



## A reinvenção da Feira Agroecológica e de Economia Solidária de Cametá/PA em meio à pandemia de Covid-19

### The reinvention of the Agroecological and Solidarity Economy Fair of Cametá (PA) in the midst of the Covid-19 pandemic

*Tainá Carvalho Pantoja* – Especialista em Agroecologia pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará (IFPA Campus Cametá). E-mail: tainacpantoja@hotmail.com

*Fagner Freires de Sousa* – Doutor em Agronomia (Produção Vegetal) pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP). Professor do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará (IFPA Campus Cametá). E-mail: fagner.sousa@ifpa.edu.br

#### Resumo

O presente artigo analisa os desafios e as estratégias de comercialização dos agricultores da feira agroecológica no município de Cametá/PA durante a pandemia de Covid-19. A coleta de dados foi realizada com base na análise documental dos registros de comercialização da feira durante os meses de março/2020 a março/2021 e entrevistas semiestruturadas com agricultores, organizadores da feira e consumidores. Constatou-se que as dificuldades de locomoção, o fechamento das estradas e o receio em se contaminar foram fatores prejudiciais ao andamento da comercialização, principalmente nos três primeiros meses de restrições advindas da quarentena. Apesar disso, a alternativa de comercialização virtual foi uma estratégia acertada: 94% dos clientes afirmaram que gostariam de permanecer com a compra virtual mesmo após a pandemia. Conclui-se, desse modo, que o comércio digital foi uma estratégia que favoreceu tanto o agricultor quanto a clientela, e atualmente desponta com uma alternativa ao escoamento da produção familiar rural.

#### Palavras-chave

Agricultura familiar. Comercialização. Coronavírus. Feiras livres e mercados. Mercado digital.

#### Abstract

The article analyzes the challenges and marketing strategies of farmers at the agroecological fair in the municipality of Cametá-PA during the Covid-19 pandemic. Data collection was based on documentary analysis of the fair's marketing records from March/2020 to March/2021 and semi-structured interviews with farmers, fair organizers and consumers. It was found that mobility difficulties, road closures and the fear of being contaminated were factors that were harmful to the progress of sales, especially in the first three months. Despite this, the virtual marketing alternative was a wise strategy. 94% of customers said they would like to stay with the virtual purchase even after the pandemic. Thus, it is concluded that virtual marketing was a strategy that favored both the farmer and the customers, emerging as an alternative to the flow of rural family production and to guarantee food security for farmers and consumers.

#### Keywords

Family farmer. Commercialization. Coronavirus. Free fair and markets. Digital market.

## INTRODUÇÃO

A expressão “agricultura familiar” passou a ter evidência no Brasil a partir da década de 1990, sendo legitimada em 1996, com a criação do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF) (SCHNEIDER, 2006). Na Amazônia, a agricultura familiar e agricultura camponesa são utilizadas como sinônimos e referem-se à predominância da força de trabalho familiar na produção e da indivisibilidade das decisões de produção e de consumo (HURTIENNE, 1999).

A maioria das unidades produtivas no mundo é gerida por agricultores familiares, que contribuem consideravelmente à produção de alimentos e à segurança e soberania alimentar de vários países (PREISS *et al.*, 2020). Além disso, ressalta-se que os agricultores familiares possuem um papel importante na consolidação das atividades agroecológicas, sendo sujeitos importantes para a promoção do desenvolvimento sustentável, pois têm, cada vez mais, adotado novas práticas de manejo, resultando na promoção da saúde humana e do meio ambiente (ASSAD; ALMEIDA, 2004).

Importante mencionar que agricultura familiar é considerada responsável pela produção de 80% dos alimentos que chegam à mesa do consumidor (LOWDER; SÁNCHEZ; BERTINI, 2021). Nesse contexto, a relação dos agricultores familiares com a cidade e com os mercados urbanos para a comercialização da sua produção excedente é considerada própria da condição desse grupo social, que depende dela para existir (WOLF, 1976). As feiras, em especial de economia solidária, são importantes espaços de comercialização que permitem aos agricultores familiares comercializar seus produtos, a partir de venda direta, que gera maior renda (COSTA; SANTOS; PRIORE, 2019). Segundo os referidos autores:

As feiras são espaços que promovem o acesso aos mercados e a aproximação de produtores(as) e consumidores(as), especialmente em níveis locais. Essas estratégias promovem circuitos curtos de comercialização que contribuem para o fortalecimento da agricultura familiar, a economia solidária, e agroecologia. Essas experiências têm se ampliado em diferentes espaços e potencializam não só a organização econômica, como também a segurança alimentar e nutricional, o comércio justo e o consumo solidário (COSTA; SANTOS; PRIORE, 2019, p. 10).

Além disso, por serem circuitos curtos que aproximam produtores e consumidores, as feiras também são responsáveis por gerar valores sociais como confiança e reciprocidade, que garantem a fidelização da clientela, trazendo impactos positivos para a economia local (DAROLT; LAMINE; BRANDEMBURG, 2013). Tais relações são reflexos dos mercados de proximidade, em que a subsistência é entendida como a preocupação de cada ator envolvido em conseguir suprir suas necessidades (SABOURIN, 2011).

Segundo Schneider e Gazolla (2017), cadeias curtas de comercialização – como também podem ser definidos os circuitos curtos ou de proximidade – podem ser entendidas como uma forma de interação entre produção e consumo, mediante o resgate da procedência e da identidade dos produtos, assentada não apenas em critérios de preço, mas também em valores sociais, princípios e significados simbólicos, culturais, éticos e ambientais. Em outras palavras, nos circuitos curtos há a construção de relações entre agricultores e consumidores que ultrapassam a troca comercial, oportunizadas pelo encurtamento do itinerário e do percurso feito pelo alimento, dada a redução do número de intermediários. Isso permite que os consumidores consigam conhecer como o alimento é produzido, tendo maior segurança em adquiri-lo, ao mesmo tempo em que o agricultor tem maior retorno financeiro pela produção. Dessa forma, esses mercados são reconhecidos como alternativas ao sistema agroalimentar convencional, explorando aspectos ligados à sustentabilidade dos sistemas de produção e à segurança alimentar e nutricional, garantindo aos consumidores o direito de ter acesso a alimentos limpos e diferenciados (ALKON; MARES, 2012; JAROSZ, 2008).

Todavia, diante das situações restritivas causadas pela pandemia de Covid-19, os agricultores familiares precisaram se adaptar ao contexto, criando estratégias inovadoras para frear a crise na comercialização (FUTEMMA *et al.*, 2020). Para combater os possíveis impactos da pandemia na produção de alimentos agroecológicos e não comprometer os centros urbanos com a escassez de tais produtos, a adoção de medidas emergenciais para o escoamento da produção tem sido fundamental para a agricultura familiar e segurança alimentar e nutricional<sup>1</sup>, uma vez que os agricultores, bem como sua unidade de produção familiar ou espaços de cooperação entre os agentes sociais, são componentes

---

<sup>1</sup> A Segurança Alimentar e Nutricional (SAN) consiste na realização do direito de todos ao acesso regular e permanente a alimentos de qualidade, em quantidade suficiente, sem comprometer o acesso a outras necessidades essenciais, tendo, como base, práticas alimentares promotoras de saúde que respeitem a diversidade cultural e que sejam ambiental, cultural, econômica e socialmente sustentáveis (BRASIL, 2006).

fundamentais para a manutenção do abastecimento alimentar da população (SOUSA; JESUS; BERALDO, 2021).

Conforme pesquisa de Gazolla e Aquino (2021), a crise sanitária evidenciou a resiliência e versatilidade dos agricultores familiares, que apostaram nos mercados digitais, adotando Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) para comercialização dos produtos, criando uma relação sociotécnica com os consumidores. Tais iniciativas nas redes sociais se tornam opções criativas e necessárias para o atual momento (FUTEMMA *et al.*, 2020). A comercialização através de ferramentas digitais compõe uma nova modalidade de cadeia curta alimentar e é considerada uma novidade comercial construída pelos próprios atores sociais presentes na iniciativa em conjunto com os agricultores familiares (GAZOLLA; AQUINO, 2021; PICOLOTTO, 2021).

