

BALAIO DE HORTA “NOSSA CESTA” DA INTESOL

Diana Embaló¹
Joaquim Torres Filho²

RESUMO

Com o surgimento da pandemia em 2020, muita coisa mudou na logística de comercialização, de modo que deu mais visibilidade a entrega de cestas orgânicas. O presente estudo teve como objetivo acompanhar e avaliar como a ferramenta balaio de horta "Nossa Cesta", vem se desenvolvendo como prática de comercialização e como esta contribui para o escoamento da produção em apoio aos empreendimentos na região do maciço de Baturité. Para o efeito, foram analisados estudos sobre feiras agroecológicas para compreender melhor o funcionamento do projeto de vendas e entregas das cestas com produtos orgânicos como legumes e hortaliças pela INTESOL na UNILAB, através do balaio de horta “Nossa Cesta”. O trabalho foi desenvolvido por meio de pesquisas de estudos bibliográficos e aplicação de questionários semiestruturados tendo como público-alvo discentes e docentes da UNILAB bem como os produtores participantes da feira Agroart da mesma universidade. Com isso, foram entrevistados no total 20 pessoas, sendo seis agricultores, nove estudantes e cinco professores. Depois de todas as pesquisas e informações obtidas, observou-se que há grande importância do projeto para a comunidade não apenas para garantir a saúde e segurança alimentar, mas também para dar visibilidade aos produtores de agricultura familiar que trabalham com produtos orgânicos.

Palavra-chave: Feiras agroecológicas; Unilab; Agricultura familiar; Produtos orgânicos; Segurança alimentar.

ABSTRACT

With the emergence of the pandemic in 2020, a lot has changed in marketing logistics, so that the delivery of organic baskets has become more visible. The aim of this study was to monitor and evaluate how the “Nossa Cesta” (Our Basket) vegetable market tool has been developing as a marketing practice and how it contributes to the flow of production in support of enterprises in the Baturité massif region. To this end, studies on agroecological fairs were analyzed in order to gain a better understanding of how the INTESOL project of selling and delivering baskets of organic products such as legumes and vegetables at UNILAB, through the “Nossa Cesta” vegetable garden, works. The work was carried out through bibliographical research and the application of semi-structured questionnaires, targeting UNILAB students and teachers as well as producers participating in the university's Agroart fair. twenty people were interviewed: six farmers, nine students and five teachers. After all the research and information obtained, it was observed that the project is of great importance to the community, not only to guarantee health and food safety, but also to give visibility to family farmers who work with organic products.

Keyword: Agroecological fairs; Unilab; Family farming; Organic products; Food safety.

INTRODUÇÃO

A agricultura vive sempre diante de uma dicotomia com duas realidades distintas entre o agronegócio e a agricultura familiar. Não se pode negar que a revolução verde tem o seu lado bom, mas trouxe consigo várias consequências para a agricultura, meio ambiente e principalmente para o pequeno produtor. Sem esquecer também da perda de biodiversidade e problemas com uso de agrotóxicos. O uso indiscriminado de agrotóxicos tem resultado em intoxicações em diferentes graus, de agricultores e de consumidores, tornando-se um problema de saúde pública (CASSAL et al, 2014).

Outro fato a ser considerado como um gargalo diz respeito ao uso intensivo da terra somado a migração das culturas, como por exemplo a soja, deixando um rastro de terras degradadas, quadro este que se tornou consequência do uso indiscriminado de técnicas baseadas em agroquímicos. Na ponta da cadeia de comercialização, o agricultor começa a visualizar um novo nicho de mercado com consumidores que desejam alimentos limpos, isentos de agroquímicos. Diante desta realidade, o consumo de alimentos naturais tem aumentado significativamente em todo o mundo e, o termo "orgânico" tem se destacado por ser sinônimo de preocupação com a saúde, o corpo e a ecologia. (BARBOSA, et al 2011).

