



DESENVOLVIMENTO DO MERCADO DE CESTAS SUSTENTÁVEIS: AGROECOLOGIA E AGRICULTURA FAMILIAR DE MÃOS DADAS

José Renan Eduardo De Oliveira¹
Clebia Mardonia Freitas Rabelo²
Janaina Maria Martins Vieira³

RESUMO

As cadeias produtivas de alimentos vêm passando por transformações diante da crescente demanda por alimentos seguros, nutritivos e sustentáveis, o que valoriza a agricultura familiar e os produtos agroecológicos. Nesse contexto, o projeto teve como objetivo promover a comercialização de produtos agroecológicos no Maciço de Baturité, fortalecendo a agricultura familiar e estimulando práticas sustentáveis. A metodologia envolveu aplicação de formulário diagnóstico junto à comunidade acadêmica da UNILAB, cadastro de produtores locais, coleta e preparo de cestas agroecológicas, além da comercialização na Loja Colaborativa vinculada à INTESOL e divulgação em redes sociais. Como resultados, destacam-se a comercialização de 60 cestas durante dois eventos, a diversificação dos produtos ofertados (frutas, hortaliças, ovos, doces e artesanato), a criação de um banco de dados de produtores e o fortalecimento da visibilidade e engajamento da comunidade. Apesar de desafios relacionados à sazonalidade e às limitações regulatórias, estratégias como parcerias institucionais e capacitação dos participantes contribuíram para a superação. Conclui-se que o projeto foi viável e eficaz, reforçando hábitos alimentares saudáveis, valorizando a produção local e evidenciando o potencial da agricultura familiar para promover desenvolvimento sustentável, autossuficiência regional e integração entre ensino, pesquisa e extensão.

Palavras-chave: agricultura familiar; agroecologia; circuito curto de comercialização.

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (UNILAB), IDR, Discente, renaneduardolvr@gmail.com¹

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (UNILAB), IDR, Docente, clebiaf@unilab.edu.br²

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (UNILAB), IDR, Docente, janainavieira@unilab.edu.br³



INTRODUÇÃO

As cadeias produtivas de alimentos passaram por profundas transformações ao longo das últimas décadas, em especial pela busca crescente dos consumidores por alimentos mais seguros, nutritivos e sustentáveis. Nesse contexto, emergem com destaque os produtos orgânicos e os alimentos agroecológicos, frutos de uma demanda social motivada pela preocupação com a saúde, o bem-estar e a preservação ambiental (Tonini; Dolci, 2020). No Brasil, os produtos orgânicos são regulamentados pela Lei nº 10.831/2003, a qual estabelece os critérios de certificação e comercialização, garantindo ao consumidor a procedência e a qualidade do alimento.

Entretanto, a produção agroecológica ultrapassa a esfera legal e mercadológica, englobando dimensões sociais, culturais e ambientais. Mais do que substituir insumos químicos, a agroecologia valoriza os saberes tradicionais, a soberania alimentar e a sustentabilidade em seus aspectos social, econômico e ambiental (Altieri, 2012; Elias et al., 2019; Oliveira; Bertolini, 2022). Nesse cenário, a agricultura familiar assume papel central, pois é responsável por grande parte da produção de alimentos consumidos no país, ao mesmo tempo em que fortalece economias locais, preserva tradições culturais e promove práticas de baixo impacto ambiental (Bittencourt, 2020; IBGE, 2017).

O problema investigado neste trabalho concentra-se nas barreiras que ainda dificultam a valorização e o acesso aos alimentos agroecológicos e orgânicos produzidos por agricultores familiares. Apesar da crescente demanda, persistem entraves como a falta de conhecimento por parte dos consumidores, os custos de certificação, a limitação da distribuição e a desvalorização histórica da agricultura familiar, muitas vezes associada a produções de subsistência (Kushwah et al., 2019; David; Guivant, 2020).

Diante disso, o presente estudo teve por objetivo realizar a comercialização de produtos agroecológicos oriundos da agricultura familiar, ressaltando seus benefícios sociais, ambientais e econômicos. Buscou-se, ainda, endossar o consumo de alimentos orgânicos produzidos localmente, fortalecendo a sustentabilidade, a segurança alimentar e o desenvolvimento das comunidades.

