



COMIDA da Gente

Ana Tarrisse
Rio de Janeiro, 2015



UERJ Universidade Estadual do Rio de Janeiro

ESDI Escola Superior de Desenho Industrial

Prof. Orientador Mauro Pinheiro

Comida da Gente

Ana Tarrisse

Rio de Janeiro
Novembro de 2015

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Renata Freeland por ter me apresentado ao Comida da Gente e por ter feito a ponte entre eu e os fundadores da iniciativa. Aos fundadores, Tatiana Dutra e Nilton Lessa, por terem me recebido junto ao projeto deles e enxergado no meu uma forma de trabalharmos juntos. A todas as pessoas, que fazem parte do grupo ou não, que fizeram parte deste trabalho: Christina Tarrisse, Michelle Bobsin, Camila Moraes, Daniel Andrade, Ieda Gutierrez, Elisa Cerqueira, Fernando Senna, Fran Schambek, Henrique Faria, Hugo Coqueijo, Julia Castro, Lourdes Maria, Marcelo Aronovich, Ana Tolino e Viviane Barros.

Agradeço o meu orientador, Mauro Pinheiro, por toda a atenção e mentoria dedicada a esse projeto. Acredito que foi a melhor opção que eu poderia ter tido para orientação, valeu a pena demorar tanto tempo para ter essa oportunidade. Sou eternamente grata ao apoio de outros professores e funcionários durante o correr de toda a minha graduação, em especial Gabriel Patrocínio, Denise Filippo e Alessandro Valério. Agradeço aos do Departamento de Eletrônica da UFRJ também que me ajudaram, através da sua compreensão e carinho, a administrar a saga de cursar duas faculdades ao mesmo tempo: muito obrigada Casé e Joarez.

Gostaria de estender a todos os professores que tive, mesmo aqueles que o foram sem o ser como profissão. Obrigada Felipe Medina e Caio Vaccaro, muito deste trabalho é baseado no que aprendi com vocês.

Agradeço aos meus pais pelo apoio e pelo trabalho, em especial por terem administrado a minha vida escolar de tal maneira que foi possível passar não só para Esdi, uma faculdade muito concorrida, mas também para engenharia na UFRJ dois anos depois.

E aos amigos, que fizeram desses anos os melhores. Ana Bellagamba, Natália Seiblit, Tiago Gonçalves, Gustavo Cleinman, Jennifer Moreno, Tatiana Vieira, Rafael Machado, Bruno Alvez, Zé Augusto, Doug Costa, Henrique Faria, Hugo Coqueijo, Laura Panzariello, Renato D'Angello, Joyce Mergulhão, Bruno Saraiva, Lui Gomes, Nilson Carvalho. Em especial ao Pedro Quitete, por seu apoio sempre incondicional.

Comida da Gente

O projeto “Comida da Gente” consiste no desenvolvimento de uma plataforma web adequada e intuitiva para a iniciativa de consumo colaborativo de mesmo nome que hoje funciona através de plataformas populares e de livre acesso, levando em conta a diversidade de seus usuários e os papéis que cada um pode assumir durante os processos do grupo.

Comida da Gente

The “Comida da Gente” project consists on the designing of an intuitive and adequate web platform for the initiative of colaborative consumption that bears the same name and that functions through free and popular platforms, taking in account the diversity of its users and the roles each one shall play during the group’s processes.

Sumário

- 1 Capítulo 1 **INTRODUÇÃO**
- 6 Capítulo 2 **SOLIDARIEDADE E COLABORAÇÃO**
- 10 Capítulo 3 **COMIDA DA GENTE**
- 26 Capítulo 4 **SISTEMATIZAÇÃO**
- 35 Capítulo 5 **SUPORTE E LANDING PAGE**
- 44 Capítulo 6 **OOUX**
- 48 Capítulo 7 **PROTÓTIPO E TESTES**
- 56 Capítulo 8 **RESOLUÇÕES**
- 64 **CONSIDERAÇÕES FINAIS**
- 66 **BIBLIOGRAFIA**
- 67 **ANEXO A: OBJETOS**
- 74 **ANEXO B: TELAS**

Lista de Figuras

- 3 Figura 1 Os cinco planos de Garret
- 8 Figura 2 os três sistemas do consumo colaborativo
- 12 Figura 3 Triângulo representativo da Teoria da Atividade, adaptado para o contexto do Comida da Gente
- 14 Figura 4 listagem das listas disponíveis
- 15 Figura 5 exemplo de abertura e gerenciamento de lista
- 15 Figura 6 exemplo de pesquisa de mercado
- 16 Figura 7 exemplo de gerenciamento de lista
- 17 Figura 8 exemplo de pedidos de indicação
- 17 Figura 9 exemplo de propaganda
- 18 Figura 10 exemplos de divulgação de informações
- 19 Figura 11 exemplos de armazenamento de arquivos
- 19 Figura 12 exemplo de listagem de fornecedores
- 20 Figura 13 exemplos de armazenamento de arquivos
- 20 Figura 14 exemplos de formulário de novos pedidos
- 21 Figura 15 exemplo de planinha de pedidos
- 22 Figura 16 exemplo de planinha de pedidos
- 23 Figura 17 exemplo de planinha de pedidos
- 24 Figura 18 exemplo de planinha de pedidos
- 27 Figura 19 Imagens representativas de cada um dos papéis.
- 27 Figura 20 a lista é uma interface entre o produtor e o consumidor.
- 28 Figura 21 o participante pode atuar também como receptor e/ou deslocador
- 28 Figura 22 o organizador pode ser o próprio produtor e atuar como deslocador ele mesmo
- 28 Figura 23 o organizador pode ser o receptor e atuar também como deslocador

- 32 Figura 24 Diagrama de interações entre o momento no qual o usuário encontra uma lista relevante e faz o pedido.
- 32 Figura 25 Diagrama de interações entre o momento no qual o usuário inclui o seu pedido e realiza o pagamento
- 33 Figura 26 interações possíveis para o administrador entre a criação e o encerramento de uma lista.
- 33 Figura 27 Passos entre o encerramento da lista e o pedido feito junto ao fornecedor externo,
- 33 Figura 28 Diagrama do processo que envolve o recebimento das mercadorias, distribuição dos pedidos e finalização da lista, caso o organizador seja também receptor.
- 33 Figura 29 Diagrama do processo de recebimento das mercadorias e finalização da lista para o caso de o organizador não ser o receptor,
- 35 Figura 38 Gráfico demonstrando o crescimento de número de membros do Comida da Gente Rio de Janeiro.
- 35 Figura 30 Imagens estáticas do primeiro vídeo do Comida da Gente
- 36 Figura 31 Escala de cores temporária
- 36 Figura 39 Logo do Comida da Gente desenvolvida pela designer Mila de Choch
- 37 Figura 32 Escala de cores da identidade visual desenvolvida pela designer Mila de Choch.
- 37 Figura 33 Slides da primeira apresentação do Comida da Gente, “participando de uma compra colaborativa”
- 37 Figura 34 Slides da segunda apresentação do Comida da Gente, “organizando sua primeira compra colaborativa”
- 38 Figura 40 Pedaco da reportagem publicada pelo Jornal O Globo
- 39 Figura 35 Algumas das opções descartadas para a landing page do Comida da Gente.
- 40 Figura 36 versão escolhida para o desenvolvimento do código da landing page.
- 41 Figura 37 projeto de landing que foi ao ar
- 47 Figura 41 Diagrama de navegação contextual do sistema do Comida da Gente
- 49 Figura 42 gráfico de distribuição dos voluntários que participaram como usuários, de acordo com familiaridade com eletrônicos e redes sociais vs familiaridade com a iniciativa.
- 51 Figura 43 imagens da filmagem dos testes.

- 52 Figura 44 Parte do formulário referente ao endereço (b)
- 52 Figura 45 ícones confundidos com botões (d)
- 52 Figura 52 Botão de cadastrar no protótipo (a)
- 53 Figura 46 área referente ao valor do pedido e pagamento (e)
- 53 Figura 47 área lateral que dá acesso a mais detalhes (f)
- 53 Figura 48 listagem dos produtores pertinentes de acordo com as preferências e localização do usuário (g)
- 53 Figura 49 botão de maiores detalhes (h)
- 54 Figura 50 botão que ativa a participação na lista (i)
- 54 Figura 51 parte referente à logística colaborativa (k)
- 54 Figura 53 campo de frete ficou ambíguo (j)
- 55 Figura 54 interruptores de visibilidade
- 75 Figura 55 página inicial
- 76 Figura 56 página de introdução ao cadastro
- 76 Figura 57 página de busca de listas e produtores
- 77 Figura 58 página de cadastro de usuário
- 78 Figura 59 página de cadastro de produtor (continua)
- 79 Figura 60 continuação da página de cadastro de produtor
- 80 Figura 61 página do usuário
- 80 Figura 62 página do produtor
- 81 Figura 63 exemplo de página de lista
- 82 Figura 64 exemplo de página de produtor

Capítulo 1

INTRODUÇÃO

Tema

Este trabalho trata do desenvolvimento de um sistema capaz de atender às necessidades da iniciativa Comida da Gente, que hoje atua através de um grupo na rede social Facebook. Pretende atuar como facilitador dos processos envolvidos na dinâmica de consumo cooperativo, potencializando sua atuação.

O “Comida da Gente” é um grupo não-comercial de pessoas interessadas em fazer compras colaborativas e locais no Rio de Janeiro. Ele é auto gerido por todos os integrantes e qualquer pessoa pode iniciar uma idéia. Não é a intenção ser um supermercado virtual de produtos naturais, mas sim agir colaborativamente em um espírito de cooperação a fim de solucionar em conjunto quaisquer problemas que possam surgir. Um detalhamento sobre o funcionamento do grupo é possível encontra-se no capítulo 3.

Justificativa

O projeto alinha-se com teorias de John Gerzema (2009), que afirma que, no cenário pós-crise norte-americana, a restrição da demanda alinhou os gastos dos consumidores com seus valores pessoais, fazendo o capitalismo parar de focar não mais somente em crescer, mas também em ser melhor. Encaixa-se também nas pesquisas de Rachel Botsman, especialista em economia colaborativa, que prevê implicações comerciais e culturais vindas de uma nova dinâmica que surge graças ao uso da tecnologia, que vem permitindo a confiança entre estranhos.

O Comida da Gente é uma iniciativa que já existe e já funciona, mesmo que seus meios e métodos não sejam os mais adequados. Esse projeto busca criar um ambiente propício para o funcionamento e expansão dessa iniciativa, de caráter social e colaborativo, incentivando assim, não somente o crescimento dessa atividade como também o surgimento de muitas outras. Remonta à descrição do consumismo pós-crise de John Gerzema (op. cit), que fala que os consumidores hoje trabalham juntos para conseguir o que querem do mercado.

(...) 72 por cento das pessoas confiam no que outras tem a dizer sobre uma marca ou empresa, contra 15 por cento que confia em propaganda. Então, considerando isso, o consumo cooperativo realmente decolou. Isso trata de consumidores trabalhando juntos para conseguir o que querem do mercado. (GERZEMA, 2009, tradução livre)

O Comida da Gente tem potencial para se tornar um exemplo para outras pessoas com idéias similares, incentivando-as a colocá-las em prática. O grupo original funciona majoritariamente na cidade do Rio de Janeiro, mas impulsionou a criação de equivalentes em Teresópolis, São Paulo, Belo Horizonte, Juiz de Fora, Londrina, Brasília e João Pessoa. A plataforma será capaz de atender qualquer um destes grupos da mesma maneira. Além de quebrar, em parte, a dependência que tem hoje de ferramentas terceiras, como o Facebook e o Google Drive, dando mais autonomia ao grupo e uniformizando seus processos, sem eliminar o lado social envolvido nestes.

Objetivos

O objetivo deste projeto é criar uma plataforma web capaz de lidar com as necessidades das compras colaborativas realizadas através do grupo Comida da Gente. Essa plataforma deverá uniformizar o processo, provendo uma experiência agradável e intuitiva sem interferir radicalmente com a dinâmica atual do grupo. A plataforma, no escopo deste projeto, deverá permitir que seus usuários se cadastrem, cadastrem seus estabelecimentos e participem de listas das compras colaborativas.

Para produtores haverá um espaço no qual poderão divulgar seus produtos, meios e métodos de produção. Poderão manter os usuários atualizados sobre o tudo o que acontece, criando relações mais próximas e de empatia. Também funcionará como uma ferramenta para realizar suas próprias vendas, através da criação de listas.

Para o consumidor é uma maneira de se aproximar de quem produz aquilo que consome, de se informar melhor para então fazer escolhas conscientes. E então poder se unir com outros consumidores com interesse similar para comprarem aquilo que lhes interessa, podendo tirar dúvidas diretamente com o produtos e pleitear descontos de varejo.

A possibilidade de um sistema para o "Comida da Gente" não é uma idéia nova, um grupo de participantes já começou um trabalho para a criação de uma. Neste projeto então partiu-se da análise do que já foi projetado e o que já foi implementado afim de se adaptar, facilitar a integração e acelerar a publicação online.

Metodologia

A metodologia utilizada é baseada no modelo sugerido por Jesse James Garrett, na qual são definidos cinco planos, dependentes um do outro, através dos quais as experiências na web são moldadas: **estratégia, escopo, estrutura, esqueleto e superfície**.

O processo de projeto da experiência do usuário visa assegurar que nenhum aspecto da experiência do usuário com o seu produto aconteça sem uma razão explícita. Isso significa levar em conta todas as possibilidades de todas as ações que o usuário pode vir a realizar e entender as expectativas do usuário em todos os passos do processo. Parece um trabalho extenso e, de algumas maneiras, é. Mas ao segmentar o trabalho de planejar a experiência do usuário em elementos nos faz compreender melhor a tarefa como um todo.

(GARRETT, 2002, p. 21, tradução livre)

O plano estratégico é onde define-se a estratégia do site, ou seja, os serviços oferecidos, que deverá ser baseada no que o usuário busca assim como no que as pessoas por trás do site buscam tirar dele. A partir da estratégia é possível definir o escopo, que

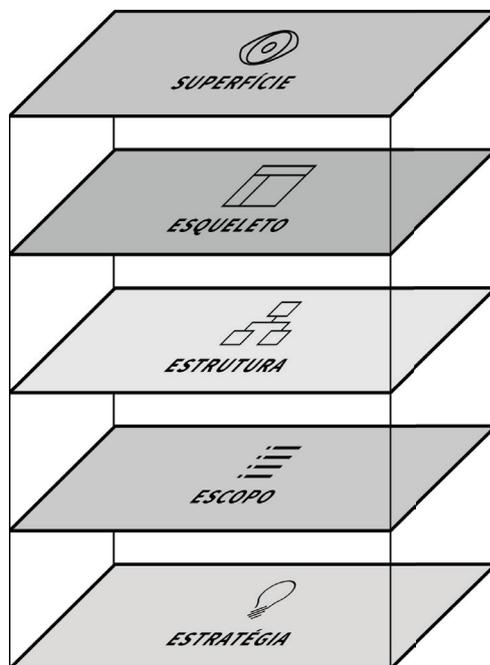


Figura 1 Os cinco planos de Garret
fonte: adaptado de Garrent, 2002

determina as funcionalidades. É importante limitar claramente o escopo senão o projeto entra em uma espiral infinita pela falta de parâmetros capazes de dizer quando atingiu seu fim. A partir daí começa-se a planejar a estrutura, que concretiza as funcionalidades definidas no escopo. Nesse momento são definidos os fluxos, de onde o usuário vem e pra onde ele vai, assim como a arquitetura de informação, que definirá a taxionomia adequada.

Para a definição da estrutura do projeto, utiliza-se uma abordagem chamada **OOUX (Object Oriented User Experience)** - do inglês, experiência do usuário orientada ao objeto. É uma abordagem que aproxima o trabalho do designer ao do desenvolvedor e se mostrou muito eficiente para um sistema complexo como o aqui proposto.

Em seguida vem o plano do esqueleto, no qual define-se o posicionamento dos elementos da página, tais como logo, botões, textos, para máxima eficiência. Para finalizar segue o plano da superfície, que define a aparência do site, aplicando cores e padrões visuais.

Baseando-se no modelo proposto por Jesse James Garrett (2002) para desenvolvimento de websites, a primeira fase deste projeto foi chamada de Descoberta, e consistiu um estudo sobre o grupo, avaliando sua dinâmica, estrutura e conteúdo. Averiguou-se nessa fase os recursos utilizados e as diferentes aplicações de cada um deles. Analisando também a dinâmica dos processos envolvidos no grupo, desde simples trocas de informação ao gerenciamento das listas, foi possível definir os papéis que as pessoas podem assumir, além de entender os fluxos trabalhados. Além disso foi realizado um trabalho de entrevistas e levantamento de informações.

A partir do entendimento do que acontece hoje e discernimento do que pretende-se mudar e do que é melhor não ser alterado (pelo menos neste momento), partiu-se para uma avaliação do conteúdo envolvido e seus requerimentos, podendo então planejar o esqueleto da plataforma e sua arquitetura de informação. Todas essas tarefas estão incluídas na parte de Design

Tendo os objetos e suas relações definidas, foi possível trabalhar nos wireframes e nas definições gráficas do projeto. O plano da superfície é o que o usuário tem contato direto, e responsável pela primeira impressão, onde funcionalidade e estética se juntam. Esta parte foi trabalhada num primeiro momento graficamente, como um rascunho e posteriormente diretamente em código, na construção de um protótipo navegável, que foi utilizado nos testes de usabilidade

Com o protótipo em estágio avançado foi possível realizar testes com doze usuários, sendo quatro deles também produtores. O resultado colocou a prova algumas definições do projeto. Foi possível ajustar alguns itens - de baixo custo de implementação, enquanto outros ficaram para recomendações futuras.

Descrição

O trabalho está organizado da seguinte maneira: o primeiro capítulo traz uma visão macroscópica do projeto, apresentando o tema, a justificativa, a metodologia, os objetivos.

No capítulo 2 fala-se sobre solidariedade e colaboração na sociedade, sobre consumo colaborativo e suas diferentes formas de atuação.

O capítulo 3 explica a atuação do grupo “Comida da Gente” e faz um levantamento sobre o seu funcionamento, trazendo uma análise dos recursos utilizados.

No capítulo 4 começa a sistematização da dinâmica dos processos, definindo personagens e identificando os passos dos processos.

O capítulo 5 trata do crescimento do grupo e novas prioridades que levaram ao lançamento da landing page, criação da identidade visual e documentos de suporte.

O capítulo 6 explica como utilizou-se a metodologia de Orientação ao Object para Experiência do Usuário, fazendo o mapeamento das interconexões dos objetos.

Já no capítulo 7 fala-se da criação do protótipo e aplicação dos testes de usabilidade. Para então no 8 demonstrar os ajustes realizados em função do teste.

No Anexo A encontra-se a descrição dos objetos, sob a idéia do OOUX, pensados para o sistema do Comida da Gente. E no Anexo B encontram-se as telas desenvolvidas.

Capítulo 2

SOLIDARIEDADE E COLABORAÇÃO

Este capítulo introduz o tema de consumo colaborativo, explica como a sociedade tem tomado rumos nessa direção e encaixa a iniciativa “Comida da Gente” neste cenário.

Introdução

Dentre inúmeras teorias sobre o ser humano e seu convívio em sociedade, sobre a evolução e o colapso das sociedades, sobre a organização social das pessoas, existe uma em particular, desenvolvida por um físico teórico que tenta avaliar cidades e corporações sob um ponto de vista biológico. Geoffrey West, físico inglês que hoje é pesquisador no Instituto de Santa Fe – EUA, tenta entender se seriam elas grandes organismos que obedecem às leis da biologia. “Seria Londres uma grande baleia? Seria Edimburgo um cavalo? Seria a Microsoft um enorme formigueiro?” (WEST, 2011). Ele explica que cidades são a origem de muitos problemas (aquecimento global, poluição, doenças), mas também são a solução por atraírem pessoas criativas, capazes de ter idéias, de inovar e gerar riquezas. E essas inovações são cruciais para o curso das cidades. O nosso sistema é destinado ao colapso e West faz então referência às teorias malthusianas – baseadas no esgotamento de recursos, afirmando que a maneira de evitar isso é através de uma grande inovação. A humanidade vêm passando por ciclos constantes de inovação.

Para John Gerzema, estrategista social e consultor de liderança, o consumidor hoje tem o poder. E com isso, tem em mãos uma oportunidade de mudar o cenário: “... podemos passar do consumo irresponsável para o consumo responsável.”, (GERZEMA, 2011). São discutidos os efeitos da crise econômica dos Estados Unidos em seus consumidores e chama essas mudanças de “The Great Unwind” (O grande desenrolamento, em português). A restrição da demanda permitiu os consumidores a alinhar seus gastos com seus valores e, assim, mobilizar o capitalismo e os negócios a focarem em serem melhores, ao invés de simplesmente focarem em crescer. Gerzema define então quatro regras do consumo pós-crise:

- **vida líquida:** gastar dinheiro com frivolidades está fora de moda, é importante ter bom-senso;
- **ética e jogo limpo:** as empresas são observadas pela sua cultura e conduta no mercado, o consumidor exige ética e empatia;

- **vida durável:** busca-se significado em cada compra, as coisas não devem ser descartáveis. As pessoas adquirem as habilidades necessárias para cuidarem de si mesmas, serem sustentáveis;
- **retorno ao rebanho:** consumidores se unem e pressionam as corporações a fazerem o bem, se unem trabalhando juntas para conseguir o que querem obter do mercado.

Essas mudanças discutidas por Gerzema podem ser facilmente relacionadas às pesquisas de Rachel Botsman, expert em economia colaborativa.

Uma dinâmica extremamente poderosa que tem implicações comerciais e culturais enormes está em andamento. Especialmente, essa tecnologia está possibilitando confiança entre estranhos. Agora vivemos em uma vila global onde podemos imitar os tratos que costumavam acontecer cara a cara, mas em uma escala e de maneiras que nunca foram possíveis antes. Então o que realmente está acontecendo é que as redes sociais e as tecnologias em tempo real estão nos levando de volta. Estamos permutando, trocando, barganhando, compartilhando, mas eles estão sendo reinventados em formas dinâmicas e atraentes.

(BOTSMAN, 2010, tradução livre)

Consumo Colaborativo

O consumo exacerbado teria se provado uma fraude e Botsman argumenta que a tendência atual é de consumo cooperativo. Mas ainda assim as pessoas não sabem exatamente o que fazer. Enumera então quatro pontos-chave que, juntos, estimulam o consumo cooperativo:

- renovação da crença na importância da comunidade, ressignificação dos conceitos de amigo e vizinho;
- dinâmica das redes sociais e das novas tecnologias, que redefinem o comportamento de seus usuários;
- preocupações ambientais persistentes;
- recessão global, que interferiu nos padrões de consumo.

Botsman define três diferentes sistemas dentro do consumo colaborativo.



Figura 2 os três sistemas do consumo colaborativo
 fonte: adaptado de Rachel Botsman, 2010

Os mercados de redistribuição consistem em transferências de produtos usados, que não têm demanda onde encontram-se, para um local onde são necessários, através de trocas ou mesmo doações. Um exemplo são negociações informais que hoje ocorrem pelas redes sociais, nas quais, em geral, existe a opção de comprar usado ou de trocar por algum outro item. O estilo de vida cooperativo é baseado no compartilhamento de recursos (dinheiro, habilidades ou tempo). É pedir emprestado para um amigo uma furadeira, é ensinar para alguém uma habilidade que domina. Hoje já existem plataformas online que permitem essa troca, tal como o Tem Açúcar¹ e o E-Solidário². O sistema de serviços de produto não é novidade e é definido como obter o benefício de um produto sem ter que possuir o produto, mesmo que mediante pagamento, serviços como Netflix e BikeRio. Exemplos já antigos deste sistema são bibliotecas e lavanderias. Mesmo assim Botsman diz que estamos entrando em uma nova era pois a tecnologia torna esse processo de dividir suave e divertido.

Essas mudanças de comportamento refletirão nos sistemas político, econômico e social que regem hoje a vida de todos. Estaríamos acordando de uma ressaca enorme do vazio e do desperdício, e estamos dando um salto para criar um sistema mais sustentável. Na busca por sustentabilidade, as pessoas estão tomando atitudes e criando iniciativas por si só. Christiania, na Dinamarca, era uma área militar abandonada em Copenhague, que foi retomada pela população em 1971. Seus ocupantes a declararam como cidade livre, sem obrigações com os impostos ou leis dinamarquesas. Em 1989 foi instituída a Lei

¹ <http://www.temacucar.com>

² <http://www.e-solidario.com.br>

de Christiania, declarando a área como responsabilidade estatal ao invés de municipal, dando maior autonomia à área. Em Berlim, no bairro de Kreuzberg, um terreno baldio foi transformado em uma horta colaborativa. A ONG *Nomadisch Grün* transformou o espaço em 2009 e ainda hoje funciona como uma área para aprendizado e experimentação focados em produção de alimentos orgânicos, sob o espírito de colaboração.

No contexto nacional, uma das iniciativas que funciona hoje no Rio de Janeiro e está se espalhando por outras cidades no país é o Comida da Gente. Tudo começou com uma produção de tomates no Rio de Janeiro e a necessidade de uma logística colaborativa para a distribuição desses tomates fluminenses dentre o grupo de interessados. As pessoas se organizaram através de um grupo no *Facebook*, que se expandiu e hoje (2015) possui mais de 10 mil participantes e uma dinâmica de compras colaborativas complexa.

