

**MERCADOS ALIMENTARES DIGITAIS NO BRASIL:
inovações, dinâmicas e limites das experiências de comercialização online de
alimentos da agricultura familiar no contexto da pandemia da Covid-19**

Coordenação: Prof. Dr. Marcio Gazolla (PPGDR/UTFPR)

Participantes GePPADeM e demais pesquisadores:

Prof. Dr. Abel Perinazzo Cassol - Universidade Federal do Maranhão (DESOC/UFMA)

Doutorando Alexandre da Silva - Universidade Tecnológica Federal do Paraná – (PPGDR/UTFPR)

Profa. Dra. Cynthia Xavier de Carvalho - Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)

Profa. Dra. Cristiane Tonezer - Universidade Comunitária da Região de Chapecó (PPGCA/UNOCHAPECÓ)

Mestranda Daniela Lauermann - Universidade Tecnológica Federal do Paraná – (PPGDR/UTFPR)

Doutorando Eduardo Spark - Universidade Tecnológica Federal do Paraná – (PPGDR/UTFPR)

Doutorando Jeferson Tonin - Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PGDR/UFRGS) e Prof. Da Universidade Federal do Amazonas (IEAA/UFAM)

Prof. Msc. Joacir Rufino de Aquino - Universidade Estadual do Rio Grande do Norte (UERN)

Profa. MSc. Jhose Iale Camelo da Cunha - Universidade Federal Rural do Semi-Árido (UFERSA – Campus Central em Mossoró-RN) e Doutoranda na UFRGS (PPGS/UFRGS)

Prof. Dr. Luciano Celso Brandão Guerreiro Barbosa - Universidade Federal de Alagoas (UFAL) - Campus do Sertão

Profa. Dra. Leticia Andrea Chechi - Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB)

Prof. Dr. Marcelo Antônio Conterato - Universidade Federal do Rio Grande do Sul (DERI-FCE-PGDR/UFRGS)

Dra. Rosana Maria Badalotti - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina (IFSC)

Profa. Dra. Potira V. Preiss – Universidade de Santa Cruz do Sul (PPGDR/UNISC)

Profa. Dra. Zenicléia Angelita Deggerone - Universidade Estadual do Rio Grande do Sul (UERGS - Unidade Universitária em Erechim-RS)

Financiamento: Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), através da Chamada 04/2021 (Processo 303942/2021-5).

Resumo do projeto:

O presente projeto possui como objetivo central analisar os processos de construção social de mercados e canais de comercialização digitais da agricultura familiar para as vendas de alimentos e produtos, considerando as principais dinâmicas, inovações e desafios dos processos de comercialização que estão sendo implementados no Brasil. Para atingir este objetivo, metodologicamente, se procederá, em uma primeira fase, com a escolha e definição das iniciativas que irão compor a pesquisa nas regiões. A análise realizada nesta primeira fase de pesquisa é de conteúdo (qualitativa nos ícones dos sites e plataformas), quantitativa (dados numéricos extraídos das plataformas) e documental, das organizações

e instituições ligadas aos casos. Em uma segunda etapa da pesquisa, se aplicará um questionário com os gestores das ferramentas tecnológicas de comercialização (ex.: plataformas) e as organizações sociais que os administram. Também serão aplicadas entrevistas semiestruturadas com agricultores familiares e com consumidores dos produtos e alimentos, para captar dinâmicas, inovações importantes e desafios na perspectiva da oferta dos alimentos (agricultores) e também da demanda (consumidores), conforme preconizam estudos da área da alimentação saudável e sustentável em nível internacional. Se relevantes em níveis locais e regionais os casos investigados, serão estudadas dinâmicas digitais de vendas por redes sociais, *deliverys*, *marketplaces*, dentre outras ferramentas digitais de comercialização. Também captar-se-á a diversidade e heterogeneidade dos mercados alimentares digitais, investigando estes em diferentes situações socioeconômicas, ambientais e tipos de alimentos. A pesquisa será desenvolvida a partir de equipes locais de pesquisadores junto aos casos, com a participação de membros do Grupo de estudos e pesquisas em Agricultura, Alimentação e Desenvolvimento (GEPAD), já consolidado nos estudos dos mercados alimentares desde 2005. Do ponto de vista do enfoque teórico, o projeto baseia-se na ideia de que os mercados alimentares digitais constituídos operam como uma cadeia curta de abastecimento com interface tecnológica ou sociotécnica com os consumidores, comercializando alimentos e produtos variados em níveis locais e regionais. Também se mobilizam os conhecimentos em torno da noção de desenvolvimento sustentável, especialmente os relacionados aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), os processos de digitalização na agricultura e alimentação e o desenvolvimento inclusivo, especialmente, em relação aos agricultores familiares (AFs) e consumidores mais vulneráveis. Em relação aos resultados, espera-se que o desenvolvimento do projeto de pesquisa aporte novos conhecimentos científicos à área da digitalização, de desenvolvimento sustentável e de comercialização, esta última, bastante deficiente no Brasil e no mundo, além de auxiliar os gestores das experiências (ex.: uma cooperativa que possui plataforma virtual de vendas), agricultores familiares e consumidores a melhorarem suas experiências e processos de interação online nas transações com alimentos e produtos.