



A UNIVERSIDADE E SUA ATUAÇÃO PARA ESTIMULAR O EMPREENDEDORISMO, A PRODUÇÃO DE ALIMENTOS ORGÂNICOS E O DESENVOLVIMENTO LOCAL SUSTENTÁVEL

Luiz Eugênio Veneziani Pasin¹; Dener José Rigotti Chaves²; Luiz Gonzaga Carneiro³, João Pedro Souza Medeiros⁴

RESUMO

O processo de desenvolvimento de uma região depende não só do seu crescimento econômico, mas também da sua capacidade de implementação de políticas, programas e projetos concebidos para atender diversos setores da sociedade. A agricultura familiar tem revelado um papel importante para o desenvolvimento local sustentável, bem como a própria garantia da produção de alimentos para o abastecimento agroalimentar da população. Portanto, o estímulo à produção rural

familiar pode ser considerado uma opção estratégica para o desenvolvimento local sustentável nos diferentes contextos territoriais. Sendo que muitas vezes, os próprios aspectos tradicionais e locais da pequena produção de produtos orgânicos se transformam em valores de mercado, que quando bem trabalhados no território podem proporcionar o alcance de maior renda, pelo produtor, promovendo a dinâmica das economias locais. No caso específico do mercado de produtos orgânicos, a sua

¹ Universidade Federal de Itajubá (UNIFEI) e Programa de Apoio à Extensão Universitária MEC/SESu.

² Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais (EMATER-MG).

³ Secretaria Municipal de Agricultura da Prefeitura Municipal de Itajubá – SEMAG/PMI.

⁴ Universidade Federal de Itajubá (UNIFEI).

dinamização requer inovações institucionais de orientação, cooperação e parcerias entre o agente público e privado. Desta forma a análise do presente trabalho tem como principal objetivo apresentar uma experiência de ação extensionista desenvolvida na Universidade Federal de Itajubá-UNIFEI, em diversas fases nos últimos 08 (oito) anos, onde o foco sempre foi promover o empreendedorismo, o empoderamento e o desenvolvimento local sustentável mediante a organização socioprodutiva entre os parceiros institucionais, estimulando o comportamento empreendedor e a capacidade

de cooperação entre os feirantes (*agricultores familiares, artesãos, micro empreendedores*) da Feira Agroecológica e Cultural de Itajubá-FACI. Atualmente a FACI é constituída de 38 feirantes, distribuídos em 24 tendas (barracas) envolvendo diretamente mais de 180 pessoas nas atividades de produção e comercialização, e também indiretamente mais de 3.000 consumidores de Itajubá e região.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Organização Socioprodutiva, Desenvolvimento Local, Produtos Orgânicos.

INTRODUÇÃO

A atitude inovadora e empreendedora, seja no meio urbano e rural, nas últimas décadas tem ocupado papel de destaque na sociedade, observando que o crescimento e o desenvolvimento econômico, social e ambiental das nações ocorreram graças ao comportamento empreendedor e inovador das pessoas e instituições, tanto nos países desenvolvidos como nos países em desenvolvimento (DEGEN, 2008).

Portanto, como agente socializante, a universidade, inspirada em modelo teórico semelhante ao hélice-tríplice, porém com proatividade e detentora da responsabilidade de governança, deve propor, além de pesquisa tecnológica, ações extensionistas que promovam o processo educacional a novos modelos de desenvolvimento sustentável, e principalmente, deve estimular a capacidade de seus alunos a desenvolverem suas potencialidades técnicas e humanas mediante a prática da extensão social. Para tanto, é necessário que se estimule o desenvolvimento de projetos de extensão que viabilizem a oportunidade de uma ação direta do corpo docente e discente junto à comunidade local e seu entorno (CARVALHO, 2009).

Desta maneira visando criar condição para que os agricultores familiares da região de Itajubá-MG possam explorar de maneira sustentada, a atividade de produção orgânica,

a Universidade Federal de Itajubá-UNIFEI, entende que, com base em ações extensionistas, estimular o comportamento empreendedor entre os participantes do projeto de extensão e estimular a organização de arranjo socioprodutivo entre agricultores familiares da região, para a criação do mercado de feira livre de produtos orgânicos, é condição ímpar.