Capítulo 3

COMIDA DA GENTE

Este capítulo situa o grupo Comida da Gente nas teorias explicitadas no capítulo anterior e dissecar o seu funcionamento no momento atual.

O grupo

É difícil definir qual o propósito do grupo e seu escopo. Cada membro tem uma visão muito pessoal e subjetiva da comunidade e pra que ela serve.

Se estivesse num dia poético diria que meu propósito de estar no grupo é fazer amigos (fiz vários! Pessoas reais de carne e osso, apenas por ter tido a oportunidade de ajudar e ser ajudado numa compra de café); se estivesse num dia pragmático diria que meu propósito é construir relações de troca mais eficientes, mais baratas; se estivesse num dia de negações, diria que meu propósito é rejeitar o combate como modelo para as relações produtor-comprador...

(LESSA, 2015)

Analisando algumas postagens sobre assuntos polêmicos que eventualmente são levantados fica evidente a variedade de percepções sobre a força motora da iniciativa. Para alguns, o foco é frutas e verduras orgânicos, onde os não-orgânicos seriam proibidos. Outros já argumentam que, se or não orgânicos forem de interesse comum, estiverem dentro da coletividade, devem sim ser permitidos. Um membro disse que a iniciativa envolve o orgânicos, mas além disso é sobre consumo consciente. Uma pessoa declarou que produtos tais como refrigerante, baby beef e biscoito Bono não podem permitidos, mas o próprio fundador do grupo prega a não curadoria dos produtos. Que cada seja curador da sua própria despensa.

TODAS as pessoas são em principio responsáveis, merecedoras de confiança. E como PESSOAS legítimas que são, os desejos e necessidades de cada um delas também são legítimos. E toda ação e desejo de uma pessoas que NÃO IMPEÇA que alguém possa fazer algo igual, parecido ou seu contrário, também será considerado legítimo. Lógica da abundância: não invista seu

tempo combatendo ou policiando uma outra pessoa mas criando alternativas e ofertando estas alternativas a outras pessoas.

(LESSA, op. cit)

Dentre as discussões aborda-se até questões de respeito, não haveria espaço para militâncias ou críticas ao modo de vida alheio. Na ocasião um tradicional produtor do grupo, de impecável reputação, ofertava os leitões do seu vizinho. A falta de conectividade na fazenda dele lhe permitiu acompanhar a discussão acalorada que se seguiu, na qual militantes vegetarianos e veganos chegaram a chamar o produtor de infanticida. Com tantas visões e filosofias conflitantes, é difícil conceber um fio condutor capaz de orientar quase 17 mil pessoas (Outubro 2015) pelo mesmo caminho.

A diferença entre uma coleção aleatória de indivíduos e um grupo de trabalho é que os membros do grupo interagem e influenciam, estabelecem relações sociais, e desenvolvem processo e estilo próprios para a realização de tarefas com o objetivo de alcançar metas compartilhadas.”

(FUKS, PIMENTEL, 2012)

O objetivo principal do grupo é ser um espaço que permita (e incentive) as pessoas se organizarem para fazerem compras colaborativas, a maioria das vezes diretamente com o produtores, tendo eventualmente acesso a preços mais acessíveis e maior diversidade de produtos. Os participantes passa a comprar direto da fonte, o que quiserem, sem estar suscetível ao que as lojas oferecem. Como Rachel Botsman afirma, a internet está removendo o intermediário da negociação, permite que os produtores vendam diretamente ao consumidor. No caso do Comida da Gente, isso é feito através de listas.

A gente precisa num grupo como esse se ajudar. Porque eu quero mesmo é que a comida que eu pretendo pra mim chegue ao pobre, chegue a todos. E a forma disso acpntecetr (sic) algum dia é ampliar relação de produtores e consumidores, ampliar espaço para produtores, passar reto pelos mercados capitalistas, encurtar distâncias entre pessoas e aumentar a troca.

(XAVIER, 2015)

Metodologia

Fazendo um paralelo com a teoria da atividade, que declara que “seres humanos realizam atividades em situações cotidianas, individualmente e em sociedade” (FUKE, PIMENTEL), é possível inferir que a lista de compras é o artefato através do qual o sujeito, ou membro, atua junto ao objeto (fornecedor) para alcançar seu objetivo (compras). Abaixo apresenta-se o triângulo representante de uma atividade em sociedade fazendo um paralelo com o Comida da Gente.

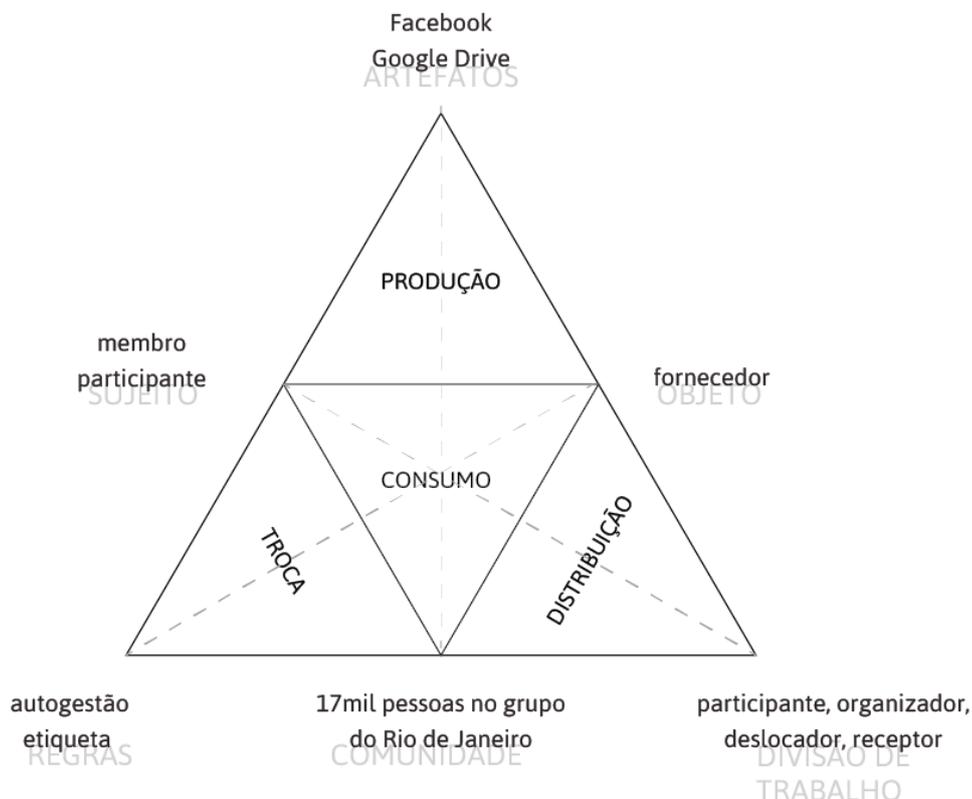


Figura 3 Triângulo representativo da Teoria da Atividade, adaptado para o contexto do Comida da Gente
fonte: da autora

O processo típico de compra do “Comida da Gente”, representado na forma de uma animação no endereço https://www.youtube.com/watch?v=_IxU_yZkTbk, consiste nos seguintes passos:

- **PESQUISA DE INTERESSE:** realiza-se uma sondagem no grupo para saber se há demanda pelo produto, geléias caseiras por exemplo;
- **ABERTURA DA LISTA:** tendo interesse pela geléia, cria-se uma lista de compras (normalmente uma planilha online) na qual os interessados registram, dentre os produtos oferecidos, a quantidade de cada que comprará (uma de morango, cinco de abacaxi, duas de laranja);

- **ENCERRAMENTO DA LISTA:** quando propício o organizador da lista encerra o período de pedido. Este encerramento pode ser em função de uma quantidade máxima de pedidos, de um limite de tempo para a lista ficar aberta, de restrições do próprio fornecedor, varia de lista a lista.
- **PAGAMENTOS:** Os participantes depositam então o valor referente ao seu pedido na conta do organizador ou do produtor e enviam o comprovante para este.
- **REALIZAÇÃO DO PEDIDO:** Com o dinheiro em mãos, contata o fornecedor e faz a compra com o fornecedor e retorno aos participantes com uma previsão de chegada.
- **RECEPÇÃO:** Uma pessoa, que pode ser o organizador ou não, recebe os pedidos em casa e começa então o processo de distribuição.
- **DISTRIBUIÇÃO:** Os envolvidos na lista se organizam para buscar os pedidos junto ao receptor, criando uma logística colaborativa: a pessoa P, que mora no bairro B, tem carro e pode buscar as geléias de todos que moram no bairro B, evitando que os demais também tenham que se deslocar até o receptor, que mora em outro bairro. Configura então um estilo de vida colaborativo.

Não existe uma regra sobre que tipo de produto pode ser comercializado no grupo, mas no geral são produtos orgânicos e locais, ou difíceis de serem encontrados nos estabelecimentos comuns. Exemplos de listas prévias são: legumes orgânicos, queijos artesanais, creme dental, coletor menstrual, cogumelos, carnes e laticínios orgânicos, pães caseiros.

Com tantas pessoas envolvidas, não é um processo simples. Cada compra tem características específicas, todo organizador e participante tem suas limitações. Pode ser que uma pessoa só vá receber o produto de todos em sua própria casa para futura redistribuição, mas se o produto exige refrigeração, a capacidade de armazenamento desse receptor deve ser tomada em consideração. Às vezes o próprio produtor organiza a compra e ele mesmo pode entregar. Algumas compras exigem mínimo de quantidade ou de valor, algumas têm cobrança de frete. A pluralidade de opções é muito diversa e o método hoje utilizado para lidar com isso não dá mais conta.

Recursos

Facebook

O Facebook é a principal ferramenta do grupo e onde todas as trocas ocorrem. A rede social é utilizada para as seguintes ações:

- Gerenciamento de lista
- Pesquisa de Mercado
- Indicação
- Divulgação

Nas páginas a seguir seguem exemplos do uso em cada uma das ações acima listadas.



Figura 4 listagem das listas disponíveis

Fonte: Facebook

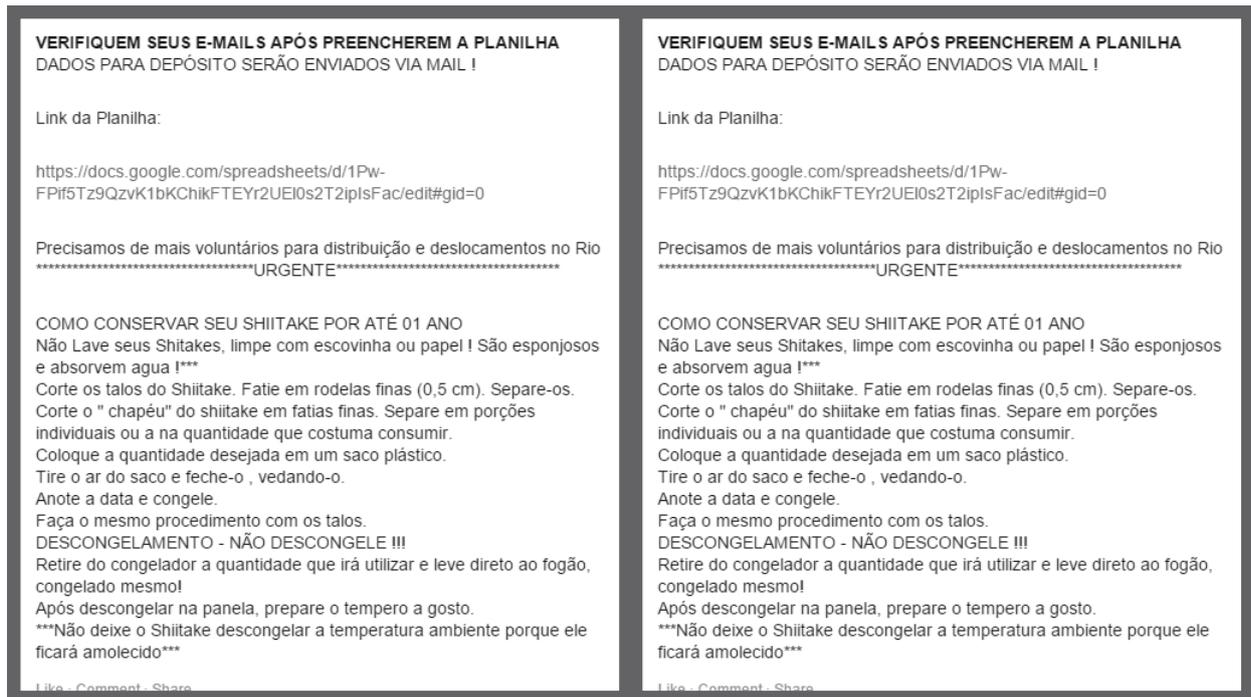


Figura 5 exemplo de abertura e gerenciamento de lista
Fonte: Facebook



Figura 6 exemplo de pesquisa de mercado
Fonte: Facebook

 **Alba Livia** edited a doc.
February 25

ENCERRADA --- Lista Arroz Volkmann Mar 2015
PEDIDO RECEBIDO E SEPARADO, AGUARDANDO FINALIZAR AS RETIRADAS.

PREVISÃO DE ENTREGA: 1 de abril.
ASSIM QUE CHEGAR, VOU CONFIRMAR.
PRECISO DE DOIS VOLUNTÁRIOS PARA AJUDAR NA SEPARAÇÃO DAS ENCOMENDAS.
SOLICITO QUE TODOS RETIREM RAPIDAMENTE SUAS ENCOMENDAS DEVIDO AO ESPAÇO QUE ESTA COMPRA OCUPA.

PAGAMENTO EFETUADO.
AGUARDANDO INFORMAÇÕES DO FORNECEDOR.

LISTA ENCERRADA!!!
Já superamos os 200kg!!Aos que pediram, aguardem os próximos passos.
Quem ficou de fora, em breve haverá outra lista.
Pessoal,
depois de muitas dificuldades para abrir esta lista, agora sim está valendo.**Os pedidos que haviam sido inseridos FORAM APAGADOS e agora a lista começa de verdade.** Como limitaremos a quantidade em **200kg**, peço que **cada pessoa SOMENTE ENCOMENDE ATÉ 10KG** para podermos atender mais gente.

Façam o pedido o quanto antes, pois a lista pode ser fechada a qualquer hora. Só serão levados em consideração os pedidos computados na planilha de síntese e modificação, os pedidos feitos no comentário deste post não serão levados em consideração. Após fazer o pedido de vocês através do formulário, certifiquem-se que eles foram computados na planilha, se você tiver feito tudo corretamente ele aparecerá na planilha.

Pedido Arroz Volkmann fevereiro 2015
<http://www.volkmann.com.br/>
Lista aberta até dia 09/03/2015
Contato da lista: Alba Livia
Local de entrega: Glória

Data para fechamento da lista: 09/03/2015 ou quando atingir 200kg
Data para pagamento do pedido: Assim que o frete for calculado (o pagamento deve ser até 5 de março)

Peso mínimo para a lista: 50kg
Peso máximo: 200kg

Previsão de entrega: 7 dias úteis depois do pagamento (a empresa avisou que está com problemas na entrega por causa das manifestações dos caminhoneiros no sul do país).

Pode haver mais centros de distribuição caso outras pessoas possam disponibilizar suas casas para serem pontos de busca.

Basta um pequeno espaço para armazenar os produtos e um deslocamento natural que você já faça, permitindo, assim, que você leve os produtos de um desses pontos para sua casa ou local de trabalho.

Após o fechamento da lista os pagamentos deverão ser efetuados o mais rápido possível para agilizarmos o pedido com o fornecedor. Daremos um prazo de 3 dias úteis após o cálculo do frete.

Os produtos serão enviados via transportadora cotada pela empresa e devem chegar aqui na Glória 7 dias após o pagamento do pedido.

Por favor, só se inscrevam na lista se puderem fazer os pagamentos a tempo e se certifiquem se poderão pegar os pedidos ou pedir para alguém fazê-lo para vocês. No formulário e na planilha de pedidos tem toda a gestão do deslocamento coletivo. Vocês podem se organizar entre si para um buscar para o outro os pedidos.

Para o preço do arroz, olhar no arquivo no formulário.

Os valores não incluem o preço do frete, que será calculado quando a lista for encerrada e eu passar para os produtores as quantidades. A título de informação na ultima compra o valor do frete foi em torno de R\$1/kg.

Anote o seu pedido neste formulário, e nós entraremos em contato com todos com o valor já incluído o frete para fazerem o depósito e para enviar o pedido geral do grupo ao produtor.

Para realizar os pedidos e verificar os preços (frete a calcular após envio pedido para produtor), preencher o formulário:
<http://goo.gl/vcky7hr>

Síntese e modificação dos pedidos (UNICAMENTE MODIFICAÇÃO DE PEDIDOS JÁ REALIZADOS):
<http://goo.gl/aKgYgQ>

Informações da empresa:
A farinha vai em caixas com 10 pct (validade de 1ano);
Os arroz (à vácuo) são em caixas com 10pct (validade de 1 ano, se mantido no vácuo);
Solicitamos que os pedidos sejam de forma que acomodem os produtos, ou seja, fechar a caixa com 5 ou 10 pacotes (no caso dos produtos vácuo);

Deve ser levado em consideração que o produto é orgânico, isto é, não possui produtos químicos, podem aparecer "gorgulhos".

Like · Comment · Share

👍 Álvaro Justen and 35 others like this.

🗨 View previous comments

 **BichoPapinha** Papinha aliás, adoro este grupo pq os debates sempre trazem uma riqueza de perspectivas que nunca vejo em outros.
Yesterday at 9:27am · Like · 👍 5

 **Marcelo Aronovich** Ola Celinha G. Dias tudo bem? Ainda bem que passei um bom tempo praticando yoga em Rishikesh para acalmar minhas Doshas especialmente a minha Pitta, se você me conhecesse a 3-4 meses atrás te afirmo que minha resposta seria bem diferente ,bem mais infl... See More
Yesterday at 6:36pm · Like

 **Celinha G.** Dias Tudo bem, Marcelo Aronovich! Desculpa-me, mas, sinceramente não entendi nada da sua resposta. Não esta fazendo sentido para mim. Aproveito para dizer que este e o ultimo post que envio para você, pq já descambou para um lado que não tem nada a ver. Não ... See More
11 hrs · Edited · Like

 **Marcelo Aronovich** Celinha G. Dias ,realmente vc não entendeu nada mesmo, mas quando há falta de entendimento de um lado, continuar o diálogo se torna perda de tempo. Sobre a questão de raspar a cabeça somente relatei fatos presenciados por mim,isto não quer dizer que co... See More

Figura 7 exemplo de gerenciamento de lista

Fonte: Facebook

Google Drive

Tati Rafael
17 hrs

Boa noite, alguém sabe me dizer onde encontro mudas de funcho e peixinho da horta aqui no RJ ?

Like · Comment · Share

Elisa Cerqueira likes this.

Iaci Sagnori de Mattos
Yesterday at 9:05am

OIE!!! Queria saber se algum tem alguma fonte de kefir.... queria muiiito!!!!
Grata...

Like · Comment · Share

5 people like this.

View 16 more comments

Anna Carolina Braz Iaci Sagnori de Mattos Paraty ❤️ ❤️
Yesterday at 1:56pm · Like

Michelle Kauffmann Benarush Vou ver quantos tenho. Mas não sao muitos. Aviso aqui.
Yesterday at 2:12pm · Like

Mônica Alcântara Tetéo Ok, Michele! Vou ficar na fila, quando tiver mais, me avisa? Obrigada!
Yesterday at 2:23pm · Like · 1

Michelle Kauffmann Benarush Ok!
Yesterday at 2:35pm · Like · 1

Hellemans Ann
April 8 at 9:31pm

Alguem sabe onde posso comprar "levadura nutricional" no Rio? (é para fazer queijo vegano)
Obrigada 🙏

Like · Comment · Share

View 2 more comments

Marcela Cor Um boa forma de fermentar queijo vegano é com rejuvelac, que vc faz em casa mesmo! 😊
April 8 at 11:37pm · Like · 1

Thiago Viana Eliana Carrasco tb está procurando
April 9 at 8:49pm · Like

Hellemans Ann Vegan Way está em SP e entrega no Rio. 70.00reais o pote..
April 9 at 9:05pm · Like · 1

Hellemans Ann 200g
April 9 at 9:34pm · Like

Figura 8 exemplo de pedidos de indicação
Fonte: Facebook

Gustavo Gomes Zuma
June 23, 2014 · Rio de Janeiro · Edited

Produzimos ghee a partir de manteiga sem conservantes que trazemos de Minas, proveniente de leite saudável de criadores locais. As retiradas podem ser feitas na Brahma Vidya, uma casa de yoga que fica na praia da Bica, 501, Jd guanabara- Ilha do Governador. Quem não puder vir retirar combina comigo inbox que tentamos que amigos façam o transporte da encomenda.

1 litro - R\$ 50,00
650 ml - R\$ 35,00
300 ml - R\$ 22,00
aceitamos encomendas e outras quantidades. Preços sob consulta!

Like · Comment · Share

24 people like this.

View 26 more comments

Raissa Godinho Arrais Olá!
Eu moro em copacabana, mas se for o caso posso retirar na Zona sul centro! Qual a Durabilidade da manteiga?... See More
Yesterday at 2:05pm · Like

Juliana Najan Tb gostaria!!!
Yesterday at 3:14pm · Like

Heloisia Helena Leal Posso fazer o deslocamento para Ipanema Gustavo Gomes Zuma, desde que os acertos financeiros sejam feitos diretamente com vc e os interessados não demorem a retirar os produtos. Bjs
23 hrs · Like · 2

Ana Beatriz Nunes Anuniação Se houver deslocamento para o centro, tenho interesse.
23 hrs · Like

Marroni Alves
Yesterday at 11:51am

Conheça o Circuito de Feiras de Duque de Caxias com dias, horários e locais.



FEIRAS
Prefeitura Municipal de Duque de Caxias
DUQUECAXIAS.RJ.GOV.BR | BY COMUNICAÇÃO

Like · Comment · Share

4 people like this.

Figura 9 exemplo de propaganda
Fonte: Facebook



Figura 10 exemplos de divulgação de informações

Fonte: Facebook

O Google Drive é a ferramenta utilizada para a criação de planilhas e para realização também de pesquisas e é utilizada para as seguintes ações:

- Armazenamento de arquivos
- Listagem de fornecedores
- Gerenciamento de listas
- Formulários de novos pedidos
- Planilha de pedidos

Nas páginas a seguir seguem exemplos do uso em cada uma das aplicações citadas.

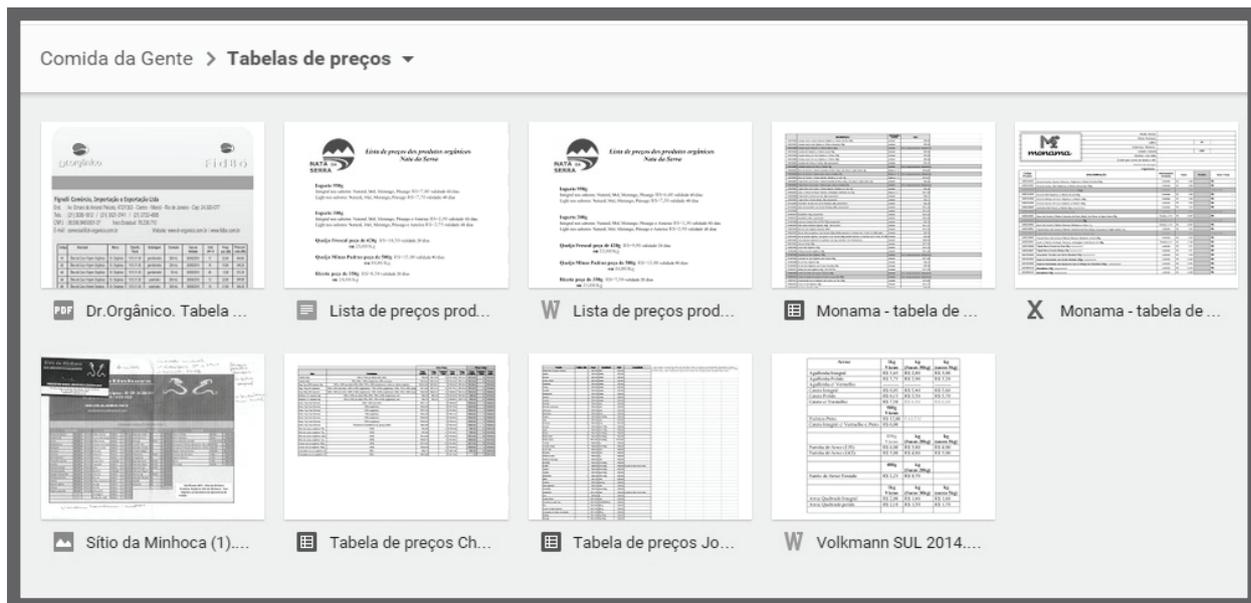


Figura 11 exemplos de armazenamento de arquivos

Fonte: Google Drive

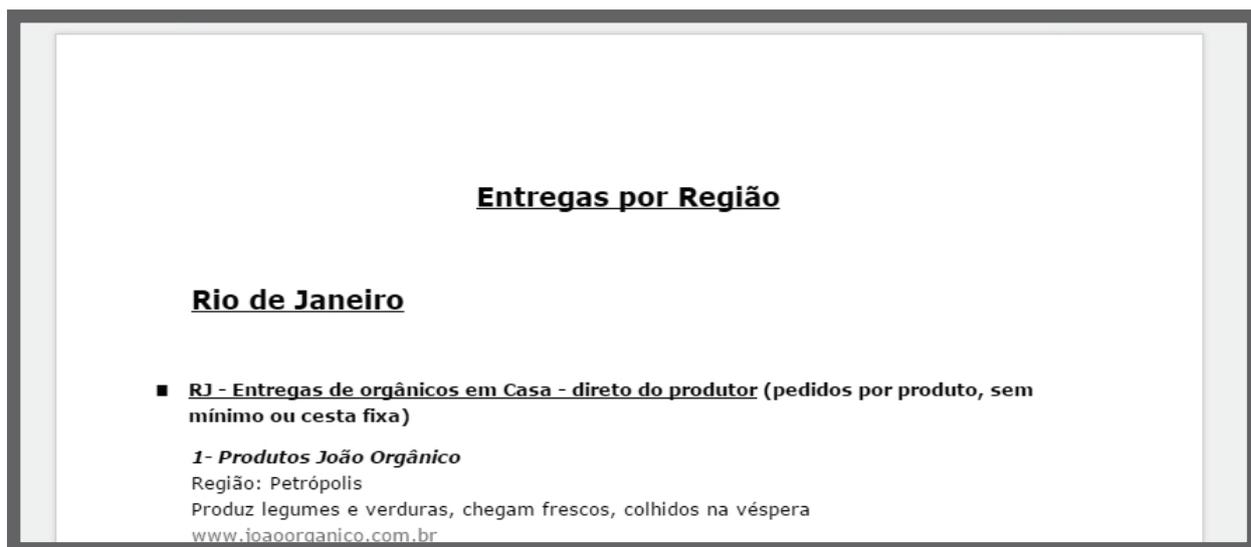


Figura 12 exemplo de listagem de fornecedores

Fonte: Google Drive

Listas de Compras Coletivas		20 items
TITLE	LAST MODIFIED	
Listas Fechadas	19 Mar Tatiana Dutra Perez	
ABERTA - QUEIJO MINAS PADRÃO E MUSSARELA TRA...	26 Feb Roberto Kauffmann	
fechada - por falta de pedido minimo-QUEIJO MINAS PADR...	12 Mar Nilton Lessa	
FECHADA_Cogumelos do Gil.xlsx	9 Apr Unknown user	
FECHADA_Lista de Compras Vinho Tinto Cabernet Sauvigno...	27 Mar Nilton Lessa	
FECHADA_Mel & Derivados_Carrancas.xlsx	9 Apr Sofia Novak	
FECHADA_Queijos Cruzília.xlsx	9 Apr Unknown user	

Figura 13 exemplos de armazenamento de arquivos
 Fonte: Google Drive

Venda de Mel Orgânico

Proveniência: Macaé de Cima / Nova Friburgo - RJ

*Required

Qual a quantidade que você deseja comprar? *
 Em gramas, num pote de Vidro esterilizado.

