

AMANDA SIEGLOCH

**AS TRANSFORMAÇÕES NOS MERCADOS AGROALIMENTARES A PARTIR
DA PANDEMIA DE COVID-19: O CASO DA APOFAC DE HUMAITÁ/AM**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Universidade Federal do
Amazonas como parte das exigências para
obtenção de título de Bacharel em
Agronomia.

**HUMAITÁ
AMAZONAS - BRASIL**

2023

AMANDA SIEGLOCH

**AS TRANSFORMAÇÕES NOS MERCADOS AGROALIMENTARES A PARTIR
DA PANDEMIA DE COVID-19: O CASO DA APOFAC DE HUMAITÁ/AM**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Universidade Federal do
Amazonas como parte das exigências para
obtenção do título de Bacharel em
Agronomia.

Orientador: Prof.º Dr. Jeferson Tonin

HUMAITÁ
AMAZONAS - BRASIL
2023

Ficha Catalográfica

Ficha catalográfica elaborada automaticamente de acordo com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

S571t Siegloch, Amanda
As transformações nos mercados agroalimentares a partir da
pandemia de Covid-19: o caso da APOFAC de Humaitá - AM /
Amanda Siegloch . 2023
39 f.: il.; 31 cm.

Orientador: Jeferson Tonin
TCC de Graduação (Agronomia) - Universidade Federal do
Amazonas.

1. Associativismo. 2. Agricultura familiar. 3. Comercialização. 4.
Cooperação. I. Tonin, Jeferson. II. Universidade Federal do
Amazonas III. Título

AMANDA SIEGLOCH

**AS TRANSFORMAÇÕES NOS MERCADOS AGROALIMENTARES A
PARTIR DA PANDEMIA DE COVID-19: O CASO DA APOFAC DE
HUMAITÁ/AM**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Universidade Federal do
Amazonas como parte das exigências
para obtenção de título de Bacharel em
Agronomia.

Orientador: Prof.º Dr. Jeferson Tonin

Trabalho de Conclusão de Curso defendido e **Aprovado** em: 16 de fevereiro de 2023.

Prof. Dr. Jeferson Tonin
Universidade Federal do Amazonas
(Orientador/Avaliador)

Prof.^a Dr.^a Perla Joana Souza Gondim
Universidade Federal do Amazonas
(Avaliadora)

Prof. Dr. José Tobias Marks Machado
Universidade Tecnológica Federal do Paraná
(Avaliador)

HUMAITÁ – AM

2023

Dedico esta dissertação ao meu falecido avô Alfredo Fischer, à minha mãe Elsa Maria Siegloch, à minha irmã Leila Adriani Siegloch, ao meu irmão Jorge Luís Siegloch e a todos os meus amigos e professores pelo apoio durante esta caminhada.

*“Faça o teu melhor, na condição que você tem, enquanto você não tem condições melhores, para fazer melhor ainda”
(Mário Sérgio Cortella).*

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus pelo privilégio da vida e por guiar meus passos nesta caminhada. Ao meu falecido avô, Alfredo Fischer, pelas incansáveis conversas de apoio e motivação, almejando a tão sonhada colação de grau.

À minha mãe, Elsa Maria Siegloch, por toda a motivação nos momentos difíceis, pelo afago e consolo quando mais precisei.

Aos meus irmãos, Leila Adriani Siegloch e Jorge Luís Siegloch, pelo apoio de sempre.

Ao meu querido orientador, Prof.º Dr. Jeferson Tonin, pelas oportunidades geradas a partir dos três anos de orientação nos projetos de iniciação científica, pela orientação neste TCC e também pelas inúmeras conversas e apoio durante esta caminhada.

Aos professores do IEAA/UFAM.

Ao meu colega de iniciação científica, Carlos Henrique, pela construção de saberes, pelas carreiras das vacas e dos cachorros durante os trabalhos de campo, os quais eram sempre com emoção.

Aos meus colegas de graduação, em especial Ely Jhones, Geiziany Simões, Renan Rodrigues, Aline Azevedo, Sayra Oikawa, Wener Simões, Zeneide Franco, Lucas Gabriel e Laís de Paula.

Aos meus amigos da matemática, com os quais passei por altos e baixos durante a graduação, em especial Augusto Gomes, Pedro Thiago e Victor Melo, e que junto com o Ely Jhones e eu, formamos o grupo Five. Amo vocês.

As amigas de ensino fundamental e médio, Valéria Rodrigues, Caroline Ferron, Thalia da Costa e Indrid Jaiely.

Meu mais sincero obrigada!

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Localização do município de Humaitá – AM.....	4
--	---

LISTA DE QUADROS

Quadro 1. Políticas públicas de compras públicas	8
Quadro 2. Diferenças entre associação e cooperativa	11
Quadro 3. Principais alimentos produzidos pelos associados da APOFAC	14
Quadro 4. Transformações nos mercados agroalimentares acessados pela APOFAC após a pandemia de Covid-19.....	23

ÍNDICE

RESUMO.....	vii
ABSTRACT	viii
1. INTRODUÇÃO	1
2. OBJETIVOS	3
2.1. Objetivo geral	3
2.2. Objetivos específicos.....	3
3. MATERIAL E MÉTODOS	4
4. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	7
4.1. Agricultura familiar	7
4.2. Impactos da Covid-19 na agricultura e nos mercados agroalimentares	9
4.3. Associativismo rural	11
5. RESULTADOS E DISCUSSÃO	13
5.1. Contextualização: a APOFAC e seus associados	13
5.2. Os mercados agroalimentares a partir da pandemia de Covid-19	15
5.3. Respostas aos desafios da pandemia.....	19
6. CONCLUSÕES.....	25
7. REFERÊNCIAS	26

RESUMO

Os mercados agroalimentares cada vez mais estão ganhando notoriedade, sobretudo com o constante crescimento populacional e a alta demanda de alimentos. Todavia, o acesso a eles não constitui uma tarefa simples, tornando a experiência dos agricultores (especialmente os familiares) dificultosa, de modo que com o auxílio de uma instituição, como uma associação ou cooperativa, estes processos podem ser fortalecidos, contribuindo para o desenvolvimento rural e para a diminuição do êxodo dos agricultores e familiares. Com o deflagrar da pandemia de Covid-19, o acesso aos mercados agroalimentares piorou ainda mais. A restrição de circulação de pessoas e o fechamento das escolas fez com que os principais mercados acessados ficassem inacessíveis. Nesse sentido, o objetivo desta pesquisa foi analisar as transformações dos mercados agroalimentares e o papel da habilidade social na construção de estratégias de comercialização a partir da pandemia da COVID-19 no âmbito da Associação de Produtores de Hortifrutigranjeiros do Alto Crato – APOFAC, em Humaitá - AM. Esta promove a articulação e a organização de agricultores para facilitar o acesso aos meios de comercialização. Atualmente 56 famílias estão cadastradas na associação e, juntas, atuam no abastecimento alimentar de escolas, feiras e mercados do município. Para realizar a pesquisa, foi utilizada a Teoria dos Campos de Ação Estratégica (CAE) de Fligstein e McAdam (2012), a partir da qual serão analisadas as habilidades e estratégias desenvolvidas pelos atores sociais em prol de diminuir os impactos ocasionados pela paralização dos diferentes tipos de mercados agroalimentares.

Palavras-chave: Agricultura familiar; Associativismo; Comercialização; Cooperação.

ABSTRACT

Agri-food markets are increasingly gaining notoriety, especially with the constant population growth and high demand for food. However, access to them is not an easy task, making the experience of farmers (especially family farmers) difficult, so with the help of an institution, such as an association or cooperative, these processes can be strengthened, contributing to rural development and reducing the exodus of farmers and family members. With the outbreak of the Covid-19 pandemic, access to agrifood markets has worsened further. The restricted movement of people and the closing of schools made the main markets inaccessible. In this sense, the objective of this research was to analyze the transformations of agrifood markets and the role of social ability in the construction of marketing strategies from the pandemic of COVID-19 in the Alto Crato Association of Fruit and Vegetable Producers - APOFAC, in Humaitá - AM. This association promotes the articulation and organization of farmers to facilitate their access to the means of commercialization. Currently 56 families are registered in the association and, together, act in the food supply of schools, fairs and markets in the municipality. To carry out the research, Fligstein and McAdam's (2012) Theory of Strategic Fields of Action (CAE) was used, based on which the skills and strategies developed by social actors will be analyzed in order to reduce the impacts caused by the paralization of different types of agro-food markets.

Keywords: Family farming; Associativism; Commercialization; Cooperation.

1. INTRODUÇÃO

Os impactos da pandemia de Covid-19 nos mais variados setores são visíveis. Quase uma reação em cadeia, em que um setor influenciou o outro. Em muitos casos, os empreendimentos agropecuários, os quais já vinham sofrendo com amplas dificuldades, como assistência técnica insuficiente e dificuldade de acesso a crédito, acabaram enfrentando uma grave crise de comercialização. O acesso aos insumos, a mão de obra escassa e a comercialização foram afetadas, uma vez que a diminuição da circulação de pessoas e o fechamento de estabelecimentos que comercializavam os produtos dos agricultores tiveram um efeito significativamente negativo na geração de renda no campo. Diante do novo cenário, boa parte da agricultura brasileira sofreu para realizar sua produção, distribuição e comercialização.

