

CONHECIMENTO E PRÁTICA: DIDÁTICA PARA O CULTIVO SUSTENTÁVEL DA PITAYA

Jéssica Maria da Silva Atanasio ¹
Jarbas da Silva Atanásio ²

INTRODUÇÃO

O mercado de frutas exóticas não convencionais tem crescido, apesar dos preços elevados (SEBRAE, 2017). A pitaya, por ser uma fruta recente, tem alto valor de mercado e grande potencial de rendimento por área cultivada (PITAYA DO BRASIL, 2019), atraindo o interesse de fruticultores (CORDEIRO et al., 2015). Originária da América Central e do Sul, especialmente do México (PERWEEN et al., 2018), era consumida por indígenas para alimentação e fins medicinais, mas foi marginalizada comercialmente por estar associada a classes menos favorecidas (NUNES et al., 2014). A pitaya pertence à família Cactaceae e aos gêneros *Stenocereus*, *Cereus*, *Selenicereus* e *Hylocereus* (MOREIRA et al., 2017), sendo este último nativo de regiões tropicais das Américas (ESQUIVEL, 2004). As principais variedades são a pitaya amarela (*Selenicereus megalanthus*) e a vermelha (*Hylocereus* sp.), sendo a de polpa branca (*Hylocereus undatus*) a mais comum no Brasil (REZENDE et al., 2017). Suas flores são grandes e brancas, gerando frutos em dois a seis meses, com a amarela sendo pouco produzida no Brasil e importada da Colômbia, apesar de sua qualidade superior (TODAFRUTA, 2019).

A pitaya tem diversos benefícios à saúde, como controle do açúcar no sangue, melhoria da flora intestinal e ação antioxidante, além de auxiliar no tratamento de infecções e problemas respiratórios (PITAYA DO BRASIL, 2019; PERWEEN et al., 2018). Seu cultivo tem crescido no Nordeste, sendo promissor para a segurança alimentar e geração de renda rural (SILVA, 2022). A fruta já produz no primeiro ano de plantio, adaptando-se bem a ambientes secos, mas ainda é pouco conhecida. A divulgação eficaz é essencial para fortalecer a aceitação da fruta no mercado, o que envolve estratégias de branding para construir uma imagem positiva e relevante entre os

¹ Graduando do Curso de Licenciatura em Computação do Instituto Federal de Pernambuco – IFPE- Campus Afogados da Igazeira, jmsa2@discente.ifpe.ed.br ;

² Graduado pelo Curso de Licenciatura em História da Universidade de Pernambuco – UPE- Campus Mata Norte, jarbas.atanasio@upe.com .;



METODOLOGIA (OU MATERIAIS E MÉTODOS)

REFERENCIAL TEÓRICO

Os cactos do gênero *Selenicereus* têm origem em áreas tropicais das Américas — abrangendo regiões da América do Norte, Central e do Sul. Entre as variedades de pitaya, destacam-se a pitaya amarela, reconhecida por apresentar casca amarela e polpa branca, e a pitaya vermelha, que possui casca avermelhada e polpa branca ou vermelha, conforme descrito por Mizrahi (2014). Essa fruta apresenta ampla versatilidade de uso, sendo consumida fresca ou incorporada a diferentes preparações alimentícias. É uma fonte relevante de antioxidantes, especialmente betalaínas, que atuam na proteção celular contra radicais livres, contribuindo tanto para o bem-estar quanto para fins estéticos, por retardar o envelhecimento celular. Diversos desses compostos também