Portanto, a ação do programa de extensão baseado no “*empreendedorismo e na criação de feira livre para produtos orgânicos em Itajubá-MG e região*” sempre teve como princípio básico promover a transformação das ações de ensino, pesquisa e extensão (relacionados à temática de organização do sistema de produção orgânica e o processo de comercialização) em resultado prático, que seja capaz de vislumbrar o alcance de mudanças significativas em uma determinada localidade a curto, médio e longo prazo.

Neste caso, entende-se que a ‘tarefa’ de promover a conscientização das práticas para o desenvolvimento da produção de alimentos ‘limpos’ é fortalecer os valores do comportamento de produção equilibrada e sustentável. Sendo que a capacidade de viabilizar o escoamento da produção mediante a criação da feira livre, promove a criação do alicerce mercadológico que se traduz no processo de geração de renda e trabalho digno.



Desta forma, o resultado desta tarefa de fato se concretiza, a partir do momento que a execução do programa tem como base o ensino e a pesquisa como fio condutor, porém, apropria-se da extensão para viabilizar a aplicação metodológica presente nas ações, onde a formação do indivíduo (docente e discente) não se restringirá somente a transmissão e troca de

conhecimento em um único tempo e espaço. Portanto, este momento oportuno torna-se algo estimulante que permite transformar a atividade proposta em atitude real, que visa desenvolver uma sociedade mais justa e menos desigual, com base nos princípios e valores da *Ação Empreendedora, da Produção Agroecológica Coletiva e do Comércio Justo*.

AGRICULTURA FAMILIAR E O MERCADO DE PRODUTOS ORGÂNICOS

A agricultura familiar tem revelado um papel importante para o desenvolvimento sustentável, bem como a própria garantia da produção de alimentos para o abastecimento agroalimentar da população (BECKER e ANJOS, 2010; ABRAMOWAY, 1992; WILKINSON, 2008, GUIVANT, 2003).

De acordo com Silva e Silva (2011), o estímulo à produção rural familiar pode ser considerado uma opção estratégica para o desenvolvimento sustentável nos diferentes contextos territoriais. Sendo que muitas vezes, os próprios aspectos tradicionais e locais da pequena produção rural, transformam-se em valores de mercado, que quando bem trabalhados no território, podem proporcionar o alcance de maior renda, pelo agricultor familiar, promovendo a dinâmica das economias locais (CAMPANHOLA e VALARINI, 2001; WILKINSON, 2008; BOSCOLO et al., 2012).

Para Wilkinson (2008), temas presentes e interdependentes dominam os esforços de construir ou consolidar os novos mercados, a partir da agricultura familiar. Neste caso, o que os novos mercados têm em comum é a necessidade de definir, negociar e operacionalizar um novo processo institucional de sistema de produção, em que na sua abrangência, implica na formalização de ações coordenadas, baseadas no reconhecimento da especificidade da agricultura familiar, juntamente com as novas oportunidades de mercado que estão surgindo.

A Agroecologia é uma ciência em construção, com características transdisciplinares, que está permeada pelos princípios da sustentabilidade (envolvendo fatores econômicos, sociais e ambientais) e é capaz de propor uma nova relação entre homem e natureza. Fundamentada na produção ecológica de alimentos e na valorização das relações de produção e consumo, este sistema de produção é uma perspectiva inovadora para se compreender tanto sobre a saúde atual de nosso Planeta, como a relação com as gerações futuras (SILVA et al., 2013).

No caso específico do mercado de orgânicos, a sua dinamização requer inovações institucionais de orientação, cooperação e parcerias entre o agente público e privado (GUIVANT, 2003), e de acordo com Terrazzan e Valarini (2009) a agricultura orgânica está sendo difundida em todo o mundo e o mercado encontra-se em alta demanda por esses tipos de produtos, o que estabelece perspectivas de crescimento para o aumento de áreas produtivas e a inserção de novos agricultores.