480 gr (R\$ 15,00)

800 gr (R\$ 28,00)

1 kg (R\$ 38,00)

Balde 20 kg (inteiro)

Qual a florada do momento que vai querer neste(s) pote(s)? *
 Entre 05/04 e 17/04/2015: duas "floradas predominantes"

Capixingui (Croton floribundus)

Louro-Pardo (Cordia trichotoma)

Vai querer mais de um pote? *
 Especifique quantos, de quantas gramas e as respectivas floradas.

Haverá necessidade de entrega em domicilio? *
 Endereço para buscar: Rua Bento Lisboa, 77/701 - Catete (dias específicos que deverão ser combinados)

Sim

Não, vou buscar.

Caso haja necessidade de entrega: especifique o endereço completo *
 Haverá taxa de entrega de acordo com os gastos de passagem (metrô ou ônibus) - Entregas fora da Zona Sul e Centro apenas a partir de R\$ 50,00 em compras

Caso haja necessidade de entrega: especifique o endereço completo *
 Haverá taxa de entrega de acordo com os gastos de passagem (metrô ou ônibus) - Entregas fora da Zona Sul e Centro apenas a partir de R\$ 50,00 em compras

Qual o seu nome no Facebook? *

Qual seu e-mail?
 Responda se quiser receber o artigo "Dossiê do Mel", realizado a partir de ampla pesquisa sobre o assunto (em PDF).



100%: You made it.

Never submit passwords through Google Forms.

Figura 14 exemplos de formulário de novos pedidos
 Fonte: Google Drive

Pedido Café do Mário - Abril 2015 (respostas)													
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	Comment	
Indicação de data e hora	Nome como aparece no facebook	e-mail	Bairro	Pode ser deslocador? Se sim de que bairro para que bairro?	Pega com quem?	Onde?	Cítrico	Frutado	Amendoadado	Achocolatado	Achocolatado intenso	Especi	
1													
2													
3													
5	25/03/2015 20:19:05	Marina TrigoLino	mdol90@hotmail.com	Méier									
6	27/03/2015 03:15:13	Suzy Bicho Papinha	suzy santos@gmail.com	tijuca	meier pra tijuca se forem poucos quilos (não tenho carro)								
7	02/04/2015 09:14:24	Sandra Dias	sandra_diasg@hotmail.c	Guadalupe		lapa							
8	03/04/2015 22:15:44	Evelin Souza	ecfsouza@gmail.com	Santa Teresa				0,5			0,5		
9	04/04/2015 13:09:33	mayppiragibe	mayppiragibe@gmail.com	Engenho Novo									
10	04/04/2015 17:59:54	Thiago Gomide Nasser	thiago.nasser@gmail.com	Botafogo									
11	05/04/2015 14:52:58	Igor Abreu	igor.abreu.reis@gmail.co	Santa Teresa									
12	05/04/2015 15:11:14	Michelle Bobsin Duarte	michellebobsin@yahoo.c	Glória									
13	05/04/2015 17:13:10	rene Schmidt	bromellazul@gmail.com	Copacabana									
14	05/04/2015 16:11:18	Luiz Guilherme Eirado	lgeirado@gmail.com	Tijuca									
15	05/04/2015 17:43:58	suellen galvao	sumrbg@gmail.com	meier									
16	06/04/2015 10:44:30	Laura Beraldo	laura_b_amaral@hotmail	Centro/Bairro de Fatima									
17	06/04/2015 13:36:17	Diego Rainho	diegorainho@gmail.com	Botafogo									
18	06/04/2015 16:53:17	Meng Guimarães	mengguimaraes@gmail.cc	Tijuca									
19	05/04/2015 21:01:00	carmen aguilera	carmen.aguilera@gmail.	Leblon									
20													
21													
22													
23													
24													

Figura 15 exemplo de planilha de pedidos

Fonte: Google Drive

ABERTA - Shitakes de Friburgo ABRIL 14/04												
Last edit was made 9 hours ago by anonymous												
File Edit View Insert Format Data Tools Add-ons Help												
R\$ % 0.00 123 Arial 10												
B I S A U Y Σ ↵												
Comments Share												
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
RIO, entrega dia 14/04		E-mail		Total Kg		Preço Total		Organização do deslocamento coletivo				
Em Niterói a partir do dia 15 ou 16		Shitakes de Friburgo		Total Kg		Preço Total		Organização do deslocamento coletivo				
200 gr R\$9,60		Quantidade		Kg		Preço Total		Organização do deslocamento coletivo				
500gr R\$ 24,00		Preço/Kg		R\$ 48,00		Preço Total		Organização do deslocamento coletivo				
Pedidos em gramas :		Disponível		15kg		Preço Total		Organização do deslocamento coletivo				
1k=1 / 200gr = 0,2 / 500gr= 0,5		Total Encomendado		9,4kg		Preço Total		Organização do deslocamento coletivo				
Nome do Facebook		Quanto falta para fechar		5,6kg		Preço Total		Organização do deslocamento coletivo				
9	Rosanna B	rosabi2009@gmail.com	0,5	0,5	R\$ 24,00	Leblon		C. Aguilera	Leblon	OK		
10	Carmen Aguilera	Carmen. aguilera@gmail.com	1,5	1,5	R\$ 72,00	Leblon		C. Aguilera	Leblon			
11	Michelle Bobsin Duarte	michellebobsin@yahoo.com.br	1	1	R\$ 48,00	Gloria		Carmen	Leblon			
12	Irene Schmidt	bromeliazul@gmail.com	0,5	0,5	R\$ 24,00	Lagoa		C. Aguilera	Leblon			
13	Gabriella Siciliano	gabriella.siciliano@oi.net.br	0,5	0,5	R\$ 24,00	Leblon		Carmen Aguilera				
14	Michel Oloazul	teatrupe@gmail.com	1	1	R\$ 48,00	leblon		Carmen Aguilera	Leblon	ok		
15	Cleyde Engelke	ces207@gmail.com	0,5	0,5	R\$ 24,00	Copacabana						
16	Michelle Kaufmann Benarush	Michellekauf@gmail.com	0,5	0,5	R\$ 24,00	Copacabana						
17	Patricia Munçone		0,5	0,5	R\$ 24,00							
18	Paula Siems Giolito	paulagiolito@gmail.com	0,5	0,5	R\$ 24,00	Leblon	Copacabana	Carmen Aguilera	Leblon			
19	Sheila Magda Huguerin	sheilamagdah@gmail.com	0,4	0,4	R\$ 19,20	Icaraí	Niterói	Carmen	Leblon			
20	Theressa Helena Eller Silveira	theeller31@gmail.com	1	1	R\$ 48,00	Pendotiba		Sheila	Icaraí			
21	Daniela Gatti Monteiro	msdanningatti@hotmail.com	1,5	1,5	R\$ 72,00	Niterói		Sheila	Icaraí			
22	Valeri Carvalho	valericarvalho.s@gmail.com	0,5	0,5	R\$24,00	Copacabana	Copacabana	Carmen Aguilera	Leblon			

Figura 17 exemplo de planilha de pedidos
Fonte: Google Drive

Pedido Fazenda Timbaúba - JUNHO-JULHO/ 2015

File Edit View Insert Format Data Tools Add-ons Help

R\$ % .0_ .00_ 123 -

B I S A

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1	Raq									
2	<i>Dados de depósito: Aurea Maria Xavier Pereira Gomes, CEF Ag 2890 op 001 cc 21223-0 cpf 091722727-16</i>									
3	Consumidor	Bairro	Integral	Desnatado	Manteiga	Valor	Pago	Entrega	reposição	valor + gelo
4	Aurea Xavier	Vila Isabel	45		5	R\$ 225,00				R\$ 225,50
5	Mitsue Liotto	Laranjeiras	5	15	3	R\$ 103,50				R\$ 103,80
6	Ana Lucia Andrade Baptista	Santa Teresa	6		4	R\$ 45,00				R\$ 45,40
7	Juliana Najan	Vila Isabel		12	8	R\$ 90,00				R\$ 90,80
8	Camila Leal	Rocha	6	12	3	R\$ 94,50				R\$ 94,80
9	Julia Stadler	Santa Teresa	16		3	R\$ 85,50				R\$ 85,80
10	crisrina villareal	botafogo	12		2	R\$ 63,00				R\$ 63,20
11	mahyah	Santa Teresa			6	R\$ 27,00				R\$ 27,60
12	Luiza Corrêa	Rio Comprido	4		1	R\$ 22,50				R\$ 22,60
13	Patricia Aranha	Copacabana	4		1	R\$ 22,50				R\$ 22,60
14	Ana Beatriz Nunes	Bangu	12		20	R\$ 144,00				R\$ 146,00
15	Juliana Menezes	Vila Isabel	8		2	R\$ 45,00				R\$ 45,20
16	Juliana Magri	Tijuca		4	2	R\$ 27,00				R\$ 27,20
17	Celina G Dias	Gloria	15		3	R\$ 81,00				R\$ 81,30
18	Olivia Pedroni	Santa Teresa/Laranjeiras			5	R\$ 22,50				R\$ 23,00
19	Julia Castro	Leblon			6	R\$ 27,00				R\$ 27,60
20	Claudia Astrini	São Cristóvão			6	R\$ 27,00				R\$ 27,60
21	paula sant'anna	inhaúma/copacabana			2	R\$ 9,00				R\$ 9,20
22	Carolina Oliveira	Méier	30		2	R\$ 144,00				R\$ 144,20
23	Fátima Nóbrega	Vila Isabel	2	2	4	R\$ 36,00				R\$ 36,40

Figura 18 exemplo de planinha de pedidos

Fonte: Google Drive

Análise SWOT

Desenvolveu-se então uma análise SWOT (Strengths - Forças, Weakness - Fraquezas, Opportunities - Oportunidades, Threats - Ameaças) para identificar os pontos fortes e fracos dos recursos utilizados. Essa análise auxilia no planejamento estratégico, ajudando a entender por que cada ferramenta é utilizada e o que pode-se levar pra frente ou deixar para trás.

Facebook

facilidade de divulgação
 estrutura para trocar idéias
 dinâmica
 gratuito

S

desorganização
 credibilidade do usuário
 rastreabilidade

W

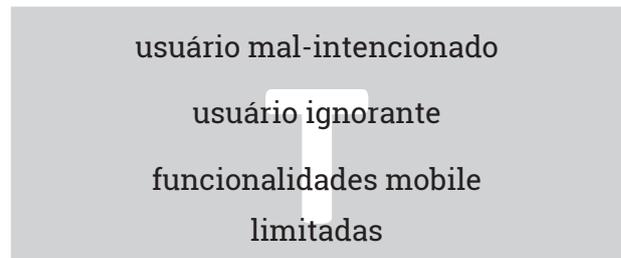
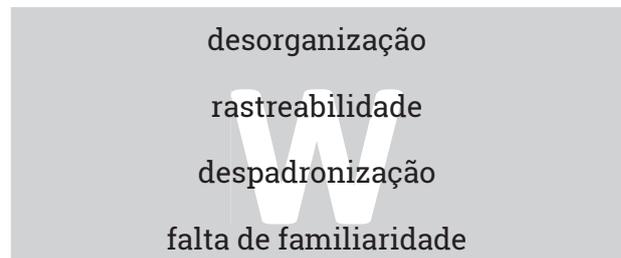
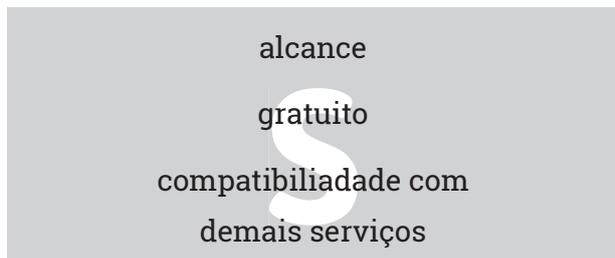
alcance

O

spammers
 necessidade de gerenciamento

T

Google Drive



Dentre as Forças e Oportunidades, identifica-se que o alcance, a estrutura dinâmica e a gratuidade são essenciais para o funcionamento do grupo, estão em sintonia com os princípios do grupo, que inclui estimular a comunicação, cooperação e interação entre as pessoas. Por isso, por mais interessante que seja criar uma independência destes recursos que pertencem a terceiros, não é interessante eliminar o papel do Facebook nos processos. É a rede social na qual o grupo está baseado, com a qual todos têm familiaridade e que acessam com frequência. A interação ali não se limita à organização das listas, mas ocorre muita troca de idéias e recomendações.

Quanto ao Google Drive, embora seja hoje a ferramenta mais adequada e acessível para a organização das planilhas, as funcionalidades limitadas em celulares e tablets se tornam uma ameaça. Nas postagens de listas abertas é comum encontrar comentários de pessoas que gostariam de adicionar seus pedidos, mas não conseguem porque estão acessando pelo celular e não é possível editar as planilhas pelo celular. Outro problema comum é a falta de familiaridade das pessoas com a ferramenta, mesmo que muitas estejam acostumadas com as planilhas do Open Office ou do Excel. Essa falta de familiaridade pode trazer grandes danos, caso a pessoa acidentalmente apague dados de outros ou mesmo altere a planilha toda. Outro motivo que atrapalha o uso das planilhas é a falta de um modelo único. Cada organizador cria a planilha da maneira que lhe é mais adequada, o que atrapalha os participantes (especialmente os novatos).

Capítulo 4

SISTEMATIZAÇÃO

Este capítulo trata da sistematização do funcionamento do grupo, identificando os personagens envolvidos e suas tarefas, suas relações e os fluxos de cada processo, fazendo um paralelo com teorias de sistemas colaborativos.

Personagens

A plataforma tem funcionalidades distintas para os casos de a pessoa possuir cadastro ou não e de acordo com o tipo de cadastro. A pessoa que navega sem cadastro e/ou sem ter feito login é chamada de visitante e tem acesso limitado. Aqueles que se cadastram são chamados de usuários e terão a opção de fazê-lo em duas categorias diferente: usuário, com funcionalidades voltadas para a criação e participação de listas, e usuário produtor, que além das funcionalidades de lista tem um espaço para a divulgação do seu trabalho.

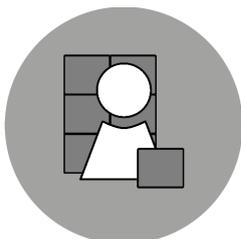
Já dentro de uma lista (meio de organização das compras colaborativas) é possível identificar cinco personagens: organizador, produtor, participante, receptor e deslocador. Cada usuário pode assumir mais de um papel dentro da lista.



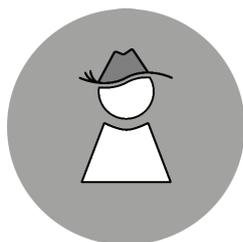
- **Organizador:** Usuário (padrão ou produtor) que abre uma lista. Incubido de configurá-la e gerenciá-la, definindo as datas importantes, fazendo a ponte com o produtor (caso usuário padrão).



- **Participante:** Usuário padrão que participa de uma lista, fazendo um pedido.



- **Produtor:** Pessoa responsável por um empreendimento que fornece produtos para uma lista. Caso o organizador da lista seja também produtor, o fornecedor é a mesma pessoa que o organizador da lista.



- **Receptor:** Participante que receberá toda a mercadoria pedida em sua residência. Este personagem nem sempre existe, uma vez que algumas listas poderão possuir um esquema específico de distribuição.



- **Deslocador:** Participante que pega seu pedido no local de entrega e aproveita para trazer consigo os de outros participantes, que teriam mais fácil acesso em suas proximidades do que no local de recepção. O deslocador não é responsável por fazer entregas na casa das pessoas.

Figura 19 Imagens representativas de cada um dos papéis.
fonte: da autora

Relações

A lista, como forma de organização de compras colaborativas, faz a interface entre o empreendimento e os participantes, que são os consumidores finais. No caso de um usuário produtor funciona como interface direta pois este próprio produtor pode abrir listas de compras vendendo seus produtos do seu estabelecimento direto para os consumidores. No caso de um fornecedor externo, a lista se torna um meio de organização das informações e o organizador representa todos os participantes junto ao fornecedor dos produtos.



Figura 20 a lista é uma interface entre o produtor e o consumidor.
fonte: da autora

Os papéis que os usuários podem assumir não são exclusivos. Um participante pode atuar como receptor, caso se voluntarie para receber as mercadorias em casa e também pode atuar como deslocador, ajudando a distribuí-las.



Figura 21 o participante pode atuar também como receptor e/ou deslocador
 fonte: da autora

Um organizador pode ser fornecedor se for um usuário produtor, ou participante caso o fornecedor da lista seja externo. Nesse último caso o organizador pode também ser receptor, caso opte por receber todas as mercadorias em sua casa, podendo também atuar como deslocador ajudando a distribuir os pedidos. Caso seja um organizador fornecedor, também atuará como deslocador caso entregue os produtos de acordo com a região dos participantes ou mesmo em domicílio.



Figura 22 o organizador pode ser o próprio produtor e atuar como deslocador ele mesmo
 fonte: da autora



Figura 23 o organizador pode ser o receptor e atuar também como deslocador
 fonte: da autora

Fica claro então que a limitação de relações ocorre de acordo com a configuração do organizador, se este é usuário comum ou produtor, já que sendo produtor ele não é receptor.

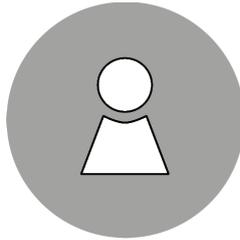
Funcionalidades

Cada tipo de usuário tem acesso a funcionalidades específicas e adequadas ao seu perfil, assim como terá cada papel dentro de uma lista. As funcionalidades projetadas para os usuários devem respaldá-lo quando este assume um papel ao entrar em uma lista. A seguir apresenta-se um mapeamento das funcionalidades a serem cobertas pelo projeto. As funcionalidades em cinza claro representam funcionalidades relevantes que já foram mapeadas anteriormente em outro usuário ou papel.



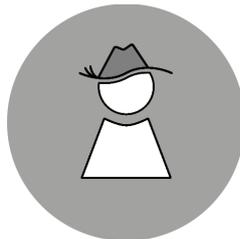
- **Visitante**

- Navegar pela área não-logada;
- Folhear, filtrar e buscar as listas;
- Consultar uma lista específica, com acesso restrito às informações;
- Consultar os perfis dos produtores;
- Fazer cadastro;



- **Usuário**

- Participar de uma lista aberta, adicionando seu pedido;
- Editar e remover seu pedido em qualquer lista aberta da qual esteja participando;
- Consultar todas as listas que participa ou que já participou;
- Deixar feedback sobre o produtor na página deste;
- Cadastrar-se como receptor em potencial;



- **Produtor**

- Adicionar fotos e informações sobre seus produtos e processos;
- Criar, editar e remover uma lista de preços;
- Criar listas;
- Atuar como organizador de lista;



- **Participante**

- Voluntariar-se como deslocador e/ou receptor;
- Enviar comprovante;
- Agendar coleta com receptor;
- Requisitar deslocamento;



- **Organizador**

- Iniciar a lista, preenchendo as informações necessárias mínimas requeridas
- Exportar a lista para Google Slides, *.xls ou *.pdf;
- Enviar mensagem para todos os participantes da lista;
- Editar as informações da lista;
- Aceitar receptores voluntários;
- Conferir comprovantes de pagamento;
- Fechar a lista;
- Atualizar o status da lista;



- **Deslocador**

Adicionar endereços de deslocamento possíveis, podendo puxar do próprio cadastro ou criando um exclusivo;

Aceitar ou cancelar pedidos de deslocamento;

Alterar o status do deslocamento;

Receptor

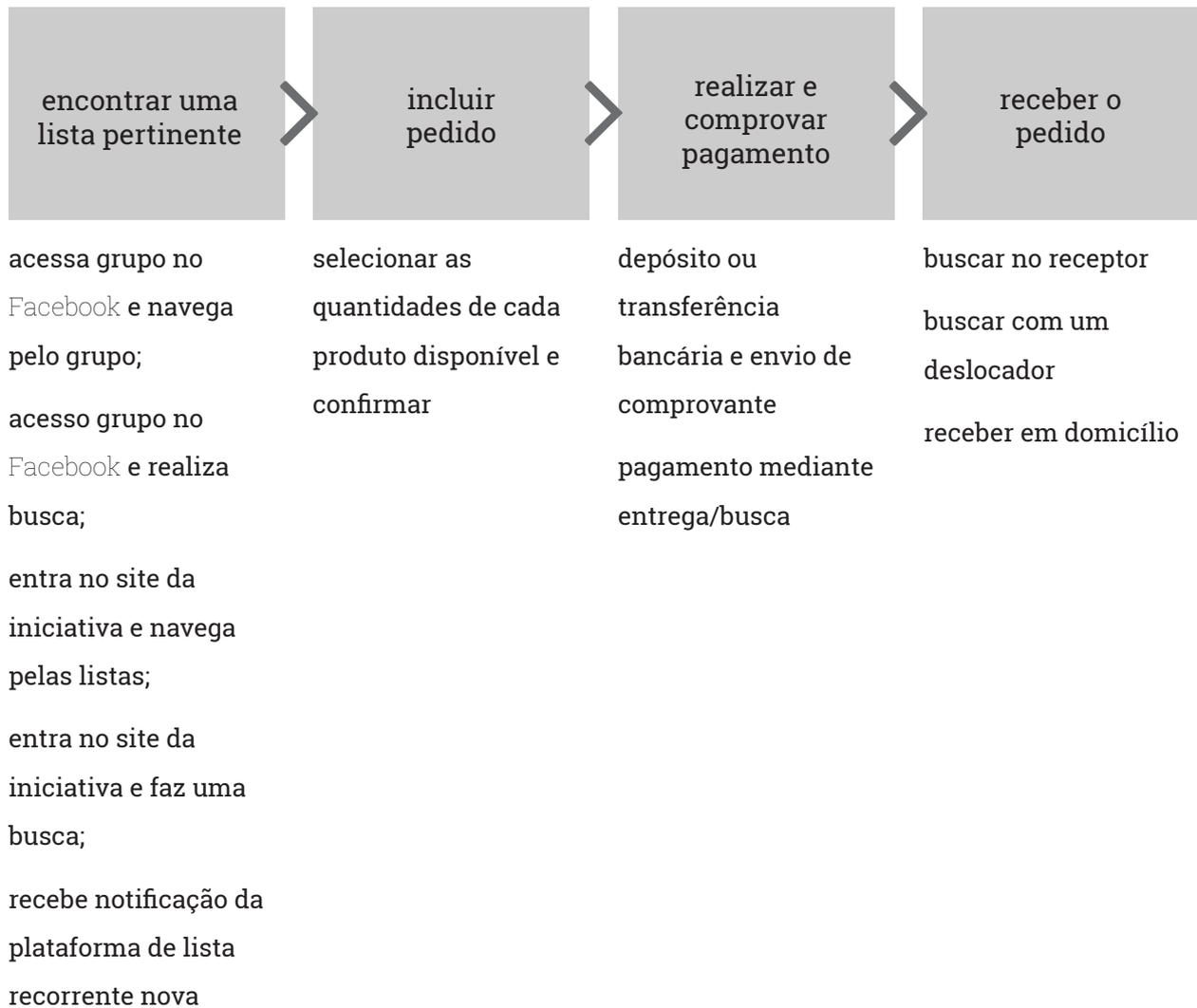
Voluntariar-se como receptor;

Alterar o status dos pedidos que estão sob sua responsabilidade;

Jornada do Usuário

A jornada do usuário mapeia as interações do usuário com o projeto e demonstra como essas interações já acontecem ou como elas podem acontecer. Aqui mapeou-se como elas aconteceriam se o grupo já tivesse uma plataforma disponível.

