

IRSA - CONGRESSO MUNDIAL DE SOCIOLOGIA RURAL (01/10/2025 A
20/01/2026) - IRSA 03 - SOCIOLOGY OF FOOD

**CONSUMPTION PRACTICES AND DIGITAL MEDIATIONS IN FAMILY
FARMING FOOD MARKETS**

Mariele Boscardin (marieleboscardin@hotmail.com)

Letícia Andrea Chechi (leticiaandreachechi@gmail.com)

Danessa Rafaella Da Silva (danessa_rafaela@hotmail.com)

Os mercados alimentares digitais, têm assumido crescente relevância nos últimos anos, em decorrência das transformações promovidas pela digitalização no sistema agroalimentar, intensificadas pela pandemia da Covid-19, que inseriu essa temática no centro da agenda de governos e organizações internacionais. Nesse contexto, a digitalização tem contribuído para a reconfiguração das relações entre produtores e consumidores, especialmente no âmbito da agricultura familiar. O objetivo deste trabalho foi analisar as dinâmicas de consumo estabelecidas pela digitalização em mercados da agricultura familiar, a partir da experiência da Cooperativa Agropecuária Familiar de Canudos, Uauá e Curaçá (COOPERCUC), situada no estado da Bahia. O estudo integra o projeto “Mercados alimentares digitais no Brasil: dinâmicas, inovações e desafios da comercialização na agricultura familiar”, financiado pelo

Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e pelo Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovações (MCTI), por meio da Chamada nº 40/2022. A coleta de dados foi realizada por meio do aplicativo Alimentario, com a aplicação de questionários a doze consumidores. Os resultados indicam que a maioria dos respondentes é do gênero masculino, e apresenta elevado nível de escolaridade, com predominância de graduação ou pós-graduação. A renda mostrou-se heterogênea, variando entre diferentes faixas salariais. Apenas um respondente declarou adotar uma dieta restritiva, enquanto os demais não seguem dietas ou estilos alimentares específicos. Entre os principais fatores que motivam a aquisição dos produtos da COOPERCUC destacam-se a preocupação com a saúde, a praticidade, o fortalecimento da agricultura familiar e a credibilidade do empreendimento. Também foram mencionadas a preocupação ambiental, o fortalecimento do cooperativismo e a qualidade dos alimentos. Ainda segundo o gestor entrevistado, durante a pandemia observou-se um aumento na demanda por produtos orgânicos, agroecológicos e veganos. Conclui-se que a digitalização dos mercados se configura como um importante instrumento para a comercialização da agricultura familiar, sobretudo quando articulada a organizações coletivas.

Palavras-chave: cooperativismo; consumo alimentar; digitalização.