Portanto, a possibilidade de acesso ao mercado orgânico tem provocado o surgimento de novos empreendimentos agrícolas, que visam sistema de produção isento de defensivos e produtos químicos que possam ser prejudiciais à saúde e ao meio ambiente (OLIVEIRA, 2012; SOUSA et al., 2012).

De acordo com Dulley et al. (2000), a comercialização em feiras livres é considerada



menos complexa para o produtor, já que o consumidor pode encontrar a diversidade que procura através da oferta de vários produtores simultaneamente no mesmo local. Neste caso, Terrazzan e Valarini (2009) alertam que a possibilidade dos agricultores coletivamente poder ofertar um mix de produtos de acordo com as aptidões locais, observando os recursos de capital e mão-de-obra, é uma realidade que deve ser explorada. Porém, é necessário um planejamento de produção conjunto entre os agricultores para que não haja falta e nem sobra de produtos.

No caso da comercialização direta entre os feirantes e consumidores finais as oportunidades estão presentes e são diversas, pois se estima

que nos últimos anos o mercado brasileiro de produtos orgânicos tem crescido uma média de 20,0% ao ano, com um faturamento anual esperado de aproximadamente R\$ 2 bilhões. Sendo que 90,0% são pequenos produtores familiares ligados a associações e grupos de movimentos sociais, representando 70,0% da produção orgânica brasileira (EXAME, 2014; TERRAZZAN e VALARINI, 2009).

É importante salientar que as feiras livres orgânicas que realizam vendas diretas ao consumidor, assumem grande importância para o fortalecimento da agricultura familiar e melhoria para o desenvolvimento sustentável da região (CARVALHO, et al. 2011; SOUZA, et al. 2009; DALLACORT, et al. 2013).

A CAMINHADA PARA CRIAÇÃO DA FEIRA AGROECOLÓGICA E CULTURAL DE ITAJUBÁ-FACI

As ações e resultados alcançados na caminhada para a organização da feira livre de produtos orgânicos entre os agricultores familiares do município de Itajubá-MG e região, mediante o trabalho de extensão desenvolvido pela UNIFEI, em parceria com a EMATER-MG juntamente com a Prefeitura Municipal de Itajubá-PMI, avança para o seu sétimo ano de atividades.

Este processo de atuação, entre os agentes participantes EMATER-MG, PMI e UNIFEI tem proporcionado o alcance de resultados de forma constante e crescente, principalmente em relação à construção coletiva e empreendedora, onde o objetivo principal sempre foi proporcionar uma melhor organização socioprodutiva entre o grupo de agricultores familiares e alcançar novas oportunidades de acesso ao mercado.

Nos municípios da microrregião de Itajubá-MG aproximadamente 16.243 pessoas estão ocupadas na atividade agropecuária, representando o equivalente a 23,6% do total da população ocupada da região (IBGE,

2015), sendo que parte deste universo tem sido estimulado a desenvolver o sistema de produção de alimentos ‘limpos’ visando atender a nova tendência de mercado que é o consumo de alimentos orgânicos.

Este cenário revela que o estímulo à exploração de novos empreendimentos e o aumento da produção rural familiar, que possibilite o incremento na renda da família, deve ser considerado uma ação estratégica fundamental para o desenvolvimento local sustentável na região do município de Itajubá-MG.

No período de 2010 à 2012 as ações extensionistas desenvolvidas pelos agentes parceiros (EMATER-MG, PMI e UNIFEI) concentraram-se na capacidade de organizar e estruturar o grupo de agricultores familiares, onde o foco principal era “trabalhar” o desenvolvimento e a implantação do processo de construção coletiva, baseado no empreendedorismo e auto-gestão. Entre os resultados alcançados tem-se o desenvolvimento do associativismo, no que diz respeito a criação de uma associação de produtores e a capacidade dos agricultores familiares



em participar do mercado institucional de compras públicas (Programa de Aquisição de Alimentos-PAA e Programa Nacional de Alimentação Escolar-PNAE).

