



# III SNEER

Na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)

DE 23 A 25 DE ABRIL  
DE 2025

Realização:



Apoiadores:

## Experiências agroecológicas e de extensão no ensino superior no Território do Recôncavo da Bahia

*Agroecological and extension experiences in higher education in the Recôncavo da Bahia Territory*

Vinícius de Jesus Ferreira

Mestrando em Extensão Rural pela Universidade Federal de Santa Maria (PPGEXR/UFSM)

Mariele Boscardin

Doutora em Extensão Rural (PPGEXR/UFSM) e Professora na Universidade Federal de Santa

Maria (CCR/UFSM)

Leticia Andrea Chechi

Doutora em Desenvolvimento Rural (PGDR/UFRGS) e Professora na Universidade Federal

do Recôncavo da Bahia (CCAAB/UFRB)

Leiliane dos Santos Gonzaga

Graduanda em Gestão de Cooperativas (CCAAB/UFRB)

### Resumo

Este estudo tem como objetivo relatar duas experiências de produção agroecológica e comercialização de produtos que são oriundos da agricultura familiar mediadas por projetos de extensão em ambiente universitário. As experiências aqui apresentadas se referem ao Grupo de Consumo do Recôncavo e à Feira da Agricultura Familiar e Economia Solidária da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, situado no Território do Recôncavo, mais especificamente no município de Cruz das Almas. Trata-se de duas experiências que, embora distintas, têm como foco a comercialização de produtos que são adotados métodos sustentáveis/agroecológicos da agricultura familiar, o consumo responsável, a produção sustentável e a valorização de produtos locais. Em ambos os casos, a universidade, por meio de docentes, discentes e técnicos administrativos têm contribuído de forma significativa e atuado como mediadores destes processos de produção e comercialização, contribuindo com o fortalecimento da agricultura familiar e geração de renda para os agricultores envolvidos. Por outro lado, estas experiências possibilitam aos graduandos envolvidos processos formativos, consolidação de atividades de curricularização da extensão, e a atuação prática das teorias adquiridas em sala de aula.

**Palavras-chave:** Agricultores Familiares; Agroecologia; Economia Solidária; Feiras Livres; Grupo de Consumo.

### Abstract

This study aims to report two experiences of agroecological production and marketing of products that come from family farming mediated by extension projects in a university environment. The experiences presented here refer to the Recôncavo Consumer Group and the Family Farming and Solidarity Economy Fair of the Federal University of Recôncavo da Bahia, located in the Recôncavo Territory, more specifically in the municipality of Cruz das Almas. These are two experiences that, although distinct, focus on the marketing of products that adopt

Cadernos de Agroecologia – ISSN 2236-7934 – Anais do III Seminário Nacional de Ensino em Extensão Rural, v. 20, n. 2, 2025



# III SNEER

Na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)

DE 23 A 25 DE ABRIL  
DE 2025

Realização:



Apoiadores:

sustainable/agroecological methods of family farming, responsible consumption, sustainable production and the valorization of local products. In both cases, the university, through its professors, students and administrative technicians, has contributed significantly and acted as mediators of these production and marketing processes, contributing to the strengthening of family farming and income generation for the farmers involved. On the other hand, these experiences enable the undergraduates involved to participate in training processes, consolidate extension curricular activities, and put into practice the theories acquired in the classroom.

**Keywords:** Family Farmers; Agroecology; Solidarity Economy; Street Markets; Consumer Group.

## Introdução

A construção de sistemas alimentares saudáveis e sustentáveis tem tomado espaço crescente na literatura acadêmica nos últimos anos. Dentre os fatores que contribuem para estas discussões, destaca-se as alterações climáticas e a insegurança alimentar. Neste âmbito, a agricultura familiar exerce um papel muito relevante contribuindo significativamente neste cenário.