Foram identificados três jornadas cruciais no funcionamento do grupo: a do participante, a do usuário e a do organizador. As demais (deslocador e receptor) são subjornadas de cada uma dessas;



A jornada padrão do participante tem 4 momentos distintos: 1) achar uma lista de interesse, 2) incluir o seu pedido, 3) pagar e enviar comprovante e 4) receber o produto. A maneira com que cada um desses momentos ocorre difere de acordo com a lista. Entre cada um desses quatro momentos ainda é possível identificar um conjunto de interações possíveis.

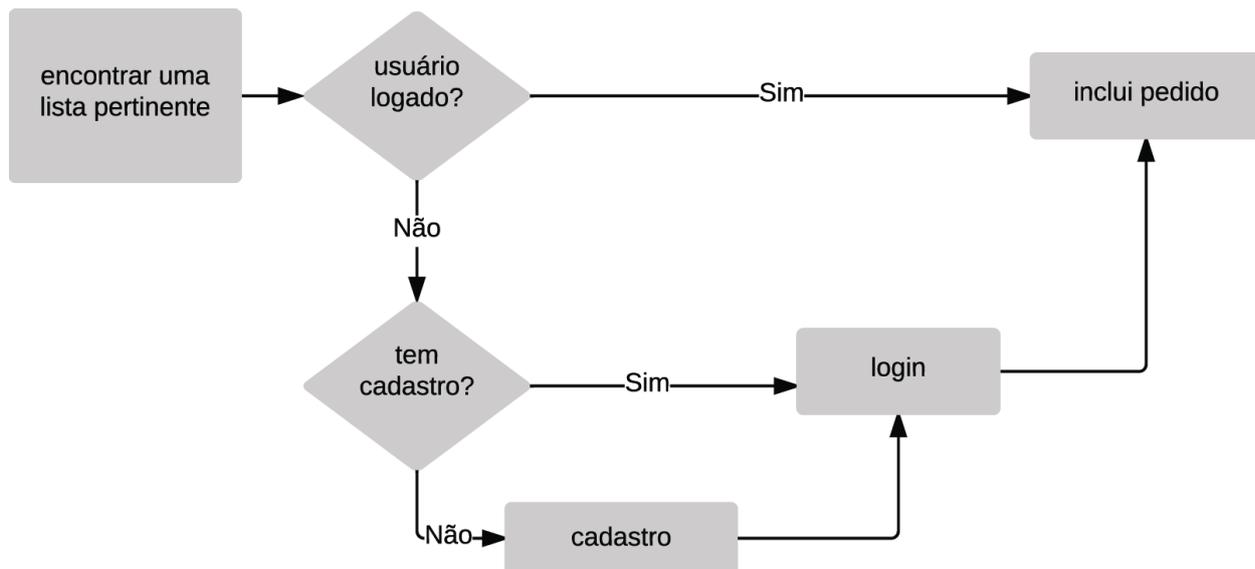


Figura 24 Diagrama de interações entre o momento no qual o usuário encontra uma lista relevante e faz o pedido.

Fonte: da autora

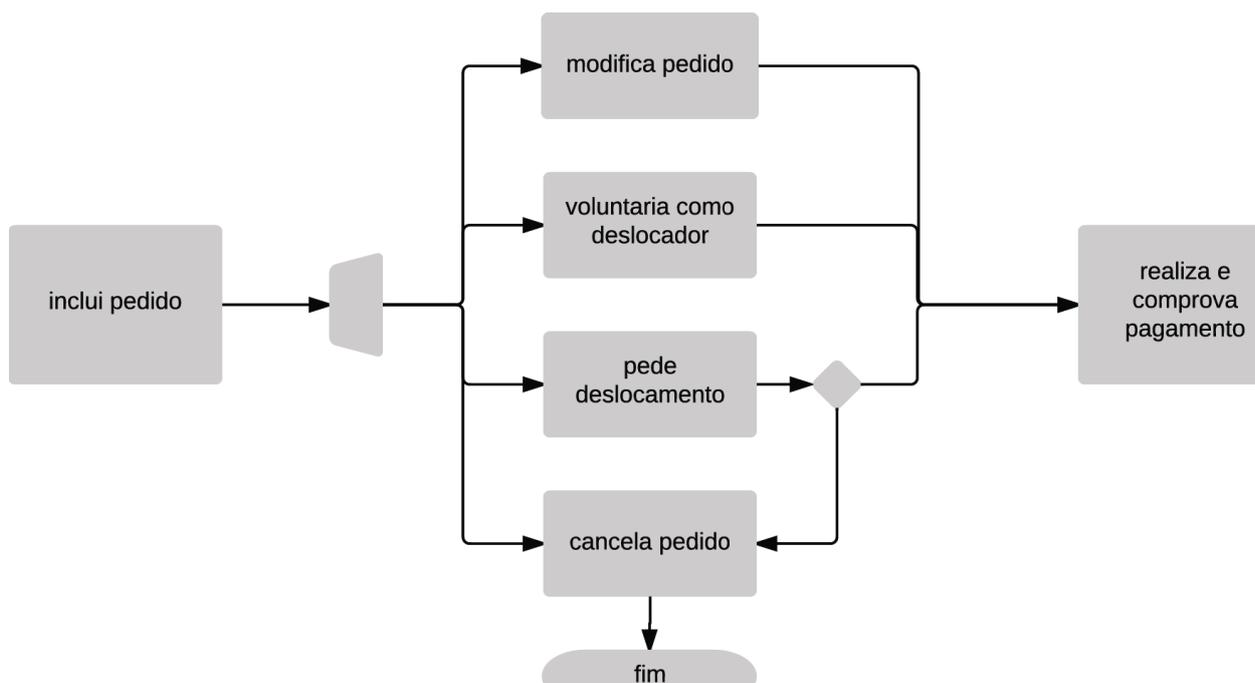
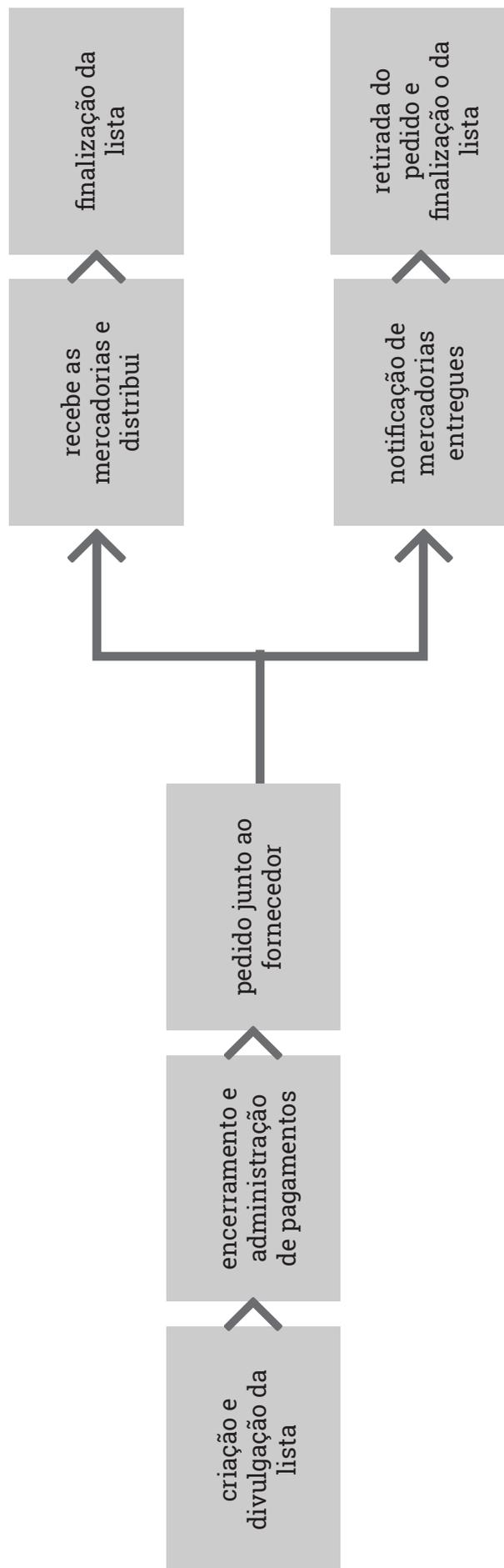


Figura 25 Diagrama de interações entre o momento no qual o usuário inclui o seu pedido e realiza o pagamento

A jornada do organizador de lista é mais complexa que a do participante. Em um plano macro as fases envolvem a criação, divulgação e encerramento de uma lista, administração dos pagamentos, realizar o pedido como fornecedor, receber as mercadorias e distribuí-las (caso seja receptor) ou, caso o receptor seja outro participante, o organizador receberá uma notificação de recebimento das mercadorias e não será incumbido de gerenciar a distribuição, mas ainda será responsável de finalizar a lista quando todos tiverem recebido seus produtos.



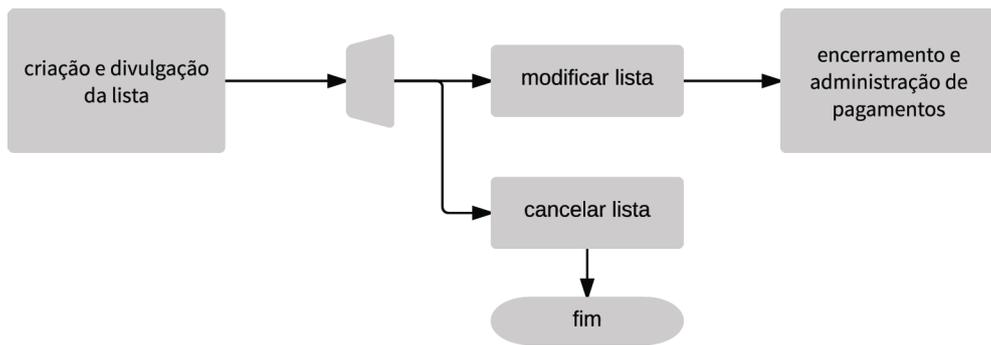


Figura 26 interações possíveis para o administrador entre a criação e o encerramento de uma lista.

Fonte: da autora

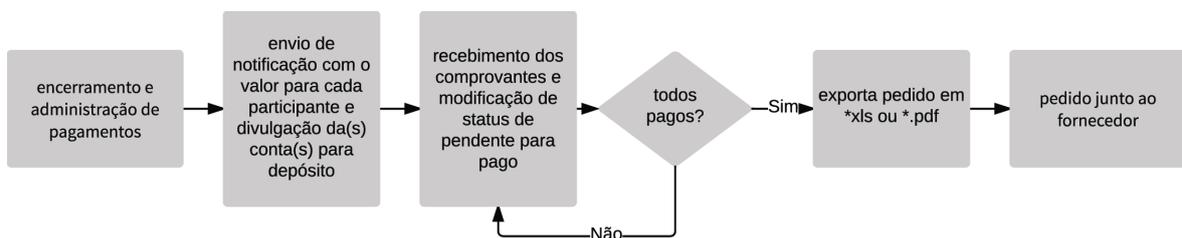


Figura 27 Passos entre o encerramento da lista e o pedido feito junto ao fornecedor externo,

Fonte: da autora

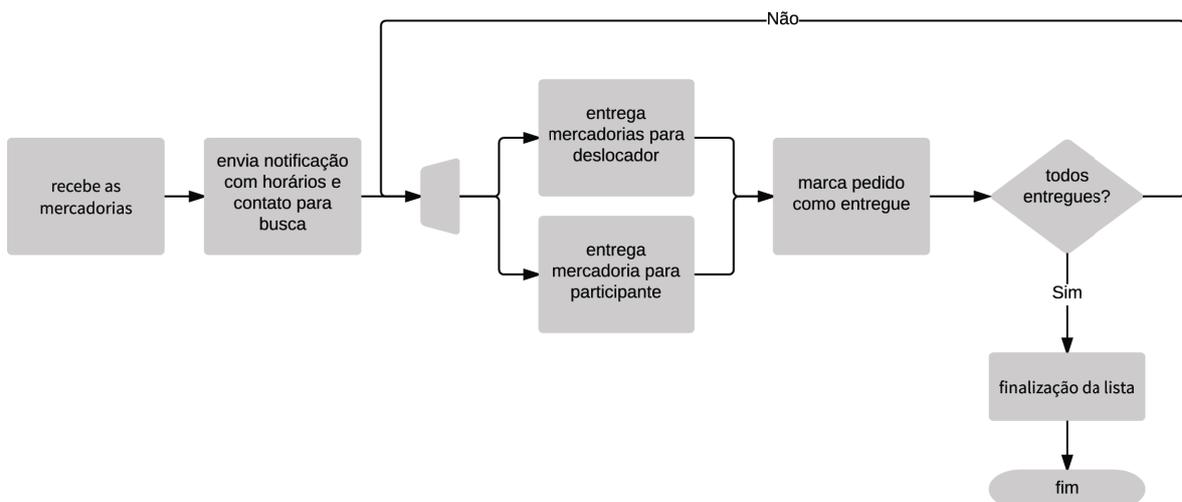


Figura 28 Diagrama do processo que envolve o recebimento das mercadorias, distribuição dos pedidos e finalização da lista, caso o organizador seja também receptor.

Fonte: da autora

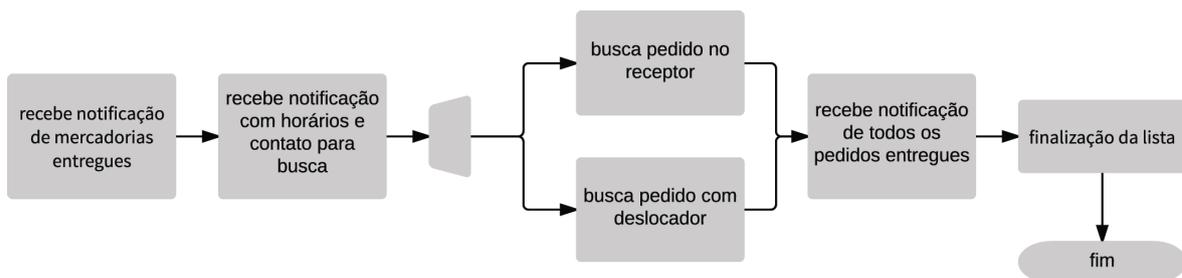
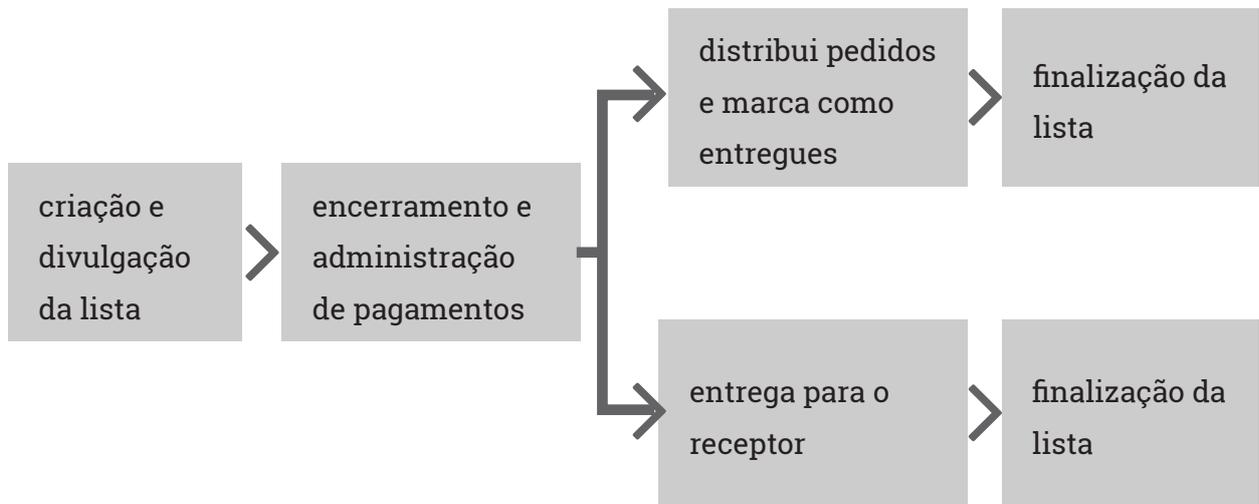


Figura 29 Diagrama do processo de recebimento das mercadorias e finalização das lista para o caso de o organizador não ser o receptor,

Fonte: da autora

Caso o organizador da lista seja o próprio produtor, o fluxo simplifica pois não há a figura do fornecedor e a figura do receptor é opcional. As interações entre a criação e divulgação da lista e o encerramento e administração de pagamentos são as mesmas do organizador comum. Quanto à parte de distribuição, existem dois caminhos possíveis: o produtor atuar como deslocador, entregando as mercadorias diretamente aos participantes (seja em suas residências ou pontos de retirada), ou o produtor entregar para um receptor, que ficará encarregado de administrar as retiradas dos pedidos para participantes e deslocadores.



Capítulo 5

SUORTE E LANDING PAGE

Este capítulo fala do crescimento e da expansão do grupo, das medidas tomadas como forma de suporte a membros e produtores, da repercussão na mídia e do lançamento da landing page.

Crescimento do grupo

Com o retorno dos fundadores do grupo, Tatiana Dutra e Nilton Lessa, ao Rio de Janeiro o trabalho de estruturação da plataforma foi retomado. Aos poucos foi-se delineando uma equipe que inclui três desenvolvedores, uma designer e duas pessoas responsáveis pelas relações públicas (assistência a membros e a produtores).

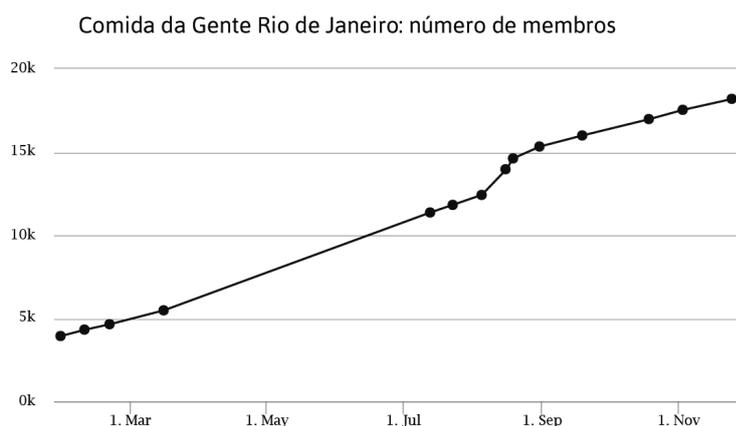


Figura 38 Gráfico demonstrando o crescimento de número de membros do Comida da Gente Rio de Janeiro.

fonte: da autora

O crescimento acentuado do grupo tornou urgente ações de conscientização das pessoas sobre a filosofia e funcionamento dos processos. Na época, com mais de 10 mil membros, eram evidentes vários desvios de comportamento que atrapalhavam o funcionamento saudável da comunidade. Então produzi o primeiro vídeo do Comida da

Gente, que conta brevemente a história do grupo e resume como funciona o processo de compra colaborativa. O vídeo pode ser acessado no seguinte link: https://www.youtube.com/watch?v=Fw8LloIW_K0

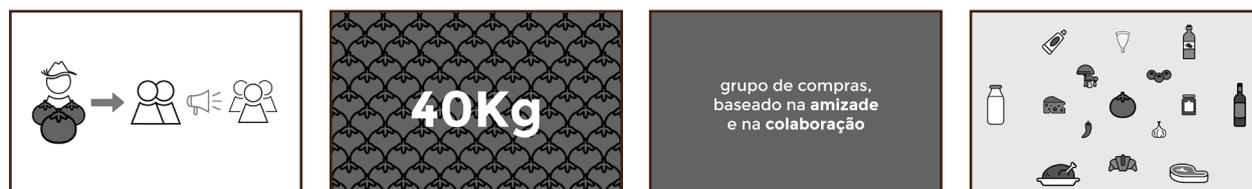


Figura 30 Imagens estáticas do primeiro vídeo do Comida da Gente
fonte: da autora

No dia 14 de agosto de 2015 ocorreu a primeira aparição na TV, no programa Globo Repórter, que pode ser vista no link <http://g1.globo.com/globo-reporter/noticia/2015/08/>

[cerca-de-11-mil-compram-organicos-precos-mais-baixos-em-rede-social.html](#). O tema no dia era alimentos orgânicos e o Comida da Gente apareceu como uma alternativa de adquirir produtos orgânicos com preços mais baixos do que os praticados no grande varejo. Mesmo o nome do grupo não tendo sido citado, gerou cerca de 1500 novos membros.

Outra consequência direta da aparição televisiva foi a alta demanda por novos grupos em outras cidades do país. Imediatamente após a exibição, foram criados mais 7 grupos, sendo 2 desses regionalizações do grupo do Rio de Janeiro (Comida da Gente Barra/Recreio e Comida da Gente Jacarepagua).

Identidade Visual

A fim de preparar a iniciativa para a procura em potencial que a aparição na TV traria, foi colocado no ar uma página nos endereços www.comidadagente.com.br e www.comidadagente.org. Na falta de uma identidade visual foi escolhida uma escala de cores temporária e trabalhou-se com os tipos **Montserrat** para títulos e **Source Sans** para textos. Essa página, considerada temporária enquanto a identidade visual oficial não era criada, não foi documentada.



Figura 31 Escala de cores temporária
fonte: da autora

Contratou-se a designer Mila de Choch para desenvolver a identidade visual do Comida da Gente, com a intenção de que a logo fosse modular para ser utilizada também para outras futuras iniciativas “da Gente”, tal como “Cinema da Gente” ou “Artesanato da Gente”.



Figura 39 Logo do Comida da Gente
desenvolvida pela designer Mila de Choch
fonte: Mila de Choch

O logo foi pensado em duas partes principais: o “Comida” é composto por uma tipologia mais simples, pois representa a categoria da marca, e essa categoria pode ser variada no futuro. Já o “da Gente” é um lettering flúido e suas letras são conectadas, representando a espontaneidade do grupo e o envolvimento dos participantes.

(CHOCH, 2015)

Mila definiu também a nova escala de cores e as fontes a serem utilizadas: Asap para títulos e Roboto Slab para textos.



Figura 32 Escala de cores da identidade visual desenvolvida pela designer Mila de Choch.
fonte: Mila de Choch

Suporte

Para orientar melhor os novos participantes, planejou-se redigir quatro documentos de suporte:

- Fazendo sua primeira compra colaborativa
- Organizando sua primeira lista
- Propondo seus produtos no grupo
- Animando sua rede de compras colaborativas

Dos quatro, os dois primeiros foram divulgados entre agosto e setembro. O terceiro, em outubro, entrou na fase de finalização do texto para então virar uma apresentação de slides. Todas as apresentações são feitas pelo Google Slides como forma de facilitar e estimular a colaboração entre os integrantes da equipe. As imagens utilizadas são geradas por programas gráficos, tais como Illustrator e disponibilizadas para que o resto do time possa fazer uso delas.



Figura 33 Slides da primeira apresentação do Comida da Gente, “participando de uma compra colaborativa”
fonte: da autora

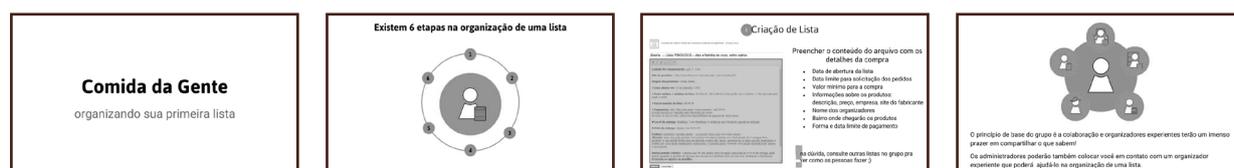


Figura 34 Slides da segunda apresentação do Comida da Gente, “organizando sua primeira compra colaborativa”
fonte: da autora

Além da aparição no Globo Repórter, o Comida da Gente apareceu na revista dominical do jornal O Globo no dia 4 de outubro de 2015, na reportagem principal que falava sobre

o consumo de orgânicos no Rio de Janeiro. Também foi citado numa entrevista dada pela fundadora, Tatiana, no Canal Saúde, da FioCruz. A reportagem do O Globo pode ser visualizada no link <http://oglobo.globo.com/ela/gastronomia/mercado-de-organicos-vive-boa-fase-no-delivery-internet-17673052> e a entrevista paraa FioCruz no seguinte endereço <http://www.canal.fiocruz.br/video/index.php?v=Familias-Sustentaveis-EMF-0107>.



Figura 40 Peça da reportagem publicada pelo Jornal O Globo
fonte: O Globo

O crescimento acentuado do grupo afeta diretamente os produtores, que passam cada vez mais a dedicar seu tempo ao atendimento aos consumidores online, sacrificando seu trabalho na roça. Para melhor entender os produtores, no dia 26 de setembro realizou-se uma confraternização.