A agricultura familiar carece de políticas fortes que proporcionem melhorias na qualidade de vida das pessoas envolvidas no meio rural. Ela está presente em 90% dos municípios brasileiros e, também responde por 35% do produto interno bruto nacional; e absorve 40% da população economicamente ativa do país (BARBOSA, et al 2011). O grande problema para este modelo de sistema agrícola é que o direcionamento é quase em sua totalidade para suprir a alimentação familiar e o excedente comercializado muitas vezes de forma precária e a pergunta que não quer calar é: O que pode ser realizado para viabilizar a produção dos pequenos agricultores familiares?

Foi pensando assim que a Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (UNILAB), através da Incubadora Tecnológica de Economia Solidária (INTESOL) desenvolveu o projeto 'Balaio'. A denominação se deve ao fato de que Balaio é uma cesta feita com diversos tipos de matérias como por exemplo, palha, bambu, taquara e entre outros. Pode ser usado para montar uma cesta com diversos produtos ou objetos. Com isso, a INTESOL criou o termo *balaio de horta* "nossa cesta". A razão maior da criação deste projeto foi pensando

em como articular para aproximar o produtor agrícola do consumidor final com a oferta de produtos limpos (isentos de agroquímicos) e por preços compatíveis.

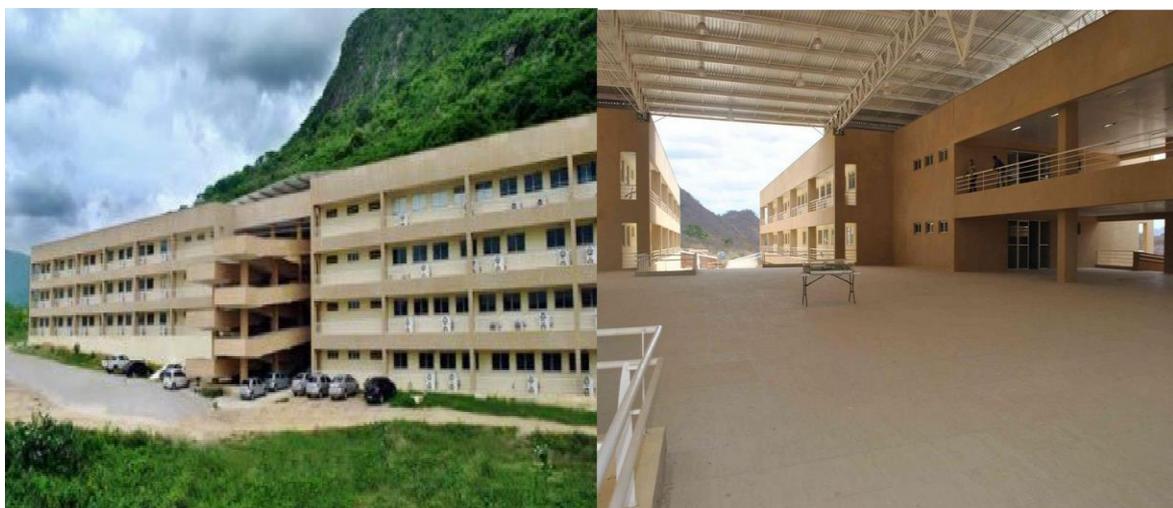
O balaio de horta “nossa cesta” é um projeto que faz parte do instrumento da incubadora da INTESOL na UNILAB, vinculado à linha de inclusão produtiva e social. Essa linha inclui os instrumentos metodológicos como a realização de uma feira na Unilab realizada esporadicamente com o objetivo de estimular a venda de produtos da agricultura familiar pelos produtores em processo de incubação através da atividade Balaio de Horta. O exercício de vendas e relacionamento com os consumidores através da loja solidária, a moeda social, dentre outros. (INTESOL, 2020).

Desse modo, o objetivo deste trabalho foi de acompanhar e avaliar como a ferramenta balaio de horta "Nossa Cesta", vem se desenvolvendo como prática de comercialização e como esta contribui para o escoamento da produção em apoio aos empreendimentos.

MATERIAL E MÉTODOS

O trabalho foi realizado na Incubadora Tecnológica de Economia Solidária (INTESOL), na Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro- Brasileira (UNILAB), no Campus das Auroras, localizado entre os municípios de Redenção e Acarape-CE, entre os meses de fevereiro e março de 2024 (Figura 1).O local possui um terreno com cerca de 130 hectares com uma área total de 16.000m².