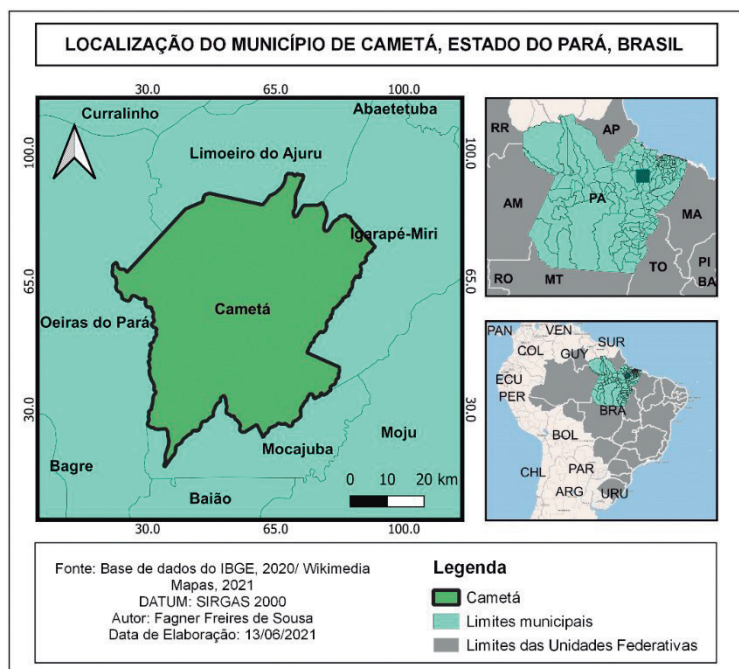
Nesse sentido, este trabalho visa descrever a estratégia de comercialização adotada pelos agricultores familiares que compõem a Feira Agroecológica e de Economia Solidária do município de Cametá/PA e analisar tanto os desafios enfrentados como os frutos advindos dessa experiência vivenciada por estes trabalhadores para, mesmo diante das medidas restritivas de locomoção e distanciamento social impostas pela pandemia, dar continuidade ao abastecimento da região.

## 1 METODOLOGIA

### 1.1 CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO

O município de Cametá (Figura 1) está localizado na região nordeste paraense, pertencente ao Território de Cidadania do Baixo Tocantins, apresenta coordenadas geográficas de 2°14'25"S e 49° 30'08"W e, de acordo com os dados do IBGE (2021), possui área de unidade territorial de 3.081,367 km<sup>2</sup>, com população estimada de 140.814 pessoas. Segundo o censo de 2010, algo em torno de 56% da população do município residia na zona rural (IBGE, 2010). Os principais setores econômicos são o da agropecuária, da indústria e dos serviços de administração pública, sendo o primeiro o que mais se destaca ao ocupar o nono lugar no ranking estadual (IBGE, 2018).

Figura 1 - Mapa de Localização do município de Cametá, Pará



A Feira da Produção Agroecológica e Economia Solidária de Cametá, comumente conhecida como Feira da Agricultura Familiar e/ou Feira Agroecológica, é composta por 50 agricultores cadastrados, que comercializam sua produção uma vez na semana na cidade. A Feira conta, também, com atores sociais pertencentes às instituições de organização não governamental, órgãos públicos e empresas privadas, integrantes ao movimento de articulação denominado Rede Jirau de Agroecologia do Baixo Tocantins. Essa parceria gerada em rede promove o desenvolvimento de ações integradas para o desenvolvimento e fortalecimento da agricultura familiar na região (SANTOS; BENJAMIN, 2019).

## 1.2 HISTÓRICO DA FEIRA DA PRODUÇÃO AGROECOLÓGICA E ECONOMIA SOLIDÁRIA DE CAMETÁ

A primeira feira agroecológica de Cametá ocorreu no dia 05 novembro de 2004, na Praça dos Notáveis, ao lado da igreja de São João Batista, padroeiro da cidade. Contou com a participação de agricultores, oriundos de localidades da estrada e das ilhas do município. Apesar da importância histórica desse momento para a agricultura familiar local, outro evento semelhante só veio a

ocorrer em 2010, quando os agricultores e agricultoras de Cametá e de outros municípios pertencentes à região reuniram-se na I Feira da Economia Solidária e Agroecológica da Cidadania do Baixo Tocantins, encontro que foi além das relações de compra e venda de produtos do campo, proporcionando o estreitar das relações e saberes agroecológicos entre os agricultores de outros municípios, como também, o resgate e divulgação da cultura local e promoção à segurança alimentar e nutricional. Esse momento é destacado como um marco para a constituição da Feira, sendo lembrado até a atualidade, conforme pode ser observada no relato da entrevistada Maria Liriolinda, no dia 22 de março de 2021:

Desde lá, a feira vem se tornando realidade, se reconstituindo, [...] nessa questão da valorização e reconhecimento deles..., a valorização de se identificar mesmo como agricultor, de mostrar pra sociedade que seus produtos têm qualidade, tem produção, é produtos livres de agrotóxicos [...] vem mesmo da agricultura familiar, não se passa por atravessador. É o agricultor que faz e é o agricultor que vem vender o seu produto (Maria Liriolinda, Assessora de Campo da APACC, 2021).

No entanto, foi somente a partir do dia 13 de agosto de 2016, através do Projeto da Diocese de Cametá com apoio da Associação Paraense de Apoio as Comunidades Carentes (APACC) e do Sindicato dos Produtores Rurais de Cametá (SindPRUC), que a feira passou a ser realizada de forma contínua, tendo iniciado com intervalos trimestrais e, posteriormente, mensais, dado o sucesso e freguesia conquistada.

No ano seguinte, com aprovação de um projeto da APACC para apoio à feira, os agricultores passaram a ser cadastrados<sup>2</sup>, tendo seus nomes registrados com a respectiva diversidade e quantidade dos itens produzidos. Tais dados são importantes para a identificação da capacidade de oferta, o que permite melhor gerir a realização da feira, o que oportunizou a organização de edições quinzenais, mantendo-se aos sábados.

Com o reconhecimento da feira e dos produtos agroecológicos pelos consumidores locais, em março de 2017, esse canal de comercialização passou ser pontual e permanente (uma vez por semana, aos sábados), na Praça Joaquim Siqueira – centro da cidade de Cametá. No local, os agricultores passaram a expor seus produtos em barracas padronizadas (Figura 2A), fruto da tecnologia social “Rede de Produção Agroecológica e Solidária”, apoiado pela MISEREOR,

<sup>2</sup> Para ser integrante cadastrado, em caso de “abertura” de oportunidade, este deve ser agricultor, residente em comunidade, e ter produção. Não é admitido atravessador. Uma vez cadastrado, o mesmo deverá se comprometer em seguir as normas, já estipuladas em conjunto, que condiz, basicamente em: preservação e higienização do espaço ocupado, ter área de exposição diversificada, respeitar os companheiros de outras comunidades e os frequentadores da feira.

juntamente com o Projeto Trilhas – articulado em rede com outras instituições e apoiado pelo Programa da Amazônia, iniciativa da Natura Cosméticos. Para Santos e Benjamin (2019), o fato dos agentes sociais se organizarem e estabelecerem parcerias figura como uma estratégia importante no fortalecimento e na disseminação de novas práticas agroecológicas.

Na feira, são disponibilizadas 25 barracas para 50 famílias, cada uma sendo ocupada por duas pessoas, representantes de famílias distintas e cadastradas. Os produtos ficam com melhor acesso visual aos consumidores que podem escolher os mais variados produtos agroecológicos, como: hortaliças diversas, frutas regionais, derivados da mandioca (farinha de mesa, farinha de tapioca, goma de tapioca, tucupi e beiju), polpas, doces e geleias de frutas, biscoitos, pó de café, chocolate em barra etc. (Figura 2B).

