UCAF e da Apaco. Na segunda etapa foram entrevistados dezesseis atores territoriais, sendo cinco profissionais da empresa pública de pesquisa e extensão rural e cinco da Crediseara, além de dois dirigentes sindicais da agricultura familiar, dois gestores públicos municipais, um dirigente da UCAF e outro da Apaco. As entrevistas complementaram o levantamento do número de agroindústrias familiares formalizadas ou com condições de se regularizar segundo as normas sanitárias e ambientais e descrever as principais características e estratégias comerciais adotadas. Ao todo, foram identificadas 108 agroindústrias familiares (50 formais e 58 informais) e, desse total, 22 gestores foram entrevistados, com o propósito de melhor caracterizar as estratégias organizacionais e de acesso aos mercados. Desses, seis empreendimentos funcionam integralmente na informalidade.

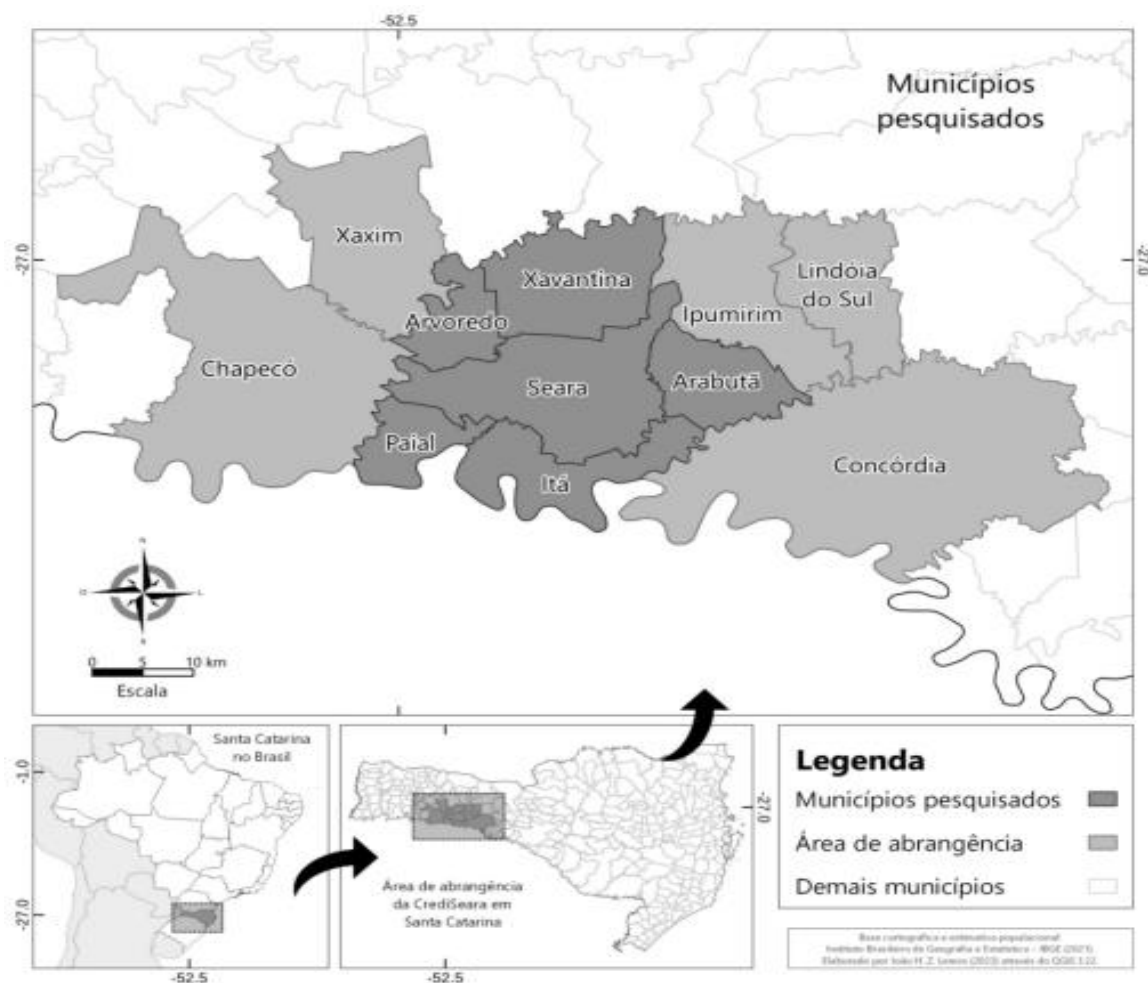


Figura 01: Localização geográfica de Santa Catarina no Brasil, do Território no estado e dos municípios pesquisados no interior do Território

No que concerne ao inventário das agroindústrias familiares, considerou-se apenas as situações dotadas de um espaço físico específico para processar a matéria-prima, desconsiderando as que utilizam a cozinha residencial ou que improvisam um espaço sem maiores cuidados sanitários. O território estudado caracteriza-se por ser uma importante bacia leiteira, tendo por base produtiva unidades agrícolas familiares que, além de vender leite para laticínios de médio e grande porte, produzem de forma complementar queijos a partir de leite cru para o autoconsumo e para a venda de excedentes.

