



SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE INTEGRAÇÃO
E DESENVOLVIMENTO REGIONAL
Ambientalidades e Desenvolvimento Regional no Litoral Norte do RS
5 A 7 DE NOVEMBRO | IFRS CAMPUS OSÓRIO-RS



Sociobiodiversidade, Redes e Comercialização: A experiência do Trii Ecológico

GT1 - Mecanismos e dinâmicas regionais, territoriais e rurais

Juliane Salapata Duarte¹

Potira Viegas Preiss²

Resumo

Este trabalho analisa as dinâmicas e os desafios da digitalização em mercados territorializados da agricultura familiar, a partir do estudo do Sistema de Entrega Domiciliar Trii Ecológico (RS), que conecta agricultoras familiares a consumidoras urbanas por meio de um sistema digital simplificado de encomendas. Ancorado na tipologia dos mercados da agricultura familiar e em entrevistas com participantes da iniciativa, o estudo evidencia o forte enraizamento social do Trii Ecológico, caracterizado como um empreendimento típico de mercados territoriais e de circuitos curtos de comercialização. A experiência articula produção agroecológica, consumo responsável e vínculos de proximidade, contribuindo para o fortalecimento da agricultura familiar, a valorização da agroecologia e o desenvolvimento territorial. Os resultados indicam que o Trii Ecológico opera como um mercado digitalizado que preserva as relações de confiança, reciprocidade e cuidado, fundamentais nos territórios rurais. A mediação feminina, o engajamento das consumidoras e o uso criativo de tecnologias acessíveis são elementos centrais para a sustentabilidade da iniciativa, que se configura como uma inovação social no campo da alimentação e do desenvolvimento rural sustentável.

Palavras-chave: Agricultura familiar; Digitalização; Território; Mercados.

Sociobiodiversity, networks, and marketing: the experience of trii ecológico

Abstract

This study analyzes the dynamics and challenges of digitalization in territorialized markets of family farming, based on the case of the Trii Ecológico Home Delivery System (Rio Grande do Sul, Brazil), which connects women family farmers with urban consumers through a simplified digital ordering system. Grounded in the typology of family farming markets and supported by interviews with participants in the initiative, the study highlights the strong social embeddedness of Trii Ecológico, characterized as a typical example of territorial markets and short food supply chains. The experience integrates agroecological production, responsible consumption, and proximity-based relationships, contributing to the strengthening of family farming, the promotion of agroecology, and territorial development. The findings indicate that Trii Ecológico functions as a digitalized market that preserves key rural values such as trust, reciprocity, and care. Female mediation, consumer engagement, and the creative use of accessible technologies are central elements for the sustainability of the initiative, which emerges as a form of social innovation in the field of food systems and sustainable rural development.

Keywords: Family farming; Digitalization; Territory; Markets.

¹ Mestre em Desenvolvimento Rural, UFRGS, salapata.juliane@gmail.com.

² Pesquisadora Pós-Doc no Programa de Pós Graduação em Desenvolvimento Rural, UFRGS, potipreiss@gmail.com.



SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE INTEGRAÇÃO E DESENVOLVIMENTO REGIONAL

Ambientalidades e Desenvolvimento Regional no Litoral Norte do RS
5 A 7 DE NOVEMBRO | IFRS CAMPUS OSÓRIO-RS



1 INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, transformações significativas têm ocorrido nas formas de produção, comercialização e consumo de alimentos, impulsionadas tanto pelas mudanças nas demandas sociais por sustentabilidade quanto pelo avanço das tecnologias da informação e comunicação (TICs). Nesse contexto, observa-se a emergência de novos arranjos, frequentemente organizados em circuitos curtos de comercialização, que aproximam consumidores e produtores por meio de vínculos sociais, confiança e reconhecimento mútuo (DAROLT et al., 2016; SCHNEIDER, 2016).

A agricultura familiar, responsável por mais de 70% dos alimentos consumidos no Brasil (IBGE, 2017), tem sido protagonista de diversas experiências que articulam produção agroecológica, comercialização direta e uso estratégico das tecnologias digitais. Tais experiências têm se configurado como mercados territorializados digitalizados (PREISS; SCHNEIDER, 2020), em que o uso de ferramentas tecnológicas não rompe com os princípios da proximidade e da solidariedade, mas os potencializa, permitindo a construção de redes de abastecimento sustentáveis, afetivas e enraizadas no território.