No caso brasileiro, conforme mostram os dados do Censo Agropecuário (2017) a agricultura familiar possui protagonismo, sendo responsável por 77% dos estabelecimentos agropecuários. No estado da Bahia estes tipos de estabelecimentos representam 77,8% do total, sendo que no Território do Recôncavo estes valores são ainda mais significativos, visto que 80,8% são considerados familiares. Para além destes aspectos, os dados revelam que no Território do Recôncavo da Bahia, 60,5% dos estabelecimentos rurais têm área de até 2 hectares (IBGE, 2017).

Dentre os principais desafios enfrentados por estes agricultores, destaca-se a questão da comercialização, sendo importante o desenvolvimento de estratégias distintas que possam representar uma oportunidade para os agricultores familiares receberem um preço justo por seus produtos, gerar renda e dinamizar a economia local. Contudo, desafios como acesso a políticas públicas, acesso à internet, dentre outros ainda dificultam a comercialização dos agricultores, destacando-se a importância de entidades capazes de mediar estes processos.

Conceitualmente, as experiências aqui apresentadas estão associadas a dois tipos de mercados, denominados de territoriais e de proximidade, conforme classificação proposta por Schneider (2016). Como características, ambos os dois tipos têm em comum um forte processo



# III SNEER

Na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)

DE 23 A 25 DE ABRIL  
DE 2025

Realização:



Apoiadores:

de enraizamento social, em que a origem geográfica e social do alimento passa a ter relevância ao consumidor. Mais especificamente, os mercados de proximidade são aqueles em que os agricultores familiares atuam na comercialização direta com os consumidores, permitindo uma interação pessoal e possibilitando que 100% dos valores pagos fiquem com os agricultores familiares. Como exemplos de mercados de proximidade destacam-se os canais de venda utilizados que vão desde as propriedades rurais, as feiras locais, os grupos de consumo, a entrega porta a porta, dentre outros (Schneider, 2016). Conforme Preiss (2023), esta relação direta que se estabelece entre quem produz e quem consome, são caracterizados por confiança, amizade, reconhecimento e até mesmo afeto.

A Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB), tem atuado em projetos de extensão, buscando contribuir com a produção sustentável e comercialização de produtos oriundos da agricultura familiar. Neste sentido, o objetivo deste trabalho é relatar a importância da produção sustentável/agroecológica dos/as agricultores/as a partir de duas experiências de comercialização de produtos através dos projetos de extensão em ambiente universitário. As experiências aqui apresentadas se referem ao Grupo de Consumo do Recôncavo e a Feira da Agricultura Familiar e Economia Solidária ambos da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia.

## **Importância da agroecologia para produção sustentável na agricultura familiar**

Como se trata de um relato que aborda a questão da comercialização de produtos cultivados em propriedades que adotam modelos de produção sustentável, nesta seção apresentamos algumas reflexões sobre a importância da agroecologia para a sustentabilidade na agricultura familiar.

Diante deste aspecto, se tratando da importância da agricultura agroecológica Ferreira (2024) apresenta que o alimento cultivado neste modelo de trabalho contribui positivamente com a saúde humana, pois através do consumo de alimentos de boa qualidade e livres de contaminação é essencial para que os organismos sejam saudáveis e as atividades que são desenvolvidas na agricultura de maneira sustentável e sem o uso de agrotóxicos/defensivos



# III SNEER

Na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)

DE 23 A 25 DE ABRIL  
DE 2025

Realização:



Apoiadores:

químicos que leva a obter os resultados positivos, para tanto é necessário ter agricultores que produza estes alimentos e mercados que valorizem os produtos e o modelos de comercialização destacado neste estudo são fundamentais para esta reflexão.

Tendo em vista a importância da produção sustentável e agroecológica que ambos os projetos mencionados neste relato têm como principal princípios a comercialização dos produtos daqueles agricultores que realizam a produção sustentável que adotem estratégias agroecológicas que contribuam para a conservação e regeneração dos recursos naturais, solo e da saúde das plantas que são cultivadas e para o controle de pragas e doenças utilize defensivos naturais e não use agrotóxico na produção.