O Censo Agropecuário de 2017 realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística apontou que dos cerca de 4 mil estabelecimentos agropecuários existentes nos seis municípios estudados, 2.350 têm bovinocultura de leite (58% do total). A maioria dessas famílias agricultoras produz na cozinha das suas residências o denominado queijo colonial de leite cru para o autoconsumo, mas também para vender o excedente. Esses casos foram, portanto, desconsiderados nesta análise, embora cumpram um relevante papel de segurança alimentar de natureza territorial, bem como na preservação do saber-fazer de um alimento tradicional.

Assim, as agroindústrias familiares inventariadas ou já atendem às legislações específicas ou, caso não sejam regularizadas, têm condições de se legalizar mediante algumas

reestruturações. Outro critério consistiu na produção regular e na existência de uma clientela relativamente fidelizada, o que implica na existência de canais de comercialização consolidados. Além disso, os casos analisados transformam alimentos, tendo por base o trabalho e a gestão de membros das famílias.

A técnica de observação participante foi adotada em espaços físicos dos canais de comercialização de produtos da agricultura familiar e em três reuniões do fórum de organizações sociais da agricultura familiar, considerado neste artigo um espaço de governança territorial, tema que retomaremos adiante. O uso dessa técnica de pesquisa se justifica pelo fato de duas coautoras serem originárias e residirem no território estudado, terem vínculos profissionais com organizações aqui analisadas e elaborado trabalhos acadêmicos anteriores sobre o tema foco deste artigo.

### **Interfaces entre os enfoques teóricos da Cesta de bens e serviços territoriais e dos mercados territoriais**

Com o propósito de aprofundar a relevância do território nos projetos formais de desenvolvimento, Colletis e Pecqueur (1993) integraram de forma pioneira o tema da especificação de recursos no debate sobre o desenvolvimento territorial em áreas rurais. A análise desses autores desencadeou diversos estudos sobre iniciativas de atores sociais que buscam valorizar recursos territoriais específicos. Esse conceito tornou-se basilar do enfoque da Cesta de Bens e Serviços Territoriais, que contempla as ações mercantis e organizacionais de atores territoriais no processo de construção de uma oferta heterogênea e coerente de bens e serviços impregnados de saber-fazer, cultura e especificidades dos seus ecossistemas. A criatividade compartilhada por multiatores territoriais e a trajetória histórica de cooperação explicam a maior ou menor capacidade em fazer aquilo que os demais territórios não podem ou não sabem fazer, mas também a fazer diferente e melhor do que os demais territórios fazem (Pecqueur, 2001; Pecqueur, 2005; Glon; Pecqueur, 2016).

O aprofundamento do tema realçou três componentes principais do enfoque da CBST: os produtos e serviços de qualidade territorial, o cenário constituído por atributos naturais, históricos e socioculturais e o sistema de governança territorial engendrado por multiatores (Hirczak *et al.*, 2008; Campagne; Pecqueur, 2014; Cazella *et al.*, 2019 e 2020a; Medeiros; Sablayrolles; Cazella, 2021). O processo de especificação e ativação de recursos territoriais depende da criatividade associativa de atores territoriais e do histórico de cooperação, mediação de conflitos e construção de coalizões sociais. Trata-se de mobilizar atributos ambientais, paisagísticos, históricos e culturais associados a sistemas agroalimentares localizados e serviços territoriais correlacionados, bem como da existência de canais de comercialização que estruturam o que Schneider (2016) denominou de mercados territoriais.

Para tanto, a construção social de um sistema de governança territorial representa a possibilidade de propiciar um ambiente de inovação social capaz de gerar uma renda de qualidade territorial. Esse tipo de renda é apropriado pelos diversos segmentos produtivos ou prestadores de serviços, não de forma igualitária, mas distribuída suficientemente entre os distintos atores. “Isso nos leva a formular a hipótese que o valor produzido deve ser sobretudo um ‘valor de uso’, o qual deve ter proeminência sobre o ‘valor de troca’ que inscreve os territórios nos processos de concorrência sem respeito ao bem-estar coletivo” (Klein; Pecqueur, 2020, p. 231).

A análise de novos casos empíricos, levou os autores franceses a formularem uma tipologia de diferentes formas de construção social da CBST. Essa tipologia permite dar conta de situações que apresentam elementos da Cesta considerada como um tipo ideal, mas que têm



alguns componentes em estágio incipiente de construção ou mesmo inexistentes (Hirczak *et al.*, 2008). Além disso, a recorrente coexistência de distintos e, por vezes, antagônicos modelos de desenvolvimento agrícola, em um mesmo espaço geográfico (Gasselin *et al.*, 2021), não representa um impeditivo para a valorização de recursos territoriais específicos.

O elemento mais frágil na maioria dos casos estudados reside no sistema de governança territorial, o que explica a recorrência de iniciativas justapostas ou desarticuladas nos territórios analisados. A oferta heterogênea de produtos e serviços de qualidade está presente, mas nenhuma organização social tomou a iniciativa de formular e propor uma ação cooperada que permita a oferta compartilhada e propicie benefícios coletivos. A dispersão das ações de valorização de produtos e serviços de qualidade territorial enfraquece a capacidade de gerar benefícios coletivos, cuja base são bens comuns associados ao ambiente natural e ao saber-fazer tradicional. Uma dinâmica de desenvolvimento territorial sustentável centrada em mercados territoriais passa pela criação ou o reforço de redes de cooperação já existentes, o que implica em repensar as sinergias entre três categorias de atores (públicos, privados e associativos).