Escolas que antes garantiam as principais refeições de muitos alunos pelo país se mantiveram fechadas perante exigências sanitárias. Em um primeiro momento, existiam os agricultores familiares, os quais dependiam, em sua maioria, da comercialização dos seus produtos para conseguir manter suas residências. De outro, famílias que já se encontravam em situação de vulnerabilidade e deixaram de ter acesso aos alimentos. A partir disso percebe-se que os efeitos devastadores da pandemia se fizeram presentes e assolaram inúmeros lares nas mais distintas posições – seja quem produz ou quem consome.

A realidade se repetiu mundo afora, não sendo diferente no norte do Brasil, mais precisamente no estado do Amazonas, em que na primeira onda de Covid-19 no estado (em 2020) ocasionou até o colapso do sistema funerário (BARRETO et al., 2021). No Sul do estado, sobretudo no município de Humaitá, as principais medidas restritivas foram as mesmas que no restante do mundo, de forma que os principais mercados agroalimentares foram afetados instantaneamente, deixando muitos agricultores sem alternativa para comercializar seus produtos. É nesta realidade que se encontrava a APOFAC – Associação dos Produtores Hortifrutigranjeiros do Alto Crato, a qual reúne 56 famílias associadas e auxilia os produtores em todas as etapas da produção e comercialização.

Para tentar enfrentar as crises deflagradas em todo o setor agropecuário, a Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura (FAO/ONU) recomendou que os agricultores fizessem uso do *e-commerce* (comércio virtual) para contornar os problemas da pandemia e fazer com que não houvesse falta de alimentos nas prateleiras (FUTEMMA et al., 2020; GALANAKIS, 2020). Segundo Carvalho (2015), o potencial da internet para os produtores pode acelerar a comercialização dos seus produtos, reduzindo

custos e viabilizando as vendas. Isso faz com que os produtores possam ter maior controle sobre suas vendas, saindo de casa com boa parte da sua produção já vendida.

Este tipo de alternativa se torna muito válida, principalmente pelo baixo custo e pelo rápido alcance de pessoas. O grande problema é que na região de atuação da APOFAC, o acesso à internet é difícil e a logística é um grande impeditivo, sobretudo nas zonas rurais do município de Humaitá, localidade das propriedades dos associados, o que acabaria dificultando a utilização do serviço.

Regularizada no ano de 2009, a APOFAC auxilia na comercialização dos mais diversos produtos de seus associados, dentre eles a banana, a alface, a melancia, a couve, a mandioca e a melancia. É através dela que os produtores familiares conseguem acessar o principal mercado: o institucional. Este tipo de mercado permite a comercialização dos produtos em quantidade e valores normalmente acima daqueles praticados por atravessadores, sem desvalorizar o trabalho dos agricultores, disponibilizando alimentos de qualidade para escolas e a população em geral. Como o acesso ao mercado de compras públicas demanda certa burocracia, a presença de organizações coletivas (como é o caso da APOFAC) torna-se fundamental.

Com o avanço da pandemia, os principais mercados agroalimentares acessados pelos associados da APOFAC sofreram alterações e até mesmo paralizações. E é neste sentido que buscamos compreender quais foram tais transformações e como a associação construiu respostas para tentar solucionar esses problemas. E, a partir disso, buscou-se entender quais estratégias foram mobilizadas, como elas aconteceram e quem as articulou, de modo a visualizarmos a cooperação entre os atores sociais envolvidos. Para tanto, foram utilizados questionários semiestruturados, contendo perguntas norteadoras.

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo geral

- Analisar as transformações dos mercados agroalimentares e o papel da habilidade social na construção de estratégias de comercialização a partir da pandemia da COVID-19 no âmbito da Associação de Produtores de Hortifrutigranjeiros do Alto Crato - APOFAC.

2.2. Objetivos específicos

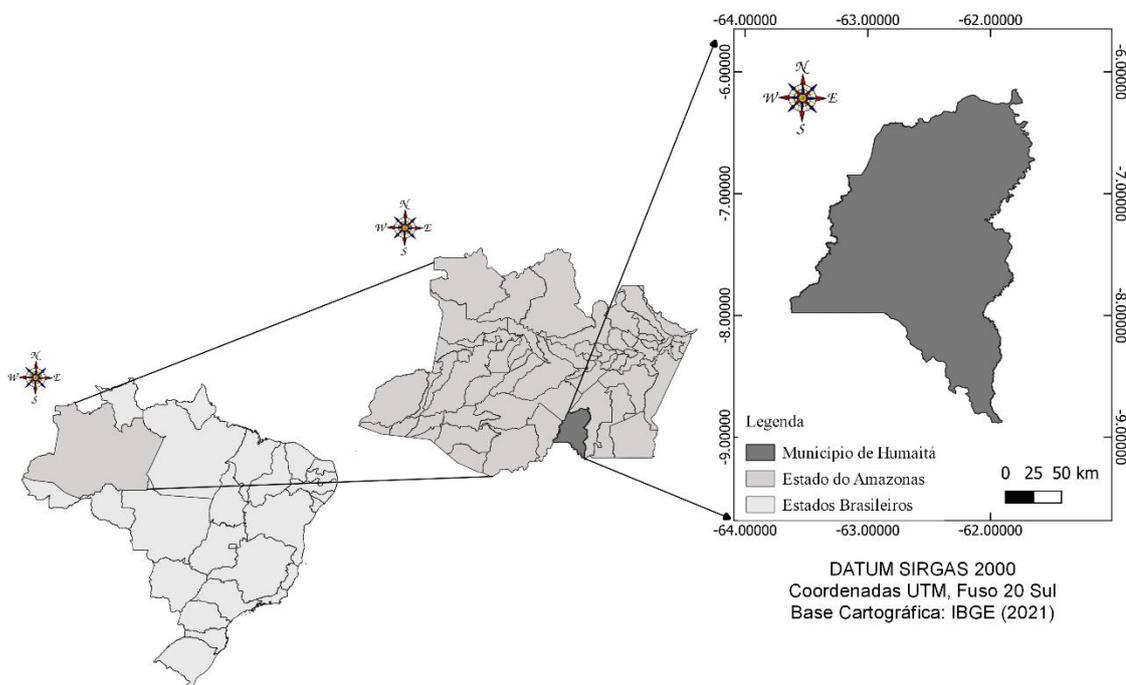
- Identificar os principais problemas enfrentados a partir da pandemia da Covid-19, sobretudo no que diz respeito aos mercados agropecuários;
- Mapear as respostas construídas a partir das novas demandas no âmbito da comercialização de alimentos;
- Analisar a habilidade social dos atores da APOFAC na construção das respostas aos problemas identificados.

3. MATERIAL E MÉTODOS

Esta pesquisa é do tipo exploratória com perfil qualitativo. Nesse sentido, nossa pesquisa não tem a pretensão de extrapolar suas conclusões para todo o conjunto dos agricultores do município ou mesmo da associação, mas apenas de conduzir uma análise a fim de identificar as principais transformações dos mercados na perspectiva dos gestores e de um grupo de associados. A partir disso, novas pesquisas podem surgir para dar continuidade às investigações. Dentre os principais autores utilizados para embasar os dados obtidos, destacamos Schneider (2016), Fligstein e McAdam (2012) e Wilkinson (2008). Esses sete autores versam sobre mercados e habilidades sociais, além dos outros que elaboraram pesquisas no período pandêmico e que corroboram para com esta pesquisa.

A localização deste estudo se deu no Sul do estado do Amazonas, mais precisamente no município de Humaitá, o qual faz divisa com o estado de Rondônia, tornando-a uma localidade propícia para o escoamento de produtos. Além disso, a cidade é banhada pelo Rio Madeira, pelo qual embarcações com containers passam também levando cargas. Na Figura 01 é apresentado o mapa de localização do município.

Figura 1. Localização do município de Humaitá – AM



Fonte: Elaborado pela autora, 2023

É neste município que está localizada a Associação dos Produtores de Hortifrutigranjeiros do Alto Crato – APOFAC, a qual conta atualmente com 56 famílias de agricultores familiares cadastrados, produzindo os mais variados alimentos, como a banana, a alface e a melancia. Os associados se encontram localizados nas zonas rurais do município, onde possuem suas propriedades e realizam suas atividades.

Para que esta pesquisa fosse realizada, partindo do princípio em que o principal objetivo desta pesquisa foi analisar a transformação dos mercados alimentares e partir disso identificar quais foram as habilidades construídas pelos atores sociais (os associados) e do campo onde as habilidades acontecem (associação), optou-se por utilizar a Teoria dos Campos de Ação Estratégica (CAE) de Fligstein e McAdam (2012), a qual nos possibilitou visualizar como que os atores sociais da APOFAC se mobilizaram para responder aos problemas advindos da pandemia para os mercados agroalimentares. Os mercados, por sua vez, foram classificados a partir da proposta de Wilkinson (2008), o qual os classifica basicamente em alternativo, convencional e institucional.