Figura 2 - Feira Agroecológica de Cametá: A) Barraca padronizada e B) Exposição de café moído, cacau em barra, tucupi, farinhas e biscoitos



Fonte: (A) Max Marks Valente da Cruz, 2021/ (B) Verônica de Paula Santos, 2021.

A feira presencial seguiu desenvolvendo suas atividades até meados de 2020, passando posteriormente a experimentar a versão virtual, por conta da pandemia, até ordem ulterior em contrário, divulgada em decreto municipal.

### 1.3 CAMINHOS METODOLÓGICOS

A presente pesquisa apoia-se no Estudo de Caso, uma vez que torna possível discutir a realidade enfrentada pelos agricultores rurais no período da

pandemia de Covid-19, de maneira a considerar os seus múltiplos contextos e, ao mesmo tempo, levar em consideração os elementos internos e integrados do contexto social que envolve os sujeitos envolvidos na organização e execução da Feira Agroecológica e de Economia Solidária de Cametá. Nestes termos, o Estudo de Caso possibilita “[...] uma visão profunda e ao mesmo tempo ampla e integrada de unidade social complexa, compostas de múltiplas variáveis” (ANDRÉ, 2005).

A investigação caracteriza-se como sendo do tipo quali-quantitativa. Qualitativa ao valorizar diversos elementos da realidade dos sujeitos pesquisados, tais como relatos dos agricultores, organizadores e consumidores, lembranças individuais e coletivas, análise de documentos, bibliografias, dentre outros; quantitativa ao considerar também os aspectos da organização, compilação e racionalização dos dados, registrados e armazenados em um ano de feira. Deste modo, tem-se que a utilização mútua entre a pesquisa qualitativa e quantitativa possibilita levantar e apurar uma maior informação de dados, tomando como fator primordial o alcance dos objetivos esperados durante a pesquisa (FONSECA, 2002).

A coleta de dados precisou ser realizada a distancia, devido o momento vivenciado pelo cenário pandêmico. Para isso, foi necessário coletar as informações utilizando as ferramentas de aplicativo via *WhatsApp* (mensagens, áudios e videochamada), além de ligações, a fim de driblar as oscilações de sinal de *internet* e/ou quando o produtor não dispunha da referida ferramenta.

O caráter de interação das entrevistas semiestruturadas aos atores envolvidos, por meio de aplicativos de *WhatsApp* e ligações telefônicas, apresentava questionamentos como: “Qual o maior desafio encontrado na comercialização não presencial?” - aos produtores; “Como foi o deslocamento do produtor, até a cidade, com as barreiras na estrada?” - aos organizadores; “Fazendo um paralelo da feira presencial com a virtual, qual seria a mais vantajosa? E por quê?” - aos clientes. As entrevistas possibilitaram gerar dados importantes para as análises e para reflexão dos pesquisadores, uma vez que é no ato de escuta, de ouvir a voz de outrem que se torna possível construir, ressignificar a cultura e estabelecer uma relação de construção científica.

A pesquisa também contou com a análise de fontes documentais (GIL, 2008), quais sejam: registros de participação, controle e movimentação da produção mantidos pelos organizadores da feira. Utilizou-se, também, os dados sistematizados oriundos do “Questionário Consumidor”, aplicado pelo Núcleo Interinstitucional de Estudos em Agroecologia do Baixo Tocantins (NEAB), no grupo de *WhatsApp* “Cesta Agroecológica”, em dezembro de 2020. A pesquisa contou com a participação de 35 integrantes. Estes instrumentos deram grandes



contribuições à qualidade deste trabalho, pois trazem informações que dialogam com as problematizações levantadas e revelam o interior desta tão importante organização produtiva e sustentável na região do município de Cametá.

## 2 RESULTADO E DISCUSSÃO

### 2.1 CORONAVÍRUS E O (RE)INVENTAR DA AGRICULTURA FAMILIAR

O novo coronavírus SARS-CoV-2, causador da Covid-19, traz consigo um alto grau de transmissibilidade, mesmo através de portadores assintomáticos, podendo gerar graves problemas de saúde e até levar a óbito. Em fevereiro de 2020, foi confirmado o primeiro caso da doença no país, resultado de viagem ao exterior. No mês seguinte, com o primeiro óbito, já havia transmissão comunitária em algumas cidades. Dias depois, foi reconhecida a transmissão comunitária em todo Brasil (OLIVEIRA *et al.*, 2020).

Os avanços dos casos do novo coronavírus no Pará resultaram em medidas rígidas de enfrentamento emergencial à saúde pública a fim de conter novas infecções. No âmbito do município de Cametá, foi declarado estado de calamidade pública, além de determinar como medida de prevenção o “fechamento para uso público geral de logradouros municipais, dentre eles, praias, praças [...] e similares”, de acordo com os Artigos 1 e 2, do Decreto Municipal Nº 054, de 22 de março de 2020 (CAMETÁ, 2020a). Estavam, desse modo, temporariamente suspensas as atividades da feira do agricultor familiar, trazendo consigo a incerteza do retorno das atividades.

Em discussão acerca da situação socioproductiva da agricultura familiar em tempos de pandemia, o levantamento do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) ressalta que os efeitos econômicos em curto prazo se dão ao cancelamento da atividade produtiva e dificuldades de escoamento da produção, gerando em médio prazo o risco de desabastecimento alimentar após a crise (IPEA, 2020). Breitenbach (2021) complementa que a diminuição das atividades, com o isolamento social, resulta na dificuldade em escoar os produtos da agricultura familiar, além de aumentar a vulnerabilidade social. Além disso, a falta de perspectiva de vendas, acentuada com a interdição do local de comercialização, reflete no desestímulo em continuar com os trabalhos na lavoura (DIAS; BEZERRA, 2021; SCHNEIDER *et al.*, 2020).

Essas primeiras observações refletem exatamente o que ocorreu entre os agricultores da Feira, como pode ser observado no relato de um agricultor do Distrito de Juaba, Cametá/PA.

Afetou o seguinte: a gente ficou indeciso em aumentar a produção porque foi difícil chegar até a feira - durante a semana a gente faz entrega na feira livre -estávamos quase deixando de produzir, [...] porque não sabia se ia vender. Ficamos parados mais de três meses [...] tive que voltar a vender para atravessadores... A feira foi para sair das mãos dos atravessadores. Tive que voltar a fazer (vender), ganhando menos [...] (Agricultor da Comunidade do Inacha, Distrito do Juaba - Cametá).

Os problemas acima apresentados são semelhantes aos observados em outras regiões do estado do Pará, como em Abaetetuba e Marabá, onde Claudino (2020) observou que a produção também foi afetada principalmente pelo fato de os produtos serem perecíveis, exigindo rápido consumo, o que levou a perdas da produção, doações ou venda dos produtos por preços muito abaixo do valor de produção. Nesse sentido, o autor destaca que:

[...] os impactos econômicos para os agricultores familiares e camponeses foi alto, principalmente para aqueles que possuíam menor diversificação da produção e dos meios de comercialização (que dependiam de venda apenas na feira, ou para programas institucionais, etc.). Com as restrições de transporte público, aqueles sem veículos particulares foram os mais prejudicados. Assim, o ditado, que se tornou corriqueiro nas redes sociais, durante a pandemia: “Estamos na mesma tempestade, mas não no mesmo barco”, tornou-se assertivo (CLAUDINO, 2020, p. 48).

Compreende-se, portanto, que as condicionantes impostas pela política de distanciamento social afetaram consideravelmente a renda das famílias agricultoras, comprometendo a produção de alimentos e ainda gerando o acúmulo ou perdas de produtos nas unidades produtoras, dada a dificuldade de escoamento e de comercialização. Com efeito, foi necessário pensar em alternativas viáveis para a comercialização da produção (BREITENBACH, 2021). O decreto que determinava a suspensão da atividade de comercialização presencial, como a feira, permitia seu desenvolvimento de maneira alternativa, desde que o contato físico direto e aglomerações fossem evitadas. Como possibilidade, no Art. 4º, § 1 do Decreto Municipal Nº 054, de 22 de março de 2020, foi sugerido o *delivery* (CAMETÁ, 2020a).