## **Descrição e reflexão sobre as experiências - Grupo de Consumo do Recôncavo e Feira da Agricultura Familiar e Economia Solidária da UFRB**

A seguir serão descritas duas experiências que promovem a agroecologia por meio de ações de extensão no âmbito das instituições de ensino. A primeira experiência é o Grupo de Consumo do Recôncavo (GCR) e a segunda experiência na Feira da Agricultura Familiar e Economia Solidária da UFRB (Feira da UFRB). Ambas as ações são desenvolvidas no município de Cruz das Almas-Bahia, onde se encontra o Centro de Ciências Agrárias, Ambientais e Biológicas (CCAAB), da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB).

### *Grupo de Consumo do Recôncavo (GCR)*

O GCR foi criado no ano de 2015, a partir de um projeto de extensão da Universidade. Inicialmente, o projeto buscou mobilizar um grupo de agricultores de uma comunidade quilombola próxima à Cruz das Almas. Posteriormente, desde 2017, o grupo passou a ter um novo formato, integrando outros agricultores interessados na comercialização direta e coletiva de seus produtos. Atualmente o grupo conta com três agricultores e sete pequenos empreendedores locais, organizados para a venda coletiva de seus produtos. A figura 1 ilustra o Logo do GCR.



Figura 1: Logo do Grupo de Consumo do Recôncavo (GCR).



Fonte: Trabalho de campo (2024).

Além do município de Cruz das Almas, o GCR atende consumidores dos municípios de Muritiba, São Félix e Cachoeira, que estão localizados em um raio de trinta quilômetros. As entregas são realizadas quinzenalmente, às quartas-feiras, pelos próprios produtores. Os produtos disponíveis para comercialização, bem como o preço, são indicados pelos produtores para a equipe do projeto, que atualiza a lista do aplicativo Kyte, utilizado para a realização dos pedidos. Após a atualização da lista de produtos, procede-se com a divulgação através do Instagram e WhatsApp. Após o fechamento dos pedidos, ocorre a sistematização e encaminhamento da lista de produtos encomendados para os produtores.

Este processo de operacionalização do aplicativo Kyte e organização dos pedidos, é o que permite a comercialização de produtos e geração de renda destes produtores locais, que são, em sua maioria mulheres, com pequenas áreas de produção e que possuem dificuldades de inserção no mercado. A figura 2 ilustra os produtos comercializados pelo GCR.



# III SNEER

Na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)

DE 23 A 25 DE ABRIL  
DE 2025

Realização:



Apoiadores:

Figura 2: Produtos comercializados pelo Grupo de Consumo do Recôncavo



Fonte: Trabalho de campo (2024).

O Grupo de Consumo do Recôncavo tem se fortalecido, também, como um espaço de formação para os estudantes, através das atividades extensionistas. Tais atividades possibilitam aliar o conhecimento teórico à prática da realidade da agricultura familiar do Território. Desde a sua criação, as atividades têm envolvido discentes de diferentes cursos da UFRB, especialmente de Tecnologia em Gestão de Cooperativas, Tecnologia em Agroecologia e Agronomia.

Os estudantes que colaboram com o projeto acompanham todo o processo de organização das entregas e são estimulados a refletir sobre a gestão da comercialização dos produtos da agricultura familiar. Além disso, produzem materiais informativos sobre o Grupo e sobre temáticas relacionadas para divulgação nas redes sociais. As atividades acontecem também em parceria com o Núcleo de Agricultura Familiar e Agroecologia (NAF) da UFRB.

### *Feira da Agricultura Familiar e Economia Solidária da UFRB*

Além da experiência do GCR, destaca-se o projeto de extensão intitulado “Redes de comercialização inovadoras na UFRB: agricultura familiar, economia solidária e sustentabilidade”, que viabiliza a realização da Feira da Agricultura Familiar e Economia Solidária. A Feira da UFRB começou a ser realizada no ano de 2016, porém teve sua paralisação em decorrência da pandemia da Covid 19.