Simultaneamente, o crescimento do consumo consciente, orientado por valores éticos, ambientais e sociais, tem contribuído para a valorização de formas alternativas de comercialização de alimentos, especialmente em contextos urbanos. Nesse processo, o papel das consumidoras tem se destacado, não apenas como compradoras, mas como coprodutoras e agentes de transformação social, ao apoiar práticas agroecológicas e contribuir para a geração de renda de famílias agricultoras (GUIVANT, 2003; GALLI et al., 2018).

Neste artigo, analisa-se o caso do Trii Ecológico, uma iniciativa de entrega domiciliar de alimentos agroecológicos criada em 2019 por duas empreendedoras no estado do Rio Grande do Sul. Atuando nos municípios de Viamão, Porto Alegre e Cachoeirinha, o projeto conecta agricultoras familiares, em sua maioria assentadas da reforma agrária, a consumidoras urbanas por meio de um sistema de pedidos digitais simples e relações comerciais baseadas no cuidado, na confiança e na reciprocidade.



**SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE INTEGRAÇÃO
E DESENVOLVIMENTO REGIONAL**
Ambientalidades e Desenvolvimento Regional no Litoral Norte do RS
5 A 7 DE NOVEMBRO | IFRS CAMPUS OSÓRIO-RS



A pesquisa busca compreender como o Trii Ecológico articula tecnologias digitais, princípios agroecológicos e organização comunitária, configurando-se como um exemplo de mercado territorializado digitalizado. Mais especificamente, analisa-se o papel das consumidoras na sustentação da iniciativa, bem como os impactos territoriais e sociais decorrentes da sua atuação. Este estudo se enquadra nos mercados territoriais, que são amplamente discutidos em pesquisas sobre canais curtos de comercialização e a crescente demanda por alimentos de qualidade com origem conhecida. Preiss e Schneider (2020) destacam que esses mercados compartilham um forte enraizamento social, em que a origem geográfica e social dos alimentos é altamente significativa para os consumidores. Estes não buscam apenas suprir suas necessidades alimentares, mas também apoiar processos mais amplos de desenvolvimento social, por meio do consumo de alimentos diferenciados. Após esta introdução, será apresentada a metodologia e os referenciais teóricos adotados no desenvolvimento. Na sequência, os resultados serão discutidos, culminando nas considerações finais do estudo.

2 METODOLOGIA

Este artigo integra os resultados parciais do projeto de pesquisa *“Mercados alimentares digitais no Brasil: dinâmicas, inovações e desafios da comercialização na agricultura familiar”*, financiado pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), por meio da Chamada Pública nº 40/2022 do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovações (Processo nº 409231/2022-3). A pesquisa se fundamenta em uma abordagem qualitativa, com suporte de dados quantitativos, buscando compreender as dinâmicas socioterritoriais, tecnológicas e organizativas associadas ao processo de digitalização em mercados agroalimentares da agricultura familiar.

A coleta de dados foi realizada com o apoio do *Aplicativo Alimentario*, uma ferramenta desenvolvida no âmbito do projeto para sistematizar informações sobre experiências de comercialização de alimentos oriundos da agricultura familiar. Foram utilizados dois instrumentos principais: (1) um questionário direcionado aos empreendimentos produtores e (2) um questionário voltado às consumidoras.



**SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE INTEGRAÇÃO
E DESENVOLVIMENTO REGIONAL**
Ambientalidades e Desenvolvimento Regional no Litoral Norte do RS
5 A 7 DE NOVEMBRO | IFRS CAMPUS OSÓRIO-RS



O primeiro questionário, aplicado a 10 empreendimentos da agricultura familiar incluindo agricultores individuais e três cooperativas vinculadas ao sistema Trii Ecológico, compreendeu 49 questões organizadas em blocos temáticos, incluindo: caracterização da unidade de produção e composição familiar; estrutura e conectividade digital dos domicílios e das propriedades; uso de ferramentas digitais na produção, gestão e comercialização; e estratégias de inserção em mercados físicos e digitais. Esse instrumento buscou mapear não apenas o perfil socioeconômico das unidades, mas também o grau de apropriação tecnológica e o papel das agricultoras na organização da produção e da comercialização.