Nesse sentido, para atender os decretos municipais, os organizadores da feira experimentaram realizar a comercialização dos produtos por meio do aplicativo *WhatsApp*. Para tal, contaram com a ajuda de parceiros institucionais da Rede Jirau de Agroecologia, que auxiliaram tanto na criação quanto na divulgação do serviço. A articulação em rede das organizações representativas dos agricultores e outras instituições públicas e privadas proporcionam uma sinergia capaz de fortalecer e potencializar ações e sujeitos, permitindo o maior

alcance de suas metas (SANTOS; BENJAMIN, 2019) e, no contexto específico da pandemia de Covid-19, tem figurado como uma das estratégias de enfrentamento das consequências negativas (BREITENBACH, 2021).

## 2.2 UM NOVO JEITO DE VENDER: A COMERCIALIZAÇÃO DOS PRODUTOS DA AGRICULTURA POR APLICATIVO DE CELULAR

Na segunda quinzena do mês de março de 2020, foi criado o grupo de vendas no *WhatsApp*, intitulado “Cesta Agroecológica”. Neste espaço virtual, semanalmente, às segundas-feiras, é disponibilizada uma lista atualizada com produtos disponíveis para aquisição, incluindo os respectivos valores. Os clientes podem montar suas cestas até às quintas-feiras pela manhã, com pedido mínimo de R\$ 20,00 (vinte reais). Os clientes ainda têm por opção receber as compras em sua residência, mediante pagamento de taxa de entrega no valor de R\$3,00 (três reais) ou, se preferirem, retirar a cesta no prédio da APACC (sem taxa), na sexta-feira, dia da entrega.

A utilização das plataformas digitais como aliadas dos agricultores familiares na continuação da comercialização de seus produtos em mercados virtuais tem sido evidenciada na crise sanitária como forma de contornar as dificuldades de comercialização presencial (CLAUDINO, 2020; DIAS; BEZERRA, 2021; GAZOLLA; AQUINO, 2021; NOGUEIRA; MARCELINO, 2021; PICOLOTO, 2021; SOUSA; JESUS; BERALDO, 2021). Neste cenário, o *WhatsApp* se destaca como a principal ferramenta utilizada entre os agricultores familiares para apoiar o processo de comercialização da produção durante a pandemia, como constatado em pesquisa entre organizações de agricultores de diferentes países da América Latina e Caribe (ZUÑIGA; ZUÑIGA; MONTILLA, 2020).

Destaca-se que esse novo modelo de comercialização representou um grande desafio para muitas famílias de agricultores, principalmente pela dificuldade de acesso à internet nas comunidades rurais e a falta de habilidade na manipulação de *smartphones* e/ou computadores pelos agricultores familiares, tendo sido mais bem sucedida entre cooperativas ou organizações não governamentais, cujos membros costumam ter maior habilidade no manuseio dos recursos tecnológicos e melhores condições de gerir a logística de distribuição (GAZOLLA; AQUINO, 2021; NOGUEIRA; MARCELINO, 2021).

Todavia, mesmo a Feira Agroecológica e de Economia Solidária de Cametá sendo gerida por uma Associação representante dos agricultores, esta enfrentou alguns desafios para a implantação da venda virtual. Entre os principais desafios, destaca-se a necessidade de ampliar o domínio dos recursos tecnológicos,

sobretudo para o controle de estoque (entrada e saída dos produtos recebidos dos agricultores familiares) e gerenciamento dos pedidos que, inicialmente, eram realizados manualmente em cadernetas avulsas. Assim, foi preciso contar com a colaboração de parceiros pertencentes à Rede Jirau de Agroecologia, como o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará (IFPA) e a própria Secretaria da Rede Jirau. Esses atores auxiliaram tanto na criação e divulgação deste mercado digital, quanto na orientação dos assessores da APACC no que consiste ao aperfeiçoamento na utilização de planilhas eletrônicas que, paulatinamente, substituíram os registros avulsos. Como já mencionado, a articulação entre essa organização social representante dos agricultores e outros atores públicos e privados, por meio da Rede Jirau de Agroecologia, mostrou-se como estratégia fundamental para garantir o funcionamento desse novo modelo de escoamento da produção, corroborando com as experiências evidenciadas em outras regiões do Brasil e da América Latina (BREITENBACH, 2021; DIAS; BEZERRA, 2021; GAZOLLA; AQUINO, 2021; SOUSA; JESUS; BERALDO, 2021; ZUÑIGA; ZUÑIGA; MONTILLA, 2020).

Apesar de todos os esforços para manter a comercialização, registrou-se que 46% dos agricultores cadastrados na feira agroecológica não aderiram ao mercado virtual. Esse fator, no entanto, está relacionado às medidas restritivas que dificultaram a locomoção no município de Cametá, com a redução do número de viagens semanais, além da diminuição de passageiros nos transportes coletivos, tanto terrestres quanto fluviais, explícito no Capítulo II. Seção I. Art. 11º, incisos I e II do Decreto Municipal Nº 066, de 28 de abril de 2020 (CAMETÁ, 2020b). Segundo Liriolinda, assessora de campo da APACC, em relato no dia 16 de março de 2021, o bloqueio nas estradas gerou redução no número de agricultores na versão virtual da feira agroecológica, porque muitos não dispunham de transporte próprio, e, mesmo quando esses enviavam seus produtos por outros agricultores, a quantidade enviada era reduzida. Com efeito, o número de comunidades rurais representadas na feira virtual também diminuiu, restringindo-se aos agricultores residentes em comunidades da região de terra firme. Vale destacar que os produtos comercializados da Feira Agroecológica e de Economia Solidária de Cametá vêm de diferentes comunidades rurais do município, tanto da região das ilhas, como Caripí e Várzea São José, quanto de terra firme, como Pacajá, Guajará de Nazaré, Matias, Inacha, Livramento, Santa Maria do Cupijó, Maranhão, Bucubarana, Porto do Campo, São Francisco, Umapijó, Santa Inês, Ajó, Fazenda, Calçado, Bucubarana Pedra, Marco da légua, BR-422, Nova Esperança, Mangabal, Mataquiri, Menino Deus e Cinturão Verde, o que não ocorreu durante esse primeiro ano de Pandemia, sobretudo, por questões logísticas.

Dessa forma, ressalta-se que as medidas restritivas impactaram significativamente no escoamento da produção familiar do campo para a cidade, afetando no fornecimento dos alimentos para compor a lista de produtos da cesta, salvo os agricultores com transporte próprio. Isso corrobora com a constatação de Schneider *et al.* (2020) de que, apesar de aparentemente o setor alimentício não demonstrar abalos, há registros quanto à dificuldade do acesso para escoar a produção e distribuir os alimentos, mesmo diante das estratégias as quais os agricultores e suas representações lançaram mão.