Segundo Campagne e Pecqueur (2014) cada uma dessas categorias de atores possuem lógicas e atribuições diferenciadas, visando a construção de formas de governança adequadas ao processo de valorização dos recursos territoriais: i) os atores públicos devem gerar bens públicos a serviço da coletividade, tais como infraestrutura, modos de organização, formas de regulação e descentralização das políticas públicas; ii) os atores privados que, via de regra, estão orientados para a produção de bens e serviços essencialmente econômicos, podem operacionalizar atividades coordenadas por projetos que integrem multiatores, gerando competências, aprendizados e novos conhecimentos, e; iii) os atores associativos, ainda que assumindo formas diversas, são responsáveis pela elaboração de coletivos materiais (inovação na transformação de produto) e imateriais (organização e formação).

Os mecanismos mobilizados para ofertar bens e serviços territoriais, de forma que sejam diferenciados em relação ao exterior e associados entre si, se estruturam sobre dois princípios básicos: i) a constituição de uma “imagem” específica, caracterizando os produtos do território, por meio da incorporação e articulação do simbólico e do material; ii) a priorização dos mercados territoriais para “forçar” o consumo *in situ*, com destaque para o reconhecimento dos produtos e serviços da cesta pelos consumidores - turistas, moradores locais e de residências secundárias (Mollard, 2001).

As reflexões sobre a pertinência dessa abordagem para os estudos de territórios rurais brasileiros têm apontado para a necessidade de se operar adaptações, dada as profundas desigualdades sociais existentes no País. O “efeito clube”, que beneficia um seletivo grupo de consumidores, produtores e prestadores de serviços de qualidade territorial, é avesso aos preceitos do desenvolvimento territorial sustentável. Os resultados de pesquisas em andamento indicam a necessidade de priorizar, no modelo de análise, o papel desempenhado pelo consumidor do território, portanto dos mercados territoriais, relativizando a centralidade do turista na geração da renda de qualidade territorial. Trata-se de repensar as estratégias de obtenção desse tipo de renda por meio do mero aumento dos preços de produtos e serviços de qualidade, pois significa excluir parcela significativa da população do consumo desses bens e serviços.

Os mercados territoriais podem ser compreendidos enquanto recursos que se sustentam por regras e práticas formais (leis, contratos, padrões), informais/tácitas (valores, hábitos, costumes) e que possuem uma base espacial (Schneider; Almeida; Salvate, 2022). Os mercados territoriais funcionam por intermédio de instituições que servem de referência para guiar e orientar ou mesmo exercer pressão e coerção sobre as relações de troca de bens e serviços que ocorrem entre os agentes que ofertam e demandam. Esses mercados não estão isolados ou desconectados dos mercados globais; pelo contrário, eles existem e se reproduzem em relação

a eles, utilizando estratégias de resistência, reação e até mesmo acoplagem para manter sua autonomia relativa (Ploeg; Ye; Schneider, 2022; Ploeg; Schneider, 2022; Schneider; Cassol, 2023). Segundo Pecqueur (2005) existem territórios dados e territórios construídos. No primeiro, não há valor acrescentado ou produzido, mas existem limites geográficos de abrangência que são bem definidos, de forma que essa classificação é mais adequada para tratar de ações que envolvam políticas públicas ou projetos de desenvolvimento. No território construído, os limites de sua abrangência são dinâmicos, pois dependem da articulação dos atores ao mobilizar os recursos disponíveis para a criação de bens ou serviços que possuem algum tipo de valor diferenciado.

### **O papel da Cooperativa Crediseara na construção dos mercados territoriais**

A atuação da Crediseara se dá em um território particularmente rural, onde predominam unidades agrícolas familiares, sendo que a maior parte dos seus mais de 6.700 associados, é formada por agricultores familiares. A cooperativa possui 60 colaboradores, sendo oito profissionais das ciências agrárias responsáveis pela prestação de serviços de assistência financeira e técnica às famílias de agricultores associadas. Para fortalecer os vínculos com sua base social, seus dirigentes incentivam a adoção de sistemas alimentares saudáveis e a construção de canais de comercialização territoriais desses alimentos.

A governança territorial construída por iniciativa da Crediseara resultou na criação, em 2008, de um fórum de entidades da agricultura familiar, que articula 19 organizações, com destaque para a participação de mulheres agricultoras, pequena cooperativas, sindicato, agroindústrias familiares, associação de venda direta ao consumidor, organização de certificação participativa da agricultura orgânica, casa familiar rural e grupos com vocações diversas (*Slow Food*, produção de queijo de leite cru, fitoterapia, artesanato e rota turística (Tecchio et al., 2022; Giombelli et al., 2022)). A partir da atuação desse fórum, em 2015, foi organizada a primeira Campanha Setembro Verde, que visa a conscientização da população do território sobre os temas da alimentação saudável e a proteção dos ecossistemas. O tema “Alimentação Saudável e Consumo Consciente” se repete em todas as edições anuais desse evento, que iniciou circunscrito ao município de Seara, mas na atualidade se estende aos demais municípios do território.