# III SNEER

Na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)

DE 23 A 25 DE ABRIL  
DE 2025

Realização:



Apoiadores:

No ano de 2021, a feira foi reestruturada e retomada. Atualmente, participam da feira aproximadamente trinta agricultores, artesãos e empreendedores locais. A feira se destaca pela variedade de produtos, desde verduras, frutas e legumes até artesanatos e plantas. Embora o processo de certificação participativa ainda seja um projeto futuro, os produtos comercializados no espaço são livres de agrotóxicos. No processo de organização, participam docentes, discentes e técnicos administrativos que atuam como mediadores deste processo de comercialização. A figura 3 ilustra o logo da Feira da UFRB.

Figura 3: Logo da Feira da Agricultura Familiar e Economia Solidária da UFRB



Fonte: Trabalho de campo (2024).

O objetivo principal da feira é organizar um espaço para comercialização de produtos da agricultura familiar, de empreendimentos da economia solidária com troca de experiências e integração sociocultural, que promova a inserção de atividades de extensão no currículo dos cursos da Universidade, considerando a indissociabilidade do ensino e da pesquisa. Sendo assim, esta experiência mobiliza agricultores familiares, suas organizações e a comunidade acadêmica. Além do mais, por se tratar de um circuito curto de comercialização promove a interação com os consumidores e comunidade acadêmica, a troca de experiências, o estabelecimento de relações de confiança e o incentivo à economia local.

Ademais, o projeto realiza o acompanhamento das propriedades e a formação dos feirantes, o que possibilita benefícios que vão além da consolidação de um canal de comercialização. Para o alcance dos objetivos propostos, são utilizadas metodologias



# III SNEER

Na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)

DE 23 A 25 DE ABRIL  
DE 2025

Realização:



Apoiadores:

participativas, valorizando os conhecimentos dos feirantes e integrando docentes e discentes, através da autogestão e tomada de decisão democrática no coletivo participante.

Estas ações dialogam com as percepções de Peixoto (2008) que descreve os processos de extensão como “instrumentos de transmissão de conhecimento de novas tecnologias, geradas pela pesquisa, e outros saberes”. Freire (2014) em sua obra “Extensão ou Comunicação?”, corrobora ao questionar se as atividades que denominamos de extensão não seriam mais adequadamente um processo de comunicação. Na figura 4 são apresentados os produtos comercializados pela Feira da UFRB.

Figura 4: Produtos comercializados pela Feira UFRB



Fonte: Trabalho de campo (2024).

Embora distintos, tanto o GCR quanto a Feira da UFRB além de estabelecer um canal diferenciado de comercialização para a agricultura familiar, possibilitam a eliminação de intermediários e tem como foco o consumo responsável e a produção sustentável, com a valorização de produtos locais.

Além do mais, o GCR e a Feira da UFRB são iniciativas alinhadas com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e a Agenda 2030 da ONU, particularmente com o ODS 12 “Consumo e Produção Responsáveis”, contribuindo com a incorporação de novos valores na relação produção e consumo ou produtor e consumidor, para além da dimensão estritamente econômica.



# III SNEER

Na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)

DE 23 A 25 DE ABRIL  
DE 2025

Realização:



Apoiadores:

Vale destacar que os agricultores familiares que integram as experiências descritas utilizam diferentes formas de escoamento dos seus produtos, uma estratégia de diversificação comum na agricultura familiar. Contudo, o GCR e a Feira da UFRB têm se tornado um canal importante para a comercialização, viabilizando a melhoria da renda.

A partir da descrição das duas experiências de comercialização mediadas por projetos de extensão em instituição de ensino faz-se necessário tecer algumas reflexões. O primeiro aspecto a ser observado é a necessidade de acesso e desenvolvimento de capacidades digitais dos agricultores. Conforme os dados do Censo Agropecuário de 2017, 71,8% dos estabelecimentos não possuem acesso à internet. Além do mais, de acordo com Gazolla e Rufino de Aquino (2021) e Niederle et al. (2021), não basta possuir acesso, é preciso saber utilizar as Tecnologias de Informação e Comunicação (TICS), bem como possuir aparelhos eletrônicos adequados para tal.