Muitos pequenos produtores rurais, têm entrado no grupo, querendo oferecer seus produtos mas sem saber como. Pensamos então que a melhor maneira de ajudar esses produtores e de enriquecer o grupo com uma maior oferta e variedade de produtos seria de nos reunir com eles, ouvir deles e tentar criar soluções juntos.

(DUTRA, 2015)

Neste dia foi possível reunir cerca de 25 produtores rurais do Sudeste, representando aproximadamente 10 fazendas, e entender melhor como é a vida deles. Ficou evidente que em sua maioria eram pessoas com nível educacional elevado, a maioria com ensino superior completo, que largaram suas carreiras na cidade e encontraram no campo uma alternativa de

vida. São pessoas que se esforçam em mudar a realidade da região onde moram, seja conscientizando os produtores vizinhos sobre produção orgânica, seja contratando e educando mão-de-obra local ou mesmo se esforçando em conscientizar o consumidor da cidade sobre questões ambientais.

Landing Page

Em função das aparições nos veículos de imprensa, o lançamento de uma segunda versão da landing page, de acordo com a identidade visual, virou prioridade. Depois de várias tentativas foi possível chegar a um consenso que utiliza as pinceladas sugeridas no documento de branding. A seguir são apresentadas algumas das tentativas e na página seguinte é apresentada a versão escolhida. A imagem não representa a versão que efetivamente foi ao ar, pois ajustes foram feitos na fase de implementação direto no código, sendo esta então apresentada na página seguinte.

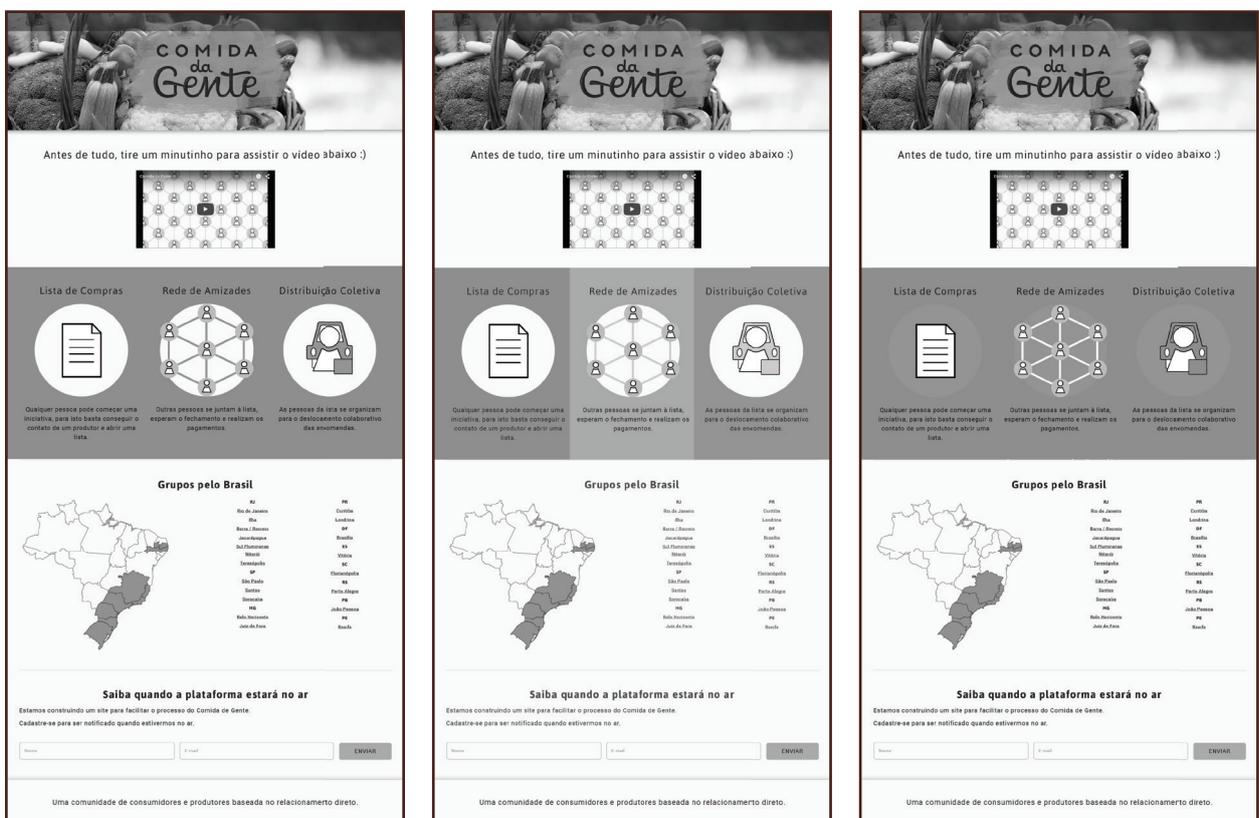


Figura 35 Algumas das opções descartadas para a landing page do Comida da Gente. fonte: da autora.





Antes de tudo, tire um minutinho para assistir o vídeo abaixo :)



Lista de Compras



Qualquer pessoa pode começar uma iniciativa, para isto basta conseguir o contato de um produtor e abrir uma lista.

Rede de Amizades



Outras pessoas se juntam à lista, esperam o fechamento e realizam os pagamentos.

Distribuição Coletiva



As pessoas da lista se organizam para o deslocamento colaborativo das encomendas.

Encontre o seu grupo pelo Brasil



RJ	PR
Rio de Janeiro	Curitiba
Ilha	Londrina
Barra / Recreio	DF
Jacarépagus	Brasília
Sul Fluminense	ES
Niterói	Vitória
Teresópolis	SC
SP	Florianópolis
São Paulo	RS
Santos	Porto Alegre
Sorocaba	PB
MG	João Pessoa
Belo Horizonte	PE
Juiz de Fora	Recife

Saiba quando a plataforma estará no ar

Estamos construindo um site para facilitar o processo do Comida de Gente.
Cadastre-se para ser notificado quando estivermos no ar.

Uma comunidade de consumidores e produtores baseada no relacionamento direto.

Figura 36 versão escolhida para o desenvolvimento do código da landing page.
fonte: da autora.

COMIDA da Gente

Antes de tudo, tire um minutinho para assistir ao vídeo abaixo :)

Comida da Gente

O processo é simples

Lista de Compras
Qualquer pessoa pode começar uma iniciativa, para isto basta conseguir o contato de um produtor e abrir uma lista.

Rede de Amizades
Outras pessoas se juntam à lista, esperam o fechamento e realizam os pagamentos.

Distribuição Coletiva
As pessoas da lista se organizam para o deslocamento colaborativo das encomendas.

Os grupos pelo Brasil

- RJ
Rio de Janeiro
Barra / Recreio
Itaú
Jacarepaguá
Niterói
Sul Fluminense
Terresopolis
- SP
São Paulo
Sorocaba
Sorocaba
- MG
Belo Horizonte
Juiz de Fora
- PR
Curitiba
Londrina
- DF
Brasília
- ES
Vitória
- SC
Florianópolis
- RS
Porto Alegre
- PB
João Pessoa
- PE
Recife

Saiba quando a plataforma estará no ar

Estamos construindo um site para facilitar o processo do Comida da Gente. Cadastre-se para ser notificado quando estivermos no ar.

Aproveite para dar uma olhada no material que nós preparamos...

Comida da Gente
participando de uma compra colaborativa

Comida da Gente
organizando sua primeira lista

...e ver o que falam de nós por aí :)

Figura 37 projeto de landing que foi ao ar
fonte: da autora

Estratégia de Lançamento

Montou-se uma estratégia de lançamento para melhor organizar a equipe e focar os esforços. As funcionalidades envolvidas em cada versão da plataforma estão em constante revisão e seu estado atual é apresentados abaixo.

V1	V2	V3	V4
cadastro de usuário	gestão lista simples	gestão lista	criação lista
cadastro de produtor	notificações	complexa	complexa
busca por produtor	criação lista simples	catálogo simples	catálogo complexo

Cabe aqui esclarecer que a plataforma Comida da Gente começou a ser estruturada no backend, ou seja, configuração junto ao servidor, sem se preocupar com interface ou usuário, muito antes de pensar-se em frontend sem nem delinear sua estratégia e escopo. A previsão de lançamentos segue portanto o cronograma de desenvolvimento do backend.

Aqui a gestão de lista é dividida em gestão simples e complexa. A lista simples abrange a imensa maioria das listas e envolve poucos parâmetros de controle, tal como valor mínimo para viabilização da compra, valor máximo que o organizador se dispõe a administrar, e quantidades máxima e mínima, na unidade pertinente (quilograma, caixa, unidade), que o receptor pode receber. Os limites se aplicam também a cada produto específico. A lista complexa abrange listas que trabalham com pesagem, compras em lotes ou múltiplos de produtos.

O catálogo é uma funcionalidade que estará disponível ao produtor cadastrado para que se monte uma tabela de preços dos seus produtos. Este também foi separado em catálogo complexo e simples pelo mesmo motivo da gestão de lista.

A equipe de backend tem seus esforços focados no lançamento da versão 1. Decidiu-se então que fosse priorizado o design da gestão de lista simples ao invés de trabalhar os fluxos de cadastro ou busca concomitantemente com seus desenvolvimentos, evitando aumentar a quantidade de iterações, acelerando o lançamento da plataforma. Quando o trabalho da versão 1 fosse finalizado, os desenvolvedores então passariam para a versão 2, com o material já desenvolvido no âmbito de design. E então o trabalho feito por eles na versão 1 será revisitado.

Mesmo não sendo a estratégia adequada, ela cabe à realidade da iniciativa. O grupo tem aparecido na mídia e chamado a atenção de novos consumidores e empresas do

varejo. Urge então que os fundadores ocupem seu espaço digital antes que outra pessoa o faça. A ocupação deste espaço institucionaliza o Comida da Gente e empodera aqueles por trás da infra-estrutura em vias de criação. Não cabe mais aos participantes ou observadores definir o que é o Comida da Gente, mas sim à equipe.

Capítulo 6

OOUX

Este capítulo fala sobre a abordagem orientada ao objeto para o projeto do sistema

Orientação ao Objeto

A orientação ao objeto é um dos paradigmas da computação e diz respeito a um padrão de desenvolvimento seguido por linguagens tais como Java. Ela se sustenta em quatro pilares: abstração, encapsulamento, herança e polimorfismo. Representamos entidades de um sistema como objetos, **abstraindo** suas características (propriedades) e suas ações (métodos). As propriedades e métodos podem ser **encapsulados**, o que os protege de estarem expostos ao público, limitando o seu acesso somente ao objeto. A **herança** permite que um objeto se utilize das características de outros e o **polimorfismo** ajuda a generalizar os objetos, criando um modelo que pode ser adaptado conforme a necessidade. Um objeto tem propriedades e métodos (ações), que são explicadas a seguir.

Um exemplo muito utilizado para exemplificar orientação do objeto é a modelagem de um carro como objeto. O carro é um automóvel, assim como um caminhão (polimorfismo). Enquanto automóvel ambos podem andar, frear e dar ré (métodos) e possuem rodas, vidros e lanternas (propriedades), porém as propriedades são diferentes e os métodos se comportam também de maneira distintas.

“Definir objetos que imitam o modelo mental dos usuários definem um patamar de comunicação para a equipe, cria uma linguagem compartilhada.” (VOYCHEHOVSKI, 2015, tradução livre). Também acelera a tradução do sistema em código uma vez que o desenvolvimento para web costuma ser orientado a objeto. Sophia Voychekovski (op cit) enumera as seguintes vantagens do design orientado a objeto:

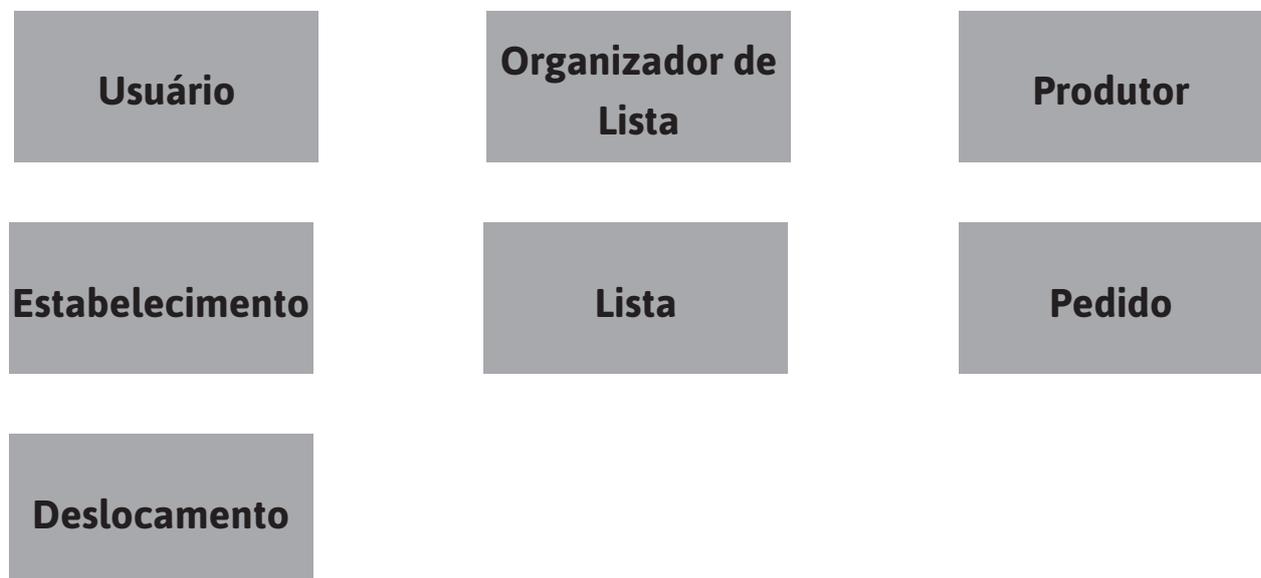
- relaciona o projeto ao modelo mental do usuário, melhorando a experiência;
- assegura simplicidade, reduzindo complexidades acidentais devido a elementos irrelevantes;
- escalabilidade e modularidade: objetos podem ser alterados sem afetar o resto do sistema e novos podem ser incorporados (fugindo de uma abordagem de funcionalidades);

- construção de API's melhores, com objetos independentes;
- estruturação de conteúdo e cross-linking, valorizando o SEO².

Objetos

Definição

A construção dos objetos começa por sua definição, que costumam ser substantivos constantes no sistema. No caso do Comida da Gente foram identificados os seguintes objetos:



Modelagem, nesting e priorização

Tendo-se definido os macro blocos, parte-se para o mapeamento do conteúdo para a descrição de cada um deles. Os elementos podem ser separado em conteúdo (texto e imagens) e metadado (dados que podem ser filtrados ou ordenados). Aqui já começa-se a definir heranças, ou seja, objetos que são derivações de outros, assim como ponteiros para outros objetos e polimorfismos. Em programação, o ponteiro é uma variável que armazena

¹ API, do inglês Interface de Programação de Aplicativos é um conjunto de regras que auxilia a construção de aplicativos. Muito utilizada para casos em que utilizar-se-á códigos de terceiros.

² SEO, ou Otimização para ferramentas de busca, é um conjunto de técnicas recomendadas para otimizar o rastreabilidade de uma página pelas ferramentas de busca

a referência de um espaço na memória. Aqui, ele é uma referência para um outro objeto. Já o polimorfismo permite que diferentes objetos derivem de uma mesma generalização, mas se comportem de maneiras diferentes (como os objetos “carro” e “caminhão” derivam da generalização “automóvel”).

Depois da modelagem feita já considerando os ponteiros, prioriza-se as informações. Segundo Voycheovski esta é a parte mais complicada. Reordena-se os elementos de cada objeto para que fiquem em ordem decrescente de importância. Essa ordenação não influencia como os elementos serão apresentados na tela. Deve-se imaginar quais informações são mais relevantes para o usuário.

A estrutura dos objetos modelados encontra-se no Anexo A.

Navegação

Uma das grandes vantagens da abordagem orientada ao objeto é o planejamento da navegação de acordo com o conteúdo. O trabalho de priorização dos elementos do objeto ajuda a delinear o conteúdo relevante e então é possível experimentar navegação, por exemplo linkando as preferências dos usuários com as listas e produtores.

Em sistemas complexos a OO é mais eficiente na definição da navegação do que os métodos tradicionais procedurais. A OO traz uma abstração que permite criar fluxos genéricos, modulares e escaláveis. Ao invés de gerar vários gráficos com vários níveis de navegação, é possível apresentar somente um que demonstra as relações entre os objetos. Nesta primeira estruturação do projeto optou-se por um mapeamento conservador, focando em como conectar os objetos entre si. As conexões desenhadas no diagrama a seguir ditarão a navegação do site, baseando-se no modelo mental do usuário.

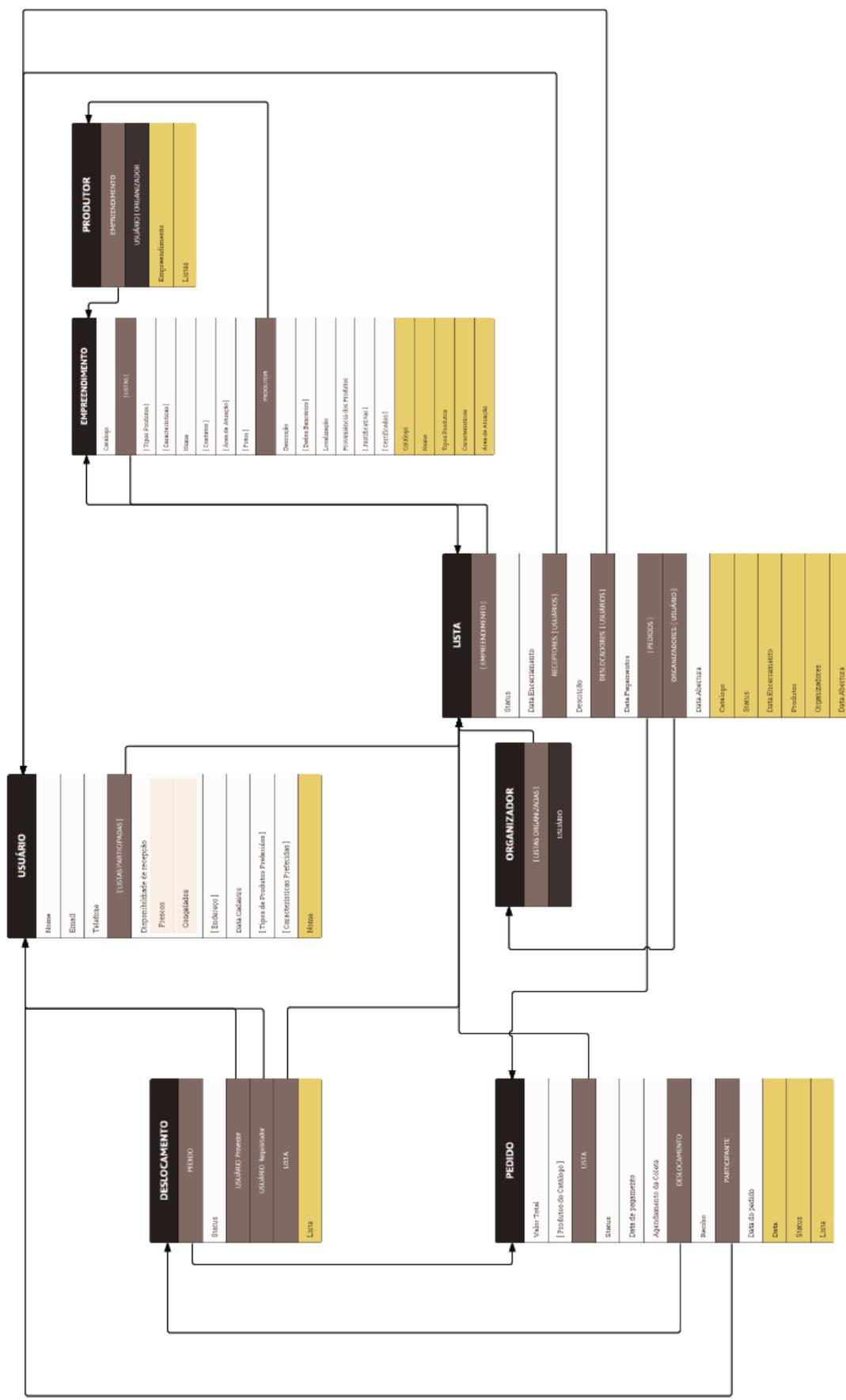


Figura 41 Diagrama de navegação contextual do sistema do Comida da Gente
 fonte: da autora

Capítulo 7

PROTÓTIPO E TESTES

Este capítulo fala da construção do protótipo e da aplicação dos testes de usabilidade, citando as questões trazidas nos testes

Protótipo

Escopo

Para a construção do protótipo foi definido um escopo relevante que estivesse também em sincronia com as previsões de lançamento de versões do Comida da Gente. Portanto foi definido que deveria abordar o fluxo de cadastro, a página pessoal do usuário, a página de divulgação do empreendimento e a busca de produtores e de listas.

O fluxo de cadastro deve ser capaz de tratar tanto o cadastro do usuário comum quanto o do usuário produtor. A página do usuário é o espaço onde este encontra as informações sobre sua participação nas listas e recebe as notificações pertinentes a estas. A página do empreendimento é uma página pública onde o produtor pode explicar sua empreitada, colocar fotos, seus contatos e utilizar como meio de divulgação. A página de busca deve listar todas as listas abertas ou todos os produtores e filtrá-los .

Tecnologia

O protótipo foi construindo utilizando [HarpJS](http://harpjs.com)¹, um servidor que roda localmente com capacidade de processar várias linguagens de pré-processamento e está baseado no framework [Materialize](http://materializecss.com)², construído a partir das orientações do [Google Material Design](https://www.google.com/design/spec/material-design/introduction.html)³. O código foi escrito em [Jade](http://jade-lang.com)⁴ - que vira HTML - , [Sass](http://sass-lang.com)⁵ - que vira CSS- e [jQuery](http://jquery.com)⁶, utilizando

¹ <http://harpjs.com>

² <http://materializecss.com>

³ <https://www.google.com/design/spec/material-design/introduction.html>

⁴ <http://jade-lang.com>

⁵ <http://sass-lang.com>

⁶ <http://jquery.com>

os plugins do [Google Maps](#)¹ para a construção dos mapas e [Dropzone](#)² para upload de arquivos e a tipografia de ícones [Font Awesome](#)³. As telas foram projetadas para um computador específico, com resolução de 1600px por 900px.

As páginas dos produtores e as de listas tem seus próprios templates e todo o conteúdo de cada é descrito nos arquivos [JSON](#)⁴- notação para intercâmbio de dados orientada a objeto. O conteúdo utilizado pelo protótipo foi retirado do grupo Comida da Gente, das páginas dos produtores e do site da [Junta Local](#)⁵.

Testes de Usabilidade

Foram realizados doze testes de usabilidade, sendo quatro com produtores e oito com usuário. Dentre os produtores foi possível testar com idades de 30 a 39 anos, com diferentes vivências no grupo - desde novato até muito experiente. Todos os produtores tinham familiaridade com eletrônicos e redes sociais. Dentre os usuários foi possível testar com pessoas de 25 a 52 anos, familiarizados com eletrônicos ou não, variando de completamente ignorantes à iniciativa até profundamente experientes.

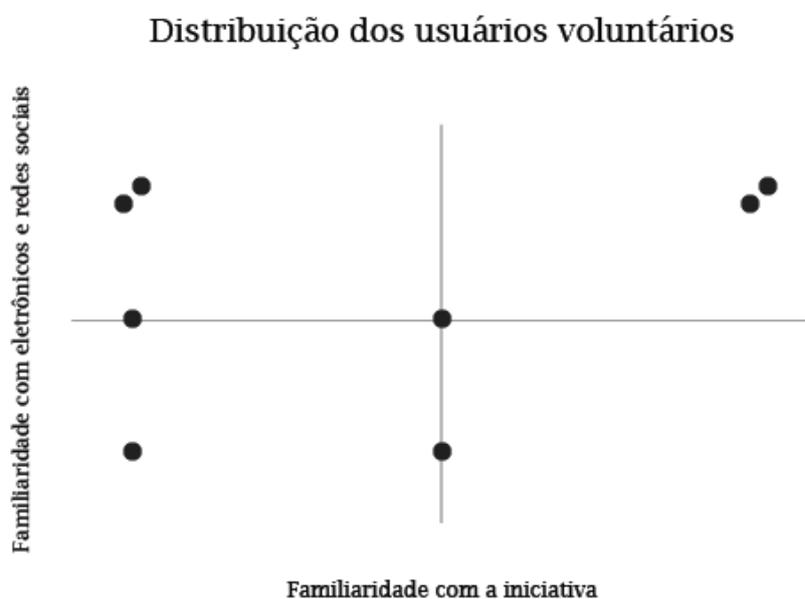


Figura 42 gráfico de distribuição dos voluntários que participaram como usuários, de acordo com familiaridade com eletrônicos e redes sociais vs familiaridade com a iniciativa.
fonte: da autora

¹ <https://developers.google.com/maps>

² <http://www.dropzonejs.com>

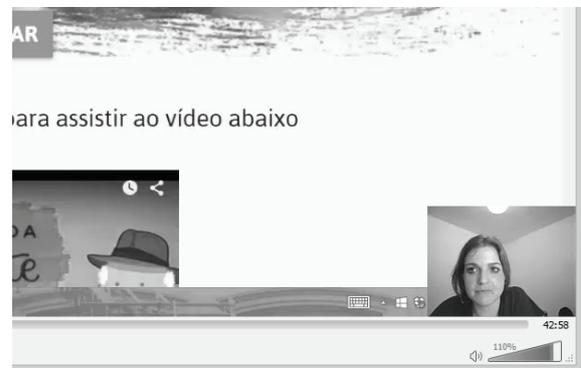
³ <http://fontawesome.io>

⁴ <http://www.json.org>

⁵ <http://juntalocal.com>

Os testes foram todos personalizados com os dados reais de cada voluntário, incluindo foto do perfil do Facebook. Foram realizados sempre em residências, com conexão à internet e foram moderados por uma pessoa. Através do software Camtasia¹ foi possível filmar a tela, a câmera do computador e capturar áudio. Todos os testes foram realizados no mesmo computador e foi fornecido um mouse sem fio quando solicitado.