O segundo questionário, destinado às consumidoras do sistema Trii Ecológico, contou com 42 questões distribuídas entre categorias como: perfil sociodemográfico; hábitos e frequência de consumo de alimentos agroecológicos; percepção de qualidade e confiança na origem dos alimentos; formas de relacionamento com as produtoras; e uso das tecnologias digitais no processo de encomenda e pagamento. Essa etapa teve como objetivo compreender a importância das consumidoras para a sustentabilidade do sistema, tanto como agentes econômicos quanto como mediadoras socioterritoriais. Nesse questionário foram 12 respostas.

Além da aplicação dos questionários estruturados, a pesquisa incluiu entrevistas semiestruturadas com as duas sócias gestoras do sistema Trii Ecológico, com foco na história do empreendimento, estratégias organizativas, desafios operacionais e percepções sobre a digitalização. Foi também realizada observação participante em momentos-chave da logística do sistema, como a coleta nas propriedades e a entrega dos alimentos nas residências urbanas, permitindo captar aspectos não verbalizados nas entrevistas e nos questionários, como gestos, interações, improvisos e dinâmicas afetivas. O processo foi complementado com registros fotográficos dos ambientes, produtos e relações envolvidas, contribuindo para a análise etnográfica e a composição do material empírico.

Neste artigo, opta-se por apresentar e analisar com maior profundidade os dados obtidos junto às consumidoras do Trii Ecológico, com o objetivo de evidenciar o papel estratégico desse grupo na sustentação do sistema e sua relevância para o fortalecimento de mercados territoriais agroecológicos. A análise dos dados foi orientada por uma perspectiva



**SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE INTEGRAÇÃO
E DESENVOLVIMENTO REGIONAL**
Ambientalidades e Desenvolvimento Regional no Litoral Norte do RS
5 A 7 DE NOVEMBRO | IFRS CAMPUS OSÓRIO-RS



interpretativa, dialogando com os referenciais teóricos sobre agricultura familiar, mercados agroalimentares territorializados, agroecologia, redes de abastecimento alternativas e processos de digitalização.

4 REFERENCIAL TEÓRICO

As transformações contemporâneas nos modos de comercialização de alimentos, especialmente no contexto da agricultura familiar, têm sido intensamente influenciadas pelo avanço das tecnologias da informação e comunicação (TICs). O uso de ferramentas digitais, redes sociais e plataformas de encomenda online tem ampliado as possibilidades de escoamento da produção agroecológica, ao mesmo tempo que fortalece circuitos curtos de comercialização e fomenta novas formas de organização territorial e redes de sociabilidade entre campo e cidade.

Nesse cenário, os chamados mercados da agricultura familiar distinguem-se dos mercados convencionais por se estruturarem a partir de valores como proximidade, confiança, qualidade dos alimentos e reconhecimento social do agricultor (SCHNEIDER, 2016). Esses mercados articulam dimensões econômicas, políticas e culturais e são compreendidos como mercados territorializados, por estarem enraizados em contextos sociais e geográficos específicos, com forte vínculo com os territórios de origem da produção.

Avançando nesse debate, Preiss e Schneider (2020) introduzem o conceito de mercados territorializados digitalizados, ressaltando que a introdução de tecnologias digitais ainda que simples pode expandir o alcance dessas redes sem comprometer sua lógica relacional. Nesse contexto, as TICs não operam apenas como ferramentas logísticas, mas tornam-se mediadoras de trocas simbólicas, vínculos sociais e pertencimento territorial.

Gazzola et al. (2019) reforçam que o fortalecimento de mercados locais agroalimentares contribui diretamente para o desenvolvimento territorial sustentável, ao valorizar recursos endógenos, gerar renda local, estimular práticas agroecológicas e diversificar a economia rural. A agricultura familiar, assim, transcende sua função produtiva e assume um papel estratégico na dinamização econômica, cultural e política dos territórios.



SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE INTEGRAÇÃO E DESENVOLVIMENTO REGIONAL

Ambientalidades e Desenvolvimento Regional no Litoral Norte do RS
5 A 7 DE NOVEMBRO | IFRS CAMPUS OSÓRIO-RS



A construção desses mercados alternativos também envolve a articulação entre políticas públicas, redes sociais locais e práticas de comercialização diferenciadas. Como apontam Grisa e Schneider (2015), o desenvolvimento territorial rural emerge da interação entre diferentes atores e iniciativas, especialmente quando estruturadas com base nos princípios da agroecologia, do cooperativismo e da economia solidária. Nesse contexto, a digitalização de circuitos curtos como grupos de compra solidária e plataformas de pedidos potencializa os efeitos dessas redes na transformação dos sistemas agroalimentares.