Baseado no que foi encontrado na literatura e no que foi vivenciado no cotidiano no deflagrar da pandemia, percebeu-se que foi legítima a mudança em todos os segmentos, inclusive no agropecuário, enfatizando a importância de entender como tudo aconteceu e o que foi feito para contornar tal situação. Para isso, dividiu-se a pesquisa em três partes, a saber:

- i. Identificar quais problemas surgiram referentes aos mercados agroalimentares, sobretudo os que englobam a associação estudada;
- ii. Em um segundo momento, compreender e visualizar quais foram as alternativas encontradas pelos atores sociais para superar os problemas identificados na primeira etapa da pesquisa;
- iii. Por fim, mas não menos importante, foi analisado o papel de se ter uma organização coletiva em prol de agricultores, sobretudo nesse contexto, de modo a se diminuam os problemas a serem enfrentados pelos atores sociais.

Além disso, viu-se a necessidade de evidenciar três conceitos a serem utilizados nesta pesquisa, sendo eles:

- I. Habilidade social: mesmo que ação estratégica, ou seja, ação dos atores sociais em se mobilizarem em prol de um resultado;
- II. Campo: local onde a habilidade social acontece;
- III. Componentes: constituintes do campo;

IV. Choque externo: evento que influencia todo o conjunto acima, como a pandemia por Covid-19.

Esta pesquisa se deu por meio de questionários semiestruturados. O período de realização foi durante os meses de outubro de 2021 e janeiro de 2022, com 4 associados, sendo que um também ocupa o cargo de presidente e outro associado ocupa o cargo de vice-presidente. As entrevistas foram divididas entre remotas e presenciais, respeitando todas as exigências sanitárias. Para nortear as entrevistas alguns tópicos foram utilizados, como os mercados acessados antes e após a pandemia, aumento ou diminuição da comercialização, novidades que mitigaram os problemas advindos pela pandemia e o papel da associação na percepção dos associados.

4. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

4.1. Agricultura familiar

O termo Agricultura Familiar possui diversos significados, podendo estar relacionado ao tipo de agricultura que se difere do trabalho patronal e camponês, ou até mesmo se posicionar como categoria analítica advinda de estudos do campo acadêmico, além de outras conotações a ele empregadas (CALDART et al., 2012). Mas para que ele seja enfim designado, é necessário haver algumas características e diretrizes, as quais foram instituídas a partir da Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006, onde é necessário que a propriedade não ultrapasse 04 módulos fiscais; tenha predominantemente o uso de mão-de-obra familiar; o percentual mínimo da renda familiar tem que vir das atividades desenvolvidas na propriedade; a própria família deve realizar a gestão da propriedade (PASQUALOTTO, KAUFMANN e WIZNIEWSKY, 2019).

Questões como a melhoria de vida dos produtores e seus familiares e questões ambientais, ainda eram negligenciadas antes dos anos de 1980, muito disso se deu em função de que nesta época ainda não era de grande preocupação o lado social da produção, sobretudo com a industrialização acelerada, e em função disso o êxodo rural nas décadas de 70 e 80 aumentaram. De acordo com Silva (2015), foi somente após 1980 que se passou a dar mais atenção à categoria que posteriormente viria a ser conhecida como agricultura familiar, de modo a fazer relações não somente ao âmbito econômico, mas também a outras funções que eram diretamente ligadas a este segmento produtivo.

Com relação à Região Norte do Brasil, algumas instituições foram criadas ainda nos anos 90 para auxiliar no desenvolvimento da região e da agricultura presente. A título de exemplo, tem-se a Superintendência de Desenvolvimento da Amazônia – SUDAM, do Programa de Integração Nacional – PIN, tendo como principal objetivo auxiliar no planejamento de desenvolvimento da região (BORGES & SARAIVA, 2021). Tais ações, juntamente a bancos e iniciativa privada, trabalhavam para que estradas fossem abertas e se facilitasse o escoamento de produções.

Além disso, foram criadas algumas políticas públicas específicas para a categoria dos agricultores familiares, como é o caso do PRONAF (Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar), o qual surgiu no ano de 1995, com principal objetivo de fornecer linhas de crédito/custeio para a agricultura familiar, sendo que para ter acesso ao programa, é necessário cumprir todas as diretrizes que consideram uma propriedade como familiar.

Além de crédito e custeio, o programa surgiu com o intuito de enfatizar a importância da agricultura familiar como atividade prioritária inserida no sistema produtivo agropecuário, contando com a melhoria e aumento da capacidade produtiva, uma melhoria da qualidade de vida dos envolvidos e o pleno exercício da cidadania no meio rural (FERNANDES, 2013).

Os agricultores familiares necessitam de auxílios advindos do estado, o que muitas vezes não acontece (ou não para todos), sendo o quadro de funcionários reduzido de alguns órgãos assistencialistas é um dos fatores preponderantes para este problema. Segundo Delgado e Bergamasco (2017), o planejamento político-econômico tanto para a agricultura familiar quanto para a camponesa sofrem de um vazio com relação as ações do estado, o qual acaba se justificando por estereótipos que infelizmente acabam sendo mantidos até hoje à esta categoria, como unidades produtivas descapitalizadas e com baixo nível tecnológico. Isso faz com que alguns agricultores acabem não dando seguimento aos trabalhos (muito provavelmente por falta de incentivo).

Algumas políticas públicas relacionadas aos mercados agroalimentares surgem com o intuito de fortalecer ainda mais a permanência dos agricultores no campo. Consta no Quadro 1 as duas principais políticas públicas de acesso aos mercados agroalimentares.

Quadro 1. Políticas públicas de compras públicas

AS DUAS PRINCIPAIS POLÍTICAS PÚBLICAS DE ACESSO À MERCADOS AGROALIMENTARES INSTITUCIONAIS		
PNAE	Programa Nacional de Alimentação Escolar	Criado no ano de 1954 com o nome "Alimentação Escolar", que em 2009 passou a ser um tipo de mercado institucional, o qual adquire pelo menos 30% de produtos advindos da agricultura familiar para a merenda escolar
PAA	Programa de Aquisição de Alimentos (atual Alimenta Brasil)	Outro tipo de mercado institucional surgido no ano de 2003 e tem por objetivo alimentar pessoas com vulnerabilidade socioeconômica e fortalecer a agricultura familiar

Fonte: Elaborado pela autora, 2023

A consolidação desse tipo de programa não está ligado somente ao fortalecimento da agricultura familiar, mas sim ao acesso de alimentos saudáveis e de qualidade aos alunos

que estudam e também para as pessoas que não possuem condições financeiras suficientes para ter acesso aos produtos de qualidade como os advindo desse segmento de agricultura.

4.2. Impactos da Covid-19 na agricultura e nos mercados agroalimentares

A pandemia por Covid-19 impactou todos os países do mundo, em todas as esferas (sobretudo sanitária, social e econômica). No campo, produtores passaram a ter dificuldades até mesmo com a segurança ao comercializarem seus produtos. Havia riscos no transporte dos produtos entre o campo e a cidade, o enfrentamento dos mais diversos protocolos sanitários e o risco da venda direta (DIAS; BEZERRA, 2021). Para os agricultores familiares, tais complicações acarretaram dificuldades financeiras, já para os consumidores, dificuldades alimentícias, pois a falta de alimentos *in natura* diminuiu consideravelmente. Já para os grandes exportadores, o período pandêmico de 2020 também ficou marcado pela alta do dólar, gerando alto rendimento para os produtores de *commodities* (COSTA; OLIVEIRA, 2020). Agricultores que já sofriam com dificuldades financeiras antes mesmo dos decretos estabelecidos por profissionais da saúde, tiveram suas situações ainda mais agravadas. A falta de proteção sanitária para continuar trabalhando com maior tranquilidade, problemas com logística de transporte dos produtos e restrições de acesso aos créditos financeiros por instabilidade econômica (SCHNEIDER et al., 2020), foram problemas recorrentes em todo o país.

Estes agricultores que precisaram paralisar suas atividades produtivas, na maioria das vezes utilizavam do que era produzido para suprirem suas necessidades básicas de alimentação, de modo a diminuir drasticamente a necessidade em sair de casa e ir até o supermercado. O problema é que nem todos possuíam diversificação de seus produtos, ficando a mercê de economias anteriores à pandemia ou de ajuda de terceiros. Dentre todos os impactos sofridos na agricultura, um dos mais significativos foi em relação aos mercados agroalimentares, os quais se desestabilizaram abruptamente e geraram grandes impactos em toda cadeia, tanto para quem produz, quem vende ou quem consome.

Para Schneider (2016), podemos definir “mercados” para além do senso comum, os classificando como: a) um *locus*, ou seja, um local e/ou espaço físico, onde ocorram trocas de produtos e afins; b) como um princípio a nortear tanto a economia como a sociedade; c) um local de construção social, onde se tenham trocas e interações. Percebe-se então, que a comercialização não é apenas um ato, e sim um transmitir e construir conhecimentos e experiências.