METODOLOGIA

A metodologia deste projeto foi construída em etapas sucessivas, visando organizar a comercialização de produtos agroecológicos por meio da agricultura familiar, de forma participativa e sustentável. As ações realizadas foram: aplicação de formulário diagnóstico, elaboração do plano de ação, cadastro dos produtores locais, coleta semanal dos produtos e preparo das cestas e distribuição.

Foi realizada uma pesquisa por meio do Google Forms, aplicada junto à comunidade acadêmica da UNILAB com o objetivo de identificar os produtos mais demandados, a periodicidade de entrega desejada e o poder de compra dos consumidores.

Com base nos resultados do formulário, elaborou-se um plano de ação para a montagem das cestas sustentáveis pré-montadas, de acordo com a sazonalidade dos produtos. Foi disponibilizado também, uma lista de produtos desenvolvidos pela agricultura familiar, para serem adquiridos juntamente com as cestas, como cajuínas, doces, etc.

A partir dos dados coletados, elaborou-se um cadastro dos produtores locais responsáveis pelo fornecimento dos insumos. Esse banco de informações incluiu: dados de identificação, tipos e quantidades produzidas, período estimado de colheita, distância até a Loja Colaborativa da UNILAB e logística de transporte utilizada. Realizaram-se coletas semanais dos insumos, conforme a seleção do banco de dados. Foram recolhidos frutas, legumes e hortaliças para composição das cestas, além de outros produtos como ovos, cajuína, castanha, amendoim, doces e artesanato, conforme demanda apontada no formulário. Os produtos foram transportados até a Loja Colaborativa da UNILAB, onde foram preparados os balaies sustentáveis. Além das



cestas, ficaram disponíveis outros itens artesanais e alimentícios para aquisição direta. A comercialização ocorreu na Loja Colaborativa, vinculada à Incubadora Tecnológica de Economia Solidária (Intesol). Nesse espaço, foram ofertadas as cestas e outros produtos da agricultura familiar. Paralelamente, foi criada uma página em redes sociais para promover a divulgação e ampliar as vendas.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O presente projeto proporcionou avanços significativos na região do Maciço de Baturité, fortalecendo a agricultura familiar e incentivando práticas de produção em harmonia com o meio ambiente. Por meio de parcerias com fornecedores locais e da comercialização via INTESOL, foi consolidada uma conexão direta entre produtores e consumidores, contribuindo para a sustentabilidade econômica, social e ambiental da iniciativa.

A divulgação do projeto foi realizada por mídias sociais (WhatsApp, Instagram, TikTok e YouTube) e por materiais impressos, como panfletos, com o objetivo de alcançar tanto a comunidade acadêmica quanto a externa. Essa estratégia de comunicação foi essencial para garantir a participação do público-alvo e ampliar a visibilidade da iniciativa.

Durante os dois eventos, denominados Balaio de horta, foram comercializadas 60 cestas agroecológicas, sendo 30 cestas em cada edição. Além disso, outros produtos da agricultura familiar, como ovos, cajuína, castanhas, doces e itens artesanais, foram disponibilizados para venda, fortalecendo a economia local e promovendo o acesso a alimentos saudáveis e produzidos de forma sustentável.

Entre os avanços observados, destaca-se a criação de um banco de dados com informações dos produtores, a realização de reuniões motivacionais para engajamento da comunidade e o lançamento de campanhas de divulgação em redes sociais, ampliando o alcance do projeto. A comercialização das cestas contribuiu para reforçar hábitos alimentares locais e gerou impactos positivos na dinâmica econômica da região.

No entanto, alguns desafios foram identificados, principalmente relacionados à sazonalidade dos produtos e às limitações regulatórias, que dificultam a manutenção de uma oferta contínua. Para superar essas barreiras, sugeriu-se aumentar o envolvimento das instituições de ensino superior e capacitar os participantes interessados em integrar o projeto, fortalecendo a atuação comunitária e a continuidade do programa.

