



O rural e a virtualização das relações comerciais: o marketing e a agricultura familiar na era da digitalização

Jonas Vitor Tolocka^a

Resumo: A virtualização das relações comerciais é uma tendência do processo de digitalização da sociedade. O marketing, como campo de estudos dedicado a encontrar as melhores formas de comunicação para essas relações, assimilou rapidamente as mudanças desenvolvendo o chamado marketing digital. Para superar as adversidades surgidas com a Covid-19 agricultores familiares intensificaram a expansão do comércio de seus produtos para modelos digitais. Este estudo partiu de uma abordagem de pesquisa qualitativa, de natureza teórica que apresenta de forma descritiva as características da agricultura familiar brasileira e do marketing digital com o objetivo de investigar de que maneira o marketing digital está sendo aplicado no comércio de produtos da agricultura familiar. A literatura ainda não apresenta estudos significativos envolvendo diretamente o uso do marketing digital pela agricultura familiar. Porém, os estudos sobre *e-commerce* e mercados digitais de

a Graduação em Comunicação Social. Mestrando em Planejamento e Gestão do Território pela UFABC – Universidade Federal do ABC. E-mail: jonas.tolocka@ufabc.edu.br.

alimentos fornecem informações que permitem concluir que a relação entre a agricultura familiar e o campo de estudo dedicado ao marketing ainda não estão consolidados.

Palavras-chave: E-commerce. Comércio digital de alimentos. Agricultura familiar. Marketing digital.