Além da classificação citada acima, coloca-se em evidência nesta pesquisa uma proposta que classifica os mercados em três tipologias principais: convencionais, alternativos e institucionais (WILKINSON, 2008). Para os convencionais existe uma cadeia mais longa entre produtor e consumidor, tendo os atravessadores como “ponte” que os interligam. Já para os alternativos, tem-se uma cadeia um pouco mais curta (produtor e consumidor), como as vendas em mercados locais. Por fim, os institucionais, os quais advêm de programas governamentais, com maior burocracia, porém as principais vantagens são a garantia das vendas e o preço justo pago pelos produtos.

Porém, durante o ápice do período pandêmico tais trocas diminuíram ou chegaram a ficar suspensas após os decretos sanitários para conter o avanço do coronavírus. Mas para além das trocas diárias ou semanais de saberes, a comercialização foi drasticamente impactada, tornando ainda mais difícil o acesso aos mercados agroalimentares, sobretudo os institucionais, que pela paralização das aulas acabaram impedidos de continuar comprando produtos da agricultura familiar. A ausência das aulas e a consequente suspensão da alimentação escolar, o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) foi duramente afetado, colocando em risco a situação socioeconômica de produtores que até então dependiam apenas deste mercado ou o tinham como o principal meio de comercialização (SINGULANO; VIANA; INÁCIO, 2023). O acesso aos mercados na grande maioria das vezes é algo complicado, sobretudo em regiões mais afastadas, como nos interiores do estado do Amazonas. O acesso ao mercado consumidor se torna dificultoso, sobretudo aos agricultores que não conseguem se organizar em conjunto, tanto em cooperativas como associações (SCHUSTER; DEPONTI, 2021). E é esse acesso que acaba fazendo com que muitos desistam ou não consigam o faturamento acima do esperado, desmotivando-os.

Com a restrição de circulação e fechamento de feiras e escolas com a pandemia, alguns mercados agroalimentares ficaram inacessíveis. Por conta do rápido avanço da pandemia e a transformação dos setores, os agricultores demoraram para se adaptarem a nova realidade e, conseqüentemente, às novas estratégias de comercialização (BREITENBACH, 2021). Programas institucionais de aquisição de alimentos advindos da agricultura familiar, como o PNAE e o antigo PAA (Programa Nacional de Alimentação Escolar e Programa de Aquisição de Alimentos, respectivamente) atual Alimenta Brasil, ficaram vários meses sem funcionar, reestabelecendo suas atividades sob novas condições apenas no final de 2020, em que escolas adquiriam os produtos para a confecção de kit's alimentares para os alunos e suas respectivas famílias, os quais dependiam, em boa parte, da alimentação advinda da escola.

4.3. Associativismo rural

As ações coletivas ganham espaço cada vez mais na sociedade, sobretudo na área rural, onde se tem a junção de pessoas em prol de um bem comum. Exemplos desse tipo de cooperação são as associações, as quais se apresem como opção facilitada de colaboração, sem precisar de um quantitativo alto de pessoas para sua criação, necessitando apenas seguir o Código Civil (ROCHA et al., 2018). Por mais que muitas semelhanças possam ser citadas entre os tipos de ações coletivas, sobretudo acerca de associações e cooperativas, existem algumas peculiaridades que os diferenciam e acabam influenciando sobre a escolha de qual tipo de organização se encaixa melhor em cada realidade. Podemos constatar tais diferenças a partir do Quadro 2 abaixo.

Quadro 2. Diferenças entre associação e cooperativa

	ASSOCIAÇÃO	COOPERATIVA
DEFINIÇÃO LEGAL	Organização sem fins lucrativos	Organização civil/comercial, a qual não possui fins lucrativos, mas auxilia e viabiliza atividades lucrativas de seus cooperados
PRINCIPAIS OBJETIVOS	Objetiva-se a implementação e defesa de todos os seus associados	Atua no armazenamento e comercialização dos produtos
COMPROMISSOS SOCIAIS COM OS COOPERADOS	Incentiva avanços técnicos, profissionais e culturais de seus associados	Oferta assistência profissional e técnica para seus cooperados
NÚMERO DE PESSOAS	Número mínimo de 2 pessoas para que seja possível a criação	Pelo menos 20 pessoas são necessárias para a criação, ocupando todos os cargos
FORMAÇÃO DO PATRIMÔNIO	Não possui capital social	Possui capital social, o qual é resultado de quota parte de cada cooperado ao se cooperar
AMPARO LEGAL	Constituição (Art. 5º) e Código Civil	Constituição (Art. 5º) e Código Civil

Fonte: Adaptado de Costa, 2020

O número necessário para a criação de cada organização pode acabar refletindo na escolha final de qual instituição formar, sobretudo em lugares onde se tem um quantitativo

pequeno de agricultores. E é tentando driblar vulnerabilidades e problemas comuns que muitos agricultores recorrem a este tipo de organização (ROCHA et al., 2018).

A criação de associações facilita em vários pontos, como o acesso aos mercados de comercialização, a acesso as políticas de crédito rural existentes, além de vários outros pontos (JÚLIO DE & FILHO, 2017). É neste contexto que essas organizações se enquadram, visando o bem-estar não apenas dos que fazem parte, mas sim de toda a sociedade a qual está inserida, melhorando inclusive dados de desenvolvimento e econômicos.

Em distintas áreas é perceptível a visualização de que quando se trabalha em conjunto de pessoas com o mesmo propósito, as chances de se ter êxito são maiores do que se estiver sozinho. A resolução de problemas para um conjunto de pessoas organizadas também é melhor, uma vez que ocorre o desenvolvimento de articulações e capacidades políticas (JÚLIO DE & FILHO, 2017). Esse tipo de organização é muito comum na agricultura, uma vez que as dificuldades enfrentadas pelos produtores são diversas, sobretudo em regiões mais distantes, onde se tem preços altíssimos de insumos em decorrência do valor do frete, angariando espaços perante a sociedade.

5. RESULTADOS E DISCUSSÃO

5.1. Contextualização: a APOFAC e seus associados

O município de Humaitá-AM possui grande heterogeneidade do ponto de vista sociocultural, pois segundo Schutz et al. (2014), existe um mosaico étnico-cultural no território do município de Humaitá, que por um lado fez com que houvesse miscigenação populacional e, por outro, contribuiu para que se houvessem os processos de construção de identidades coletivas rurais, junto com as diferentes formas históricas de apropriação e exploração de recursos territoriais.

Por conta da referida miscigenação populacional, incluindo as mais diversas culturas, foram inseridas nos sistemas de produção diferentes práticas e formas de produzir alimentos, resultando em uma produção diversificada. O grande gargalo, na maioria das vezes, encontra-se no acesso aos mais variados mercados, evidenciando-se a dificuldade e até mesmo a escassez dos meios de comercialização, sejam eles institucionais (como programas de apoio e escolas) ou individuais, de modo com que todos tivessem condições de comercializar suas produções. No município de Humaitá, tais problemas foram mencionados pelos interlocutores. Segundo o Agricultor 01: *“Quando você tem produto e começa a colocar no mercado local e sobra, às vezes coloca um mercado, dois, três, mas tá sobrando teu produto”* (AGRICULTOR 01, 2022).

Em razão deste e de outros problemas relacionados à comercialização de alimentos, surgiu a necessidade de se ter uma organização, a fim de melhorar as condições de acesso aos canais de comercialização, acessar políticas públicas voltadas à venda, investimento para maquinários e custeio, propostas que melhorariam todo o ciclo produtivo, envolvendo suporte desde a produção até a comercialização. A partir destas demandas, já nos anos 2000, surge a primeira associação dos agricultores do Alto Crato (área rural do município, distante cerca de 3 quilômetros do centro de Humaitá), a qual contemplaria produtores que morassem nas redondezas e que por falta de capitalização decidiram se unir para angariar melhorias para todos.

Porém, enfrentando alguns problemas relacionados a documentações e afins, a primeira associação do Alto Crato deixou de existir, dando lugar para criação, já em meados de 2014, de uma nova associação, denominada Associação de Produtores Hortifrutigranjeiros do Alto Crato (APOFAC), a qual conta atualmente com 56 famílias associadas e auxilia na produção de vários agricultores familiares. Além da comercialização,

auxilia no desenvolvimento econômico e social do município. O Quadro 3 resume os principais alimentos produzidos pelos associados da APOFAC.

Quadro 3. Principais alimentos produzidos pelos associados da APOFAC

Alimentos mais produzidos pelos associados da APOFAC	
1	Abóbora (<i>Curcubita</i> spp.)
2	Alface (<i>Lactuca sativa</i> L.)
3	Banana (<i>Musa</i> spp.)
4	Couve (<i>Brasica oleracea</i> L.)
5	Mandioca (<i>Manihot esculenta</i> L.)
6	Melancia (<i>Citrullus lanatus</i> L.)