Figura: 1- Campus das auroras, (UNILAB)



Fonte: UNILAB,2024.

O estudo foi conduzido por meio de um levantamento de revisão bibliográfica, buscando experiências similares para se fazer uma comparação entre elas. Além disso, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com os produtores, consumidores, bolsistas e uma das fundadoras do projeto balaio de horta “Nossa Cesta” da INTESOL (Quadro 1). O objetivo dessas entrevistas foi de coletar informações e compreender melhor como essa experiência está sendo recebida pelos envolvidos, qual a percepção sobre o assunto e identificar possíveis melhorias para tornar o projeto cada vez mais eficaz.

Quadro 1: Questionários aplicados aos consumidores, bolsistas, produtores e a fundadora do projeto.

Questionários aplicados para consumidores/bolsistas	Questionários aplicados para agricultores inseridos/não inseridos no projeto	Questionários aplicados para fundadora do projeto
Já participou da feira agro Art da unilab?	Sabe o que é balaio de horta "Nossa Cesta "	Quando surgiu?
Sabe o que é balaio de horta "Nossa Cesta "?	Está inserido no balaio, se não, gostaria de participar?	Quais as atividades feitas além da feira?
Alguma vez comprou no balaio de horta nossa cesta?	Por qual motivo não está participando?	Qual o objetivo do balaio?
Qual a experiência que teve ao comprar?	Como está sendo a participação no projeto?	O que a INTESOL ganha com essa experiência?
Sentiu falta de algum produto na cesta?	Quais as dificuldades enfrentadas para suprir as demandas das entregas?	Quais as dificuldades enfrentadas na hora de montar as cestas?
Ficou satisfeita com a forma que a cesta foi montada?	Já recebeu alguma crítica da parte do consumidor sobre o produto?	Quais as dificuldades enfrentadas no dia da feira?

Se pudesse mudar algo, o que mudaria?		Já recebeu alguma reclamação dos dois lados, AGR/Consumidores
		Tem alguma dificuldade enfrentada nas épocas chuvosa e seca?
		Como a comunidade unilabiana está recebendo essa experiência?
		Na sua opinião tem algo que deve ser melhorado?

Fonte: Autora, 2024

Após a coleta e análise das informações, foi produzido um material informativo, no caso uma "cartilha", apresentando propostas que possam contribuir de alguma forma com o projeto. Por fim, a participação na Feira AgroArt (Figura 2), na UNILAB, com o intuito de entender melhor o funcionamento de tudo e coletar informações relevantes para a construção deste trabalho.

Após o desenvolvimento da pesquisa e coleta das informações, os resultados foram apresentados por meio de tabela/gráfico.

Figura 2: Feira Agro Art da Unilab.