As 108 agroindústrias familiares identificadas foram classificadas tendo por base o estudo de Lauermann (2023), que adotou cinco categorias de produtos processados, os quais foram subdivididos em subcategorias, com o propósito de melhor contemplar a diversidade: i) produtos de origem animal: lácteos, carnes e processados de carne, mel, peixes e ovos; ii) produtos de origem vegetal: derivados de cana-de-açúcar, minimamente processados, doces e geleias, conservas e farinhas iii) panificados: pães, bolachas e cucas (pão doce de origem alemã) e massas; iv) bebidas e polpas; v) diversificado: mais de um produto processado de categorias distintas. O Quadro 1, a seguir, apresenta o número de agroindústrias familiares por categoria e subcategorias, discriminando se a atividade segue as normas legais ou atua na informalidade.

Do total de agroindústrias familiares identificadas, 50 são formalizadas e 58 atuam na informalidade. A maior parte das agroindústrias informais, em geral, transforma produtos cujas normas sanitárias são mais rígidas e os custos de inspeção mais elevados. Esses são os casos dos produtos de origem animal e de bebidas. O processamento de produtos alimentares na cozinha residencial ou mesmo em local inadequado para essa finalidade não foram considerados neste estudo, o que aumenta ainda mais a densidade territorial de pequenas unidades informais de processamento de produtos agroalimentares, os quais são comercializados majoritariamente a partir de relações de interconhecimento e de confiança.



**Quadro 1 – Número de agroindústrias no território da Crediseara por categorias e subcategoria de alimentos processados**

Categoria	Subcategoria	Número de agroindústrias familiares	
		Formais	Informais
Produção animal	Lácteos (queijos e outros derivados do leite)	2	6
	Carnes e processados (suínos, aves e bovinos)	5	2
	Mel	3	12
	Peixes	-	2
	Ovos	4	-
	<b>Subtotal</b>	<b>36</b>	
Produção vegetal	Derivados de cana (açúcar mascavo, melado)	4	3
	Doces e geleias/conservas	6	-
	Farinha	3	1
	Erva-mate	1	1
	<b>Subtotal</b>	<b>19</b>	
Panificados	Pães, bolachas, cucas, massas e salgados congelados	18	6
	<b>Subtotal</b>	<b>24</b>	
Bebidas	Bebidas (suco, vinho, cachaça)	1	21
	<b>Subtotal</b>	<b>22</b>	
Diversificados (mais de uma categoria de produtos)	Diversificados (animal, vegetal e bebida)	3	4
	<b>Subtotal</b>	<b>7</b>	
<b>Agroindústrias familiares do território</b>	<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>58</b>
		<b>108</b>	

**Fonte: Pesquisa de campo (2023).**

As principais explicações para a informalidade de um número expressivo de agroindústrias, segundo assessores técnicos, dirigentes sindicais e membros de famílias de agricultores entrevistados, são as seguintes, por ordem de importância: i) o maior rigor da legislação para as agroindústrias de produtos de origem animal e de bebidas no que se refere às normas sanitárias; ii) dispor de canais de comercialização que não exigem legalização; iii) alto custo para manter o empreendimento legalizado, com destaque para as despesas com análises laboratoriais e administrativas; vi) a pequena quantidade processada não viabiliza economicamente os empreendimentos com a inclusão dos custos operacionais da formalização; v) a falta de sucessão familiar induz os casais com idade mais avançada a optar por manter o processamento de alimentos sem o compromisso de entregas regulares em dias e horários pré-determinados; vi) as famílias passaram a ter outras atividades econômicas mais importantes e deixaram de beneficiar alimentos e vii) estão em processo de legalização. Das 58 agroindústrias informais, apenas três se encontram nessa última condição e, em duas outras, as famílias estão analisando os prós e contras. No grupo de agroindústrias informais, cinco casos já operaram na formalidade, mas abriram mão dessa condição por terem mercado garantido ou serem casais idosos sem sucessão, que reduziram a produção.

No que concerne às categorias de produtos transformados pelas agroindústrias, a Quadro 1 demonstra que 36 são de origem animal, 19 de origem vegetal, 24 de diversos tipos de panificados, 22 de bebidas e 7 são diversificadas por processarem produtos de distintas categorias no mesmo espaço físico, a exemplo de panificados e doces de frutas (chimias<sup>3</sup>). A categoria de processamento de produtos de origem animal registra 22 casos de agroindústrias informais, sendo o mel o principal produto. A maioria das agroindústrias informais de mel comercializa em barris para empresas especializadas da região, as quais embalam e vendem com marcas próprias.

A transformação de produtos vegetais é majoritariamente formalizada e diversificada, com destaques para os doces de frutas, conservas, açúcar mascavo e farinha de milho. Na produção de panificados é recorrente a utilização de receitas ligadas às culturas dos descendentes de imigrantes italianos e alemães, com destaque para diversos tipos de cucas, bolachas e massas. Essas agroindústrias são as que contam com uma maior participação de mulheres agricultoras na produção e comercialização, embora as agricultoras tenham um destacado protagonismo na maior parte das demais agroindústrias (Boni, 2006; Tecchio et al., 2021). Em relação às bebidas, com exceção de uma agroindústria que formalizou a produção de vinho colonial, tipo de vinho elaborado a partir de variedades americanas, as demais são informais e se voltam para a produção de vinhos coloniais e cachaças<sup>4</sup>.