Fonte: Elaborado pela autora, 2023

Os resultados aqui obtidos e corroborados com o quadro anterior, apontam para a importância da associação no campo da comercialização de alimentos, principalmente pelo fato da mesma reunir uma maior parte da produção, fazer o trabalho da logística desses produtos e realizar todos os trâmites burocráticos de toda essa diversidade de produtos, diminuindo o ônus dos agricultores. A história dessa associação aqui analisada vai ao encontro da história de outras associações e cooperativas no Brasil, as quais foram criadas para atuar na comercialização de produtos agropecuários (ANJOS et al., 2022) e não com a finalidade de atuar com a assistência técnica.

Para exemplificar, pode-se citar o caso de alguns associados que foram entrevistados a partir desta pesquisa. O primeiro agricultor veio do estado do Paraná no ano de 2012, que possui a pecuária como principal atividade, mas ao mudar-se para o município de Humaitá, resolveu investir em uma horta com a família, a qual deu certo e passou a investir na produção de outros alimentos também. Logo, a partir das dificuldades encontradas pela associação, ofereceram-lhe a administração desta organização, que até então estava inoperante desde 2014. Assim, organizando toda a documentação que permitiu sua regularização, este se torna o presidente da associação e também associado, comercializando uma grande diversidade de produtos, desde cheiro-verde até frutas, como é o caso da banana e melancia, que são produtos importantes regionalmente.

Já o segundo agricultor, o qual é natural do município de Humaitá, além de associado tornou-se o vice-presidente da organização. Anteriormente ocupava função apenas de pecuarista, mas hoje faz entrega de polpa de cupuaçu e carne de peixe para a associação. Este agricultor, junto ao presidente da associação, realizou projetos para conseguir recursos e adquirir maquinários que auxiliassem tanto na produção como no escoamento dos produtos dos associados, que é o principal problema relatado por todos.

O terceiro agricultor veio do Maranhão na década de 90 e viu na associação uma forma de conseguir entregar seus produtos sem que ocorressem sobras, além da facilidade para escoar, sendo que atualmente possui ampla diversificação de produção, mas para associação comercializa banana e peixe. Por último, há o Agricultor 04, que é participante da associação há 6 anos e é produtor de mandioca e abacaxi. Segundo relato deste agricultor, entre os anos de 2007 e 2008, o órgão de assistência do município (IDAM) responsabiliza-se pelo processo de coleta de seus produtos, mas que pela falta de profissionais e pelas dificuldades de acesso, o agricultor encontrou na associação uma forma de driblar tais situações. Estes apontamentos justificam a criação de uma associação que auxiliasse os produtores com todos os desafios até agora encontrados, os quais se tornam barreiras e impossibilitam a renda advinda da agricultura familiar.

5.2. Os mercados agroalimentares a partir da pandemia de Covid-19

Após o surgimento da pandemia por Covid-19, vários foram os problemas envolvidos nas cadeias produtivas do setor agropecuário em todo o país, mas em sua maioria, eram problemas pré-existentes, e que diante de tal situação se tornaram mais evidentes, como é o caso dos mercados agroalimentares. Estes mercados se dividem, basicamente, em: alternativos, convencionais e institucionais, conforme supracitado (WILKINSON, 2008). Destes, os alternativos se caracterizam principalmente pela venda em mercados locais; os convencionais são aqueles em que há a presença de atravessadores para fazer a ponte entre produtor e consumidor final; e institucionais são os mercados criados a partir de políticas públicas.

Para os mercados considerados alternativos, a venda de produtos da agricultura familiar em feiras se torna uma boa possibilidade, tendo em vista o grande número de pessoas circulando diariamente, além da venda direta aos consumidores em outros locais, como na própria propriedade rural, conforme demonstra estudo realizado por Lima (2021, p. 08) sobre

o estado de Pernambuco, acerca dos impactos neste tipo de mercado após a pandemia de Covid-19:

A pandemia de covid-19 impactou de forma direta os agricultores familiares estaduais devido ao fechamento dos principais meios de escoamento da produção. E ao aderirem a comercialização de seus produtos por meios digitais (WhatsApp, Instagram, Facebook, outros) os mesmos conseguiram escoar a sua produção mesmo que em quantidades reduzidas (LIMA, 2021, p. 08).

O problema é que com a pandemia as feiras acabam fechando por causa dos protocolos de biossegurança, além do número de pessoas (mesmo que em supermercados) ter diminuído consideravelmente, como relatam Vestena et al. (2022), com o estudo sobre adversidades impostas pela pandemia de Covid-19 à agricultura familiar em dois municípios do Rio Grande do Sul. Vargas et al. (2022) também encontraram essa mesma realidade em um estudo sobre a feira da Agricultura Familiar em Mafra-SC durante a pandemia da COVID-19. Tais fatos, como evidenciou-se, não se restringem apenas ao estado do Amazonas, mas sim diz respeito aos mercados agroalimentares de maneira geral.

Com relação ao uso de tecnologias, as quais poderiam ter resolvido alguns problemas dos agricultores, é importante registrar que os associados da APOFAC são, em sua maioria, famílias compostas principalmente de pessoas com idade mais avançada, fazendo com que tais meios se tornem inviáveis. Outro problema relacionado a esse aspecto, é que em grande parte das propriedades não existe acesso à internet, visto que este é um problema comum nas zonas rurais amazonenses, sobretudo em Humaitá. Problemas envolvendo a situação socioeconômica, a qual muitas vezes pode ser desfavorável, também podem dificultar o acesso à informação.

Outra possibilidade, que também já foi muito utilizada pelos associados para fazer venda individual, especialmente para outros municípios, é a comercialização convencional, utilizando-se de atravessadores. Para Ueno et al. (2016), atravessadores são agentes que entram nas cadeias produtivas apenas para fazer o vínculo entre produtor e consumidor. Esses agentes também são chamados de intermediários. Estes, presentes nos mercados acessados pelos agricultores da APOFAC, buscam por produtos advindos geralmente da agricultura familiar, sobretudo as mercadorias que possuem maior destaque regional, como a mandioca, a banana, a melancia e a abóbora.

Por fim, os mercados criados pelas políticas públicas, como por exemplo o Programa Nacional de Alimentação Escolar - PNAE, o qual resulta na aquisição de pelo menos 30% da merenda escolar oriunda da agricultura familiar (o que gera mercado estável através de contratos/licitações), e o Programa de Aquisição de Alimentos - PAA, o qual também

adquire produtos da agricultura familiar, mas para utilização por pessoas que não possuem acesso, aumentando a segurança alimentar destas, destinando alimentos para hospitais, creches e exército, por exemplos. Para Camargo, Baccarin e Silva (2013), estes dois programas permitem o reconhecimento e o fortalecimento da agricultura familiar tanto como produtora de alimentos como de agente econômico. Estes, por sua vez, dependem de demanda para que estejam aptos a abrirem chamadas públicas, para que então, produtores ou organizações se inscrevam e sejam contemplados.

O grande problema é que durante a pandemia as escolas tiveram suas aulas suspensas e, conseqüentemente, estes programas ficaram paralisados, fazendo com que muitos produtores que comercializavam suas produções somente desta maneira, ficassem sem renda alguma. Para o Agricultor 01: *“no primeiro ano, parou as entregas da merenda escolar, e perderam tudo, no próximo ano que voltou, mas tinha um receio, mas continuamos produzindo (AGRICULTOR 01, 2022)”*. Percebe-se que além dos mercados institucionais terem parado, os próprios agricultores ficaram com receio em comercializar, sobretudo no primeiro ano de pandemia, fazendo com que alguns colocassem até placas em frente às propriedades, identificando que não estavam recebendo ninguém (mesmo que para comercialização de algum produto).

Outro problema que afeta a comercialização, mas agora se tratando de uma questão sanitária, é que a associação ainda não possui uma agroindústria (mesmo que pequena), de modo que venha a processar alguns alimentos produzidos pelos associados, pois mesmo antes já sendo algo necessário, no cenário pandêmico e pós-pandêmico tais exigências se tornaram ainda maiores, além do que esta poderia proporcionar maior vida útil de prateleira para as produções e aumentar o valor agregado dos produtos. Segundo cartilha elaborada pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) e Ministério da Educação (MEC) para a comercialização de produtos oriundos de agricultura familiar para mercados institucionais, um dos pontos necessários a serem cumpridos, é: *“8. Garantir a qualidade higiênico-sanitária dos gêneros durante a seleção e o armazenamento dos itens, os quais devem estar adequadamente acondicionados no Kit, de forma a garantir a proteção contra contaminantes” (MAPA; MEC, 2020, pg. 07)*.

Tais problemas, antes enfatizados apenas aos agricultores familiares, também se relacionam diretamente com a Segurança Alimentar e Nutricional (SAN) da sociedade em si e de alunos de escolas estaduais e municipais, os quais faziam as principais refeições nas instituições de ensino. De acordo com Arruda e Dickson (2022), dados obtidos no Censo Escolar 2019 evidenciam que no Brasil, 39 milhões de crianças e adolescentes estavam

matriculados na rede pública de educação básica, fazendo pelo menos uma refeição por dia (em boa parte dos casos, a única) na escola, a qual acontecia pela merenda escolar. Esta merenda escolar engloba os mercados institucionais citados acima (PNAE e PAA), tornando evidente que esses quase 40 milhões de estudantes sofreram diretamente o impacto da pandemia, colocando em risco inclusive a saúde nutricional. Ou seja, não se trata apenas da renda das associações e dos agricultores, também tem relação com a segurança alimentar da população.