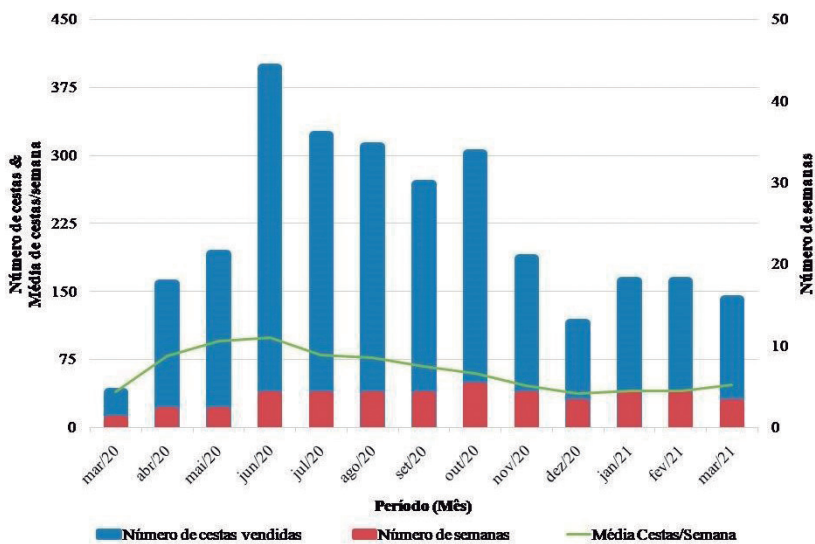
Por outro lado, constata-se também o predomínio do pensamento coletivo e da solidariedade entre os agricultores que compõem a feira, ao passo que aqueles não podiam chegar a cidade com seus produtos, puderam contar com a colaboração de outros que dispunham dos meios para tal. Esse fato também foi observado entre agricultores do Feirão Colonial de Santa Maria/RS, onde Picolotto (2021, p. 87) destaca, acionando Demoustier (2006), que o “empreendimento do campo da economia solidária não se reduz a uma soma de empreendedores individuais, pois os seus membros constroem parcerias à medida que unem suas motivações e recursos”.

Outro aspecto que ganhou importância nesse novo modelo de comercialização foram os cuidados com a higienização dos produtos que compõem a cesta, como medida preventiva de contágio pelo Sars-Cov-2 tanto dos atores envolvidos na distribuição dos alimentos, quanto dos consumidores que os adquirem. Isso decorre tanto da elevada transmissibilidade do novo coronavírus, quanto pela mudança nos hábitos dos consumidores que passaram a se preocupar mais com a manipulação, as embalagens e o armazenamento dos produtos (NOGUEIRA; MARCELINO, 2021).

Dessa forma, assim que os produtos chegam à sede da APACC, aproximadamente às oito horas da manhã das sextas-feiras, dá-se início ao processo de montagem das cestas, com auxílio de luvas, máscaras e antissépticos que são utilizados para sanitização das embalagens. As informações disponibilizadas na mídia pelos órgãos de saúde serviram de apoio para o adequado manuseio dos produtos. A adoção de medidas sanitárias durante a comercialização de produtos agropecuários foi uma constante entre coletivos de agricultores familiares, sendo constatado em pesquisa com pequenos produtores rurais de diferentes regiões do Brasil que 95% deles passaram a adotar cuidados, como higiene pessoal (21%), uso de Equipamentos de Proteção Individual (33%) e muitos apontaram (45%) cuidados com higienização do local de comercialização e no processo de embalagem e transporte dos produtos, neste caso, lavando as embalagens com água e sabão, com água sanitária ou mesmo passando álcool gel 70% (FUTEMMA *et al.*, 2020).

Depois de montadas e identificadas com nome, endereço do consumidor, bem como a relação de itens que compõe a cesta e seu respectivo valor, as cestas são distribuídas por três entregadores, pessoas de confiança, que levam a mercadoria até o local combinado no pedido. A Figura 3 apresenta o número de cestas comercializadas no período de um ano (mar/2020 a mar/2021), bem como o número médio de cestas por semana.

Figura 3 - Quantidade de cestas comercializadas por aplicativo no período de um ano (mar./2020 a mar./2021)



Fonte: elaboração dos autores com base em APACC (2021).

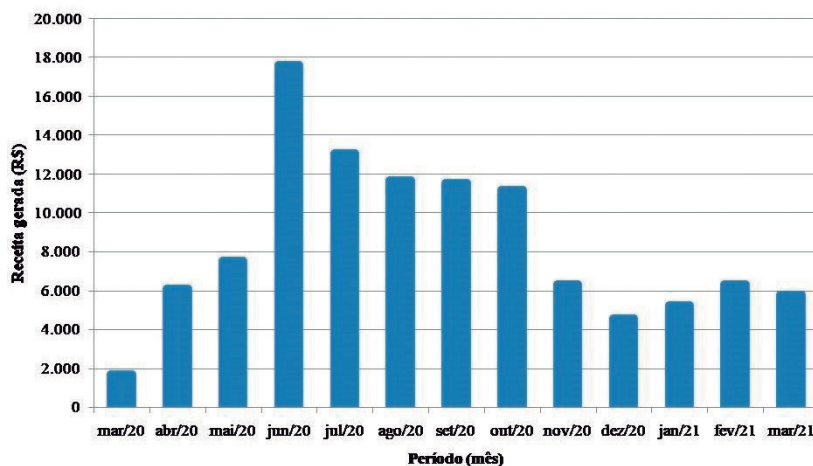
De acordo com a Figura 3, observa-se que os meses de março e dezembro do ano de 2020 foram os que obtiveram menor número de cestas comercializadas. Isso pode estar relacionado ao número de semanas em que ocorreu a comercialização virtual e/ou a situação em que se encontrava a pandemia na região. Em março, por exemplo, foi realizada uma única feira agroecológica virtual, obtendo menos de 50 pedidos, porém avaliado de maneira positiva, por se tratar de uma primeira experiência. Vale frisar que os meses de abril e de maio também se enquadravam na fase experimental, possuindo apenas duas edições de feira por mês (iniciou-se realizando a venda virtual a cada quinze dias, portanto, ocorreu em apenas duas semanas nesses meses), mas que apresentaram índices de pedidos superiores aos de dezembro, com três edições. O reduzido número de cestas comercializadas em dezembro, no entanto, pode estar associado com a retomada da feira presencial, devido o afrouxamento das restrições, em função

da diminuição ou estabilidade dos casos de Covid-19 no município, além de ter ocorrido recesso das atividades no período de Natal e *Réveillon*, diminuindo o número de edições da feira em neste mês.

O número de cestas vendidas por mês não representa exatamente o número de consumidores, uma vez que foi criado somente 1 (um) grupo de *WhatsApp* “Cesta Agroecológica” que, por atingir sua capacidade máxima (257 membros), acarretou como alternativa às pessoas não pertencentes ao grupo, mas que desejavam comprar da agricultura familiar, realizar seus pedidos junto com os pedidos de conhecidos que participavam do coletivo. Portanto, algumas cestas continham pedidos de mais de um consumidor, não sendo possível, dessa forma, determinar o número de pessoas alcançadas por esse circuito de comercialização. Todavia, a média mensal de cestas comercializadas chega a 212, o que é considerado um número expressivo para esse circuito de comercialização.

No que tange a receita gerada (Figura 4), o período entre junho e outubro foi o mais rentável, com média acima de R\$10.000 (dez mil reais), sendo o mês de junho o mais lucrativo, com receita de R\$ 17.664,90. A primeira feira do mês de julho fechou receita de R\$ 5.198,40 (cinco mil cento e noventa e oito e quarenta centavos), sendo esta considerada a maior de todas as edições de feira.

Figura 4 - Receita gerada na comercialização pelo aplicativo de WhatsApp durante os meses de março/2020 a março/2021



Fonte: elaboração dos autores com base em APACC (2021).

Durante o primeiro ano de *delivery*, foram disponibilizados diversos produtos para o consumidor (Tabela S1) por meio do aplicativo de *WhatsApp*. A disponibilidade dos alimentos ao consumidor era realizada semanalmente,

por meio de uma lista de produtos que variam conforme a produção no campo (sazonalidade). Ao total, foram ofertados 80 produtos da agricultura familiar. Alguns itens como farinha de mandioca, limão de resma, polpas de frutas, pimenta de cheiro e tapioca (goma) sofreram alterações no preço, reflexo de flutuações na oferta, dados os períodos de entressafra, por exemplo, ou aumento da demanda, o que tende a elevar os preços de mercado.