No período de 2013 e 2014 as ações extensionistas abordaram, principalmente, temas relacionados à discussão dos sistemas de produção de alimentos, o processo de gestão e a adoção do sistema de produção “limpo” (agroecológico e orgânico). Sendo que o objetivo principal foi a capacitação dos agricultores familiares para a adoção de práticas inovadoras visando a produção de alimentos “limpos” e a orientação de mercado em relação às estratégias de comercialização direta. Neste caso, o foco era à preparação dos agricultores para planejar a produção com o objetivo de atender as novas oportunidades de mercado que estavam surgindo.

No período de 2015 e 2016 as ações extensionistas tiveram foco na criação e início do funcionamento da Feira Agroecológica e Cultural de Itajubá-FACI. A implantação deste novo canal de escoamento dos produtos orgânicos consolidou **a oferta e acesso** à alimentos “limpos”, proporcionando resultados positivos para os feirantes (agricultores familiares) e para os consumidores do município de Itajubá e região. Vale salientar que neste período a ação extensionista dos parceiros na articulação para elaboração de políticas públicas foi fundamental, e.g., a contribuição na construção do texto que dispõe a regulamentação da Feira Agroecológica e Cultural de Itajubá-FACI (Decreto 5528, 03 de março de 2015 – PMI. Link: <http://diariooficial.itajuba.mg.gov.br/upload/Decreto%205528.pdf>.)

Sendo que o processo de construção coletiva do texto teve início no ano de 2014, onde várias reuniões foram realizadas com os agricultores familiares de Itajubá e região, em vários espaços públicos (Escritório da EMATER-MG; Escola Estadual João XXIII; Escola Estadual Major João Pereira; Secretaria Municipal da Agricultura de Itajubá-SEMAG e na Universidade Federal de Itajubá-UNIFEI). O objetivo destes encontros era viabilizar a redação e o conteúdo na forma mais democrática e participativa possível. Esta ação resultou em diversos componentes que atenderam à vários anseios dos agricultores familiares.

No período de 2017 e 2018 as ações extensionistas tem procurado estimular ações organizativas que viabilize uma atuação coletiva entre os feirantes e suas relações com os consumidores, pois no percurso de sua existência a feira cresceu não somente no número de feirantes participantes, como também na diversidade de ofertas dos produtos. Este aumento em número de feirantes e na diversidade dos produtos ofertados contribuiu para elevar o número e tipo de consumidores que habitualmente frequentam a feira, isto tem demandado um esforço maior por parte dos feirantes e dos parceiros envolvidos para atender cada vez melhor o consumidor de Itajubá e região.

Neste novo cenário, as novas exigências, que têm surgido no dia a dia da FACI, caracterizam-se, muitas vezes, na necessidade de se promover um maior entendimento das diversas demandas que surgem em relação ao bom funcionamento da FACI.

REFLEXÕES PARA OS NOVOS DESAFIOS

Ao longo do período de quase 08 (oito) anos, participaram nas ações das atividades dos projetos: 03 professores de graduação e pós-graduação, 02 alunas de mestrado, 85 alunos de graduação, 02 assistentes em economia solidária, 02 técnicos (engenheiros agrônomos) e 01 estagiária.

Este contingente de participantes e possibilidades, certamente gerou e gera uma situação considerável de oportunidades, no que diz respeito ao desenvolvimento das atividades extensionistas, pois aliado a este cenário a Universidade Federal de Itajubá-UNIFEI, com mais de 100 (cem) anos de existência tem procurado ao longo da sua história consolidar o conceito de universidade empreendedora e inovadora, sob diversos aspectos, principalmente, estimulando ações e programas que tenham por objetivo a capacidade de promover entre a universidade e a sociedade, uma relação de permanente desenvolvimento, colaboração e aprimoramento mútuo como é o caso da FACI.