Entre as agroindústrias formais, 17 adotam três modalidades jurídicas de microempresas e 31 fazem parte de seis cooperativas descentralizadas de agroindústrias familiares presentes no território. Ou seja, 29% do total das unidades de transformação levantadas integram uma cooperativa dessa natureza. Segundo Estevan e Mior (2014, p.15), essa modalidade de cooperativa representa uma “forma inovadora e alternativa de organização” por parte de uma parcela da agricultura familiar brasileira. Esse tipo de cooperativa não integra o sistema de representação sócio-político das grandes cooperativas empresariais. Pelo contrário, elas

<sup>3</sup> Termo de origem alemã utilizado na região Sul do Brasil em referência a doces de textura mais consistente feitos com o suco, polpa de frutas e mesmo legumes, que são consumidas com pão.

<sup>4</sup> Bebida alcoólica destilada e popular no Brasil, que se produz a partir das borras do melaço da cana-de-açúcar.

representam um contramovimento, que se opõem ao modelo produtivista de concentração da produção agropecuária. Essa complexa rede de cooperativas, que no território estudado conta ainda com a tutela de uma sólida cooperativa de crédito, configura o que Ploeg (2008) caracteriza como sendo um movimento cooperativista territorializado, distinto do cooperativismo empresarial convencional.

No território estudado, a maior parte dessas cooperativas foi criada na década de 2000 por iniciativas de sindicatos e organizações de assessoria técnicas, com destaque para a Crediseara, Apaco e serviços públicos de extensão rural estadual e municipais. Apenas um município do território não possui esse tipo de cooperativa. Os principais objetivos consistem em comercializar produtos alimentares nos chamados mercados institucionais, com destaque para as compras públicas para cantinas de escolas públicas e instituições de assistência social. A comercialização por meio dessas cooperativas representa, também, uma salvaguarda da condição de segurado especial da previdência social previsto na legislação para os agricultores familiares, não correndo, dessa forma, o risco de perder essa condição em função da obtenção de renda acima do patamar de enquadramento. Além de famílias de agricultores proprietárias de agroindústrias, essas cooperativas integram agricultores que vendem produtos *in natura* para os programas públicos de aquisição de alimentos.

Nesse sentido, a Marca Coletiva Sabor Colonial representa uma iniciativa coletiva de diferenciação nos mercados dos produtos agroindustrializados pela agricultura familiar na região Oeste do estado. Em 2022, 92 agroindústrias familiares de 21 municípios utilizam a marca, com destaque para onze cooperativas descentralizadas com 76 agroindústrias associadas (Tecchio et al., 2022). No território estudado, a marca Sabor Colonial é utilizada por dezesseis agroindústrias que integram quatro cooperativas descentralizadas, além de uma que possui personalidade jurídica própria. O estudo realizado por Boni (2006) demonstra que essas cooperativas permitiram que as agroindústrias associadas ampliassem seu portfólio de produtos e serviços ao longo do tempo, além de serem referência para a criação de novos empreendimentos agroindustriais.

De acordo com Tecchio et al. (2023), a marca coletiva Sabor Colonial incorpora recursos imateriais específicos da colonização europeia, em especial ao reportar o consumidor a um produto feito em pequena escala por agricultores familiares que produzem sua própria matéria-prima e, na maioria das vezes, utilizam receitas e o saber-fazer, que remetem aos seus antepassados. Ou seja, a maior parte das agroindústrias familiares processa alimentos da cultura local e valoriza recursos territoriais específicos, materiais e imateriais, considerados o preceito básico do enfoque da CBST. Ao invocar a origem, laços de confiança e proximidade e o (re)conhecimento e valorização do patrimônio histórico do território, com ênfase para suas tradições, essa marca contribui na promoção do desenvolvimento territorial sustentável. Trata-se, portanto, de mais uma estratégia coletiva que permite a oferta em mercados formais de um *mix* de produtos transformados por pequenas agroindústrias familiares.

Em se tratando de signos distintivos de qualidade chama a atenção o fato de apenas duas agroindústrias terem o selo da agricultura orgânica. Ambas são certificadas pela Rede Ecovida de Agroecologia, uma modalidade de certificação participativa prevista na legislação brasileira da agricultura orgânica e que conta com a adesão política de boa parte de organizações da agricultura familiar da região estudada (Cazella et al., 2020b)<sup>5</sup>. Segundo a maioria dos

<sup>5</sup> Essa Rede, constituída em 1998, foi pioneira nessa modalidade de certificação e atua nos três estados da região Sul do Brasil. No final de 2022, o sistema de registro de agricultores orgânicos do Ministério da Agricultura



entrevistados, a comercialização em mercados territoriais e, conseqüentemente, em circuitos curtos de comercialização, reduz a importância atribuída pelos consumidores a esse tipo de especificação. Como todos comercializam seus produtos sem grandes restrições, a adesão à agricultura orgânica aumentaria os custos operacionais e não agregaria diferenciais econômicos significativos.

Em relação à origem da matéria-prima utilizada, a maior parte é produzida pelas famílias proprietárias das agroindústrias, sendo comum complementar com aquisições de agricultores vizinhos. As exceções ficam por conta da farinha de trigo utilizada pelas agroindústrias de panificados, do arroz processado por dois moinhos, de parte da carne bovina de um abatedouro, bem como da cebola, pepino, ovos de codornas e vinagre utilizados em conservas, que não são produzidos na região de estudo.