É a partir de tais dados que vemos o quanto a agricultura familiar se torna imprescindível em todos os aspectos sociais e econômicos. Carlini e Senra (2021, p. 05) discorrem acerca das consequências para os estudantes:

O fechamento das escolas a partir de março/2020 devido à pandemia deixou um imenso contingente de estudantes sem acesso às refeições diárias fornecidas pelo PNAE, contribuindo para a insegurança alimentar e nutricional (InSAN) de muitos dos escolares e suas famílias. (Gurgel, et al., 2020). A pandemia do COVID-19 ao redor do mundo revelou-se uma ameaça concreta e imediata nas questões da segurança alimentar e nutricional (SAN) de populações mais vulnerabilizadas. As populações em situação de fome crônica podem crescer drasticamente, resultando na condição de insegurança alimentar e nutricional (InSAN) (CARLINI; SENRA, 2021, p. 05).

É notório que os dois problemas acima citados não foram voltados apenas a uma classe, mas sim à toda população, a qual ainda passa por dificuldades, mesmo que hoje já se tenha certa normalidade, mas os danos ocasionados ainda permanecerão por muito tempo. Segundo Gazzola e Aquino (2021), dados obtidos a partir da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD Contínua) do mês de julho de 2020 demonstram que mais da metade dos agricultores familiares brasileiros (51%) tiveram suas receitas diminuídas, de modo que cerca de 35% da renda bruta familiar mensal fosse perdida.

Através das questões debatidas, percebe-se que a paralisação de feiras e mercados institucionais (os quais totalizam elevada importância, sobretudo para os associados da APOFAC) se tornaram constantes em todo o país, de modo que aumentasse ainda mais a insegurança já vivenciada pela agricultura familiar, resultando em respostas que em sua maioria partiram dos próprios associados, como será relatado na próxima seção.

Especificamente no caso do sul do Amazonas, os dados dessa pesquisa mostram que para o mercado alternativo, a circulação de pessoas em feiras, mercados e até mesmo a procura diretamente ao produtor caíram consideravelmente, diminuindo a receita e, conseqüentemente, impactando na economia individual e coletiva. Já para os convencionais, a presença de atravessadores se tornou crucial em algumas situações, em que mesmo por um

valor muito abaixo do mercado, em poucas vezes os agricultores tiveram a oportunidade de realizar a comercialização da produção. Por fim, para os mercados institucionais, a paralização de escolas acarretou em problemas relacionados aos programas do Governo do Estado, pois uma vez sem aula, a compra de produtos oriundos da agricultura Familiar ficou paralisada.

Não obstante, a associação analisada (APOFAC), que era o principal meio de comercialização dos mercados institucionais (pois além de comercializar os produtos sem haver perdas, a precificação praticada acompanhava o valor real e justo dos alimentos), acabou perdendo seu principal mercado de vendas, resultando em dificuldades enfrentadas por todos os associados, sobretudo aqueles que tinham vínculo de comercialização apenas com a organização.

5.3. Respostas aos desafios da pandemia

Os problemas foram vários, como constatados acima, de forma que a partir de agora, será analisada a transformação dos mercados alimentares acessados pela APOFAC e a maneira pela qual os agentes (os associados) e a própria associação articularam-se para tentar solucionar os problemas que decorreram da pandemia, ou seja, iremos avaliar a habilidade social, de modo que teremos dois momentos a analisar: 2020 a 2021 sendo o primeiro momento, o qual foi marcado pelas primeiras implicações da pandemia no país, e a partir de 2022 sendo o segundo momento, já retratando como estes se encontram nos dias atuais.

No primeiro momento, em 2020, iniciou-se a crise sanitária, a qual se agravou rapidamente, fazendo com que todos fossem pegos de surpresa. As respostas aos problemas foram diversas, desde a venda individual, até a produção para o autoconsumo, ou seja, a produção obtida dentro das propriedades acabou ficando apenas para satisfazer as necessidades alimentícias das famílias, sem que ocorresse as comercializações e, conseqüentemente, a geração de renda para o abastecimento de demais produtos. A venda de produtos oriundos da agricultura familiar em mercados institucionais e de proximidade foi afetada diretamente, uma vez que medidas sanitárias foram impostas nos campos de comercialização, afetando inclusive a logística de transporte e armazenamento dos mesmos (NIEDERLE; SCHNEIDER; CASSOL, 2021).

Além da falta de renda, a distância entre os centros de comercialização e o medo do contágio pelo vírus fizeram com que os agricultores ficassem ainda mais retidos em suas propriedades. Uma vez que os mercados institucionais (principal mercado das associações e

cooperativas) respondiam por grande volume da comercialização da produção e também da renda do agricultor familiar (NOGUEIRA; MARCELINO, 2021). Muito disso se deu ao fato de que mesmo com habilidades potenciais para driblar a crise sanitária e econômica, os agentes locais, que em sua maioria não dispunham de recursos, não tinham muito o que fazer. Para Souza, Jesus e Beraldo (2021), o surgimento de estratégias tanto produtivas como de comercialização também foi identificado como perspectiva de desenvolvimento e, também, de fortalecimento por parte da agricultura familiar.

As políticas públicas que adquiriam mais da metade dos produtos dos associados foram interrompidas a partir do começo da pandemia. Falamos no contexto do município de Humaitá, mais precisamente da APOFAC, mas a interrupção de políticas públicas voltadas para a agricultura familiar atingiu associações e cooperativas espalhadas por todo o Brasil, bem como demonstram Souza, Jesus e Beraldo (2021, p. 11) em estudo realizado em Cooperativa no Tocantins:

Os principais meios para escoar a produção são através da venda nas feiras livres e nos mercados institucionais. Antes da pandemia, a cooperativa produzia cerca de quatro a cinco toneladas de alimentos/mês, mas diante do surto da Covid-19 a realidade tem sido outra. De acordo com a presidente da Cooprato, as vendas da associação caíram mais da metade, isso porque diversas restrições sanitárias foram recomendadas pelo poder público a fim de evitar a proliferação do vírus, sendo o fechamento das feiras uma delas (SOUSA; JESUS; BERALDO, 2021, p. 11).

No primeiro ano da pandemia o Governo reformulou alguns pontos do PNAE, o qual voltou a funcionar por aproximadamente três meses, de forma que os produtos a serem adquiridos da associação iriam para os kits formulados para entregar às famílias dos alunos da educação básica. O mesmo voltou a se repetir no ano de 2021. Assim, dois problemas eram parcialmente resolvidos: a segurança alimentar de parte dos alunos, uma vez que alguns residem em localidades distantes e precisariam de logística para ter acesso, e a renda dos agricultores familiares. Futemma et al. (2020, p. 04) destacam em seu estudo como aconteceu a reformulação do PNAE:

Houve um ajuste no PNAE para não descontinuar o fornecimento de alimentos para os alunos em algumas regiões do Brasil. As medidas de emergência adotadas pelo governo no combate à crise provocada pela Covid-19, por meio da Lei nº 13.987, de 7 de abril de 2020, autorizam a distribuição de gêneros alimentícios adquiridos com recursos do PNAE aos pais ou responsáveis dos estudantes das escolas públicas de educação básica, de modo a garantir a destinação da cota de 30% à agricultura familiar, e visa atender mais de 80 mil agricultores familiares, segundo o governo federal (FUTEMMA et al., 2020, p. 04).

Por mais que a portaria tenha sido lançada e em determinado período do ano as licitações de compras fossem liberadas, não foi algo tão fácil para ser implementado, uma vez que a situação ainda era diferente, levando mais tempo para que os alimentos chegassem até os lares dos estudantes e serem consumidos, sendo necessário então fazer compras de alimentos não perecíveis ou com maior tempo de prateleira, fazendo com que mesmo com a portaria, algumas associações deixassem de comercializar os produtos, pois estes não atendiam ao que pedia as reformulações do programa.

Outro programa que, vale ressaltar, opera no âmbito do Governo do Estado do Amazonas, é o PREME (Programa de Regionalização da Merenda Escolar), o qual, junto da Agência de Desenvolvimento Sustentável do Amazonas (ADS), também lançam editais em prol de licitações para compra de merenda escolar de associações e/ou cooperativas, ocorrendo também durante a crise sanitária, podendo se inscrever produtores individuais, organizações de produtores e afins. Este, por sua vez, se caracteriza pela compra de 57 variedades de produtos regionais, os quais serão ofertados na alimentação de alunos em escolas públicas estaduais de ensino.