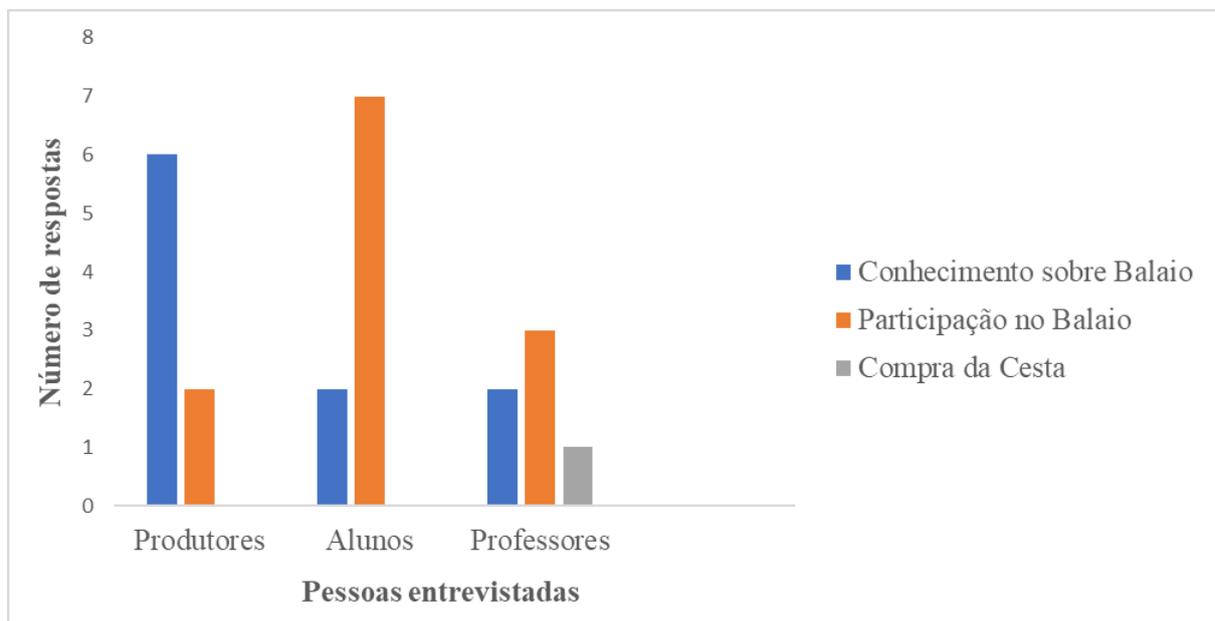


Fonte: Autora, 2024.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Foram entrevistadas no total 20 (vinte) pessoas, sendo seis agricultores, nove estudantes e cinco professores (Figura 3). Verificou-se que dentre os agricultores entrevistados, todos tinham conhecimento sobre o projeto Balaio, mas apenas dois participavam do projeto. No tocante à participação os alunos tiveram a maior frequência nos eventos do projeto (sete participantes), logicamente por este ser realizado no campus da UNILAB, porém apenas dois tinham conhecimentos sobre o evento na sua essência, porque uma coisa é ver a feira acontecendo e outra bem diferente é entender seu objetivo e assim mesmo nenhum deles chegou a comprar alguma cesta. No que diz respeito à participação de docentes, dois conheciam o projeto, três participaram dele e apenas um chegou a comprar uma cesta.

Figura 3: Avaliação de conhecimento e participação dos entrevistados sobre o projeto Balaio em UNILAB, 2024.



Fonte: Autora, 2024.

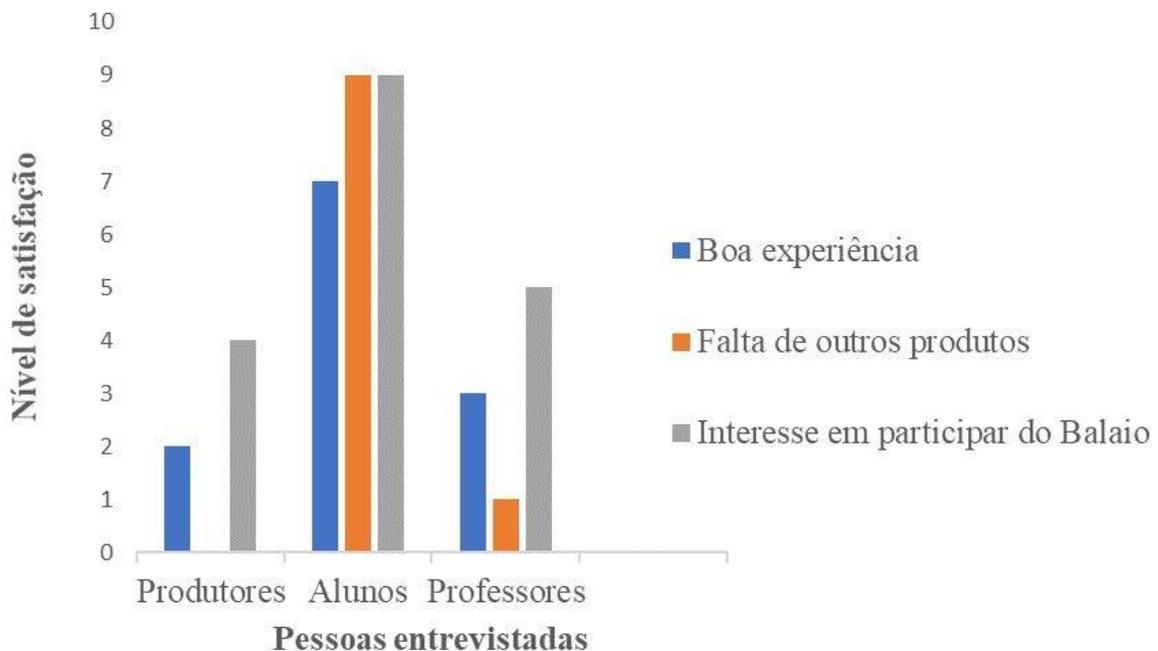
O que justificaria então o baixo conhecimento por parte dos visitantes da feira: falta de divulgação? Falta de sensibilização para com o objetivo do evento? Vale aqui ressaltar as observações de Moreira et al. (2018), que menciona que a presença das pessoas nas feiras e conseqüentemente as compras realizadas foram