A diversidade de produtos oferecidos na “Cesta agroecológica” ratifica a importância da agricultura familiar para o abastecimento urbano e a segurança alimentar. Corroborando, Leite *et al.* (2019) constataram que hortaliças como alface, cheiro verde, couve, chicória, feijão verde, jambu e maxixe, e frutas como limão comercializadas no mercado municipal de Cametá são produzidos predominantemente por agricultores familiares da região. O mesmo cenário ocorre para farinha e demais derivados de mandioca, que constituem elementos importantes da dieta da população do Baixo Tocantins (LOBO; SANTOS JÚNIOR; NUNES, 2018; SOUSA; PIRAUX, 2015). Assim, a adoção de alternativas de comercialização para esses produtos, além de trazer benefícios para os agricultores, como a diminuição das perdas dos produtos no campo e geração de renda, reduz os riscos de desabastecimento das cidades, garantindo a segurança alimentar dos consumidores citadinos (PREISS *et al.*, 2020; SOUSA; JESUS; BERALDO, 2021).

Alguns produtos, como a rúcula e o espinafre, foram adicionados à lista de produtos após o início da comercialização por meio virtual, fruto da elevação na demanda dos consumidores aos agricultores, que aceitaram o desafio em realizar o cultivo dessas hortaliças, resultando em vendas significativas na cesta agroecológica. Outro exemplo é o aviú (*Acetes marinus*), item inserido como alternativa de comercialização e apresentou boa demanda. Dinâmica semelhante foi observada entre feirantes do Feirão Colonial de Santa Maria/RS, que também relataram a inclusão de novos produtos em suas listas de produtos por solicitação dos consumidores, configurando, em alguns casos, alternativa de aumento da renda no período da pandemia (PICOLOTTI, 2021).

Apesar dos bons resultados com a nova alternativa de venda, a feira agroecológica presencial tinha um rendimento maior. Segundo observações da assessora de campo da APACC, na feira presencial os produtores de farinha possuem melhor ganho, com vendas que giram em torno de três alqueires<sup>3</sup>, o equivalente 72 frascos, diferentemente da modalidade virtual, onde os pedidos, na maioria das vezes não chegam a um alqueire (24 frascos) por dia de feira.

<sup>3</sup> Unidade de medida utilizada na venda de farinha em Cametá.



Tal fator pode ser considerado pela falta de acesso aos recursos tecnológicos por parte de grande parte da população de Cametá, bem como a restrição do número de pessoas no grupo de *WhatsApp*. Também se pode considerar a cultura da população local, que tem como hábito a compra de alimentos *in loco*. Fato semelhante também foi observado em outras regiões do Brasil, principalmente no início do período de pandemia, com constatações de redução de até 60% nas vendas (PICOTOLLO, 2021).

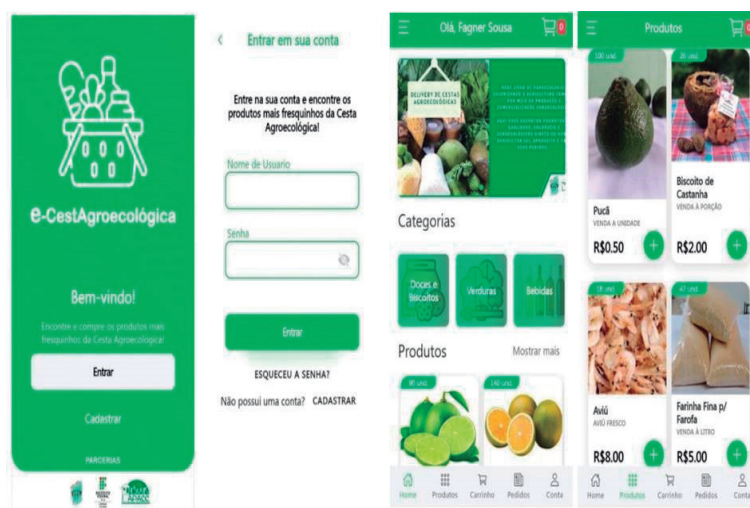
Na visão do agricultor, na feira presencial, o contato direto com a comunidade e desta com a diversidade de produtos permite que os consumidores possam sentir o aroma, o sabor e a textura dos alimentos, considerado um atrativo adicional para levar o produto pra casa, ainda que este não estivesse em seu planejamento. Esta percepção foi confirmada em entrevista a um cliente, que ressalta sua preferência pela compra presencial por permitir um diálogo maior com os produtores. Nesse sentido, ressalta-se que essa redução de possibilidades oportunizada pela compra presencial, como o contato direto com os produtos e a ruptura dos vínculos construídos com os agricultores familiares, reflexo do distanciamento social, reduz também outras possibilidades de compra (BREITENBACH, 2021).

Apesar disso, alguns aspectos do mercado de proximidade foram mantidos pela comercialização virtual, como a confiança do consumidor na aquisição de um alimento tradicional, fresco e seguro (SOUSA; JESUS; BERALDO, 2021), em consonância com o constatado no resultado de pesquisa aplicada aos consumidores do grupo de *WhatsApp* “Cesta Agroecológica”, que revelou que os cuidados com a segurança alimentar, as formas de produção e o fortalecimento da agricultura local são fatores que levaram os consumidores a aderirem a comprados produtos agroecológicos (NEAB, 2020).

Com efeito, verificou-se que 94% (de 35 entrevistados) dos consumidores desejam continuar realizando a compra de forma virtual, mesmo com um possível retorno da feira de forma presencial. Um dos consumidores salienta que a compra por encomenda, além de facilitar a aquisição, também assegura ao cliente o produto desejado, diferente da feira presencial, onde se faz necessário ir mais cedo ao local para comprar alguns itens desejados. Apesar da preferência dos clientes membros do grupo pela compra virtual, entendem que alguns pontos precisariam ser melhorados, como, por exemplo, a inserção de outras opções de pagamento (aceita-se somente pagamento em dinheiro), utilização de embalagens sustentáveis ou retornáveis, melhor seleção dos produtos, ampliação de variedades na lista semanal, dentre outros (NEAB, 2020).

No mês de dezembro de 2020, experimentou-se retornar com a feira presencial, dada a publicação de decreto municipal com diminuição das restrições sanitárias. No entanto, tal retorno não cancelou a comercialização virtual. Pelo contrário, obteve-se como fruto dessa primeira experiência, o desenvolvimento de uma plataforma digital *mobile*, o e-CestAgroecológica (Figura 5), desenvolvido por pesquisadores do IFPA campus Cametá em parceria com Rede Jirau de Agroecologia e a APACC. Tal aplicativo já está disponível para *download* (GOOGLE PLAY, 2021) e em utilização pelos consumidores, que podem se cadastrar e realizar os pedidos por meio dele.

Figura 5 - Interface do Aplicativo e-CestAgroecológica



Fonte: Google Play (2021).

O aplicativo garantiu maior facilidade no gerenciamento dos pedidos pelos organizadores da feira, bem como maior conveniência aos consumidores. Para se cadastrar, o cliente precisa preencher os dados pessoais, como nome, endereço e telefone. O “e-CestAgroecológica”, dispõe de cinco abas: Página Inicial, Produtos, Carrinho, Pedidos e Conta. No leiaute do aplicativo, os itens se encontram divididos em seis categorias: Doces e Biscoitos, Verduras, Bebidas, Legumes, Frutas e Polpas de Frutas. Cada produto contém descrições básicas acerca dos ingredientes nele contido, além do peso e forma de produção.

A utilização das TIC na comercialização dos produtos da agricultura familiar foi impulsionada pelas restrições sanitárias, mas apresentam grande possibilidade de permanência no pós-pandemia, como vem indicando os resultados de diversas pesquisas sobre essa temática entre diferentes grupos de agricultores

no Brasil (GAZOLLA; AQUINO, 2021; NOGUEIRA; MARCELINO, 2021; PICOLOTTI, 2021; ZUÑIGA; ZUÑIGA; MONTILLA, 2020), principalmente pela demanda dos consumidores que destacam a preferência por esse modelo de compra, pela facilidade em realizar os pedidos e pela praticidade de recebê-los em casa (ALVEAR *et al.*, 2020). No entanto, Gazolla e Aquino (2021) ressaltam que alguns desafios ainda precisam ser superados para garantia da perenidade desse novo modelo de mercado, como o fortalecimento das ações coletivas e a criação de políticas públicas e parcerias público-privadas que apoiem a constituição e manutenção dessas iniciativas de comércio digital.