apresentam ação anti-inflamatória, auxiliando na redução dos riscos de doenças crônicas e de alguns tipos de câncer, segundo Pio, Rodrigues e Silva (2020). Na revista Dinheiro Rural, o produtor José Antônio Alberto da Silva destacou a importância de orientar o consumidor, divulgar os benefícios e ensinar formas de consumo para ampliar o mercado, enfatizando que é necessário educar toda a cadeia produtiva (BIASIOLI, 2020). No Brasil, o estado de São Paulo é o principal polo de produção, alcançando índices superiores a 15 t/ha, conforme dados de Suzuki (2013). Entretanto, o cultivo já se espalhou por outras regiões, como Minas Gerais, Paraná, Santa Catarina, Mato Grosso do Sul, Rio Grande do Norte, Ceará e Pernambuco. Assim, a pitaya se destaca como alimento promissor, com potencial prebiótico e grande aplicabilidade em produtos funcionais, nutracêuticos, suplementos, alimentos para pessoas com sobrepeso e formulações voltadas à prevenção do diabetes, de acordo com Wichienchot et al. (2010).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O projeto envolve a pesquisa sobre a viabilidade comercial do cultivo e produção de pitayas na região, além da elaboração de um Plano de Negócio e um Plano de Marketing. Também abrange o desenvolvimento da marca, criação de logomarca e administração das mídias de divulgação. Considerando a afinidade com tecnologias de comunicação, foram implementadas ações como edição de vídeos, criação de conta no Google, elaboração de folhetos informativos e lançamento de uma página no Instagram. Essas iniciativas fazem parte de um processo contínuo de gerenciamento e comunicação, essencial para fortalecer a imagem da pitaya e ampliar seu reconhecimento entre os consumidores atuais e futuros. As primeiras parcerias já foram estabelecidas, incluindo trocas de informações com representantes da ONG Diaconia e associações de produtores locais. Além disso, foi realizada uma oficina de plantio de pitaya durante a Semana de Ciência e Tecnologia do IFPE, com apoio da Diaconia, reunindo diversos agricultores da região. O evento despertou grande interesse, principalmente pelo potencial comercial da fruta e sua viabilidade no sertão. Na ocasião, foram distribuídas mudas de pitaya de polpa branca e vermelha, juntamente com um folheto informativo contendo dados básicos sobre a fruta. No entanto, identificou-se a necessidade de elaboração de um material mais completo e detalhado sobre o manejo da pitaya, desde o plantio até a colheita e comercialização. Dessa forma, foi desenvolvida uma cartilha didática, apresentando cada etapa do processo produtivo, para auxiliar os agricultores na introdução dessa cultura. O objetivo do projeto é disseminar conhecimento sobre a pitaya por meio de estratégias de comunicação, como materiais educativos e transferência de saberes de



forma oral. Esta cartilha foi elaborada para orientar agricultores familiares, produtores rurais, estudantes e entusiastas sobre o cultivo da pitaya. O material segue um formato didático, com passo a passo, dicas práticas e informações técnicas, inspirado em metodologias de ensino utilizadas em materiais educativos voltados para a educação de camponeses. Nosso objetivo é incentivar o cultivo sustentável e a comercialização dessa fruta exótica e nutritiva. Espera-se que essas cartilhas sejam usadas nos eventos como seminários de agroecologia, semana de ciências e tecnologia e em comunidades locais. E que o uso de ferramentas de comunicação se torne ainda mais essencial para a expansão e consolidação da pitaya no mercado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A sensibilização e a comunicação sobre o cultivo e o consumo da pitaya são fundamentais para difundir os benefícios desse fruto exótico, tanto para a saúde quanto para a preservação ambiental. Ao informar as pessoas sobre práticas sustentáveis de cultivo, suas vantagens nutricionais e formas criativas de incorporá-la à alimentação, é possível despertar maior interesse e engajamento no incentivo a hábitos alimentares mais saudáveis. Além disso, ao destacar os impactos positivos da produção e do consumo da pitaya, contribui-se para o fortalecimento da economia local, promovendo um sistema agrícola mais diversificado e valorizado. Uma comunicação eficaz pode não apenas enriquecer a experiência gastronômica dos consumidores, mas também estimular uma conexão mais profunda com a natureza e ampliar a conscientização sobre escolhas sustentáveis para a saúde e o meio ambiente. Há um interesse crescente na expansão do cultivo da pitaya para novos territórios, o que exige a implementação de um projeto voltado à criação de uma rede de produção e comercialização da fruta e seus derivados no Sertão do Pajeú. Para isso, é essencial a estruturação de uma cartilha abrangente, que combine estratégias de comunicação tradicionais como mídias sociais, tecnologias digitais e abordagens de comunicação direta. Com o avanço do projeto, as ferramentas de comunicação se tornarão cada vez mais indispensáveis, ressaltando a importância contínua dessas informações. O desenvolvimento de uma identidade de marca e disseminação de boas ações será essencial para fortalecer a percepção do projeto e consolidar sua relevância no Sertão do Pajeú.