As questões levantadas pelos voluntários estão identificadas cada uma por uma letra a fim de referenciá-las quando, no próximo capítulo, falar-se-á das decisões tomadas em função destas.



¹ www.techsmith.com/camtasia.html



Figura 43 imagens da filmagem dos testes.
fonte: da autora

Testes com usuários

O foco dos testes com usuários foi a validação do fluxo de cadastro, do fluxo de pedido, da página do usuário e da página de busca. Foi possível concluir que os usuários com menos familiaridade com eletrônicos foram os que tiveram mais dificuldade com os fluxos do sistema, mas ainda assim não tiveram dificuldades em entender os objetos e suas representações. Uma demanda quase unânime foi a relação dos produtos de cada empreendimento, o que viria descrito no projeto na forma de catálogo dos produtos. Esta é uma funcionalidade que estava prevista somente para versões mais avançadas do sistema e, em função dos testes, será adiantada.

Já na página inicial, o vídeo explicativo foi crucial para o entendimento da iniciativa e da logística colaborativa envolvida, especialmente para aqueles completamente ignorantes ao Comida da Gente. Essa página apresentou um problema pontual: nem todos os usuários notaram o botão de cadastro (a).

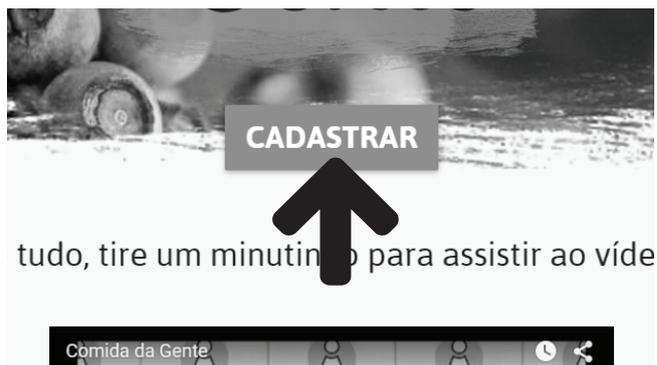


Figura 52 Botão de cadastrar no protótipo (a)

O fluxo de cadastro correu sem grandes problemas, e nenhuma questão foi levantada pelos usuários. Ainda assim foi possível notar que eventualmente a área relativa ao endereço não era notada. (b).

Figura 44 Parte do formulário referente ao endereço (b)

Na página pessoal do usuário todos compreenderam os macro elementos, mas tiveram dificuldades de entender alguns micro elementos. Quanto às notificações, foi importante notar a relevância da redação, o texto genérico focado nos pedidos, listas ou deslocamentos confundiu os usuários (c). Na representação dos pedidos, alguns acharam que os ícones dos status da lista eram botões (d), outros esperavam uma ação na região referente ao valor e pagamento (e) e poucos clicaram na área lateral que dá acesso ao detalhamento do pedido (f). Mas quando clicavam ficavam satisfeitos de ver o detalhamento do pedido.



Figura 45 ícones confundidos com botões (d)

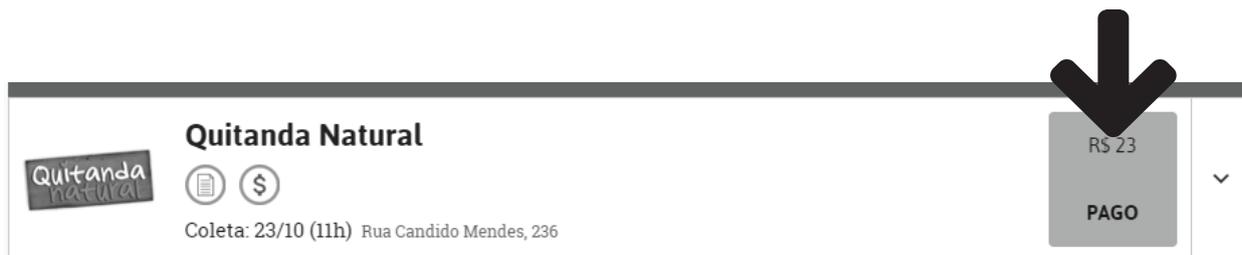


Figura 46 área referente ao valor do pedido e pagamento (e)



Figura 47 área lateral que dá acesso a mais detalhes (f)

Ao final da página foi separado uma área para listar produtores da preferência do usuário que atenderiam a pelo menos um dos endereços listados, esse tipo de funcionalidade incomodou alguns usuários pelo teor de rastreabilidade do que faziam (g).

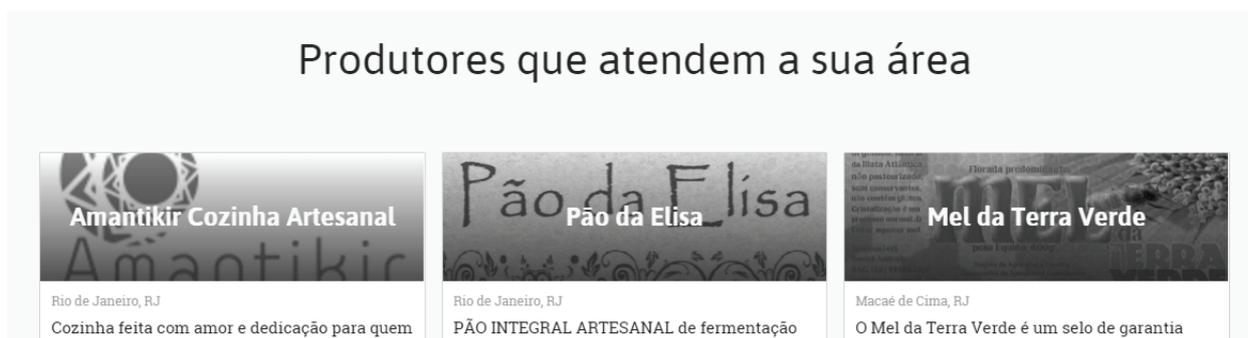


Figura 48 listagem dos produtores pertinentes de acordo com as preferências e localização do usuário (g)

Na página de busca ocorreu tudo bem. Todos os usuários entenderam os elementos e o funcionamento dos filtros. Mas, assim como na representação do pedido, na representação da lista quase nenhum usuário clicou no botão de maiores detalhes (h).



Figura 49 botão de maiores detalhes (h)

Em relação ao fluxo de pedido, foi projetado um botão de “participar”, um passo a mais como forma de evitar compras por impulso que atrapalham a logística do grupo. Ao

apertar o botão, seria apresentado ao usuário um texto de condições de participação e ao aceitar a lista fica então habilitada para aceitar seu pedido. Esse passo extra gerou muitos problemas na experiência dos usuários, desde o fato do usuário não entender porque a página não estaria funcionando até não enxergar o botão (i).



Figura 50 botão que ativa a participação na lista (i)

Além do botão houveram casos pontuais em que o usuário gostaria de ter uma descrição mais detalhada sobre um produto específico ou mesmo que achou que o botão de aumentar quantidade traria informações nutricionais.

Ao final da lista, não ficou claro para os usuários se o campo de frete seria algo a ser calculado de acordo com o endereço ou se seria gratuito (j).

Frete	R\$0,00
Total	R\$0,00

Figura 53 campo de frete ficou ambíguo (j)

A parte da logística colaborativa (k), de determinar onde o usuário pretende buscar o seu produto (seja organizador ou deslocador) não ficou clara para o usuários. Não foi possível determinar a diferença entre o receptor e o deslocador. Em parte por não estar graficamente bem resolvido e em parte por conta da redação que não explicou muito bem o processo.

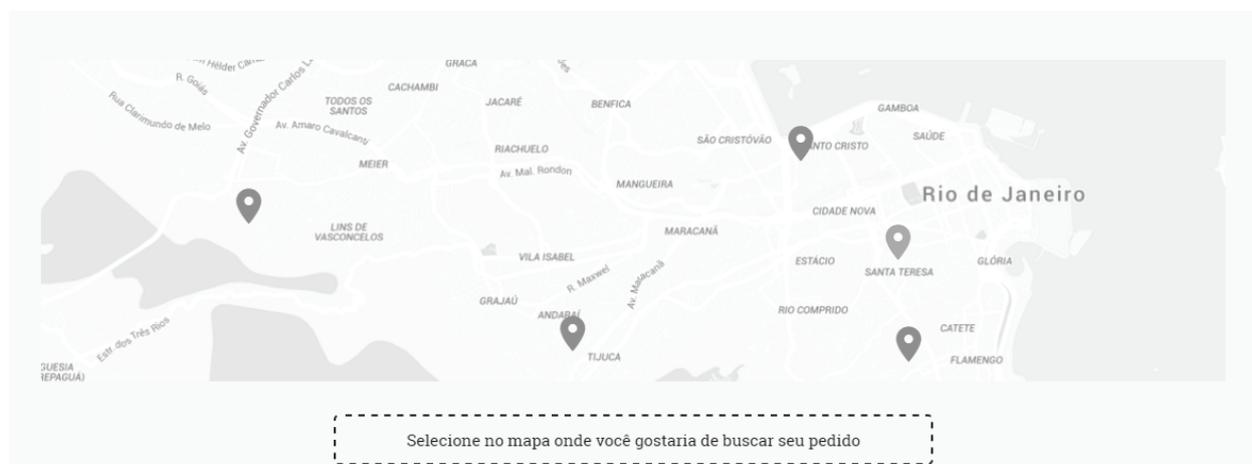


Figura 51 parte referente à logística colaborativa (k)

Testes com produtores

Os testes com produtores focaram em validar o fluxo de cadastro (que no caso inclui o cadastro do estabelecimento), a página do usuário e a página do empreendimento. Os produtores que participaram já conheciam o Comida da Gente e não deram muita atenção à página inicial, seguiram logo navegando pelo site - fosse indo para o cadastro ou navegando pela página de busca. Um pedido deles ao final foi acrescentar um campo sobre a proveniência dos produtos. Alguns estão situados no Rio de Janeiro, mas trazem insumos ou mesmo produtos de fora da cidade.

Quanto ao fluxo de cadastro, ficou confuso para eles não existir um botão de “cadastro do produtor” (l). Mesmo que no formulário existisse um botão que identificava-o como tal, até então eles ficavam inseguros e eventualmente preenchiam a parte referente ao usuário com dados do empreendimento.

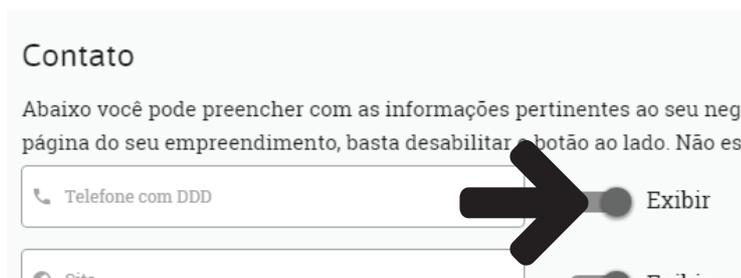


Figura 54 interruptores de visibilidad

Ainda no cadastro, o campo de contatos contava com interruptores que permitiriam ao usuário inserir o contato mas não exibi-lo na sua página pública. Tal botão foi majoritariamente ignorado e se mostrou irrelevante.

Da mesma forma que o campo de endereço no teste do usuário era eventualmente ignorado, o campo de área de atuação e de dados bancários também o foram (m). Os três campos seguem o mesmo modelo de interação, que envolve um botão, ao ser clicado, disponibiliza o formulário próprio relacionado ao assunto.

O último ponto tratado no cadastro é referente à justificativa da produção de orgânicos. Um dos produtores chamou a atenção às diversas formas de certificação dos produtos (n) que não somente os selos - estes custam muito caro aos produtores.

Sobre a página do empreendimento não houve nenhuma incongruência com o esperado.

Capítulo 8

RESOLUÇÕES

Cada uma das questões levantadas enumeradas no capítulo anterior levaram a reflexões que serão aqui descritas. A seguir serão apresentadas as telas, nas quais serão apontados os ajustes.

O catálogo de produtos, embora tenha se mostrado muito importante durante os testes, não entrou no escopo deste projeto. Será uma funcionalidade a ser projetada na próxima fase. Algumas observações durante o teste levaram a reflexões além do âmbito de tela, como por exemplo a necessidade de validação do cadastro do produtor pela equipe do Comida da Gente para então ele ter seu empreendimento habilitado na plataforma.



(a) “nem todos os usuários notaram o botão de cadastro”

Embora nem todos os usuários tenham notado o botão de cadastro abaixo da primeira seção, todos sabiam onde ficava o link de login, no cabeçalho da página. O botão de cadastro foi então para cabeçalho, ao lado do link de login.

Subtítulo explicando que o grupo está organizado em grupos no Facebook, voltado para pessoas que não conhecem a iniciativa.

Comida da Gente | Sobre | Produtos | Ajuda | Login

Bem vinda,
Christina Tabiani

Complete agora o seu perfil

Você

Email =

Telefone =

Endereço

Essa informação só será pública e a largar para notificação e demanda de produtos por região. Assim podemos orientar nossos produtores sobre a demanda dos produtos, evitando redundâncias e/ou excessos.

Mostrar Endereço Endereço

Produtos

Que tipo de produto você procura no Comida da Gente?

<input type="checkbox"/> Bebidas	<input type="checkbox"/> Petiscos
<input type="checkbox"/> Cereais, Arroz e Fritas	<input type="checkbox"/> Pães
<input type="checkbox"/> Cereais/Grãos	<input type="checkbox"/> Produtos de Laticínios
<input type="checkbox"/> Frutas	<input type="checkbox"/> Bebidas
<input type="checkbox"/> Cárnes e Cereais	<input type="checkbox"/> Vegetais
<input type="checkbox"/> Laticínios	<input type="checkbox"/> Verduras
<input type="checkbox"/> Legumes	
<input type="checkbox"/> Outros	

Você tem preferência por algum das características abaixo?

<input type="checkbox"/> Agroecológico	<input type="checkbox"/> Sem Lactose
<input type="checkbox"/> Artesanal	<input type="checkbox"/> Sem Conservantes
<input type="checkbox"/> Orgânico	<input type="checkbox"/> Vegetano
<input type="checkbox"/> Sem Glúten	<input type="checkbox"/> Vegetariano
<input type="checkbox"/> Outros	

Colaboração

Recepção de produtos

O receptor é a pessoa que se responsabiliza pela administração e recebimento dos pedidos de uma lista para posterior distribuição coletiva. Voluntários-se caso sempre pode ser o dono da loja para viabilizar um projeto para a sua região. Você nunca será obrigado a ser receptor, nós só queremos saber quem está disposto a ajudar dessa maneira se necessário. A escolha está sempre em de se voluntarizar de acordo com a lista.

Quero ser receptor!

Quero administrar produtos frescos (quadrícula)

Quero administrar produtos congelados (congelados)

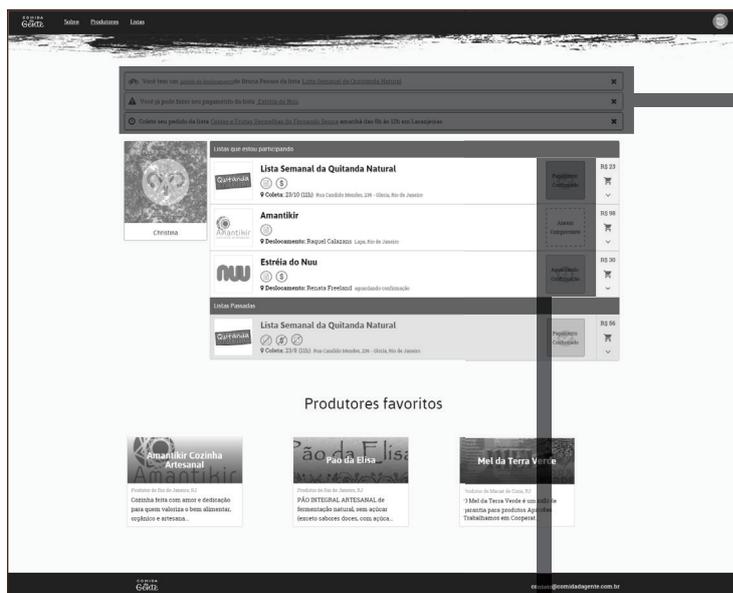
Comida da Gente | contato@comidadagente.com.br

Diminui-se o tamanho do cabeçalho para aparecer mais conteúdo da página e induzir o usuário a rolá-la.

(b) “a área relativa ao endereço não era notada”

Para resolver esta questão, o campo passou a ficar exposto o tempo inteiro.

Devido à quantidade de opções para os campos sobre preferência do usuário, este passou a ser apresentado em duas colunas. Sendo que a opção de “Outros”, que abre um campo para o usuário digitar algo não mencionado, é apresentada sozinho uma linha abaixo de todas as demais opções.

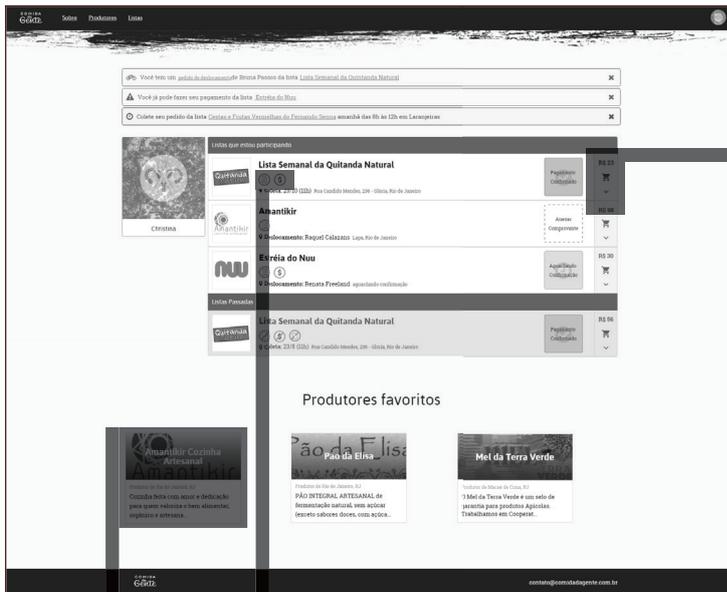


(c) “o texto genérico focado nos pedidos, listas ou deslocamentos confundiu os usuários”

A estratégia de comunicação das notificações passou a ser mais direta, falando sempre com o usuário ao invés de utilizar textos genéricos sobre os demais objetos. Onde antes dizia “Pagamento liberado para a lista Estréia do Nuu”, passou a ser “Você já pode fazer seu pagamento da lista Estréia do Nuu”. Onde falava “Coleta amanhã das 8h às 12h da lista Cesta e Frutas Vermelhas em Laranjeiras”, mudou para “Colete seu pedido da lista Cesta e Frutas Vermelhas amanhã das 8h às 12h em Laranjeiras”. E “Bruna Passos requisitou deslocamento para a lista Lista Semanal da Quintanda Natural” virou “Você tem um pedido de deslocamento de Bruna Passos da lista Lista Semanal da Quintanda Natural.”.

(e) “outros esperavam uma ação na região referente ao valor e pagamento”

Alguns usuários clicavam na área de status do pedido, onde informava-se valor e se situação do pagamento (pago, a pagar, aguardando confirmação) esperando que houvesse alguma ação relacionada ao pagamento. Aproveitando essa expectativa aplicou-se as ações de envio de comprovante em tal região. desenvolveu a identidade visual da iniciativa. Portanto não cabem aqui quaisquer ajustes. Alguns usuários clicavam na área de status do pedido, onde informava-se valor e se situação do pagamento (pago, a pagar, aguardando confirmação) esperando que houvesse alguma ação relacionada ao pagamento. Aproveitando essa expectativa aplicou-se as ações de envio de comprovante em tal região.



(f) “poucos clicaram na área lateral que dá acesso ao detalhamento do pedido”

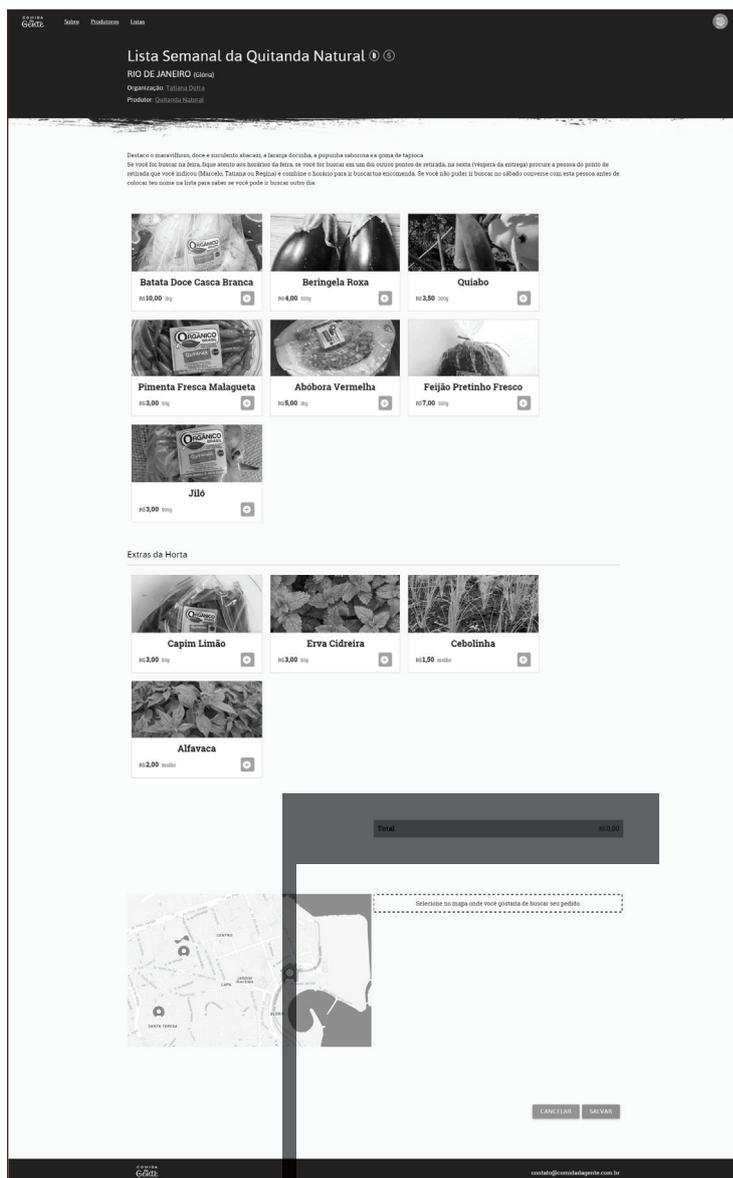
Na área foram inseridos o valor do pedido e um ícone de carrinho afim de associar com o carrinho de compras tão disseminado nas páginas de compras online.

(d) “os ícones dos status da lista eram botões”

Alguns usuários acharam que os ícones que representavam o status da lista (aberta, em pagamento, aguardando entrega etc) eram botões e portando acabavam clicando neles inadvertidamente. Taís ícones foram desenhados para ser um rascunho e serão explorados posteriormente pela mesma designer que desenvolveu a identidade visual da iniciativa. Portanto não cabem aqui quaisquer ajustes.

(g) “esse tipo de funcionalidade incomodou alguns usuários pelo teor de rastreabilidade do que faziam”

A funcionalidade foi alterada para mostrar os produtores que o usuário vier a favoritar, como uma forma de atalho. Isso elimina a questão de privacidade, passando a ser uma área que o próprio usuário construirá.