Outro aspecto a ser considerado é a permanência, no longo prazo, das relações de proximidade entre agricultor-consumidor nesse modelo virtual, visto que a construção dos vínculos sociais entre esses atores advém das relações face-a-face constituída no ambiente de sociabilidade das feiras (CARVALHO, 2015). Embora Gazolla e Aquino (2021) ressaltem que as experiências apresentadas indiquem a permanência dessas relações, que apenas ganham um novo espaço (sociotécnico), abre-se aqui margem para novas pesquisas que busquem aprofundar a análise dessa temática.

## CONCLUSÃO

Os resultados aqui apresentados permitem afirmar que a estratégia de comercialização por meio do *WhatsApp* foi fundamental para contornar as limitações impostas pela pandemia e garantir a redução das perdas de produção e a manutenção de renda neste momento de crise a pelo menos uma parte dos agricultores associados à Feira Agroecológica e de Economia Solidária de Cametá. Pode-se afirmar que tais movimentos contribuíram decisivamente para a segurança alimentar e nutricional desses camponeses.

Evidencia-se, ainda, que a organização social dos agricultores, por meio da APACC, e a articulação desta representação com outras instituições, por meio da Rede Jirau de Agroecologia, contribuiu significativamente para o enfrentamento do desafio de adoção e utilização das tecnologias digitais que garantiram a consolidação desse novo modelo de mercado, ratificando a importância da ação coletiva para o fortalecimento da agricultura familiar.

A feira virtual ofertou aproximadamente 80 (oitenta) variedades de alimentos produzidos localmente em sistema agroecológico ao longo de um ano, garantindo, assim, o acesso dos consumidores a alimentos frescos e seguros num momento em que os cuidados com a saúde se redobram, e influenciando diretamente nos hábitos alimentares. Dessa forma, compreende-se que a feira

figura também como uma importante ferramenta de garantia da segurança alimentar e nutricional dos consumidores, à medida que foram comercializadas, em média, 212 cestas por mês.

A pandemia impulsionou a adoção de novas tecnologias para a divulgação e comercialização dos produtos da agricultura familiar, contribuindo para o desenvolvimento de um novo modelo de mercado que, mesmo após o retorno da feira agroecológica presencial, se ampliou e tem perspectiva de se concretizar, o que é percebido pelo anseio dos consumidores e o investimento no desenvolvimento e adesão de ferramentas como o e-CestAgroecológica. Contudo, a feira virtual ainda está em pleno processo de desenvolvimento, buscando melhorar as relações de compra e venda, tendo como desafio proporcionar novas opções que facilitem o pagamento dos produtos, além de melhor contribuir com o meio ambiente, através da substituição de sacolas plásticas (das cestas entregues ao consumidor) por materiais biodegradáveis ou retornáveis.

Por fim, ressalta-se que essa é uma pesquisa exploratória de um caso específico, mas que pode contribuir para a compreensão das diferentes estratégias adotadas pelos agricultores familiares para contornar as restrições de comercialização nos principais mercados acessados por esse segmento social. Os resultados demonstram o advento de um novo modelo de circuito curto de comercialização. Importante mencionar que, se por um lado, este novo modelo oportuniza a geração de renda aos agricultores e abastecimento dos consumidores com produtos locais com maior comodidade, por outro, ele pode romper com aspectos importantes dos mercados de proximidade, como a contato mais próximo dos consumidores com os alimentos e a consolidação de vínculos de amizade e confiança entre agricultores-consumidores. Dessa forma, evidencia-se a necessidade de futuras pesquisas que deem conta de analisar os desdobramentos dessa nova dinâmica de mercado que, ao que tudo indica, irá se manter no futuro pós-pandemia.

## REFERÊNCIAS

- ALKON, A.; MARES, T. Food sovereignty in US food movements: radical visions and neoliberal constraints. **Agriculture and Human Values**, [s. l.], v. 29, n. 3, p. 347-359, 2012.
- ALVEAR, C. A. S.; HORA, L. B. P.; SILVA, F. D. M.; GRAÇA, P. J. M. T.; FERREIRA, R. C. B.; AMORIM, G. A. Sistema Integrado de Comercialização para Produtos da Agricultura Familiar. **International Journal of Engineering, Social Justice and Peace**, [s. l.], v. 7, n. 2, p. 68-89, 2020.

ANDRÉ, M. D. A. **Estudo de caso em pesquisa e avaliação educacional**. Brasília, DF: Liber livro, 2005.

APACC. **Documentos de controle dos pedidos e entregas de produtos do grupo “Cesta Agroecológica”**. Belém: APACC, 2021. (Dados não publicados).

ASSAD, M. L. L.; ALMEIDA, J. Agricultura e sustentabilidade: contexto, desafios e cenários. **Ciência & Ambiente**, Santa Maria, n. 29, p. 15-30, 2004.

BRASIL. **Lei nº 11.346, de 15 de setembro de 2006**. Cria o Sistema Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional - SISAN com vistas em assegurar o direito humano à alimentação adequada e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, [2006]. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2004-2006/2006/Lei/L11346.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Lei/L11346.htm). Acesso em: 15 mar. 2021.

BREITENBACH, R. Estratégias de enfrentamento dos efeitos da pandemia na agricultura familiar. **Desafio Online**, Campo Grande, v. 9, n. 1, p. 188-211, jan./abr. 2021.

CAMETÁ. **Decreto Municipal Nº 054, de 22 de março de 2020**. Dispõe sobre a declaração de estado de calamidade pública municipal [...]. Cametá: Câmara Municipal, [2020a]. Disponível em: <https://prefeituradecameta.pa.gov.br/wp-content/uploads/2020/01/DECRETO-n%C2%BA-054-2020-DECLARA%C3%87%C3%83O-DE-CALAMIDADE-P%C3%A9BLICA-MUNICIPAL.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2021.

CAMETÁ. **Decreto municipal Nº 066, de 28 de abril de 2020**. Consolida as normas municipais a respeito das medidas e recomendações do Governo Municipal para a preparação, acompanhamento, prevenção e enfrentamento dos acometidos da COVID-19 e dá outras providências. Cametá: Câmara Municipal, [2020b]. Disponível em: <https://prefeituradecameta.pa.gov.br/covid-19/atos-normativos-covid-19/#:~:text=Decreto%20N%C2%BA%20058%2F2020%3A%20Suspende,19%2Ce%20d%C3%A1%20outras%20provid%C3%A9ncias>. Acesso em: 15 mar. 2021.

CARVALHO, C. O. **O e-commerce como instrumento de comercialização para os produtos da agricultura familiar brasileira: o caso do Programa Rede Brasil Rural**. 2015. Tese (Doutorado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2015.