Assim a universidade, como Instituição Social, deve-se promover a geração de conhecimentos e formação qualificada de recursos humanos para atuarem de forma plena e responsável na sociedade. Desta maneira, a universidade pode e deve impulsionar o cumprimento de sua missão social, por meio de ações de ensino, pesquisa e extensão, formando profissionais para atuarem diretamente na busca de soluções com impacto social e ambiental.

A atividade de extensão na Feira Agroecológica e Cultural de Itajubá-FACI tem como princípio básico promover a transformação das ações de ensino, pesquisa e extensão relacionadas à temática de mobilização de grupos envolvidos por meio do trabalho coletivo, do incentivo à autogestão, inovação social e da tecnologia social, onde o resultado prático seja capaz de vislumbrar o alcance de mudanças significativas na localidade no curto, médio e longo prazo.

Neste caso entende-se que a ‘tarefa’ de promover a conscientização das práticas para a criação e desenvolvimento das ações organizativas coletivas é fortalecer os valores do comportamento de produção equilibrada e sustentável. Sendo que a capacidade de viabilizar a existência da FACI, mediante a execução de diversas atividades orientadoras, pode e deve promover a criação do alicerce socioproductivo que se traduz no processo de geração de trabalho e renda digno.

Portanto, este momento oportuno de se traduzir todo o conhecimento do ensino e da pesquisa em ação extensionista, que prioriza a ação prática mediante ao processo de aprender fazendo e também ao desenvolvimento de Inovação e Tecnologia Social, é algo estimulante que permite transformar a atividade dos projetos de extensão em atitude real, que visa desenvolver uma sociedade mais justa e menos desigual, com base nos princípios e valores de uma nova concepção que se consiste em trabalho coletivo e comércio justo.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

A FACI é uma feira que tem o princípio de funcionamento baseado na filosofia agroecológica, onde o respeito e a harmonia entre o homem e a natureza devem sempre pautar suas ações. A feira, que teve o seu início em junho de 2015, é atualmente constituída de 38 feirantes (Agricultores familiares, artesãos e micro empreendedores), distribuídos em 24 tendas (barracas) envolvendo diretamente mais de 180 pessoas nas atividades de produção rural familiar, artesanato e alimentos processados, e também indiretamente mais de 3.000 consumidores de Itajubá e região.

Pode-se dizer que a FACI, com seus feirantes, têm vivenciado, neste breve período de existência (pouco mais de 03 anos), novas experiências que tem demandado ações empreendedoras e inovadoras que visam proporcionar o fortalecimento da feira, pois é fato que a dificuldade encontrada pelos feirantes para atuarem de maneira coletiva

no processo de gestão da FACI tem provocado, no momento, certa preocupação em relação ao bom funcionamento da feira e o próprio sucesso dos feirantes.

Desta forma, entende-se que promover o desenvolvimento de ações extensionistas junto aos feirantes da FACI, orientando-os na organização socioproductiva, na cooperação e principalmente estimulando o comportamento coletivo e empreendedor dos *agricultores familiares, artesãos e micro empreendedores*, é oportuno para o desenvolvimento sustentado das atividades produtivas dos pequenos empreendimentos que estão presentes na feira e fundamental para viabilizar a oferta de produtos saudáveis aos consumidores mediante o comércio justo.

AGRADECIMENTOS:

Os autores agradecem ao Programa de Apoio à Extensão Universitária MEC/SESu.

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, R. **Paradigmas do capitalismo agrário em questão**. São Paulo: HUCITEC / ANPOCS / UNICAMP, 275 p., 1992.

BECKER, C. e ANJOS, F.S. **Segurança alimentar e desenvolvimento rural**: limites e possibilidades do programa de aquisição de alimentos da agricultura familiar, em municípios do sul gaúcho. *Segurança Alimentar e Nutricional*, Campinas, 1791): 61-72, 2010.

BOSCOLO, W.R.; FEIDEN, A.; NEU, D.H.; DIETERICH, F. Sistema orgânico de produção de pescado de água doce. **Revista Brasileira de Saúde e Produção Animal**. Vol. 13, n. 02, abr/jun, 2012. 578-590 p.