se reduzindo ao longo do tempo devido ao surgimento dos supermercados e hipermercados. A partir da chegada deles, a distância entre os produtores e consumidores se consolidou ao longo dos tempos. Um ponto em questão em princípio é a seleção de produtos ofertados na prateleira dos supermercados que atrai o comprador, pois as pessoas compram buscando produtos de primeira qualidade.

As concentrações das pessoas nas grandes cidades urbanas fizeram com que as feiras livres cedessem espaço aos mercados varejistas permanentes, pois houve muita migração dos consumidores para os supermercados, shoppings e entre outros (COELHO et al., 2006). Este fato para este autor tem gerado suprimento de produtos da primeira necessidade às famílias de baixa renda, principalmente nas áreas periféricas das grandes metrópoles. Mesmo assim, os mercados livres têm reportado uma importância social, econômica e cultural indispensável para os produtores, consumidores e sociedade em geral. A aproximação do cliente consumidor com o produtor cria laços de identificação essenciais para a aquisição segura de alimentos, pois o primeiro sempre consegue informações sobre o que é produzido, onde, quando e como, o que não deixa de ser um quase rastreamento.

Das 20 pessoas que foram entrevistadas, tanto aquelas que já conheciam assim como já participaram do Balaio, mostraram ter vivido uma boa experiência com o projeto (Figura 4). Observou-se também que todos os alunos participantes da entrevista (nove participantes) e da feira sugeriram a incrementação de mais outros produtos por parte dos agricultores de modo a fornecerem maior variedade aos consumidores. O único docente que participou da feira congratulou-se com a ideia de adição de mais produtos. Constatou-se também que, todos os entrevistados (nove alunos e cinco professores) demonstraram interesse em participar do evento e os quatro produtores que não faziam parte também demonstraram o mesmo posicionamento.

Figura 4: Avaliação de nível de satisfação dos entrevistados sobre o projeto Balaio.



Fonte: Autora, 2024.

As feiras proporcionam uma experiência única, pois permite um contato direto entre o consumidor com o produtor e proporciona um passo a mais na relação que esta deseja estabelecer com o alimento que pretende consumir todos os dias. Permite que o consumidor conheça quem produz e em que condição produz e ainda conseguem entender as dificuldades que os produtores enfrentam no campo para produzir mais de 70% dos alimentos que vão para suas mesas.

As feiras livres proporcionam um ambiente de comercialização único visto que atrai milhares de consumidores e oferecem produtos diferenciados e cria um ambiente de amizade e confiança entre os produtores e consumidores e sem contar com a aproximação que cria aos produtores aos centros das cidades (MOREIRA et al., 2018). Este fato, sem dúvida é um diferencial para que o consumidor consiga se aproximar do produtor e conhecer mais sobre a origem dos produtos.

Nos últimos anos, observou-se um aumento significativo no número de agricultores familiares camponeses engajados na criação de novas abordagens de produção alimentar. Estas abordagens não apenas demonstram um respeito pelo meio ambiente, mas também incorporam saberes tradicionais, através da produção de alimentos agroecológicos (SANTOS, 2022). Esta observação do autor se constata no semblante de cada produtor participante da feira com a esperança do surgimento de novos negócios e oportunidades de comercialização, além da aproximação com o consumidor. Cabe aqui um registro para o evento, qual seja, sair dos quatro muros da universidade e ir para o centro da cidade e para viabilizar isto, necessário se faz articular com secretarias de agricultura dos municípios de tal sorte que o projeto se transformasse em uma política pública de incentivo ao produtor rural.