As agroindústrias formalizadas têm acesso a um maior número de canais de comercialização, os quais variam de quatro a sete, enquanto as informais possuem de um a três. De maneira geral, as formalizadas vendem em feiras, fruteiras, supermercados, mercado institucional voltado para as cantinas escolares e espaços especializados, com destaque para a existência de duas “casas coloniais” no território. Os chamados “supermercados” para os quais as agroindústrias comercializam são de pequeno e médio portes. O estudo de Lauer mann (2023) realizado em um território próximo do analisado neste artigo revela que os supermercados de porte médio figuram como o principal canal de comercialização em valor econômico das agroindústrias familiares.

Já as “casas coloniais” são canais de comercialização decorrentes da mobilização e conquista política de segmentos da agricultura familiar, que optaram pelo fomento de projetos territoriais de desenvolvimento em oposição ao modelo produtivista fomentado por grandes agroindústrias empresariais. O fato dessas casas estarem localizadas na sede dos municípios permite uma maior interação com os consumidores. Elas não só ampliam o acesso a produtos de qualidade por parte de um maior número de consumidores, como fortalecem a estratégia política das organizações da agricultura familiar implicadas na construção de mercados territoriais.

No que concerne à comercialização em mercados institucionais, a Cooperativa Central Sabor Colonial atua na organização da coleta e distribuição de alimentos, bem como nos processos burocráticos para que suas cooperativas singulares associadas participem de chamadas públicas. O fato de dispor de alimentos agroindustrializados de diversas categorias, mais de 90% do montante é comercializado nesse tipo de mercado, cujo destino é a alimentação nas escolas da região Oeste de Santa Catarina. Um outro canal de comercialização que se encontra em ascensão e que se diferencia das demais tem a ver com a venda no estabelecimento para visitantes por parte de catorze agroindústrias que integram duas rotas turísticas. Além da comercialização de produtos processados, seis fornecem refeições da culinária típica da região: café com panificados, embutidos e queijos tradicionais e pratos tradicionais da cultura italiana e alemã.

No caso das agroindústrias informais, os principais canais de comercialização consistem na venda direta para clientes com quem mantêm relações comerciais de longa data ou que fazem

---

contava com 24.500 produtores, dos quais 36% eram certificados por 28 organizações de certificação participativa, sendo a Rede Ecovida de Agroecologia responsável por 23% desse total. Essa Rede tem servido de referência para as demais iniciativas que recorrem à essa modalidade de certificação.

encomendas esporádicas nos próprios estabelecimentos. Praticamente todos os produtos são comercializados nos municípios do território ou em outros municípios da região Oeste de Santa Catarina. As exceções ficam por conta de uma agroindústria de queijos que comercializa uma parte da produção no litoral de Santa Catarina, e produtores de mel, que vendem para empresas habilitadas para comercializar para outros estados brasileiros e para o exterior. Afora esses casos, apenas uma agroindústria de “cucas” comercializa uma parte em municípios do estado vizinho do Rio Grande do Sul.

Por fim, vale notar que 15 das 22 agroindústrias visitadas possuem um membro da família disposto a assegurar a sucessão do empreendimento. Além disso, a maioria menciona que se tivesse mais matéria-prima ou mão de obra poderia aumentar a produção agroindustrial. Isso explica a inexistência de qualquer ação de *marketing* dos produtos processados, pois a quantidade produzida, de acordo com os proprietários e demais atores territoriais entrevistados, encontra-se abaixo da demanda. De maneira geral, todas as pessoas entrevistadas estão muito satisfeitas com a atividade, gostam de atuar no processamento de alimentos e enfatizam o fato do saber-fazer ser transmitido de geração em geração. Já entre os principais fatores limitantes, para além da falta de mão de obra e de matéria-prima, o custo e a burocracia para manter os empreendimentos legalizados, associados às legislações inadequadas para pequenas escalas de produção, são os aspectos mencionados com maior frequência.

### **Considerações finais**

A experiência do território da Crediseara tem a particularidade de dispor de uma densidade institucional elevada e de uma organização líder que atua no mercado financeiro e que incorporou o propósito de promover o desenvolvimento territorial sustentável. A análise do processo de construção desse território revela a criação coletiva de uma complexa e densa rede de outras organizações sociais, com atuação orientada para a constituição de canais de comercialização que dão forma ao mercado territorial. O cooperativismo tem um papel central na construção desse mercado territorial, por meio de ações que facilitam o acesso a canais de venda diversificados, a redução de custos de infraestruturas de produção, processamento e logística, bem como de um sistema de governança desse mercado, a exemplo da gestão da marca coletiva, que beneficia um conjunto de pequenas agroindústrias familiares.

A existência desse mercado territorial dinâmico corrobora, por sua vez, com a adaptação do enfoque da Cesta de bens e serviços territoriais para realidades socioeconômicas marcadas por profundas desigualdades sociais, como é o caso brasileiro. Não se trata da produção de alimentos de qualidade voltados de forma prioritária para consumidores com maior poder aquisitivo, mas da oferta diversificada, via distintos canais de comercialização, que contempla uma parcela mais ampla da população do território.

Um aspecto relevante a ser destacado refere-se aos laços de confiança e solidariedade entre os agricultores membros da Crediseara e os consumidores urbanos dos produtos agroindustriais comercializados. Em larga medida, nesse caso, a relação de troca entre vendedores e compradores não está assentada apenas em critérios discricionários como preços. Vale lembrar que há uma origem social comum entre as pessoas dos seis municípios do território de abrangência da Crediseara. Estes laços estão assentados em relações de parentesco, interconhecimento, vizinhança e reciprocidade, que eram a base das relações sociais nas comunidades rurais no período de ocupação da terra e de formação do território.