CAMPANHOLA, C. e VALARINI, P.J. A agricultura orgânica e seu potencial para o pequeno agricultor. **Cadernos de Ciência e Tecnologia**. Vol. 18, n. 03, set/dez, 2001. 69-101 p.

CARVALHO, N.D. de; SOUZA, I.M.G.; ALEIXO, M.; SILVA, G.P. da. Feira agroecológica da UFRJ: troca de sabores e saberes. **XI Congresso Luso Brasileiro de Ciências Sociais**. UFBA, Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

CARVALHO, S. M. S. Reflexões sobre a extensão na universidade pública brasileira. **Revista Participação**, Ano 09 n. 16, Dez/2009. p. 12 à 20.

DALLACORT, S.; LUCKMANN, D.; POTRICH, M.; SILVA, E.R.L.da; OLIVEIRA, T.M.; MATOS, L.L. de. Perfil dos agricultores agroecológicos do Sudoeste do Paraná. **Cadernos de Agroecologia**. Porto Alegre, Vol.08, N.02, Nov, 2013.

DEGEN, R. J. Empreendedorismo; uma filosofia para o desenvolvimento sustentável e a redução da pobreza. **Revista de Ciências da Administração**. v. 10, n. 21, p. 11-30, mai./ago. 2008.

DULLEY, R.D.; SOUZA, M.C.M. de.; NOVOA, A. Passado, ações presentes e perspectivas à Associação de Agricultura Orgânica (AAO), São Paulo, Brasil. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 30, n. 11, p. 16-23, 2000.

GUIVANT, J.S. Os supermercados na oferta de alimentos orgânicos: apelando ao estilo de vida ego-trip. **Ambiente & Sociedade**. Vol. VI, n.02, jul/dez, 2003. 63-81p.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **IBGE 2015**. <http://www.ibge.gov.br/home/>. Acesso em 06-11-2015.

OLIVEIRA, R.A. de. **Planejamento da conversão do café convencional para o orgânico**: um estudo de caso. Tese Doutorado. ESAQ/USP, 2012. 215p.

REVISTA EXAME. **Mercado de orgânicos espera faturar R\$ 1 bilhão em 2014**. <http://exame.abril.com.br/economia/noticias/mercado-de-organicos-espera-faturar-r-1-bilhaoem-2014>. Acesso em 05-04-2014.

SILVA, I.M. da; GOMES, J.B.P.; BINOTTO, E.; RUVIARO, C. F. Sistemas agroecológicos como proposta de produção sustentável: um estudo de caso na Chácara Dourados. **Revista Eletrônica do Mestrado Educação Ambiental**. v. 30, n.2, p. , 187 - 203 jul./dez. 2013.

SILVA, M.G. da E SILVA, S.P. Para além do acesso: uma análise da relação entre mercados institucionais e empreendimentos de economia solidária no meio rural. In: **Mercado de trabalho**: conjuntura e análise. Brasília: Instituto de Economia de Pesquisa Econômica Aplicada-IPEA, Ano 16, Nov, 2011.

SOUSA, A.A.; AZEVEDO, E.; LIMA, E.E.; SILVA, A.P.F. Alimentos orgânicos e saúde humana: estudo sobre as controvérsias. **Rev. Panam Salud Publica**, vol. 31, n. 06, 2012, 513-517.

SOUZA, J.V. da S.; SILVA, M.B.; CARDOSO, A.; SILVA, J.C.C. da; SOUZA, L.S.; SANTOS, V. da S.; A importância das feiras agroecológicas para pequenos produtores da região da Borborema na Paraíba. **Cadernos de Agroecologia**. Porto Alegre, vol.04, n.02, Nov, 2009.

TERRAZZAN, P; & VALARINI, P.J.. Situação do mercado de produtos orgânicos e as formas de comercialização no Brasil. **Informações Econômicas**, v.39, n.11, nov, SP, 2009.

WILKINSON, J. **Mercados, redes e valores**. Porto Alegre: UFRGS, 2008.