A comercialização desses alimentos representa uma oportunidade para as famílias envolvidas permanecerem no campo e desenvolverem práticas agrícolas que promovam a preservação ambiental, ao mesmo tempo em que lhes proporciona autonomia sobre suas culturas, preços mais justos e valorização do trabalho familiar e dos conhecimentos tradicionais. Surgem, então, organizações e cooperativas que visam cultivar alimentos com o intuito de valorizar a saúde de quem produz e a dos consumidores, além de proporcionarem qualidade de vida aos envolvidos. (SANTOS, 2022). Nota-se, pois, que com base nas observações do autor, não bastasse promover a feira, mas trabalhar o associativismo entre produtores com o objetivo de redução de custos e otimização da produção, procurando quem sabe, retirar a feira do interior da universidade e levar para a praça para uma melhor avaliação, tendo o cuidado com as articulações, pois muitas vezes poderá ocorrer protestos dos feirantes usuais, então o mais aconselhável, seria uma feira organizada com próprios comerciantes das feiras tradicionais, mesmo que estes não sejam produtores, mas que pudessem comercializar os produtos nos procedimentos da presente proposta da INTESOL.

A partir dos questionários respondidos por uma das fundadoras do projeto, Clebia Mardonia Freitas Rabelo, foi destacado o papel da incubadora em todo o processo. Na sua opinião, a incubadora trabalha para promover o desenvolvimento que faz parte do processo educativo, proporcionando uma formação mais contextualizada aos alunos.

No entanto, ela ressaltou que o projeto ainda está em sua fase inicial e precisa de melhorias, como investimentos para a criação de aplicativos para divulgação dos seus serviços para alcançar o público-alvo desejado. Ainda expressou a esperança de que as prefeituras locais possam transformar o projeto em uma política pública municipal, o que seria extremamente benéfico para todos os municípios da região.

Dentro do universo do sistema agrícola baseado na agricultura familiar, muitas mudanças estão ocorrendo mesmo que de forma lenta e gradual, haja vista que as políticas públicas nunca atendem o real universo dos demandantes. A partir desse pressuposto é que as pequenas famílias rurais estão buscando diversas formas de organizar-se, procurando agregar valor a seus produtos e conquistar espaço nos mercados. Saber o que é produzido, onde é produzido e como, são informações importantes para o fortalecimento do elo entre o produtor e o consumidor (ROSA et al 2008).

CONCLUSÃO

Após todas as pesquisas e interação com os envolvidos no projeto balaio de horta “Nossa Cesta” da INTESOL conclui-se que o projeto é eficiente mas precisa focar muito nas divulgações porque muitas pessoas da comunidade não sabem da existência do projeto, muito embora alguns já participaram da feira mais nunca ouviram falar do balaio de horta “nossa cesta”, por este motivo como o foco no momento é a comunidade interna devem priorizar e focar mais nas divulgações, para que toda ou pelo menos maior parte da comunidade tenha ciência do projeto.

Essa iniciativa desempenha um papel crucial na promoção da segurança alimentar, na valorização dos produtores locais e na disseminação de práticas agrícolas sustentáveis na região do Maciço de Baturité. Ao proporcionar uma plataforma para a comercialização de produtos orgânicos e promover a interação entre produtores e consumidores, o projeto contribui significativamente para o desenvolvimento socioeconômico da comunidade unilabiana e para a valorização da agricultura familiar.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, S. D. C., Matteucci, M. B. D. A., Leandro, W. M., Leite, A. F., Cavalcante, É. L. S., & Almeida, G. Q. E. D. (2011). Perfil do consumidor e

oscilações de preços de produtos agroecológicos. *Pesquisa Agropecuária Tropical*, 41, 602-609. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pat/a/GPShr33z76CbHMQcp9jLdyq/?lang=pt>. Acesso em 05 de abril de 2024.