Um projeto semelhante foi realizado na Universidade Estadual de Campinas, onde a Feira da Agricultura Familiar cumpriu seu objetivo de apoiar as vendas dos agricultores, destacando-se pela diversidade de cerca de 80 produtos ofertados, entre in natura e processados. Observou-se maior saída de produtos processados, enquanto as hortaliças tiveram menor procura, devido ao perfil do público participante. Uma parceria comunitária viabilizou o aproveitamento dos excedentes, evitando desperdícios. Além do impacto econômico, a feira proporcionou valorização dos agricultores, fortalecimento de laços entre comunidades, troca de experiências e aprendizado organizacional, consolidando-se como espaço de integração entre a universidade e a agricultura familiar, com potencial de inspiração para outras instituições (Franco; Viana, 2024)

A experiência obtida permitiu estruturar um programa constante de aprimoramento acadêmico e comunitário, integrando ensino, pesquisa e extensão. Ademais, evidencia-se a importância de persistir na construção de novas parcerias, ampliando o impacto socioeconômico da iniciativa e garantindo a autossuficiência e sustentabilidade de longo prazo do projeto.

CONCLUSÕES



O projeto em questão mostrou-se viável e eficaz no fortalecimento da agricultura familiar e na promoção da comercialização de produtos agroecológicos no Maciço de Baturité. A interação entre produtores e consumidores ampliou a visibilidade, o engajamento comunitário e a sustentabilidade econômica, social e ambiental. A boa aceitação do público, aliada à valorização da produção local e à superação de desafios por meio de parcerias e capacitações, evidencia o potencial da agricultura familiar para impulsionar o desenvolvimento sustentável e a autossuficiência regional.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à Unilab pelo financiamento da pesquisa intitulada Desenvolvimento do Mercado de Cestas Sustentáveis: Agroecologia e Agricultura Familiar de Mãos Dadas e executada entre 01/01/2024 e 31/12/2024, através do Programa Institucional de Bolsas de Extensão, Arte e Cultura (Pibeac).

REFERÊNCIAS

- ALTIERI, M. A. Agroecologia, agricultura camponesa e soberania alimentar. Revista Nera, [S.I.], n. 16, p. 22-32, 2012.
- BITTENCOURT, D. M. C. Agricultura familiar, desafios e oportunidades rumo à inovação. Embrapa Recursos Genéticos e Biotecnologia-Capítulo em livro científico (ALICE), 2020.
- DAVID, M. L.; GUIVANT, J. S. Além dos supermercados: novas estratégias no mundo dos alimentos orgânicos no Brasil. Política & Sociedade: revista de sociologia política. Florianópolis, SC. v. 19, n. 44, p. 87-116, 2020.
- ELIAS, L. D. P.; BELIK, W.; CUNHA, M. P. D.; GUILHOTO, J. J. M. Impactos socioeconômicos do Programa Nacional de Alimentação Escolar na agricultura familiar de Santa Catarina. Revista de economia e sociologia rural, [S. l.], v. 57, p. 215-233, 2019.
- FRANCO, Rafaela Carlos Souza; VIANA, Márys Quartaroli. Feira agroecológica da agricultura familiar na Universidade Estadual de Campinas. Cadernos de Agroecologia, v. 19, n. 1, 2024.
- IBGE. Censo Agropecuário 2017 - Resultados definitivos. 2019. Disponível em: Acesso em: 26 out. 2022.
- KUSHWAH, S.; DHIR, A.; SAGAR, M.; GUPTA, B. Determinants of organic food consumption. A systematic literature review on motives and barriers. Appetite, [S. l.], v. 143, p. 104402, 2019.
- OLIVEIRA, W. C.; BERTOLINI, G. R. F. Uma revisão sistemática sobre a contribuição das cooperativas para a sustentabilidade da agricultura familiar. Research, Society and Development, [S.l.], v. 11, n. 2, 2022.
- TONINI, H.; DOLCI, T. S. Turismo rural e novos mercados para produtos alimentares agroecológicos: estudo de caso da Rota Via Orgânica. Rosa dos Ventos, [S.I.], v. 12, n. 3, p. 537-554, 2020.