Experiências que integram TICs à comercialização de alimentos têm demonstrado impactos positivos na reconfiguração dos mercados agroalimentares, ao permitir relações mais justas entre produtores e consumidores, fortalecer a soberania alimentar e democratizar o acesso a alimentos saudáveis (DAROLT et al., 2016). A mediação tecnológica, portanto, não substitui os vínculos sociais, mas pode reforçá-los e ampliá-los, desde que apropriada de maneira crítica e situada.

Neste processo, iniciativas como o Trii Ecológico ganham relevância ao mostrarem como as tecnologias podem ser incorporadas de forma coerente com os valores da agroecologia e da economia solidária. Mais do que uma solução técnica, essas experiências configuram-se como formas de inovação social. Conforme Cunha et al. (2017), a inovação social envolve a mobilização de saberes locais, o fortalecimento de relações de confiança e a construção coletiva de práticas sustentáveis, especialmente em contextos de vulnerabilidade socioambiental.

Para além da inovação, essas redes atuam como estratégias de resistência frente à concentração do varejo e à invisibilização dos pequenos produtores. Niederle e Wiskerke (2020), ao analisarem as redes alimentares alternativas, destacam que tais arranjos operam como espaços de transição para sistemas alimentares mais sustentáveis, pautados em relações solidárias e na valorização dos bens comuns.

A agricultura familiar, nesse panorama, assume uma função estratégica. Segundo o IBGE (2017), é responsável pela maior parte dos alimentos consumidos no Brasil, mas sua



**SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE INTEGRAÇÃO
E DESENVOLVIMENTO REGIONAL**
Ambientalidades e Desenvolvimento Regional no Litoral Norte do RS
5 A 7 DE NOVEMBRO | IFRS CAMPUS OSÓRIO-RS



importância ultrapassa a esfera produtiva. Como argumenta Schneider (2010), a agricultura familiar articula trabalho, família e território, estruturando-se com base em múltiplas estratégias de reprodução social e em relações de reciprocidade. Além disso, seu protagonismo na produção agroecológica e na luta pela reforma agrária revela sua dimensão política e contra-hegemônica.

A consolidação de mercados alternativos, como apontam Grisa e Schneider (2015) e Gazzola, Schneider e Martins (2019), promove o desenvolvimento territorial ao impulsionar a geração de renda, a valorização da cultura alimentar, a diversificação da economia rural e a construção de políticas públicas mais sensíveis às especificidades locais. Esses mercados, ao promoverem conexões mais justas entre produção e consumo, transformam-se em mecanismos de mudança social e ambiental, contribuindo para a soberania alimentar e para o reconhecimento dos saberes camponeses.

Sob a perspectiva das consumidoras do Trii Ecológico, o consumo se configura como uma prática ética e política. Como afirma Guivant (2003), as escolhas alimentares tornam-se formas de cidadania ativa, expressando valores ligados ao cuidado com a saúde, ao apoio à produção local e à justiça social. A relação construída entre consumidoras e a iniciativa vai além da compra: envolve engajamento afetivo, pertencimento e reconhecimento mútuo.

Nesse sentido, Galli et al. (2018) introduzem o conceito de “coprodução”, ao descrever o papel das consumidoras como agentes ativos na sustentabilidade das redes alimentares alternativas. No caso do Trii, esse papel é reforçado por estratégias comunicativas afetivas como mensagens motivacionais nas embalagens e por uma gestão atenta e personalizada, que dialoga com a lógica do cuidado característica de muitas redes femininas de abastecimento.

As dinâmicas emergentes da comercialização agroecológica no contexto da agricultura familiar revelam um processo contínuo de reorganização social e econômica ancorado em valores como solidariedade, cuidado e reciprocidade. Essas experiências, especialmente quando articuladas a tecnologias digitais, não se limitam a inovações técnicas, mas configuram formas de inovação social, promovendo mudanças nas relações entre produtores, consumidoras e territórios. Para Moulaert et al. (2013), a inovação social está profundamente ligada à



**SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE INTEGRAÇÃO
E DESENVOLVIMENTO REGIONAL**
Ambientalidades e Desenvolvimento Regional no Litoral Norte do RS
5 A 7 DE NOVEMBRO | IFRS CAMPUS OSÓRIO-RS



mobilização coletiva de saberes, à busca por justiça social e à criação de novos arranjos institucionais capazes de responder a contextos de vulnerabilidade e exclusão.