CASSAL, V. B., de Azevedo, L. F., Ferreira, R. P., da Silva, D. G., & Simão, R. S. (2014). Agrotóxicos: uma revisão de suas consequências para a saúde pública. *Revista Eletrônica em Gestão, Educação e Tecnologia Ambiental*, 437-445. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/reget/article/view/12498/pdf>. Acesso em 11 de abril de 2024

COÊLHO, Jackson Dantas; PINHEIRO, José César Vieira. Grau de organização entre os feirantes e problemas por eles enfrentados nas feiras livres de Cascavel e de Ocara, no Ceará (2006).

CRESCER. (2021, 10 de junho). 10 serviços de entregas de cestas de frutas, legumes e vegetais. Disponível em: <https://revistacrescer.globo.com/Alimentacao/noticia/2021/06/10-servicos-de-entregas-de-cestas-de-frutas-legumes-e-vegetais.html>. Acesso em 10 de março de 2024

FERREIRA, L. A. Estratégias de acesso a mercados para agricultura familiar. Brasília, Junho de (2013). Disponível em: <https://www.ufrb.edu.br/proexc/images/cartilha-estrategia-de-acesso-a-mercados-para-a-agricultura-familiar-fundacao-banco-do-brasil.pdf>. Acesso em 15 de abril de 2024

Incubadora tecnológica de economia solidaria. (2020). Disponível em: <https://INTESOL.unilab.edu.br/acoes-de-incubacao/sobre-a-incubacao/>. Acesso em 20 março de 2024

LIMA, S. C. P. (2022). Agricultura camponesa e as estratégias de enfrentamento dos efeitos da pandemia de Covid-19 no estado de Sergipe. Disponível em: <https://ri.ufs.br/jspui/handle/riufs/15898>. Acesso em 11 de março de 2024

MOREIRA, Maria Elisa Tavares; UCHÔA, Raquel Aragão; MARTINS, Marcelo Machado. Da Terra à Mesa: Narrativas de Consumidores sobre Motivação para o Consumo de Alimentos em 2 Feiras Agroecológicas de Recife. **Arquivos do CMD**, v. 6, n. 2, p. 12-30, 2018.

RIBEIRO, M. (2018). Balaio Orgânico: alimentos fresquinhos direto da zona rural sul de SP. Da Redação Conexão Planeta. Disponível em: <https://conexaoplaneta.com.br/blog/balaio-organico-alimentos-fresquinhos-direto-da-zona-rural-sul-de-sp/#fechar>. Acesso em 10 de março de 2024

Santos, L. M. (2022). Comercialização dos alimentos agroecológicos e orgânicos nos circuitos curtos em Aracaju/SE. Disponível em: https://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UFS-2_0b32df690f7353bfcf718e6edf71df13. acesso em 11 de março de 2024

SERAFINI, L., da Rosa, N. P., Cardoso, D., & Martins, C. E. N. (2012). Mecanismos de comercialização utilizados pelos agricultores familiares no mercado: um estudo de caso. Disponível em: <https://videira.ifc.edu.br/wp-content/uploads/sites/27/2015/11/MECANISMOS-DE-COMERCIALIZA%C3%87%C3%83O-UTILIZADOS-PELOS-AGRICULTORES-FAMILIARES-NO-MERCADO-um-estudo-de-caso.pdf>. Acesso em 14 de abril de 2024

SCHMITT, C. J. (2013). Agricultura familiar e mercados: algumas reflexões Disponível em: <https://www.embrapa.br/documents/1024963/1350032/SCHMITT,%20C.+Embrapa.+Dez.-13.pdf/43bab37f-d62b-46d3-800e-cd3562f3f0c0>. Acesso em 15 de abril de 2024

UENO, V. A., Neves, M. C., de Queiroga, J. L., RAMOS FILHO, L. O., & de Oliveira, L. P. (2016). Estratégias de comercialização da agricultura familiar: estudos de caso em assentamentos rurais do estado de São Paulo. Disponível em: <https://www.alice.cnptia.embrapa.br/alice/handle/doc/1065665>. Acesso em 13 de abril de 2024

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (Unilab). Campus das Auroras. Disponível em: <https://unilab.edu.br/nossos-campi/>. Acesso em 26 de abril de 2024.