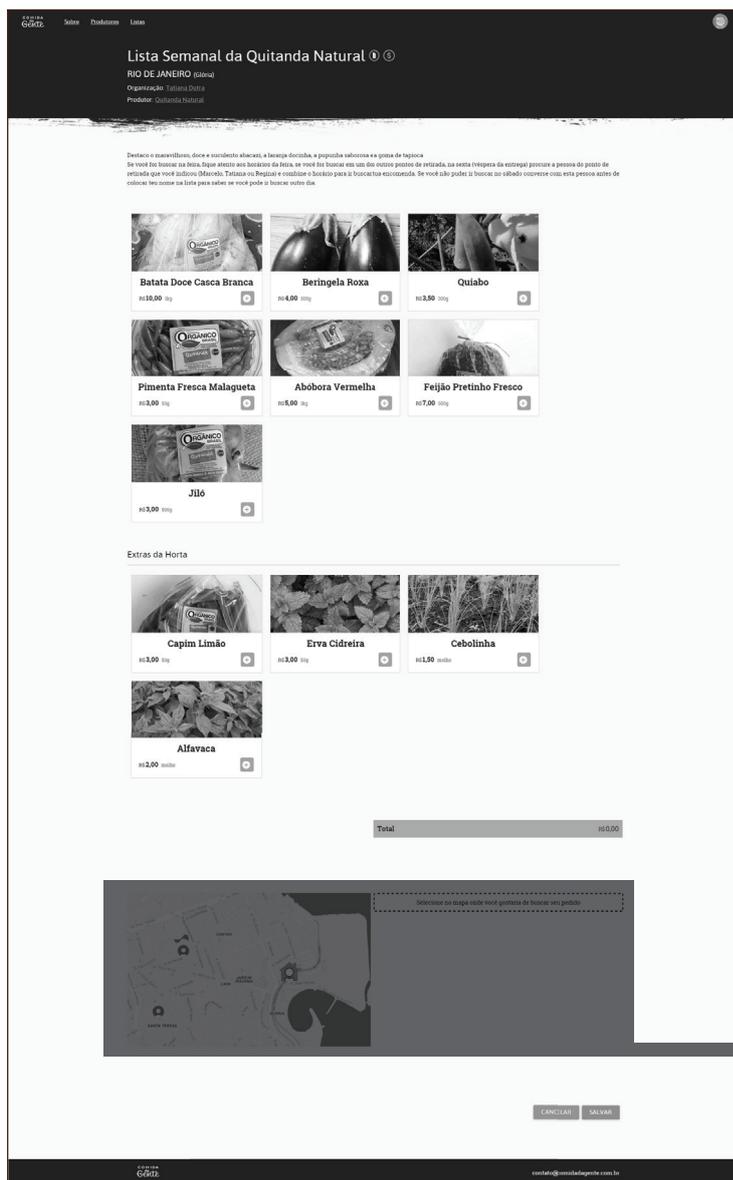


(i) “Esse passo [clicar no botão de participar] extra gerou muitos problemas na experiência dos usuários, desde o fato do usuário não entender porque a página não estaria funcionando até não enxergar o botão”

Este botão havia sido bem discutido entre a equipe do Comida da Gente e era muito bem visto como forma de evitar problemas que o grupo vem enfrentando de pedidos abandonados e informações negligenciadas. Mas mostrou-se um empecilho na experiência do usuário. Portanto o botão foi eliminado e o texto que aparece ao clicar foi transferido para o clique no botão de salvar.

(j) ““ não ficou claro para os usuários se o campo de frete seria algo a ser calculado de acordo com o endereço ou se seria gratuito””

Optou-se então por colocar um texto de apoio esclarecendo as condições de frete.



(k) “A parte da logística colaborativa (k), de determinar onde o usuário pretende buscar o seu produto (seja organizador ou deslocador) não ficou clara para o usuários”

Esta foi uma parte bem problemática no fluxo de pedido na lista. Para ajudar a discernir os marcadores no mapa, optou-se então por utilizar não somente cor, mas ícones diferentes para receptor e deslocador. Além disso o texto de suporte do pedido também foi modificado.



(i) “ficou confuso para eles não existir um botão de ‘cadastro do produtor’

O fluxo de cadastro do produtor não ficou claro para alguns. Não entendiam que parte do cadastro era para ser preenchido com dados pessoais e a seguir, outra parte, com dados do empreendimento. Para resolver isto foi criada uma página a mais no fluxo em que escolhe-se a modalidade de cadastro.

Bem vinda,
Elisa Cerqueira

Complete agora o seu perfil

Comece preenchendo as informações relativas a você. Os dados do seu estabelecimento vem depois.

Você
 Aqui você deve preencher as suas informações pessoais.

Nome

Telefone

Endereço
 Essa informação irá ser pública e importante para estabelecimento e demanda de produtos por região. Assim podemos auxiliar nossos produtores sobre a demanda dos produtos, evitando redundâncias e/ou escassez.

Nome do Endereço Endereço **SALVAR ENDEREÇO**



Produtos
 Que tipo de produto você, Elisa, procura no Comida da Gente?

Bebidas Doces
 Cereais, Aves e Fritos Pães
 Carnes Produtos de Laticínios
 Frutas Bebidas
 Óleos e Cereais Vegetais
 Laticínios Vegetais
 Legumes Vegetais
 Outros

Você, Elisa, tem preferência por algum das características abaixo?

Agroecológico Sem Lactose
 Artesanal Sem Conservantes
 Orgânicos Vegetal
 Sem Glúten Vegetariano
 Outros

Colaboração
Recepção de produtos
 O receptor é a pessoa que se voluntaria para administrar e recebimento das pedidos de uma lista para garantir distribuição coletiva. Voluntarize-se como receptor pode ser o fator chave para validar um campo para a sua região. Você também será obrigado a ser receptor, não só queremos saber quem está disposto a ajudar dessa maneira se necessário. A escolha será sempre sua de se voluntarizar de acordo com a lista.

Posso ser receptor!
 Posso assessorar produtores locais (plataforma)
 Posso assessorar produtores orgânicos (plataforma)

Empreendimento
 Como produtor, você irá ter uma página pública onde pode estar informações sobre seu negócio e produtos. Assim podemos que você preencha as informações pertinentes.

Nome

Como se chama o seu negócio? (Seu negócio, nome, produção coletiva)

E-mail

E-mail do seu empreendimento

Telefone

Seu número de contato para o registro do Comida da Gente

Localização do Empreendimento

Onde seu negócio está localizado?

Produtividade dos Produtores

Qual a produtividade dos produtores?

Contato
 Aqui você pode preencher as formas de contato. Essas informações serão públicas na página de seu usuário.

WhatsApp
 E-mail
 Telefone
 Facebook (somente para usuários cadastrados)
 Instagram (somente para usuários)

Direção

Como você deseja indicar a qual direção? (Como receptor, a que tem acesso? ou que tem produção? (Organização regional? (Outra dependência?))

Área de atuação
 A gente precisa entender qual área você atua hoje, seja baseado em uma região específica ou já organizado listas com receptores. Assim conseguimos mostrar para as pessoas que produtores estão na região de onde a demanda é feita, não está em sua cidade. Pode ser um endereço específico, um bairro ou uma cidade.

SALVAR



Dados bancários
 Em breve a organização das listas será através da conta planilhas pública. Precisando disso já estamos trabalhando as melhorias bancárias dos produtores, o que facilitará a logística de pagamentos do Comida da Gente. Se você tiver alguma dúvida, não está em sua cidade.

Banco Agência, com Dígito no Banco Número da Conta (sem Dígito) Conta Proprietária

CPF / CNPJ Nome do Titular **SALVAR DADOS**

Mais textos de suporte para localizar o produtor sobre os dados que devem ser inseridos (se é dele pessoal ou do empreendimento).

Os produtores pediram um campo para informar a proveniência dos produtos ou ingredientes. Prevendo possíveis confusões com essa informação, foram colocados dois campos: um para o produtor informar onde ele produz seus produtos e outra para explicar de onde vem os ingredientes ou produtos. Eventualmente a resposta será a mesma para ambos.

Como os produtores não interagiram com os interruptores de visibilidade, optou-se por retirá-los dos campos de contato. Todos os contatos aqui inseridos serão públicos na página.

Laticínios
 Legumes
 Outros

Vegetais
 Vegetais

Você, Elisa, tem preferência por algum das características abaixo?

Agroecológico
 Artesanal
 Orgânicos
 Sem Glúten
 Outros

Sem Lactose
 Sem Conservantes
 Vegetano
 Vegetariano

Colaboração

Recepção de produtos

O receptor é a pessoa que se voluntaria para administrar o recebimento dos pedidos de uma lista para posterior distribuição coletiva. Indicar-se como receptor pode ser o fator chave para viabilizar um campo para a sua região. Você também será obrigado a ser receptor, caso não queiramos saber quem está disposto a ajudar dessa maneira se necessário. A escolha será sempre sua de se voluntarizar de acordo com a lista.

Posso ser receptor
 Posso administrar produtos frescos (gratuito)
 Posso administrar produtos congelados (gratuito)

Empreendimento

Como produtor, você terá uma página pública onde pode existir informações sobre seu negócio e produtos. Acesso público que você preencha as informações pertinentes.

Nome *

Como se chama o seu negócio? (Seu nome, sobrenome, produção coletiva)

E-mail *

Seu e-mail de seu empreendimento

Telefone *

Seu número de contato para o contato do Comitê de Gestão

Localização do Empreendimento *

Em que cidade fica o seu empreendimento

Previsibilidade dos Produtos *

Se você tem ou não produtos

Contato

Além de você preencher as formas de contato. Essas informações serão públicas na página de seu negócio:

- Instagram
- Site
- Blog
- Facebook (www.facebook.com/empreendimento)
- Outras redes sociais

Descrição *

Como você pode descrever o seu negócio (como funciona, e que diferenciais? que produtos/temas/projetos são produzidos/realizados/organizados/realizados/organizados?

Área de atuação

A gente precisa entender quais áreas você atua bem, seja fazendo duas propostas entregar ou já organizando listas com receptores. Assim conseguimos mostrar para os nossos quais produtores atuam em regiões locais e distribuir os itens com demandas não atendidas. Pode ser um endereço específico, um bairro ou uma cidade.

Insira a área

Dados bancários

Em breve a organização das listas será através de nossa plataforma própria. Pressando assim já estamos cadastrando as contas bancárias dos produtores, o que facilita a logística e pagamento do Comitê de Gestão. Se você tiver alguma dúvida, não está em seu processo

Conta Proprietária
 Conta PJ

Banco: Agência: Número da Conta:
 CPF / CNPJ: Nome do Titular:

Fotos do Empreendimento

Espero que você tenha fotos interessantes de seu negócio. Fotos sobre a família, da cozinha, da equipe, da colheita, dos produtos da região, da rotina, das entregas... Entre outras fotos dos produtos, você poderá tirar o seu catálogo de produtos depois.

Clique as acima

Produtos

Que tipo de produto você pretende oferecer no Comida da Gema?

Bolo
 Cakes, Aves e Pães
 Confeitaria
 Frutas
 Glúten e Cereais
 Laticínios
 Legumes
 Outros

Pães
 Peixes
 Produtos de Lanchete
 Refeições
 Vegetais
 Vegetais

Em quais das características abaixo os seus produtos se encaixam?

Agroecológico
 Artesanal
 Orgânicos

Sem Glúten
 Sem Lactose
 Sem Conservantes
 Vegetano
 Vegetariano
 Outros

Sem Glúten
 Sem Lactose
 Sem Conservantes
 Vegetano
 Vegetariano
 Outros

Clique para adicionar mais(1) certificado(s)




Como os produtores não interagiram com os interruptores de visibilidade, optou-se por retirá-los dos campos de contato. Todos os contatos aqui inseridos serão públicos na página.

(i) “diversas formas de certificação dos produtos”

Essa questão diz respeito ao cadastro do produtor, onde estavam previstos campos para upload dos certificados, um campo para cada um deles. Durante o teste um dos produtores levantou a questão de que existem outras formas de certificação e que daquela maneira a plataforma estaria privilegiando aqueles que optaram por pagar pela certificação mais cara.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sistemas computacionais são mediadores. Possibilitam a resolução de problemas tanto no nível físico quanto cognitivo. Na ação reversa, os sistemas computacionais também promovem novas formas de pensamento dos usuários. A assimilação de novos artefatos muda a realização da atividade, emergem novos problemas que requerem novos artefatos. Com isso, os sistemas computacionais são criados e modificados em função das atividades realizadas e também são resultado da construção social e histórica.

(FUKS et al., 2012)

O Comida da Gente começou mediado por um grupo no Facebook. Hoje, seu crescimento acelerado deixou a situação insustentável. O sistema computacional não sustenta mais o grupo do Rio de Janeiro. Além de não ser adequado para todas as operações ali realizadas. Para a iniciativa continuar a crescer, de maneira sustentável, urge a criação de uma ferramenta capaz de assimilar as atividades.

O lançamento da plataforma será feito com cautela e paciência. Serão mais de 20 mil pessoas tentando se adaptar a uma nova maneira de fazer o novo. A rotina do grupo mudará, o comportamento das pessoas será diferente. Não seria muito produtivo, de uma vez só, projetar uma ferramenta completa, pois qualquer ferramenta nova influencia e altera a logística. Faz mais sentido, para a iniciativa, ir mudando aos poucos, em fases, construindo o novo sempre em conjunto com aqueles que ajudaram a construir também o velho.

E foi isso que tentou-se fazer com este trabalho. A participação de membros – produtores, organizadores, compradores – foi essencial. Todos têm muita vontade de ajudar e querem ver o Comida da Gente crescer. A participação deles foi essencial não só no sentido de construir uma plataforma fácil de usar, mas também para que ela tenha um pedacinho de cada um. O Comida da Gente é feito de pessoas, começou como uma pequena rede de amigos e, com a ajuda de cada um foi crescendo.

A utilização de orientação ao objeto para modelar as interações do projeto foi uma abordagem inesperada e muito produtiva. Pessoalmente, devido à minha formação em engenharia e tendo aprendido a programa orientado ao objeto, deixou o fluxo de trabalho muito mais intuitivo. Além disso, facilitará a construção modular que o Comida da Gente passará enquanto se constrói.

O que vê-se à frente é um momento de adaptação pra alguns que será também a oportunidade para aqueles que encontram-se na fila de espera de algum dos grupos. Como a procura tem sido muito grande, a aprovação de novos membros vem sendo dificultada. Espera-se que com a plataforma a participação das pessoas não fique mais dependendo do pertencimento à um grupo do Comida da Gente. Espera-se dar independência e empoderar, de modo que qualquer pessoa possa organizar uma lista, divulgá-la somente entre amigos, com o condomínio, no trabalho ou mesmo em algum grupo.

Uma plataforma Comida da Gente já vinha sendo planejada pelos fundadores do grupo há algum tempo. O trabalho desenvolvido aqui vem sendo acompanhado por eles e será levado a frente. Tem o potencial de efetivamente fazer a diferença, sendo um próximo passo para a iniciativa. Falar de colaboração e fazer esta acontecer, através também de mais colaboração, é muito gratificante.

A plataforma, em suas diversas versões, será lançada no endereço www.comdiadagente.org. Espera-se que perdure por muito tempo e que se espalhe pelo mundo afora.

BIBLIOGRAFIA

BOTSMAN, R. **The case of collaborative consumption**. The Capitalism Paradox. TEDx Sidney, Australia, Maio 2010. Palestra, 16'31". Disponível em <https://www.ted.com/talks/rachel_botsman_the_case_for_collaborative_consumption#t-13404> . Acesso em: maio de 2015.

GARRET, J. J. **The Elements of User Experience**. Nova Iorque, Estados Unidos da América, 2010.

GERZEMA, J. **The Post-Crisis Consumer**. The Capitalism Paradox. TEDx KC, EUA, Agosto 2009. Palestra, 16'27". Disponível em <https://www.ted.com/talks/john_gerzema_the_post_crisis_consumer> . Acesso em: maio de 2015.

LESSA, N. Comida da Gente: Rede de Compras Coletivas e Orgânicas. Disponível em <<https://www.facebook.com/groups/tomatedagente/permalink/542910495864735/>> Acesso em: julho de 2015.

MEARS, C. **User Journey** - The Beginner's Guide. Disponível em < <http://theuxreview.co.uk/user-journeys-beginners-guide/>> Acesso em: junho de 2015.

MEMÓRIA, F. **Design para a internet**. Projetando a experiência perfeita. Rio de Janeiro: Elsevier Editora, 2006.

NOMADIC GREEN. **About Prinzessinnengarten**. Disponível em: <<http://prinzessinnengarten.net/about/>> Acesso em: maio de 2015

Novo caminho da roça. **REVISTA O GLOBO**: revista dominical do Jornal O Globo. Rio de Janeiro, n. 584, p. 27-32, out. 2015.

PIMENTEL, M. e FUKS, H. **Sistemas Colaborativos**. Rio de Janeiro: Elsevier Editora, 2012.

VisitDenmark. **Christiania**. Disponível em: <<http://www.visitdenmark.co.uk/en-gb/copenhagen/attractions/christiania/>> Acesso em: maio de 2015.

XAVIER, A. Comida da Gente: Rede de Compras Coletivas e Orgânicas. Disponível em <<https://www.facebook.com/groups/tomatedagente/permalink/542910495864735/>> Acesso em: julho de 2015.

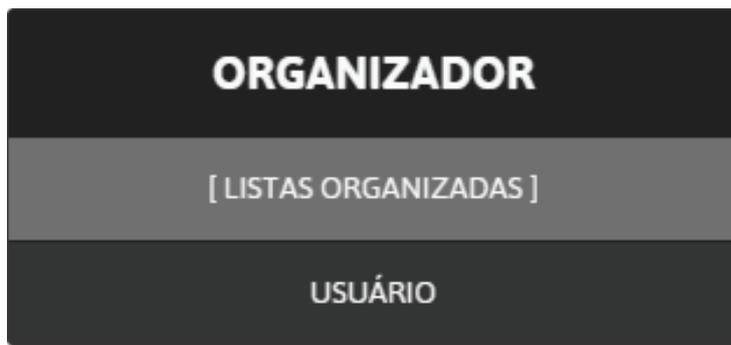
WEST, G. **The Surprising Math of Cities and Corporations**. Numbers Speak Louder than Words. TEDGlobal, Escócia, Julho 2011. Palestra, 17'33". Disponível em <http://www.ted.com/talks/geoffrey_west_the_surprising_math_of_cities_and_corporations> Acesso em: maio de 2015.

ANEXO A: OBJETOS

Abaixo seguem as descrições dos objetos delineados segundo a abordagem OOUX (do inglês, experiência do usuário orientada a objeto). Os “[]” representam multiplicidade de itens, ou seja, em “[Endereço]” pode existir mais de um endereço. Os itens em cinza médio claro representam ponteiros, os em cinza escuro representam herança ou polimorfismo e os cinza claro representam metadados.

USUÁRIO
Nome
Email
Telefone
[LISTAS PARTICIPADAS]
Disponibilidade de recepção
Frescos
Congelados
[Endereço]
Data Cadastro
[Tipos de Produtos Preferidos]
[Características Preferidas]
Nome

Do objeto `usuário`, cabe saber seu nome, email, telefone, endereços, preferências por tipos ou características de produtos e sua disponibilidade de ser receptor em listar. Além disso, o objeto também deve guardar uma referência à todas as listas que o usuário participou ou está participando e ao empreendimento, se houver. O único metadado identificado é o próprio nome do usuário.



O organizador deriva por polimorfismo e por herança do usuário. O polimorfismo permite que o organizador faça as mesmas ações de um usuário, mas de maneira diferente, por exemplo: o usuário gerencia pagamento apenas enviando

recibo; o organizador gerencia recebendo recibos de todos os participantes e conferindo-os. A herança permite expandir as propriedades e métodos do objeto. Nesse caso, ao organizador ainda cabe armazenar as referências as listas que este organizou.



O produtor por sua vez pode herdar do usuário ou do organizador, caso opte por organizar suas próprias listas. A este objeto cabe ainda uma referência para o empreendimento pelo qual é responsável. O produtor pode ser encontrado pelas listas para as quais forneceu produtos tanto quanto através do seu empreendimento.

EMPREENDIMENTO	
Catálogo	Descrição
[LISTAS]	[Dados Bancários]
[Tipos Produtos]	Localização
[Características]	Proveniência dos Produtos
Nome	[Justificativas]
[Contatos]	[Certificados]
[Área de Atuação]	Catálogo
[Fotos]	Nome
PRODUTOR	Tipos Produtos
	Características
	Área de Atuação

O empreendimento é quem efetivamente fornece os produtos em uma lista. Todos terão um produtor responsável por ele, além da referência para as listas abertas e passadas envolvendo o estabelecimento. Ao estabelecimento cabem as informações relativas ao nome e descrição da atividade, a cidade do empreendimento, o local de onde vem os produtos, os contatos - telefone, site e redes sociais-, as áreas de atuação - bairros em que entrega por exemplo, os tipos e características de produtos que oferece e as justificativas - deve explicar os porquês de seus produtos se caracterizarem como tais -, os certificados caso houver, dados bancários e um catálogo de produtos. Os metadados incluem nome, produtos no catálogo, área de atuação e os tipos e características oferecidos.

LISTA
[EMPREENDIMENTO]
Status
Data Encerramento
RECEPTORES: [USUÁRIOS]
Descrição
DESLOCADORES: [USUÁRIOS]
Data Pagamentos
[PEDIDOS]
ORGANIZADORES: [USUÁRIO]
Data Abertura
Catálogo
Status
Data Encerramento
Produtor
Organizadores
Data Abertura

O objeto lista faz referência a vários objetos: empreendimento - quem fornece os produtos-, usuário - organizador da lista, receptores e deslocadores - e pedidos. Seu conteúdo abrange as propriedades de status - aberta, fase de pagamento, aguardando entrega, fase de coleta e seus antônimos -, data para abertura, encerramento e para pagamento dos pedidos, descrição da lista. O catálogo está atrelado ao empreendimento. Os metadados abrangem o catálogo - busca por produto -, status, data de encerramento, quem é o produtor, qual o empreendimento, os organizadores e a data de abertura.

PEDIDO
Valor Total
[Produtos do Catálogo]
LISTA
Status
Data de pagamento
Agendamento da Coleta
DESLOCAMENTO
Recibo
PARTICIPANTE
Data do pedido
Data
Status
Lista

No objeto `pedido` consta as informações relevantes a cada compra participada: valor total, produtos comprados, status da compra (pago, entregue), data do pedido e dopagamento, o agendamento da coleta ou pedido de deslocador... além das referências à `lista` na qual o `pedido` está inserido, o deslocamento, se houver, e o participante que fez o pedido. Pedidos podem ser buscados ou filtrados por data, status ou lista.

PEDIDO
Valor Total
[Produtos do Catálogo]
LISTA
Status
Data de pagamento
Agendamento da Coleta
DESLOCAMENTO
Recibo
PARTICIPANTE
Data do pedido
Data
Status
Lista

No objeto `pedido` consta as informações relevantes a cada compra participada: valor total, produtos comprados, status da compra (pago, entregue), data do pedido e dopagamento, o agendamento da coleta ou pedido de deslocador... além das referências à `lista` na qual o `pedido` está inserido, o deslocamento, se houver, e o participante que fez o pedido. Pedidos podem ser buscados ou filtrados por data, status ou lista.

DESLOCAMENTO	
PEDIDO	
Status	
USUÁRIO Provedor	
USUÁRIO Requisitador	
LISTA	
Lista	

O objeto do deslocamento quase só faz referências. Ele referencia os usuários que requisitaram e que foram requisitados, o pedido que precisa ser deslocado e a lista na qual se insere. Sua única propriedade é o status, que indica o paradeiro do pedido.

ANEXO B: TELAS

A seguir são apresentados o resultado final das telas.



Antes de tudo, tire um minutinho para assistir ao vídeo abaixo



O processo é simples

[saiba mais sobre o Comida da Gente >](#)



Lista de Compras

Qualquer pessoa pode começar uma iniciativa, para isto basta conseguir o contato de um produtor e abrir uma lista. Nós contamos já com vários produtores disponíveis!



Rede de Amizades

Divulgue a lista e chame outras pessoas para se juntarem. Daí basta esperar o fechamento e realizar os pagamentos. O espírito de colaboração é fundamental!



Distribuição Coletiva

Quando o pedido chega, as pessoas da lista se organizam para o deslocamento colaborativo das encomendas. Se cada um fizer um pouquinho conseguimos ajudar o produtor e os demais participantes.

Conheça alguns dos produtores cadastrados

[ver todos os produtores >](#)



Os grupos pelo Brasil

Atualmente o Comida da Gente está organizado em grupos no Facebook. Abaixo: segue a listagem dos grupos disponíveis.



RJ
[Rio de Janeiro](#)
[Bara / Recreio](#)
[Ilha Grande](#)

PR
[Curitiba](#)
[Londrina](#)

DF
[Brasília](#)



O processo é simples

[saiba mais sobre «Comida da Gente»](#)



Lista de Compras

Qualquer pessoa pode começar uma iniciativa, para isto basta conseguir o contato de um produtor e abrir uma lista. Nós contamos já com vários produtores disponíveis!



Rede de Amizades

Divulgue a lista e chame outras pessoas para se juntarem. Daí basta esperar o fechamento e realizar os pagamentos. O espírito de colaboração é fundamental!



Distribuição Coletiva

Quando o pedido chega, as pessoas da lista se organizam para o deslocamento colaborativo das encomendas. Se cada um fizer um pouquinho conseguimos ajudar o produtor e os demais participantes.

Conheça alguns dos produtores cadastrados

[ver todos os produtores >](#)



Os grupos pelo Brasil

Atualmente o Comida da Gente está organizado em grupos no Facebook. Abaixo segue a listagem dos grupos disponíveis.