Palavras-chave: cultivo; plantio de pitaya; cartilha; Sertão do Pajeú.



REFERÊNCIAS

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às micro e pequenas Empresas. Análise de Tendência: Produza e comercialize frutas que estão conquistando o mercado. 2017. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/produza-e-comercializefrutas-que-estao-conquistando-o-mercado,ce7375d380a9e410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 19. mar.2019.

PITAYA DO BRASIL. Sobre a Pitaya. Disponível em: <https://www.pitayadobrasil.com.br/sobre-a-piatya/>. Acesso em: 19. mar. 2018.

CORDEIRO, M. H. M.; SILVA, J. M.; MIZOBUTSI, G. P.; MIZOBUTSI, E. H.; MOTA, W. F. Caracterização física, química e nutricional da pitaia-rosa de polpa vermelha. Revista Brasileira de Fruticultura, Jaboticabal, v.37, n.1, p. 20-26, mar. 2015. <http://dx.doi.org/10.1590/0100-2945-046/14>.

PERWEEN, T.; MANDAL, K.; HASAN, M.; Dragon fruit: An exotic super future fruit of India. Journal of Pharmacognosy and Phytochemistry. v.7, n.2, p. 1022-1026, 2018. E-ISSN: 2278-4136; P-ISSN: 2349-8234. Disponível em: <http://www.phytojournal.com/archives/2018/vol7issue2/PartO/7-1-435-453.pdf>. Acesso em: 05. Abr. 2019.

MOREIRA, R. A.; RAMOS, J. D.; SILVA, F. O. R.; MOREIRA, R. A. Produção de mudas de Pitaya. Boletim Técnico. n. 103, p. 1-11. Lavras/MG. 2017. ESQUIVEL, P. Los frutos de las Cactáceas y su potencial como matéria prima. Agronomía Mesoamericana. v. 15, n.02, p. 215- 219. 2004. DOI 10.15517/AM.V15I2.11916. TODAFRUTA. Pitaya. Disponível em: <https://www.todafruta.com.br/pitaya>. Acesso em 31 mar.2019.

BASTOS, D.C. et al. Propagação da Pitaya Vermelha por estaquia. Ciência e Agrotecnologia, Lavras, v.30, n.6, p.1106-1109, 2006. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1413-70542006000600009&script=sci_arttext, Acesso em: 25 set. 2014. doi:



10.1590/S1413-70542006000600009.»<https://doi.org/10.1590/S1413-70542006000600009>»http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1413-70542006000600009&script=sci_arttext

MIZRAHI, Y. Vine-cacti Pitayas: the new crops of the world. *Revista Brasileira de Fruticultura*, Jaboticabal, v. 36, n. 1, p. 124-138, 2014.

PIO, L.A.S.; RODRIGUES, M.A.; SILVA, F.O.R. *O Agronegócio da Pitaia*. 1ed. Lavras. 2020. 321 p.

SANTOS, F. R., & Lima, J. P. (2019). Produção e Comercialização de Pitaia em Regiões Semiáridas. *Cadernos de Agricultura Familiar*, 22(1), 45-60.

WICHIENTHOT, S.; JATUPORNPIPAT, M.; RASTALL, R. A. Oligosaccharides of pitaya (dragonfruit) flesh and their prebiotic properties. *Food Chemistry*, Amsterdam, v. 120, p. 850–857, 2010. Disponível em:
<http://dx.doi.org/10.1016/j.foodchem.2009.11.026>.

BIASIOLI, Ingrid. Frutas exóticas, nicho promissor. *Dinheiro rural*, 23 de nov. de 2020. Disponível em: [https:// www.dinheirorural.com.br/frutas-exoticas-nicho-promissor/](https://www.dinheirorural.com.br/frutas-exoticas-nicho-promissor/) . Acesso em: 21 de set. de 2022.