Nesse sentido, a articulação entre TICs e agroecologia exige uma apropriação crítica e contextualizada da tecnologia, considerando os saberes locais e a construção coletiva do conhecimento. Como destaca Santos (2002), é fundamental valorizar um “conhecimento prudente para uma vida decente”, que reconheça as ausências produzidas pelos modelos hegemônicos de desenvolvimento e privilegie as emergências construídas a partir das experiências populares e periféricas. Iniciativas como o Trii Ecológico se inserem nesse movimento, ao integrar práticas digitais com a lógica dos cuidados, da confiança e da proximidade.

O papel das mulheres nessas redes é especialmente relevante. Como aponta Desmarais (2007), o protagonismo feminino nos movimentos camponeses e nas práticas agroecológicas revela uma força política baseada no cuidado com a terra, na reprodução da vida e na resistência às formas dominantes de agricultura industrial. Esse protagonismo se expressa também nos canais de comercialização alternativos, onde as redes de afeto, solidariedade e reconhecimento mútuo desempenham papel central na sustentação dos mercados locais.

Além disso, os sistemas agroalimentares alternativos que se estruturam por meio de relações diretas entre produtores e consumidores apresentam dimensões éticas que extrapolam a lógica mercantil. Para Thompson (2010), a construção de confiança e o engajamento moral com a origem dos alimentos são elementos essenciais de uma nova ética do consumo, em que o alimento passa a ser compreendido não apenas como mercadoria, mas como vínculo social. Nesse contexto, as escolhas alimentares das consumidoras tornam-se formas de expressão política e de exercício da cidadania.

As redes territoriais solidárias, ao fortalecer circuitos curtos de comercialização e ao promover a valorização dos recursos locais, operam como estratégias de desenvolvimento endógeno. Conforme Abramovay (2006), o capital social dos territórios construído a partir de laços de confiança, reciprocidade e cooperação é um elemento central na dinamização da economia rural e na construção de estratégias sustentáveis de reprodução social. Ao promoverem a



SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE INTEGRAÇÃO E DESENVOLVIMENTO REGIONAL

Ambientalidades e Desenvolvimento Regional no Litoral Norte do RS
5 a 7 DE NOVENBRO | IFRS CAMPUS OSÓRIO-RS



circulação de bens, valores e saberes, essas redes contribuem para o fortalecimento da autonomia dos agricultores e a resignificação das relações entre campo e cidade.

Finalmente, o consumo de alimentos agroecológicos no âmbito de mercados territorializados também pode ser interpretado à luz do conceito de "consumo cidadão". Para Seyfang (2006), consumidores engajados em redes de produção alternativa exercem um papel ativo na transformação dos sistemas alimentares, orientando suas escolhas por valores como justiça social, sustentabilidade e apoio à produção local. Nesse processo, as consumidoras do Trii Ecológico atuam não apenas como compradoras, mas como coprodutoras de um sistema alimentar mais justo e sustentável.

3 DESENVOLVIMENTO

O Trii Ecológico é uma iniciativa de entrega domiciliar de alimentos agroecológicos criada em 2019 por duas empreendedoras no estado do Rio Grande do Sul. Com atuação nos municípios de Viamão, Porto Alegre e Cachoeirinha, o projeto estabelece conexões diretas entre agricultoras familiares e cooperativas regionais e com consumidores, utilizando um sistema de pedidos digitais e entregas que inclui mensagens personalizadas e práticas que reforçam os princípios da agroecologia, do desenvolvimento territorial e do consumo consciente. Esta pesquisa analisa a experiência do Trii Ecológico enquanto mercado territorializado, investigando as dinâmicas de digitalização na agricultura familiar e o papel das consumidoras na sustentação da iniciativa.

O projeto foi idealizado por duas mulheres jovens, ambas mães e com trajetória na produção de alimentos em empreendimentos autorais. Motivadas pelo desejo de promover saúde por meio da alimentação, uniram esforços para estruturar um sistema de entrega de produtos da agricultura familiar agroecológica local. O nome "Trii" remete à expressão regional "tri", que significa algo muito bom, denotando o caráter afetivo e regionalizado da iniciativa.