Nas décadas mais recentes, houve um processo de transformação social e econômica importante na região, que resultou na urbanização e no distanciamento físico decorrente da migração de muitas famílias do campo para a cidade. Não obstante, isso não eliminou ou destruiu os contatos e as relações de interconhecimento entre quem passou a viver nas cidades e as famílias de agricultores. Este aspecto tem sido um fator decisivo para o processo de reconexão dos consumidores com produtos e mercadorias que faziam parte de sua memória e cultura alimentar pregressa. A comercialização dos “produtos de origem colonial”, mais do que uma mercadoria, torna-se um apelo simbólico para que muitos consumidores retomem contato com sabores, olfatos e receitas que faziam parte de seu modo de vida do passado ou então dos seus pais, quando muitos habitavam no meio rural.

No que se refere ao papel específico das agroindústrias familiares na produção e comercialização de alimentos, a correlação de 352 habitantes territoriais por agroindústria familiar fornece um parâmetro de medida da densidade desse tipo de unidades processadoras de alimentos no território. Essa correlação seria ainda mais significativa se fossem incluídas na análise inúmeras outras situações que processam e comercializam alimentos na informalidade e que foram desconsiderados neste estudo. Da mesma forma, a segurança alimentar proporcionada por outros mecanismos distribuição de alimentos, presentes nos territórios rurais, e que se orientam para o autoconsumo familiar, extrapola largamente o círculo nuclear da família agricultura. Nos referimos às situações de membros familiares que habitam e trabalham nas áreas urbanas dos municípios do território, mas mantêm vínculos com familiares agricultores, com quem cultuam diversas relações de reciprocidade, quase sempre, envolvendo o acesso a alimentos.

Essa elevada densidade de agroindústrias familiares não é um mero resultado do empreendedorismo individual das famílias agricultoras. Ela representa o resultado de ações coletivas de diversas organizações sociopolíticas, que disputam o acesso a recursos territoriais e, em particular, aos canais de comercialização de uso compartilhado, a exemplo das feiras e casas coloniais. Um meticuloso trabalho de negociação e mediação de conflitos se faz presente, quando lideranças políticas de correntes ideológicas distintas concorrem e, ao mesmo tempo, cooperam entre si.

Nesse sentido, a existência de um fórum de entidades da agricultura familiar coordenado pela Cresiseara pode ser interpretada como uma iniciativa de construção de um sistema de governança territorial, conforme preconizado pelo enfoque da Cesta de bens e serviços territoriais. Embora esse fórum não conte com a participação de representações de todos os segmentos sociais da agricultura familiar, nem de atores urbanos, a promoção de um evento anual - Campanha Setembro Verde - voltado para o tema da alimentação saudável, representa um espaço de aproximação e diálogo com outros segmentos sociais.

Por fim, cabe mencionar a carência de um programa público de maior envergadura a favor da expansão da produção de alimentos saudáveis e do número de agroindústrias familiares. Uma iniciativa dessa natureza não se restringe a políticas de financiamentos subsidiados, pois um dos principais gargalos se encontra no emaranhado jurídico de distintas normas sanitárias, ambientais e fiscais, que geram um ambiente de insegurança. Além disso, persiste um descaso em relação aos diversos serviços associados ao ato de comercializar por parte da agricultura familiar, que também necessita de apoio logístico.



## REFERÊNCIAS

BONI, V. Agroindústrias familiares: uma perspectiva de gênero. In: 30º ANPOCS. Anais do 30º Encontro Anual da ANPOCS. Caxambu, 2006.

BÚRIGO, F. L.; ROVER, O.; FERREIRA, R. G. (Org.). Cooperação e desenvolvimento rural: olhares sul americanos. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2021.

CAMPAGNE, P.; PECQUEUR, B. Le développement territorial: Une réponse émergente à la mondialisation. Paris: Éditions Charles Léopold Mayer, 2014.

COLLETIS, G.; PECQUEUR, B. Intégration des espaces et quasi-intégration des firmes : vers de nouvelles rencontres productives? Revue d'Economie Régionale et Urbaine, n°3, p. 489-508, 1993.

CAZELLA, A. A. et al. A construção de um território de desenvolvimento rural: recursos e ativos territoriais específicos. Redes, Santa Cruz do Sul, v. 24, n. 3, p. 49-74, 2019.

CAZELLA, A. A. et al. The “Basket of territorial goods and services” approach: its theoretical foundations and application in Brazil. Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional, Taubaté, v.16, n.3, p.179-192, 2020a.

CAZELLA, A. A. et al. Évolutions de l’agroécologie au Brésil. In: POUZENC, M.; CHARLERY, B. (Dir.). Étudier les ruralités contemporaines. Toulouse: Presses Universitaires du Midi, p. 241-261, 2020b.

ESTEVAM, D. O.; MIOR, L. C. (Org.). Inovações na agricultura familiar: as cooperativas descentralizadas em Santa Catarina. Florianópolis: Insular, 2014.

GASSELIN, P. et al. (Org.). Coexistence et confrontation des modèles agricoles et alimentaires: un nouveau paradigme du développement territorial? Paris: Éditions Quae, 2021, 395 p.

