

Redes sociais são aliadas de agricultores familiares para venda de produtos

Qui 02 abril

As redes sociais se tornaram grandes aliadas dos agricultores familiares para divulgação e venda dos produtos, após o avanço do coronavírus (Covid-19) no país. Eles estão se adaptando à nova realidade para, além de cuidar da saúde, evitar prejuízos em suas atividades. Um exemplo vem de Viçosa, na Zona da Mata mineira. A feira Quintal Solidário, que conta com a participação de 30 produtores, foi suspensa para evitar aglomerações. A feira era realizada uma vez por semana e tinha fluxo de 500 pessoas a cada edição, entre consumidores e expositores de hortifrutigranjeiros, da agroindústria familiar e de artesanato.

“Levando em consideração as recomendações para manter o distanciamento entre pessoas e evitar aglomerações para garantir a segurança dos expositores e consumidores, vimos que seria difícil manter o Quintal Solidário. Mas muitos agricultores vivem graças ao rendimento nas feiras. Então, construímos uma estratégia para criar o Quintal Solidário virtual”, explica a professora do departamento de Nutrição e Saúde da Universidade Federal de Viçosa (UFV), Sílvia Eloiza Priore, coordenadora de feira.

Os agricultores providenciaram fotos de seus produtos, além de informações de preços e contatos para que os organizadores da feira pudessem fazer postagens nas redes sociais. As vendas passaram a ser feitas por encomenda, com entrega na casa dos consumidores.

O produtor Vítor Gomide aderiu à divulgação pelas redes sociais para entrega direta ao cliente. Acostumado a vender queijos e outros produtos lácteos em feiras e supermercados, ele viu a comercialização reduzir após a recomendação de isolamento social e do fechamento de alguns pontos de venda. Além da divulgação pelas redes sociais do Quintal Solidário, o feirante também criou uma conta própria no Instagram.

A fabricação dos produtos lácteos é feita pela manhã, com a ajuda da mãe. Durante a tarde, Vítor sai para fazer as entregas e conta que ainda está se adaptando ao novo modelo de venda. “Foi uma alternativa que encontramos para amenizar a situação, mas o resultado está até surpreendendo. Por enquanto, não cobramos taxa de entrega e muitos consumidores estão pedindo que a gente continue com as entregas mesmo depois que esta situação melhorar”, conta.

A [Emater-MG](#), vinculada à [Secretaria de Estado de Agricultura, Pecuária e Abastecimento \(Seapa\)](#), está dando orientações aos agricultores diante desta nova realidade de comercialização. “Estamos pedindo atenção aos cuidados que eles devem ter, tanto durante a produção na propriedade quanto na hora de fazer a entrega, no contato com os consumidores. Orientamos os agricultores a não receber dinheiro: o pagamento deve ser feito preferencialmente por cartão de crédito ou transferência bancária, para diminuir o risco de contaminação”, explica a técnica da Emater-MG em Viçosa, Vera Lúcia Rodrigues Fialho.

Tapioca em Unai

Em Unaí, no Noroeste de Minas Gerais, uma produtora de tapioca também optou pela divulgação pelas redes sociais depois que as feiras que participava foram suspensas. A solução encontrada por Mércia Melo foi a entrega em casa. A ideia surgiu após demanda dos próprios consumidores. “O pessoal começou a ligar, então comecei a entregar as tapiocas em casa. Todo dia recebo pedidos, não é a mesma coisa que nas feiras, mas ajuda a diminuir o prejuízo”, afirma.

Os contatos acontecem pelas redes sociais e celular. “As entregas são feitas pelo meu marido. Nós temos tomado todo o cuidado com a limpeza das embalagens e também com a higienização pessoal”, relata. Assim como outros participantes das feiras do município de Unaí, Mércia recebe orientações técnicas da Emater-MG.