A dinâmica de encomendas ocorre de maneira digital e simplificada. Os produtos são listados em uma planilha Excel, atualizada semanalmente às sextas-feiras e enviada às consumidoras em formato PDF via WhatsApp no domingo. As encomendas devem ser enviadas até segunda-feira às 14h, sendo então sistematizadas e repassadas aos agricultores. A separação e entrega



**SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE INTEGRAÇÃO
E DESENVOLVIMENTO REGIONAL**
Ambientalidades e Desenvolvimento Regional no Litoral Norte do RS
5 A 7 DE NOVEMBRO | IFRS CAMPUS OSÓRIO-RS



dos alimentos ocorrem às quartas-feiras à tarde. A média semanal gira em torno de 15 a 20 pedidos, pagos via Pix no momento da entrega.

Atualmente, o Trii Ecológico conta com 21 fornecedores provenientes de quatro municípios: Viamão, Eldorado do Sul, Antônio Prado e Maquiné. A oferta semanal inclui cerca de 125 produtos diferentes, variando conforme a produção e a sazonalidade. Entre os itens comercializados estão hortaliças, frutas, legumes, cereais, panificados, temperos, chás, alimentos pouco processados (como geleias e antepastos), kombuchas, comidas congeladas e fitoterápicos. Toda a produção é agroecológica, com certificação orgânica.

A presença ativa do Trii Ecológico nas redes sociais reforça sua identidade e seus valores. São compartilhadas informações sobre produtos sazonais, atividades dos agricultores, rotina do empreendimento, receitas, orientações nutricionais e conteúdos de cunho ambiental, social e político. A iniciativa assume um posicionamento claro em defesa da produção sustentável, da reforma agrária e da justiça social. A proximidade com os agricultores é valorizada, e práticas como a inclusão de frases motivacionais nos pacotes e a entrega de brindes reforçam o cuidado e a atenção com as consumidoras. Além do valor dos produtos, é cobrada uma taxa fixa de R\$16,00 pelo serviço de seleção e entrega.

Entre os fornecedores, destacam-se dez famílias de agricultoras, sendo que sete estão localizadas no Assentamento Filhos de Sepé, em Viamão, vinculado ao Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST). Duas cooperativas da agricultura familiar também atuam a partir deste assentamento. As demais famílias produtoras estão situadas em Antônio Prado, Maquiné e na zona rural de Viamão.

Na pesquisa, foram entrevistadas doze consumidoras da plataforma. Todas são trabalhadoras, com predominância de servidoras públicas, profissionais autônomas e mulheres que conciliam trabalho e estudo. A maioria possui ensino superior completo, algumas com pós-graduação, e suas rendas familiares variam, concentrando-se entre dois e quatro salários mínimos, embora também haja consumidoras com rendas acima de doze salários mínimos. Os perfis profissionais são diversos, incluindo assistente social, veterinária, advogada, empresária, pedagoga, musicista e pesquisadora.



**SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE INTEGRAÇÃO
E DESENVOLVIMENTO REGIONAL**
Ambientalidades e Desenvolvimento Regional no Litoral Norte do RS
5 A 7 DE NOVEMBRO | IFRS CAMPUS OSÓRIO-RS



A relação das consumidoras com o Trii Ecológico vai além da mera compra de alimentos. Todas relataram estar plenamente satisfeitas com a qualidade dos produtos, a organização dos pedidos, o processo de entrega e o cuidado com as embalagens. A maioria conheceu a iniciativa por meio de indicações (66,7%), o que evidencia o caráter relacional e comunitário do projeto. Ainda que a frequência de pedidos varie entre semanal, quinzenal e esporádica, um núcleo fiel de consumidoras mantém vínculo constante com o projeto desde seus primeiros anos.

O consumo realizado por meio do Trii Ecológico, embora represente até 50% da alimentação familiar para a maioria das entrevistadas, carrega forte carga simbólica e política. As consumidoras reconhecem o papel transformador da iniciativa, tanto na valorização da produção agroecológica quanto na promoção da justiça social e ambiental. Muitas manifestaram interesse em aprofundar os vínculos com o território, seja por meio de atividades de turismo rural ou pela busca de maior proximidade com as agricultoras.

A intermediação feminina, a confiança mútua e o compartilhamento de valores comuns constituem pilares da tecnologia social representada pelo Trii Ecológico. A iniciativa contribui significativamente para o desenvolvimento territorial, ao gerar renda para agricultoras, fortalecer circuitos curtos de comercialização e promover práticas alimentares sustentáveis. As consumidoras não apenas compram alimentos, mas participam da construção de uma rede baseada em solidariedade, pertencimento e compromisso ético com o campo.