GIOMBELLI, G. P.; BONI, V.; TECCHIO, A. Governança de sistemas agroalimentares territorializados: a atuação de uma cooperativa de crédito rural na região Oeste de Santa Catarina. Revista Raízes, v. 42, p. 186-204, 2022.

GIOMBELLI, G. P.; BONI, V.; TECCHIO, A.; CAZELLA, A. A. BÚRIGO, F. L.; CONTERATO, M. A. Construire la gouvernance de systèmes agro-alimentaires et de politiques publiques territorialisées: le cas d’une coopérative de crédit rural dans la Région Ouest de Santa Catarina. In: GRISA, C.; SABOURIN, E.; ELOY, L.; MALUF, R. (Org.). Systèmes alimentaires et territoires au Brésil. Montpellier: PULM, p. 107-127, 2022.

GLON, E.; PECQUEUR, B. (Dir.). Au coeur des territoires créatifs: proximités e ressources territoriales. Rennes: Presses Universitaires de Rennes, 2016, 295 p.

HAESBAERT, R. O mito da desterritorialização: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

HIRCZAK, M. et al. Le modèle du panier de biens: grille d'analyse et observations de terrain. *Économie Rurale. Agricultures, alimentations, territoires*, n.308, p. 55-70, 2008.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Censo Agropecuário 2017. Disponível em:

<https://censoagro2017.ibge.gov.br/resultados-censo-agro-2017.html>

Acesso em 14/08/2023

KLEIN, J. L.; PECQUEUR, B. (Dir.). *Les living lab: une perspective territoriale*. Paris: l'Harmattan, 2020, 290p.

KUNZLER, L. L.; BADALOTTI, R. M. Cooperação alternativa como estratégia de viabilização da agricultura familiar: O caso da Cooperativa Central Sabor Colonial. *Desenvolvimento em Questão*, n. 15, v. 39, p. 320-352, 2017.

LAUERMANN, D. A cesta de bens e serviços territoriais e os mercados alimentares físicos e digitais de agroindústrias familiares. Dissertação de Mestrado, Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional, UTFPR, 2023.

MEDEIROS, M; SABLAYROLLES, P. J. L.; CAZELLA, A. A. The configuration of the Basket of Territorial Goods and Services as an innovative strategy for Amazonian development. *Redes*, Santa Cruz do Sul, v. 26, 2021.

MIOR, L. C. Agricultores familiares, agroindústrias e redes de desenvolvimento rural. Chapecó: Unochapecó, 2005, 338 p.

MOLLARD, A. Qualité et développement territorial: une grille d'analyse théorique à partir de la rente. *Économie Rurale*, v. 263, n. 261, p.16-34, 2001.

PECQUEUR, B. Qualité et développement territorial: l'hypothèse du panier de biens et de services territorialisés. *Économie Rurale*, v.263, n. 261, p. 37-49, 2001.

PECQUEUR, B. Le développement territorial: une nouvelle approche des processus de développement pour les économies du Sud. In: ANTHEAUME, B.; GIRAUT, F. (Ed.). *Le territoire est mort: vive les territoires! Une refabrication au nom du développement*. Paris: IRD, p. 295-316, 2005.

PLOEG, J. D. Lutando por autonomia em níveis mais elevados de agregação: cooperativas territoriais. In: \_\_ Camponeses e impérios alimentares: lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização. *Série Estudos Rurais*, Porto Alegre: Editora da UFRGS, p. 205-231, 2008, 372 p.

SANTOS, M. *A metamorfose do espaço habitado: fundamentos teóricos e metodológicos da Geografia*. São Paulo: Hucitec, 1988.

SCHNEIDER, S. Mercados e agricultura familiar. In: MARQUES, F. C.; CONTERATO, M. A.; SCHNEIDER, S. (Org.). *Construção de mercados e agricultura familiar*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, p. 93-140, 2016.

SCHNEIDER, S.; ALMEIDA, N.; BRASIL, N. S. A dimensão territorial dos mercados imersos: o caso da manga Ubá em Minas Gerais. In: PERAFÁN, M. E. V.; SAUER, S.; LEITE, A. Z.; CANAVESI, F. C.; ÁVILA, M. L. (Org.). Desenvolvimento territorial, sistemas agroalimentares e agricultura familiar. 1 ed., São Leopoldo: Editora Oikos, v. 1, p. 322-255, 2022.

TECCHIO, A.; CHECHI, L. A.; SOUZA, L. M.; GIOMBELLI, G. P.; CAZELLA, A. A.; BONI, V. Marques collectives et panier de biens et services territorialisés: actions de développement territorial durable dans l'ouest de Santa Catarina. In : GRISA, C.; SABOURIN, E.; ELOY, L.; MALUF, R. Systèmes Alimentaires et Territoires au Brésil. Montpellier : PULM, p. 87, 105, 2023.

TECCHIO, A.; SOUZA, L. M.; CHECHI, L. A.; CAZELLA, A. A. Marcas coletivas e recursos territoriais específicos imateriais: estudo de caso de duas experiências brasileiras. In: X Congresso da APDEA e IV ESADR, 2022, Coimbra. Atas do X Congresso da APDEA e IV ESADR - Territórios, Agriculturas e Agroalimentar: desafios globais e riscos no século XXI. Lisboa: Associação Portuguesa de Economia Agrária, p. 981-992, 2022.