- CLAUDINO, L. S. D. Impactos dos primeiros meses da pandemia de Covid-19 sobre a agricultura familiar do Pará e como a agroecologia pode apoiar sua superação. **Ambiente: gestão e desenvolvimento**, Boa Vista, v. 13, p. 40-54, 2020.
- COSTA, B. A. L.; SANTOS, C. C. B.; PRIORE, S. E. Aproximando produção e consumo: a experiência do projeto de extensão “Quintal Solidário”. **Revista ELO: diálogos em extensão**, Viçosa, v. 8, n. 1, p. 9-14, jun. 2019.
- DAROLT, M. R.; LAMINE, C.; BRANDEMBURG, A. A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos do caso brasileiro e francês. **Agriculturas**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 2, p. 8-13, 2013.
- DEMOUSTIER, D. **Economia social e solidária: um novo modo de empreendimento associativo**. São Paulo: Edições Loyola, 2006.
- DIAS, J. L. B.; BEZERRA, J. E. Impactos da Covid-19 na produção e comercialização de alimentos em Brasília-DF: desafios para os assentados/acampados da reforma agrária. **GeoTextos**, Salvador, v. 17, n. 1, p. 89-112, 2021.
- FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.
- FUTEMMA, C. et al. A Pandemia da Covid-19 e os Pequenos Produtores Rurais: Superar ou Sucumbir? **SciELO Preprints**, [s. l.], p. 1-18, 2020. Disponível em: <https://preprints.scielo.org/index.php/scielo/preprint/view/967>. Acesso em: 13 jun. 2021.
- GAZOLLA, M.; 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**, Rio de Janeiro, v. 29, n. 2, p. 427-460, jun./set. 2021.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2008.
- GOOGLE PLAY. e-CestaAgroecológica. **Google Play**, [s. l.], 2021. Disponível em: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.mdev.cestagroecologica>. Acesso em: 02 out. 2022.
- HURTIENNE, T. P. Agricultura familiar na Amazônia Oriental: uma comparação dos resultados da pesquisa socioeconômica sobre fronteiras agrárias sob condições históricas e agroecológicas diversas. **Novos Cadernos NAEA**, Belém, v. 2, n. 1, p. 75-94, dez. 1999.

IBGE. Censo demográfico 2010. **IBGE**, Rio de Janeiro, 2021. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/saude/9662-censo-demografico-2010.html?=&t=destaques>. Acesso em: 05 set. 2022.

IBGE. População ocupada. Cadastro Central de Empresas (CEMPRE) 2018 (data de referência: 31/12/2018), IBGE, Estimativa da população 2018 (data de referência: 1/7/2018). **IBGE**, Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/comercio/9016-estatisticas-do-cadastro-central-de-empresas.html?edicao=28029&t=destaques>. Acesso em: 22 abr. 2021.

IBGE. População estimada. **IBGE**, Rio de Janeiro, 2021. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/9103-estimativas-de-populacao.html?=&t=resultados>. Acesso em: 05 set. 2022.

IPEA. **Agricultura familiar e abastecimento alimentar no contexto do Covid-19: uma abordagem das ações públicas emergenciais**. Brasília, DF: IPEA, 2020. (Nota Técnica N° 69). Disponível em: [http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/9996/1/NT\\_69\\_Disoc\\_Agricultura%20familiar%20e%20abastecimento.pdf](http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/9996/1/NT_69_Disoc_Agricultura%20familiar%20e%20abastecimento.pdf). Acesso em: 22 abr. 2021.

JAROSZ, L. The city in the country: growing alternative food networks in metropolitan areas. **Journal of Rural Studies**, [s. l.], v. 24, n. 3, p. 231-244, 2008.

LEITE, A. C. R. S.; ANDRADE, J. P.; LEITE, D. C.; SOUSA, F. F. Comercialização de produtos da agricultura familiar local na feira livre de Cametá, Pará. In: SILVA-MATOS, R. R. S.; ANDRADE, H. A. F.; MACHADO, N. A. F. (org.). **A face multidisciplinar das ciências agrárias 4**. 1. ed. Ponta Grossa: Atena Editora, 2019. v. 4, p. 101-115.

LOBO, I. D.; SANTOS JÚNIOR, C. F.; NUNES, A. Importância socioeconômica da mandioca (*Manihot esculenta* Crantz) para a comunidade de Jaçapetuba, município de Cametá, PA. **Multitemas**, Campo grande, v. 23, n. 55, p. 195-211, set./dez. 2018.

LOWDER, S. K.; SÁNCHEZ, M. V.; BERTINI, R. Which farms feed the world and has farmland become more concentrated. **World Development**, [s. l.], v. 142, e105455, 2021.

NEAB. **Questionário consumidor**. [S. l.]: Núcleo Interinstitucional de Estudos em Agroecologia do Baixo Tocantins, 2020. (Dados não publicados).

- NOGUEIRA, V. G. C.; MARCELINO, M. Q. S. Covid-19: impactos e estratégias para a comercialização de alimentos da agricultura familiar no DF. **Revista Política Agrícola**, Brasília, DF, ano XXX, n. 1, p. 117-129, 2021.
- OLIVEIRA, W. K.; DUARTE, E.; FRANÇA, G. V. A.; GARCIA, L. P. Como o Brasil pode deter a COVID-19. **Epidemiologia e Serviço de Saúde**, Brasília, DF, v. 29, n. 2, e2020044, 2020.
- PICOLOTTO, V. L. **A agricultura familiar e geração de novidades no contexto da pandemia da Covid-19: o feirão colonial de Santa Maria-RS**. 2021. Dissertação (Mestrado em Extensão Rural) – Centro de Ciências Rurais, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, 2021.
- PREISS, P. V.; SCHNEIDER, S.; GRISA, C.; MOLINA, A. A. Os sistemas agroalimentares e crise COVID– 19: é possível um cenário mais justo e equitativo? *In*: SANTOS, R. P.; POCHMANN, M. (org.). **Brasil pós-pandemia: reflexões e propostas**. São Paulo: Alexa Cultural, 2020. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/1VdaLK7UJxZ2ICqtYyHhgbNDWj661nNHj/view>. Acesso em: 02 jun.2021.
- RIBEIRO-SILVA, R. C.; PEREIRA, M.; CAMPELLO, T.; ARAGÃO, E. GUIMARÃES, J. M. M.; FERREIRA, A. J. F.; BARRETO, M. L.; SANTOS, S. M. C. Implicações da pandemia COVID-19 para a segurança alimentar e nutricional no Brasil. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 25, n.9, p. 3421-3430, set. 2020.
- SABOURIN, E. **Sociedades e organizações camponesas: uma leitura através da reciprocidade**. 1. ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2011.
- SANTOS, A. R. S.; BENJAMIN, A. M. S. Rede jirau de agroecologia: uma inovação estratégica para mobilização social no Baixo Tocantins - PA. **Revista Tecnologia e Sociedade**, Curitiba, v. 15, n. 38, p. 90-112, out./dez. 2019.
- SCHNEIDER, S. Agricultura familiar e desenvolvimento rural endógeno: elementos teóricos e um estudo de caso. *In*: FROEHLICH, J. M.; DIESEL, V. (org.). **Desenvolvimento Rural - Tendências e debates contemporâneos**. Ijuí: Unijuí, 2006. p. 19-67.
- SHEINDER, S.; GAZOLLA, M. Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas. *In*: SHEINDER, S.; GAZOLLA, M. (org.). **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017. p. 9-24.



SCHNEIDER, S.; CASSOL, A.; LEONARDI, A.; MARINHO, M. M. Os efeitos da pandemia da Covid-19 sobre o agronegócio e a alimentação. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 34, n. 100, p. 167-188, set./dez. 2020.

SOUSA, D. N.; JESUS, M. E. R.; BERALDO, K. A. Impactos da pandemia da covid-19 e estratégias para a inclusão produtiva de agricultores familiares no Tocantins: estudo de caso na COOPRATO. **Revista Movimentos Sociais e Dinâmicas Espaciais**, Recife, v. 10, p. 1-15, 2021.

SOUSA, F. F.; PIRAUX, M. A construção social da qualidade da farinha de mandioca em comunidades rurais na Amazônia paraense. **Novos cadernos NAEA**, Belém, v. 18, n. 3, p. 199-222. set./dez. 2015.

WOLF, E. **Sociedades camponesas**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1976.

ZUÑIGA, E. C. C.; ZUÑIGA, N. C.; MONTILLA, I. A. L. Agricultura familiar e plataformas digitais no contexto da COVID-19. **Boletim Covid-19**, Campinas, n. 15, p. 1-8, jul. 2020.

Texto submetido à Revista em 27.10.2021

Aceito para publicação em 21.09.2022