Embora as famílias também realizem compras em mercados convencionais, lojas especializadas e feiras ecológicas, o Trii Ecológico se apresenta como um canal constante e confiável de acesso a produtos da agricultura familiar local. A maior limitação apontada pelas consumidoras para ampliar sua frequência de pedidos refere-se à rotina atarefada e à dificuldade de organização familiar, além do menor consumo de refeições em casa.

Em termos de satisfação com o serviço, todas as etapas desde a encomenda até a entrega foram bem avaliadas. As consumidoras destacaram a eficiência da logística, a qualidade dos produtos e a atenção com o empacotamento. O formato de seleção via planilha em PDF também foi amplamente aprovado (92%), assim como a forma de apresentação dos alimentos.



SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE INTEGRAÇÃO E DESENVOLVIMENTO REGIONAL

Ambientalidades e Desenvolvimento Regional no Litoral Norte do RS
5 A 7 DE NOVEMBRO | IFRS CAMPUS OSÓRIO-RS



Apenas uma entrevistada apontou dificuldades na seleção dos produtos, enquanto outra sugeriu o uso de mais embalagens biodegradáveis.

Quanto aos preços, a percepção geral é de acessibilidade e justiça. Para 83% das entrevistadas, os valores são compatíveis com a qualidade dos produtos; 9% consideram os preços equivalentes aos do mercado orgânico convencional. Apenas uma consumidora relatou que o preço influencia sua decisão de compra, optando por itens mais acessíveis.

As motivações para consumir no Trii Ecológico envolvem, além do cuidado com a saúde, o apoio à agricultura familiar, a valorização da produção local, a preocupação ambiental e o fortalecimento do cooperativismo. Em relação à presença nas redes sociais, 63% das entrevistadas afirmaram acompanhar ativamente os conteúdos e interagir com frequência. Quanto ao interesse em se aproximar das agricultoras, 25% gostariam de mais informações via redes sociais e outras 25% demonstraram vontade de participar de atividades presenciais.

As entrevistas indicam que, mesmo com o predomínio dos canais convencionais de abastecimento alimentar, o Trii Ecológico mantém uma periodicidade estável de pedidos semanais, especialmente entre as consumidoras que ingressaram na plataforma em 2020, durante a pandemia de Covid-19. Desde então, o projeto acumulou 285 consumidoras em seu banco de dados, com uma média atual de 18 pedidos semanais, indicando um potencial significativo de fidelização e impacto, especialmente em momentos de crise sanitária.

4 Considerações finais

A experiência do Trii Ecológico revela o potencial transformador de iniciativas locais de comercialização agroecológica quando articuladas a princípios de território, sustentabilidade e justiça social. Longe de se restringir a um arranjo logístico para escoamento da produção, o Trii constitui-se como uma tecnologia social enraizada em relações de confiança, cuidado e pertencimento territorial, evidenciando o papel estratégico da agricultura familiar na construção de circuitos curtos e politizados de abastecimento.

A mediação feminina desempenha papel central na conformação dessa rede, sustentando práticas de gestão afetiva e de proximidade com as consumidoras. Nesse contexto, as tecnologias da informação e comunicação (TICs), ainda que utilizadas de maneira simples e



SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE INTEGRAÇÃO E DESENVOLVIMENTO REGIONAL

Ambientalidades e Desenvolvimento Regional no Litoral Norte do RS
5 a 7 de Novembro | IFRS CAMPUS OSÓRIO-RS



artesanal, operam como mediadoras de vínculos sociais, geradoras de engajamento e facilitadoras da organização comunitária o que se alinha à noção de mercados territorializados digitalizados (PREISS & SCHNEIDER, 2020).

Os dados empíricos obtidos por meio de entrevistas com consumidoras reforçam que o consumo de alimentos agroecológicos pode assumir contornos políticos, sendo percebido como um ato de apoio à agricultura familiar e de oposição à lógica dominante do agronegócio e da concentração varejista. A fidelização das consumidoras, a satisfação com os serviços e o envolvimento com a proposta indicam que a rede opera não apenas como canal de comercialização, mas como espaço de construção coletiva.