Outro aspecto que merece destaque é a importância da intermediação por um coletivo em relação ao uso de TICS por parte dos agricultores familiares, conforme destacam Gazolla e Rufino de Aquino (2021), indicando que a constituição de estratégias para acesso aos mercados, sobretudo online, como é o caso do GCR não é possível de modo individualizado. De acordo com os autores, há necessidade do trabalho coletivo para a construção social destes mercados. Sendo assim, a instituição de ensino por meio dos projetos de extensão descritos, e da atuação de seus participantes, agricultores familiares, docentes e discentes tem atuado como mediadores nestes processos de comercialização, contribuindo de um lado com a produção sustentável e geração de renda para os agricultores e por outro lado, pelo consumo responsável, e a valorização de produtos locais por parte dos consumidores.

## Considerações finais

O objetivo deste trabalho foi relatar duas experiências de comercialização de produtos da agricultura familiar mediadas por projetos de extensão em ambiente universitário. As experiências aqui apresentadas se referem a um Grupo de Consumo e uma Feira Livre,



# III SNEER

Na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)

DE 23 A 25 DE ABRIL  
DE 2025

Realização:



Apoiadores:

experiências estas que são possíveis por meio de projetos de extensão na Universidade Federal do Recôncavo da Bahia.

De modo geral, é possível constatar que as experiências aqui apresentadas que tem como foco a comercialização de produtos da agricultura familiar, acabam refletindo na sociedade por meio do estímulo ao consumo responsável, a produção sustentável e a valorização de produtos locais.

Além disso, o ambiente universitário, por meio de docentes, discentes e técnicos administrativos que fazem parte da organização destas atividades, tem atuado como mediadores desses processos coletivos de comercialização, representando um canal a mais, visto que de forma isolada estes agricultores não teriam condições de se organizar. Por outro lado, estas experiências possibilitam processos formativos e a consolidação de atividades de curricularização da extensão, que tem como foco promover a transformação social

## Referências

FERREIRA, V. J. Inserção da cafeicultura como plantio consorciado em um S.A.F agroecológico da agricultura familiar no Recôncavo baiano. **Revista de Extensão e Estudos Rurais**, [S. l.], v. 13, n. 2, p. 01–20, 2024.

FREIRE, P. **Extensão ou comunicação?** Editora Paz e Terra, 2014.

GAZOLLA, M.; DE AQUINO, J. R. Reinvenção dos mercados da agricultura familiar no Brasil: a novidade dos sites e plataformas digitais de comercialização em tempos de Covid-19. **Estudos Sociedade e Agricultura**, v. 29, n. 2, p. 427-460, 2021. Doi: <https://doi.org/10.36920/esa-v29n2-8>

IBGE–Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Agropecuário 2017**: resultados definitivos. Rio de Janeiro: IBGE/Sidra, 2019. Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/censo-agropecuario/censo-agropecuario-2017>. Acesso em: 27 abr. 2024

NIEDERLE, P. et al. Inclusão produtiva por meio de mercados alimentares digitais: desafios para a construção de estratégias cooperativas solidárias. In.: NIEDERLE, P.; SCHNEIDER, S.; CASSOL, C.  **Mercados alimentares digitais**: inclusão produtiva, cooperativismo e políticas públicas. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2021.



# III SNEER

Na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)

DE 23 A 25 DE ABRIL  
DE 2025

Realização:



Apoiadores:

PEIXOTO, M. **Extensão rural no Brasil: uma abordagem histórica da legislação.** 2008.

PREISS, P. V. **Afeto e Ativismo entre Agricultores e Consumidores.** Editora Appris, 2024.

SCHNEIDER, S. Mercados e agricultura familiar. In: CHARÃO-MARQUES, F.; CONTERATO, M. A.; SCHNEIDER, S. (Orgs.). **Construção de mercados e agricultura familiar: desafios para o desenvolvimento rural.** Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016. p. 93-141.