Em virtude da paralisação das atividades presenciais nas escolas (as quais eram as grandes responsáveis pelas compras dos produtos dos associados), a associação não teve alternativas para tentar reverter os impactos ocasionados pela crise sanitária, ficando apenas como base e apoio aos associados. Ou seja, os mercados operados por meio da associação foram interrompidos e a associação não dispunha de outros recursos para construir novos mercados. Uma das possibilidades que a literatura especializada aponta tem a ver com os mercados digitais. Segundo estudo feito por Zuñiga, Zuñiga e Montilla (2020, p. 02) em diferentes fontes virtuais, a utilização da internet se intensificou na pandemia e:

O uso do Youtube para divulgação de experiências e promoção de produtos da agricultura familiar em Chipaque, Colômbia; do Instagram para publicidade de produtos da “agricultura familiar da macrorregião dos Picos, Estado do Piauí, Brasil; do WhatsApp para comércio eletrônico no Estado do Sergipe, Brasil; e do site web para facilitar a comunicação entre pequenos produtores e consumidores no Chile e como loja virtual para a comercialização de produtos da agricultura familiar no Rio Grande do Sul, Brasil. Esses casos foram selecionados entre um conjunto de 34 iniciativas da América do Sul resenhadas em diferentes tipos de sites (ZUÑIGA, ZUÑIGA e MONTILLA, 2020, p. 02).

Esta situação, a qual é vivenciada em outras associações e cooperativas, não acontece no interior do Amazonas, muito pela falta de conexão em zonas rurais e em parte pela falta de acesso dos produtores às tecnologias. Os problemas supracitados também afetaram outras

organizações pelo restante do país, conforme nos demonstra Diverno, Passador e Di Marco (2020, p. 10) da Cooperativa de Agricultores Familiares de Itacaré (COFAI):

No dia 20 de maio de 2020, em meio a pandemia, a presidência da COFAI recebeu uma normativa por e-mail em que a situação do estado de São Paulo foi exposta: devido às alterações impostas pela pandemia, apenas quatro das treze cooperativas do estado continuavam funcionando plenamente. Dessas treze, inclusive, três haviam fechado completamente as suas portas porque não possuíam sequer ambientes refrigerados para abrigar seus produtos (DIVERNO; PASSADOR; DI MARCO, 2020, p. 10).

Assim, diante do exposto, percebe-se que inicialmente a individualização das vendas se tornou uma necessidade, momento este em que os associados iniciaram a criação de um novo mercado direto individual, onde a cadeia produtiva se resumiu entre produtor e consumidor. Porém, as dificuldades enfrentadas foram grandes, uma vez que anteriormente a própria associação fazia o papel da ligação entre o produtor e o consumidor, sendo então a logística responsável por grande parte das dificuldades encontradas neste novo mercado desenvolvido pela maioria dos indivíduos participantes da APOFAC, pois a distância em que cada associado se encontra dos centros de maior movimentação pode inviabilizar o comércio. Por exemplo, na época do inverno amazônico a maioria das estradas e vicinais se tornam intrafegáveis e necessitam de veículos especializados que somente a associação dispõe.

Em relação a este tipo de entrega com a cadeia mais curta (produtor X consumidor), o Agricultor 02 discorre que: *“Na realidade até aumentou... Na realidade eu já tinha até parado com o leite, por causa de estrada, né? Entregando uma vez por dia”* (AGRICULTOR 02, 2022). Percebe-se que esta se tornou uma alternativa considerada bem aceita, uma vez que além de ser uma resposta ao problema, obteve-se resultados melhores do que o esperado, substituído, ou complementando, a renda desses agricultores, uma vez que alguns comercializavam seus produtos apenas para mercados institucionais (PNAE e PAA/Alimenta Brasil), e agora possuem outras alternativas.

Em resumo, nos anos de 2020 e 2021, os quais tiveram a abrupta ação do coronavírus no país e o rápido avanço no estado do Amazonas, várias classes sofreram consequências, sobretudo os produtores da agricultura familiar, os quais acabaram perdendo produtos e não tendo renda por causa da paralisação dos principais meios de comercialização os quais faziam parte. Já em um segundo momento, no ano de 2022, o qual, com o avanço de vacinas fabricadas para conter as novas variantes, a flexibilização aumentou, fazendo com que feiras

voltassem a funcionar, escolas, quartéis e a alta capacidade de circulação de pessoas, normalizando a maioria dos mercados, inclusive os institucionais.

Por fim, destaca-se que a habilidade formulada pelos agricultores associados foi fundamental para que houvesse a construção de novos mercados (como os individuais), mas que não atendem a todos por conta da logística de transporte. Com relação as respostas advindas da cooperativa, a mesma não teve recursos próprios para que houvesse a articulação de novos mercados, uma vez que também não houve políticas ou apoio direto do Estado no sentido de construir novas alternativas coletivamente.

Percebe-se, portanto, o quanto a crise sanitária do COVID-19 influenciou e continua influenciando todas as áreas, seja por falta de comercialização, por falta de acesso a alimentação (ou alimentação de qualidade e em quantidades suficientes), de modo que é necessário agir rápido mas com cautela mediante situações adversas, e manter o olhar atento aos agentes que estão diariamente envolvidos nos processos de produção e comercialização no campo.

Conforme exposto, percebe-se que os canais de comercialização utilizados pela associação estudada (APOFAC) foram fortemente prejudicados com a pandemia, de modo a alterar todo o fluxo de produção e comercialização dos associados. No Quadro 4 abaixo, constam as principais mudanças ocorridas nos três tipos de mercados agroalimentares acessados pela APOFAC após o início da pandemia.

Quadro 4. Transformações nos mercados agroalimentares acessados pela APOFAC após a pandemia de Covid-19

MERCADOS	PRINCIPAIS MUDANÇAS APÓS A PANDEMIA	PRINCIPAIS RESPOSTAS À PANDEMIA
Alternativo	Com a restrição de pessoas e fechamento de feiras, a utilização das feiras foi prejudicada em um primeiro momento.	Como resposta, alguns associados iniciaram ou fortaleceram a venda individual e, posteriormente, o retorno às feiras.
Convencional	Com a comercialização em supermercados e atravessadores, a venda para outros municípios com o auxílio de atravessadores diminuiu, mas continuou sendo uma das opções aos agricultores.	Mesmo com demanda reduzida, as entregas nos supermercados continuaram, o que constitui um tipo de mercado com poucas alterações decorrentes da pandemia.

Institucional	Escolas sem aula presencial, interrompendo o principal canal de comercialização da APOFAC	Em abril de 2020 o PNAE foi reformulado, criando, durante três meses de cada ano (2020 e 2021), licitações para a compra de alimentos oriundos da agricultura familiar para a montagem de kits para as famílias dos alunos. O grande problema é que os alimentos tinham que ser menos perecíveis, pois o tempo necessário para se chegar aos lares dos alunos era maior do que o prazo para consumo dos alimentos nas escolas. O PREME do Amazonas também se fortaleceu, onde alguns agricultores se cadastraram para comercializar seus produtos. O retorno foi apenas gradual ao longo de 2020 e 2021.
---------------	---	--

Fonte: Elaborado pela autora, 2023

Assim, percebe-se que as respostas foram as mais diversas possíveis, porém, vale ressaltar que algumas políticas públicas vigentes em todo o território nacional, pertencentes não somente ao cotidiano da APOFAC, mas no de vários agricultores, associações e cooperativas, demoraram a trazer alguma resposta no contexto pandêmico, mesmo que não era de conhecimento todo o tempo necessário para termos o “novo normal”, de modo a prejudicar muito aqueles que necessitam dessas políticas para sobreviver, como é o caso do PAA e do PNAE.

6. CONCLUSÕES

Este estudo nos retratou como atores sociais são capazes de se mobilizar diante de uma mudança abrupta de cenário, de modo a tentarem minimizar os impactos ocasionados por tais mudanças. A construção de iniciativas individuais é considerada como resposta e estratégica. O simples fato de produzir apenas para o autoconsumo familiar se torna uma estratégia.

Os mercados agroalimentares sofreram grandes consequências com o deflagrar da pandemia. O fechamento de feiras, escolas e a restrição de circulação de pessoas alterou completamente o estilo de vida dos agricultores familiares. O principal mercado acessado pela APOFAC, o institucional, ficou paralisado por um longo tempo, deixando os associados apreensivos e tendo que se reinventarem para conseguir o sustento de suas famílias.

Especificamente na APOFAC, os atores sociais tentaram mitigar os problemas advindos da pandemia de Covid-19 com diversas alternativas, como a comercialização individual, a qual mesmo após a flexibilização das medidas sanitárias continuou sendo adotada, se configurando como um novo mercado acessado, auxiliando no desenvolvimento socioeconômico das famílias. Porém, isso aconteceu de acordo com as condições de cada agricultor, tendo em vista que estes não queriam que a associação parasse com as atividades de comercialização. A produção para autoconsumo, onde as porteiras das propriedades foram fechadas para o ambiente externo, de modo a minimizar o contato e diminuir os riscos de contágio; Além da participação nos mercados institucionais reformulados, como o PREME e o PNAE (este último ficando ativo durante três meses ao ano).