Do ponto de vista territorial, o Trii Ecológico contribui para a geração de renda local, para a valorização dos saberes e recursos endógenos, para a ampliação do acesso urbano a alimentos saudáveis e para o fortalecimento da agroecologia como proposta de desenvolvimento rural sustentável. Mesmo com um número semanal modesto de consumidoras ativas, a iniciativa já envolveu 285 pessoas ao longo de quatro anos, com crescimento expressivo durante a pandemia de Covid-19.

Entretanto, a experiência também aponta desafios importantes, como a ampliação da escala de operação, o enfrentamento das rotinas urbanas e o equilíbrio entre eficiência logística e manutenção do cuidado nas relações. Esses desafios reforçam a necessidade de políticas públicas que reconheçam e apoiem formas alternativas de comercialização baseadas na economia solidária e na agroecologia, garantindo sua continuidade e expansão.

Em síntese, o caso do Trii Ecológico evidencia que a digitalização, quando orientada por valores éticos e situada em contextos territoriais específicos, pode se constituir em ferramenta potente de reorganização dos sistemas alimentares, contribuindo para a reconfiguração das relações entre campo e cidade e para a construção de um modelo alimentar mais justo, sustentável e democrático.



**SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE INTEGRAÇÃO
E DESENVOLVIMENTO REGIONAL**
Ambientalidades e Desenvolvimento Regional no Litoral Norte do RS
5 A 7 DE NOVEMBRO | IFRS CAMPUS OSÓRIO-RS



Referências Bibliográficas

CUNHA, C.; GRISA, C.; SCHNEIDER, S. Inovação social e agricultura familiar: reflexões sobre estratégias de reprodução social e desenvolvimento rural. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, v. 55, n. 4, p. 745–762, 2017. <https://doi.org/10.1590/1234-56781806-94790550406>

DAROLT, M. R. et al. Redes agroecológicas de consumo solidário: práticas e aprendizagens a partir da experiência dos grupos de consumo responsável no Brasil. *Revista Agroecossistemas*, v. 8, n. 2, p. 26–41, 2016. <https://doi.org/10.18542/ragros.v8i2.4645>

GALLI, F. et al. Co-producing sustainable food systems: the case of the Solidarity Purchase Groups in Italy. *Sustainability*, v. 10, n. 10, p. 3547, 2018. <https://doi.org/10.3390/su10103547>

GAZZOLA, R.; SCHNEIDER, S.; MARTINS, R. B. A construção de mercados agroalimentares alternativos no Brasil: entre a economia dos alimentos e a economia moral. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, v. 57, n. 3, p. 436–452, 2019. <https://doi.org/10.1590/1806-9479.2019.186188>

GRISA, C.; SCHNEIDER, S. Políticas públicas e desenvolvimento rural no Brasil: uma análise a partir da experiência recente. Porto Alegre: UFRGS Editora, 2015.

GUIVANT, J. S. Consumo sustentável e cidadania: algumas questões teóricas e desafios para a educação. *Ciência & Ambiente*, n. 26, p. 93–106, 2003.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Censo Agropecuário 2017: resultados preliminares*. Rio de Janeiro: IBGE, 2017. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br>. Acesso em: 11 jun. 2025.

NIEDERLE, P.; WISKERKE, J. S. C. A transição para sistemas alimentares sustentáveis: o papel das redes alimentares alternativas. *Revista Nera*, v. 23, n. 52, p. 284–307, 2020. <https://doi.org/10.47946/rnera.v0i52.7018>



**SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE INTEGRAÇÃO
E DESENVOLVIMENTO REGIONAL**
Ambientalidades e Desenvolvimento Regional no Litoral Norte do RS
5 A 7 DE NOVEMBRO | IFRS CAMPUS OSÓRIO-RS



PREISS, P.; SCHNEIDER, S. Mercados territoriais digitalizados: experiências de comercialização na agricultura familiar no Brasil. *Estudos Sociedade e Agricultura*, v. 28, n. 3, p. 662–689, 2020.

<https://doi.org/10.36920/esa-v28n3-7>

SCHNEIDER, S. A diversidade da agricultura familiar. Porto Alegre: UFRGS Editora, 2010.

SCHNEIDER, S. Mercados e agricultura familiar: entre a economia dos alimentos e a economia camponesa. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, v. 54, supl. 1, p. 203–222, 2016.

<https://doi.org/10.1590/1234-56781806-94790540112>