Se tratando do campo onde a habilidade social e as estratégias acontecem, ou seja, a própria associação, a mesma não dispunha de recursos suficientes para mitigar completamente os problemas, mesmo que esta dispunha de habilidades e alternativas, uma vez que a ajuda do estado com possíveis linhas de crédito para contemplação da organização não existiram naquele momento, tampouco programas específicos de apoio técnico.

Deste modo, conclui-se que os mercados agroalimentares se modificaram, mesmo que temporariamente, com o deflagrar da pandemia, fazendo com que os próprios usuários destes canais de comercialização contornassem os problemas provisoriamente. Todavia, de maneira alguma se trata de inação por parte da associação. Pelo contrário, trata-se principalmente de uma falta de ação do estado em fornecer apoio suficientes para as iniciativas locais e coletivas do interior do estado.

7. REFERÊNCIAS

ANJOS, E. G.; et al. Vivenciar para aprender, aprender para vivenciar: uma experiência do curso de gestão de cooperativas em três associações comunitárias de Governador Mangabeira/BA. **Relato De Experiência Área Temática: Educação Resumo**. 2022.

ARRUDA, G. A. DE; DIKSON, D. Pandemia e merenda escolar: silenciamentos, dissimulações e efeitos de sentido nas normas de distribuição dos kits de alimentação nas escolas públicas. **Dialogia**, n. 40, 2022.

BARRETO, I. C. DE H. C. et al. Colapso na Saúde em Manaus: o fardo de não aderir às medidas não farmacológicas de redução da transmissão da COVID-19. **Saúde Debate**, v. 45, n. 131, 2021.

BORGES, W. L.; SARAIVA, O. N. Agricultura familiar e políticas públicas: estudo de caso na Comunidade Vila Ressaca da Pedreira, Macapá, Amapá, Brasil. **Revista Brasileira De Agroecologia**, v. 16, n. 1, 2021.

BREITENBACH, R. Estratégias De Enfrentamento Dos Efeitos Da Pandemia Na Agricultura Familiar. **Desafio Online**, v. 9, n. 1, 2021.

CALDART, R. S. et al. Dicionário da Educação do Campo. Fundação Oswaldo Cruz, **Expressão Popular**, 2012.

CAMARGO, R. A. L.; BACCARIN, J. G.; SILVA, D. B. P. O papel do Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e do Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) no fortalecimento da agricultura familiar e promoção da segurança alimentar. **Temas de Administração Pública**, v. 8, n. 2, 2013.

CARLINI, F. K. A.; SENRA, R. E. F. A política de alimentação escolar em tempos de pandemia. **Research, Society and Development**, v. 10, n. 12, 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**. Orientador: Antônio Carlos dos Santos, 2015, 193 f. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Gestão de Negócios, Economia e Mercados. Disponível em: <<http://repositorio.ufla.br/handle/1/10510>>. Acesso em: 11 nov. 2022.

COSTA, B. Y. S. **A Importância Das Associações Para Os Produtores Familiares**. Orientador: Fabio Luiz Oliveira de Carvalho, 2022, 52 f. TCC (Graduação – Engenharia Agrônômica, Centro Universitário AGES. Disponível em: <<https://repositorio.animaeducacao.com.br/handle/ANIMA/24220>>. Acesso em: 23 nov. 2022.

COSTA, A. B. N; OLIVEIRA, K. P. S. **O agronegócio durante pandemia do covid-19: um relato técnico na empresa agrícola Famosa**. Ciências Contábeis, UNIFERSA. 2020.

DELGADO, G. C.; BERGAMASCO, S. M. P. P. **Agricultura familiar brasileira: desafios e perspectivas de futuro**. Brasília: Ministério do Desenvolvimento Agrário, 2017.

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**, v. 17, n. 1, 2021.

DIVVERNO, M. H.; PASSADOR, C. S.; DI MARCO, C. A. F. **A Agricultura Familiar e a pandemia do novo Coronavírus: um estudo de caso da Cooperativa de Agricultores Familiares de Itararé (COAFAI)**. Faculdade De Economia, Administração E Contabilidade De Ribeirão Preto (FEA-RP/USP). 2020.

FAGOTTI, L. N. **O “fazer-se” associativo: associativismo e agricultura familiar no interior paulista**. Orientador: Ricardo Luiz Sapia de Campos, 2017, 122 f. Tese (Mestrado) – Pós-Graduação em Ciências Sociais, da Faculdade de Ciências e Letras, UNESP/Araraquara. Disponível em: <<https://repositorio.unesp.br/handle/11449/150693?show=full>>. Acesso em: 19 jan. 2022.

FERNANDES, S. **O PRONAF na agricultura familiar: sua criação, distribuição e principais resultados**. Orientador: Carlos Guilherme Adalberto Mielitz Neto, 2017, 58 f. TCC (Graduação) – Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/79225>>. Acesso em: 23 nov. 2022.

FUTEMMA, C. et al. **A Pandemia da Covid-19 e os Pequenos Produtores Rurais: Superar ou Sucumbir?**. *SciELO Preprints*, 2020.

GAZOLLA, M.; RUFINO DE AQUINO, J. 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, 2021.

LIMA, J. R. B. Produção agrícola pernambucana frente à pandemia de covid-19: impactos e iniciativas na agricultura familiar. Orientador: Valéria Sandra de Oliveira Costa, 2021, 117 f. Dissertação (Mestrado) – Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente (PRODEMA), Centro de Filosofia e Ciências Humanas (CFCH), Universidade Federal de Pernambuco. Disponível em: <<https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/40526>>. Acesso em: 17 dez. 2022.

NIEDERLE, P. et al. **Mercados alimentares digitais: inclusão produtiva, cooperativismo e políticas públicas**. Editora da UFRGS. 2021.

NOGUEIRA, V. G. C.; MARCELINO, M. Q. S. Covid-19: impactos e estratégias para a comercialização de alimentos da agricultura familiar no DF. **Revista de Política Agrícola**, v. 1, n. 1, 2021.

Orientações para a execução do PNAE durante a situação de emergência decorrente da pandemia do coronavírus (COVID-19). Brasília, DF - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, Ministério da Educação, 2020. 07 p.

PASQUALOTTO, N.; KAUFMANN, M. P.; WIZNIEWSKY, J. G. **Agricultura familiar e desenvolvimento rural sustentável**. Núcleo de Tecnologia Educacional da Universidade Federal de Santa Maria, 2019.

ROCHA, P. M. R.; et al. A importância do associativismo rural para a agricultura familiar: oportunidade de renda para pequenos produtores da Comunidade Santa Luzia do município de Jesuítas (PR). **Revista De Extensão E Estudos Rurais**, n. 7, p. 07–28, 2018.

SCHUSTER, P. R.; DEPONTI, C. M. Os desafios enfrentados pela Agricultura Familiar para sua inserção na Diversificação da Produção de Alimentos. **Ágora**, n. 23, p. 22–48, 2021.

SCHNEIDER, S. et al. Os efeitos da pandemia da Covid-19 sobre o agronegócio e a alimentação. **Estudos Avancados**, v. 34, n. 100, 2020.

SCHNEIDER, S. **Mercados e Agricultura Familiar**. Construção de Mercados e Agricultura Familiar (pp.93 - 142). Edition: 1º, Editora da UFRGS, 2016.

SCHÜTZ, G. E. et al. Socio-Ecological super-determination of health in rural areas in humaitá, State of amazonas, Brazil. **Ciencia e Saude Coletiva**, v. 19, n. 10, p. 4051–4060, 1 out. 2014.

SILVA, S. P. **A Agricultura Familiar E Suas Múltiplas Interações Com O Território: uma análise de suas características multifuncionais e pluriativas**. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, 2015.

SINGULANO, M. A.; VIANA, F. D. F.; INÁCIO, I. L. E. Efeitos da pandemia de Covid-19 sobre o acesso aos canais de comercialização dos agricultores familiares: estudo qualitativo no município de Mariana - MG. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 61, n. 4, 2023.

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. | 1 | **Recife**, v. 10, p. 2021.

UENO, V. A. et al. **Estratégias de Comercialização da Agricultura Familiar: estudos de caso em assentamentos rurais do estado de São Paulo**. In: SIMPÓSIO SOBRE REFORMA AGRÁRIA E QUESTÕES RURAIS, Araraquara: UNIARA, 2016.

VARGAS, L. P. et al. A FEIRA DA AGRICULTURA FAMILIAR EM MAFRA-SC NA PANDEMIA DA COVID-19. **Revista Baru - Revista Brasileira de Assuntos Regionais e Urbanos**, v. 8, n. 1, 2022.

VESTENA, M. H. et al. Adversidades impostas pela Covid-19 à Agricultura Familiar nos municípios de Santa Maria e São João do Polêsine/RS. **Geografia Ensino & Pesquisa**, v. 26, p. e2, 23 maio 2022.

WILKINSON, J. **Mercados, Redes e Valores: o novo mundo da agricultura familiar**. Editora: UFRGS, 2008.

ZUÑIGA, E. C. C.; ZUÑIGA, N.; MONTILLA, A. L. Agricultura familiar y plataformas digitales en el contexto de la COVID-19. Iniciativas de América del Sur. **Espacio Abierto** Vol 29 N° 4, 2020.