RJ
[Rio de Janeiro](#)
[Barra / Recreio](#)
[Ilha](#)
[Jacarépagua](#)
[Niterói](#)
[Sul Fluminense](#)
[Teresopolis](#)
[Petrópolis](#)
[Valqueire](#)
SP
[São Paulo](#)
[Santos](#)
[Sorocaba](#)
MG
[Belo Horizonte](#)
[Juiz de Fora](#)

PR
[Curitiba](#)
[Londrina](#)
DF
[Brasília](#)
ES
[Vitória](#)
SC
[Florianópolis](#)
RS
[Porto Alegre](#)
PB
[João Pessoa](#)
PE
[Recife](#)

Figura 55 página inicial

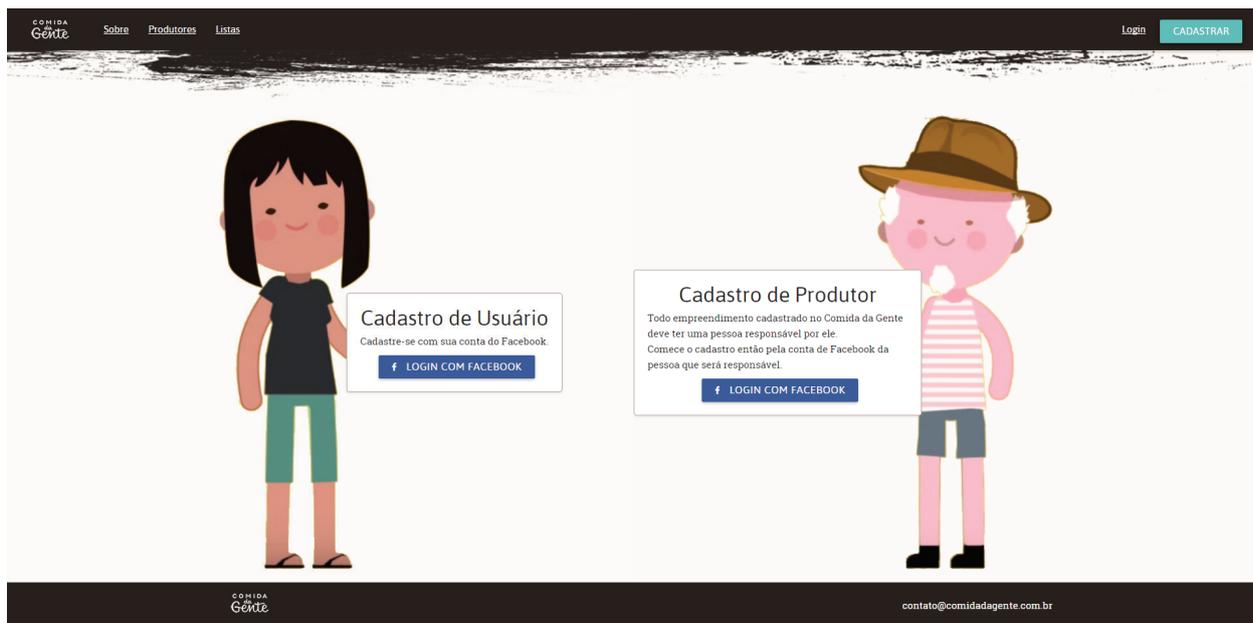


Figura 56 página de introdução ao cadastro

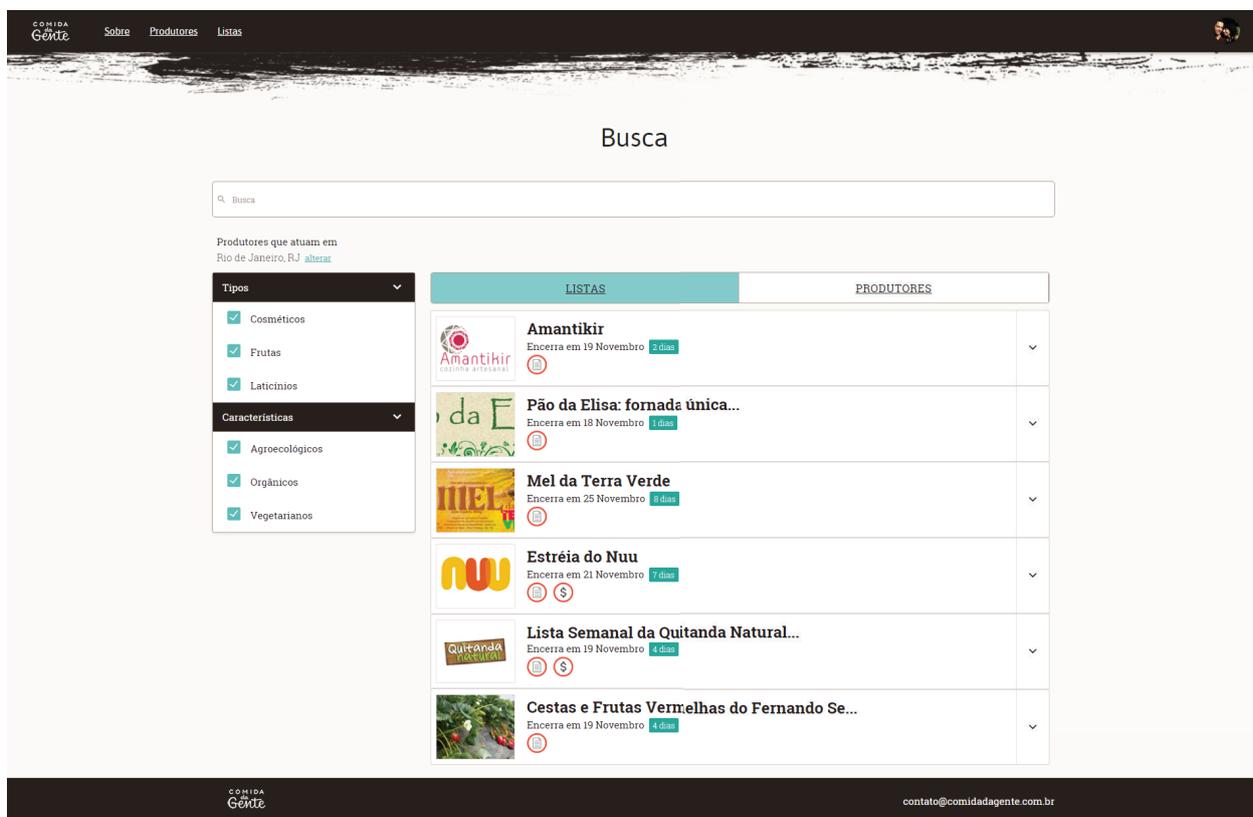


Figura 57 página de busca de listas e produtores

Bem vinda,
Christina Tahissi

Complete agora o seu perfil

Você

Email *

Telefone *

Endereço

Essa informação não será pública e é importante para entendermos a demanda de produtos por região. Assim podemos orientar nossos produtores sobre a demanda dos produtos, evitando redundâncias e/ou escassez.

Nome do Endereço

Endereço

SALVAR ENDEREÇO



Produtos

Que tipo de produto você procura no Comida da Gente?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Bebidas | <input type="checkbox"/> Padaria |
| <input type="checkbox"/> Carnes, Aves e Frios | <input type="checkbox"/> Peixes |
| <input type="checkbox"/> Cosméticos | <input type="checkbox"/> Produtos de Limpeza |
| <input type="checkbox"/> Frutas | <input type="checkbox"/> Refeições |
| <input type="checkbox"/> Grãos e Cereais | <input type="checkbox"/> Vegetais |
| <input type="checkbox"/> Laticínios | <input type="checkbox"/> Verduras |
| <input type="checkbox"/> Legumes | |
| <input type="checkbox"/> Outros | |

Você tem preferência por algum das características abaixo?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Agroecológicos | <input type="checkbox"/> Sem Lactose |
| <input type="checkbox"/> Artesanais | <input type="checkbox"/> Sem Conservantes |
| <input type="checkbox"/> Orgânicos | <input type="checkbox"/> Veganos |
| <input type="checkbox"/> Sem Glúten | <input type="checkbox"/> Vegetarianos |
| <input type="checkbox"/> Outras | |

Colaboração

Recepção de produtos

O receptor é a pessoa que se voluntaria para administrar o recebimento dos pedidos de uma lista para posterior distribuição coletiva. Voluntariar-se como receptor pode ser o fator chave para viabilizar um compra para a sua região. Você nunca será obrigado a ser receptor, nós só queremos saber quem está disposto a ajudar dessa maneira se necessário. A escolha será sempre sua de se voluntariar de acordo com a lista.

- Posso ser receptor!
- Posso armazenar produtos frescos (geladeira)
- Posso armazenar produtos congelados (congelador)



Complete agora o seu perfil

Você

Email *

Telefone *

Endereço

Essa informação não será pública e é importante para entendermos a demanda de produtos por região. Assim podemos orientar nossos produtores sobre a demanda dos produtos, evitando redundâncias e/ou escassez.

Nome do Endereço

Endereço

SALVAR ENDEREÇO



Produtos

Que tipo de produto você procura no Comida da Gente?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Bebidas | <input type="checkbox"/> Padaria |
| <input type="checkbox"/> Carnes, Aves e Frios | <input type="checkbox"/> Peixes |
| <input type="checkbox"/> Cosméticos | <input type="checkbox"/> Produtos de Limpeza |
| <input type="checkbox"/> Frutas | <input type="checkbox"/> Refeições |
| <input type="checkbox"/> Grãos e Cereais | <input type="checkbox"/> Vegetais |
| <input type="checkbox"/> Laticínios | <input type="checkbox"/> Verduras |
| <input type="checkbox"/> Legumes | |
| <input type="checkbox"/> Outros | |

Você tem preferência por algum das características abaixo?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Agroecológicos | <input type="checkbox"/> Sem Lactose |
| <input type="checkbox"/> Artesanais | <input type="checkbox"/> Sem Conservantes |
| <input type="checkbox"/> Orgânicos | <input type="checkbox"/> Veganos |
| <input type="checkbox"/> Sem Glúten | <input type="checkbox"/> Vegetarianos |
| <input type="checkbox"/> Outras | |

Colaboração

Recepção de produtos

O receptor é a pessoa que se voluntaria para administrar o recebimento dos pedidos de uma lista para posterior distribuição coletiva. Voluntarizar-se como receptor pode ser o fator chave para viabilizar um compra para a sua região. Você nunca será obrigado a ser receptor, nós só queremos saber quem está disposto a ajudar dessa maneira se necessário. A escolha será sempre sua de se voluntariar de acordo com a lista.

- Posso ser receptor!
- Posso armazenar produtos frescos (geladeira)
- Posso armazenar produtos congelados (congelador)

CANCELAR SALVAR

Figura 58 página de cadastro de usuário

Bem vinda, Elisa Cerqueira

Complete agora o seu perfil

Comece preenchendo as informações relativas a você. Os dados do seu estabelecimento vem depois.

Você

Aqui você deve preencher as suas informações pessoais.

Email *

Telefone *

Endereço

Essa informação não será pública e é importante para entendermos a demanda de produtos por região. Assim podemos orientar nossos produtores sobre a demanda dos produtos, evitando redundâncias e/ou escassez.

Nome do Endereço

Endereço

SALVAR ENDEREÇO



Produtos

Que tipo de produto você, Elisa, procura no Comida da Gente?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Bebidas | <input type="checkbox"/> Padaria |
| <input type="checkbox"/> Carnes, Aves e Frios | <input type="checkbox"/> Peixes |
| <input type="checkbox"/> Cosméticos | <input type="checkbox"/> Produtos de Limpeza |
| <input type="checkbox"/> Frutas | <input type="checkbox"/> Refeições |
| <input type="checkbox"/> Grãos e Cereais | <input type="checkbox"/> Vegetais |
| <input type="checkbox"/> Laticínios | <input type="checkbox"/> Verduras |
| <input type="checkbox"/> Legumes | |
| <input type="checkbox"/> Outros | |

Você, Elisa, tem preferência por algum das características abaixo?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Agroecológicos | <input type="checkbox"/> Sem Lactose |
| <input type="checkbox"/> Artesanais | <input type="checkbox"/> Sem Conservantes |
| <input type="checkbox"/> Orgânicos | <input type="checkbox"/> Veganos |
| <input type="checkbox"/> Sem Glúten | <input type="checkbox"/> Vegetarianos |
| <input type="checkbox"/> Outras | |

Colaboração

Recepção de produtos

O receptor é a pessoa que se voluntaria para administrar o recebimento dos pedidos de uma lista para posterior distribuição coletiva. Voluntariar-se como receptor pode ser o fator chave para viabilizar um compra para a sua região. Você nunca será obrigado a ser receptor, nós só queremos saber quem está disposto a ajudar dessa maneira se necessário. A escolha será sempre sua de se voluntariar de acordo com a lista.

Posso ser receptor!

Não quero ajudar produtores frescos e locais

Recepção de produtos

O receptor é a pessoa que se voluntaria para administrar o recebimento dos pedidos de uma lista para posterior distribuição coletiva. Voluntariar-se como receptor pode ser o fator chave para viabilizar um compra para a sua região. Você nunca será obrigado a ser receptor, nós só queremos saber quem está disposto a ajudar dessa maneira se necessário. A escolha será sempre sua de se voluntariar de acordo com a lista.

- Posso ser receptor!
- Posso armazenar produtos frescos (geladeira)
- Posso armazenar produtos congelados (congelador)

Empreendimento

Como produtor, você terá uma página pública onde pode exibir informações sobre seu negócio e produtos. Abaixo pedimos que você preencha as informações pertinentes.

Nome *

Como se chama o seu negócio? Seja fazenda, sítio, produção caseira.

E-mail *

O e-mail do seu empreendimento.

Telefone *

Um número de contato para a equipe do Comida da Gente.

Localização do Empreendimento *

Em que cidade fica o seu estabelecimento.

Proveniência dos Produtos *

De onde vem os seus produtos.

Contato

Abaixo você pode preencher as formas de contato. Essas informações serão públicas na página do seu negócio.

Telefone com DDD

Site

Skype

Facebook (www.facebook.com/empreendimento)

Instagram (@empreendimento)

Descrição *

Conte-nos mais sobre o seu negócio? Como começou, o que lhe motivou? O que você produz? Como produz? São produtos orgânicos? Utiliza ingredientes especiais?

Área de atuação

A gente precisa entender quais áreas você atua hoje, seja fazendo suas próprias entregas ou já organizando listas com receptores. Assim conseguimos mostrar para as pessoas quais produtores atuam na região delas e identificar áreas com demandas não atendidas! Pode ser um endereço específico, um bairro ou uma cidade.

Digite a área



Dados bancários

Em breve a organização das listas será através da nossa plataforma própria. Pensando nisso já estamos cadastrando as contas bancárias dos produtores, o que facilitará a logística de pagamentos do Comida da Gente. Se você tiver alguma dúvida, não exite em nos procurar.

Banco Agência, com dígito se houver Número da Conta com dígito Conta Poupança

CPF / CNPJ Nome do Titular

Fotos do Empreendimento

Espaço para você colocar fotos relacionadas ao seu negócio. Fotos como da fazenda, da cozinha, da equipe, de colheita, dos produtos, da região, da rotina, das entregas... Evite colocar fotos dos produtos, você poderá criar o seu catálogo de produtos depois.

Clique ou arraste

Produtos

Qual tipo de produto você pretende oferecer no Comida da Gente?

Área de atuação

A gente precisa entender quais áreas você atua hoje, seja fazendo suas próprias entregas ou já organizando listas com receptores. Assim conseguimos mostrar para as pessoas quais produtores atuam na região delas e identificar áreas com demandas não atendidas!
 Pode ser um endereço específico, um bairro ou uma cidade.



Dados bancários

Em breve a organização das listas será através da nossa plataforma própria. Pensando nisso já estamos cadastrando as contas bancárias dos produtores, o que facilitará a logística de pagamentos do Comida da Gente. Se você tiver alguma dúvida, não existe em nos procurar.

Conta Poupança

Fotos do Empreendimento

Espaço para você colocar fotos relacionadas ao seu negócio. Fotos como da fazenda, da cozinha, da equipe, da colheita, dos produtos, da região, da rotina, das entregas... Evite colocar fotos dos produtos, você poderá criar o seu catálogo de produtos depois.

Clique ou arraste

Produtos

Que tipo de produto você pretende oferecer no Comida da Gente?

<input type="checkbox"/> Bebidas	<input type="checkbox"/> Padaria
<input type="checkbox"/> Carnes, Aves e Frios	<input type="checkbox"/> Peixes
<input type="checkbox"/> Cosméticos	<input type="checkbox"/> Produtos de Limpeza
<input type="checkbox"/> Frutas	<input type="checkbox"/> Refeições
<input type="checkbox"/> Grãos e Cereais	<input type="checkbox"/> Vegetais
<input type="checkbox"/> Laticínios	<input type="checkbox"/> Verduras
<input type="checkbox"/> Legumes	
<input type="checkbox"/> Outros	

Em quais das características abaixo os seus produtos se encaixam?

Agroecológicos
 Artesanais
 Orgânicos

A além de explicar porquê seus produtos são orgânicos, pedimos que você anexe o(s) certificado(s) caso tenha.

Explique para o público geral as técnicas que você usa, as substituições, os motivos de (alguns dos) seus produtos se encaixarem nessa característica. Se nem todos seus produtos se encaixam, especifique aqueles que se encaixam.

clique para adicionar seu(s) certificado(s)

Sem Glúten
 Sem Lactose
 Sem Conservantes
 Veganos
 Vegetarianos
 Outras

COMIDA
GENTE.

contato@comidadagente.com.br

Figura 59 página de cadastro de produtor

COMIDA GENTE [Sobre](#) [Produtores](#) [Listas](#)

Você tem um [pedido de deslocamento](#) de Bruna Passos da lista [Lista Semanal da Quintanda Natural](#)

Você já pode fazer seu pagamento da lista [Estréia do Nuu](#)

Colete seu pedido da lista [Cestas e Frutas Vermelhas do Fernando Senna](#) amanhã das 8h às 12h em Laranjeiras

Listas que estou participando

	Lista Semanal da Quintanda Natural Coleta: 23/10 (11h) Rua Candido Mendes, 236 - Glória, Rio de Janeiro	Pagamento Confirmado	RS 23
	Amantikir Deslocamento: Raquel Calazans Lapa, Rio de Janeiro	Anezas Comprovante	RS 98
	Estréia do Nuu Deslocamento: Renata Freeland aguardando confirmação	Aguardando Confirmação	RS 30

Listas Passadas

	Lista Semanal da Quintanda Natural Coleta: 23/8 (11h) Rua Candido Mendes, 236 - Glória, Rio de Janeiro	Pagamento Confirmado	RS 56
--	--	----------------------	-------

Produtores favoritos

Produtor de Rio de Janeiro, RJ
Cozinha feita com amor e dedicação para quem valoriza o bem alimentar, orgânico e artesana...

Produtor de Rio de Janeiro, RJ
PÃO INTEGRAL ARTESANAL de fermentação natural, sem açúcar (exceto sabores doces, com açuca...

Produtor de Macaé de Cima, RJ
O Mel da Terra Verde é um selo de garantia para produtos Apícolas. Trabalhamos em Cooperat...

COMIDA GENTE contato@comidadagente.com.br

Figura 60 página do usuário

COMIDA GENTE [Sobre](#) [Produtores](#) [Listas](#)

Você tem um [pedido de deslocamento](#) de Bruna Passos da lista [Lista Semanal da Quintanda Natural](#)

Você já pode fazer seu pagamento da lista [Estréia do Nuu](#)

Colete seu pedido da lista [Cestas e Frutas Vermelhas do Fernando Senna](#) amanhã das 8h às 12h em Laranjeiras

Elisa

Listas que estou participando

	Lista Semanal da Quintanda Natural Coleta: 23/10 (11h) Rua Candido Mendes, 236 - Glória, Rio de Janeiro	Pagamento Confirmado	RS 23
	Amantikir Deslocamento: Raquel Calazans Lapa, Rio de Janeiro	Ancoras Comprovante	RS 98
	Estréia do Nuu Deslocamento: Renata Freeland aguardando confirmação	Aguardando Confirmação	RS 30

Listas Passadas

	Lista Semanal da Quintanda Natural Coleta: 23/8 (11h) Rua Candido Mendes, 236 - Glória, Rio de Janeiro	Pagamento Confirmado	RS 56
--	--	----------------------	-------

Listas "Pão da Elisa" abertas

	Pão da Elisa: formada única... Encerra em 18 Novembro 1 dia		
--	---	--	--

Produtores favoritos

 Produtor de Rio de Janeiro, RJ Cozinha feita com amor e dedicação para quem valoriza o bem alimentar, orgânico e artesana...	 Produtor de Rio de Janeiro, RJ PÃO INTEGRAL ARTESANAL de fermentação natural, sem açúcar (exceto sabores doces, com açuca...	 Produtor de Macaé da Cama, RJ O Mel da Terra Verde é um selo de garantia para produtos Apícolas. Trabalhamos em Cooperat...
---	---	--

COMIDA GENTE contato@comidadagente.com.br

Figura 61 página do produtor

Lista Semanal da Quitanda Natural

RIO DE JANEIRO (Gloria)

Organização: [Tatiana Dutra](#)

Produtor: [Quitanda Natural](#)

Destaco o maravilhoso, doce e succulento abacaxi, a laranja docinha, a pupunha saborosa e a goma de tapioca

Se você for buscar na feira, fique atento aos horários da feira, se você for buscar em um dos outros pontos de retirada, na sexta (véspera da entrega) procure a pessoa do ponto de retirada que você indicou (Marcelo, Tatiana ou Regina) e combine o horário para ir buscá-la encomenda. Se você não puder ir buscar no sábado converse com esta pessoa antes de colocar seu nome na lista para saber se você pode ir buscar outro dia.



Batata Doce Casca Branca

R\$10,00 1kg



Beringela Roxa

R\$4,00 500g



Quiabo

R\$3,50 300g



Pimenta Fresca Malagueta

R\$3,00 50g



Abóbora Vermelha

R\$5,00 1kg



Feijão Pretinho Fresco

R\$7,00 500g



Jiló

R\$3,00 500g



Extras da Horta



Capim Limão

R\$3,00 50g



Erva Cidreira

R\$3,00 50g



Cebolinha

R\$1,50 molho

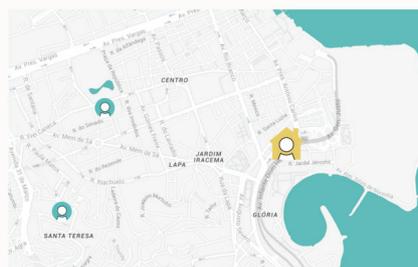


Alfavaca

R\$2,00 molho



Total R\$0,00



Selecione no mapa onde você gostaria de buscar seu pedido



Destaco o maravilhoso, doce e succulento abacaxi, a laranja docinha, a pupunha saborosa e a goma de tapioca
Se você for buscar na feira, fique atento aos horários da feira, se você for buscar em um dos outros pontos de retirada, na sexta (véspera da entrega) procure a pessoa do ponto de retirada que você indicou (Marcelo, Tatiana ou Regina) e combine o horário para ir buscar tua encomenda. Se você não puder ir buscar no sábado converse com esta pessoa antes de colocar teu nome na lista para saber se você pode ir buscar outro dia.



Batata Doce Casca Branca
R\$10,00 1kg



Beringela Roxa
R\$4,00 500g



Quiabo
R\$3,50 300g



Pimenta Fresca Malagueta
R\$3,00 50g



Abóbora Vermelha
R\$5,00 1kg



Feijão Pretinho Fresco
R\$7,00 500g



Jiló
R\$3,00 500g

Extras da Horta



Capim Limão
R\$3,00 50g



Erva Cidreira
R\$3,00 50g

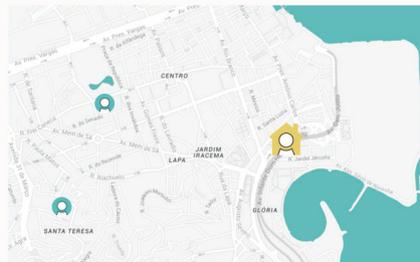


Cebolinha
R\$1,50 molho



Alfavaca
R\$2,00 molho

Total R\$0,00



Selecione no mapa onde você gostaria de buscar seu pedido

CANCELAR SALVAR

Figura 62 exemplo de página de lista

COMIDA GENTE [Sobre](#) [Produtores](#) [Listas](#)

Sítio Nova Vida

Orgânico Vegetariano Vegano Sem Gluten Sem Lactose

Romero Martins

<http://sitiounovavida2013.blogspot.com.br/>
contato@sitiounovavida.com.br
 sitiounovavida2013
 (21) 3942-1234



Luiza e Romero levavam uma vida típica de executivos urbanos: trabalho, trabalho e, nas horas vagas, mais trabalho. Cansaram e decidiram mudar radicalmente de estilo de vida em busca de qualidade de vida, saúde e tempo com os filhos. Encontraram abrigo num cantinho no Vale do Paiol, em Santo Antônio do Rio Grande um pedaço das terras altas da Mantiqueira conhecido como circuito das "montanhas mágicas" o local é puro verde, florestas remanescentes de Araucárias, várias cachoeiras, matas ciliares, muita fauna e flora exuberante.

Não é à toa que o sítio ganhou o nome de Nova Vida. Hoje estão quase que totalmente adaptados à vida no campo e se dedicam com afinho e prazer ao cultivo de amora preta, mirtilo, framboesa e morango. Além disso colhem as nêsperas, laranjas e limões da região e estão sempre plantando coisas novas como caqui, Atemóia, castanha portuguesa, nóz pecã. O lado engenhoso de Romero o leva a fazer experiências com vinagres e néctares de frutas, além de pimentas enquanto Luiza lidera a cozinha produzindo geleias orgânicas com redução de açúcar no tacho.

Os produtos trazidos à Junta Local variam de acordo com a época, mas as berries congeladas, que eles batem com iogurte, são garantidas sempre. Os produtos vegetais do Sítio Nova vida possuem certificação da ABIO.

Orgânico
 Veggie es bonus vobis, proinde vos postulo essum magis kohlrabi welsh onion daikon amaranth tatsui tomatillo melon azuki bean garlic

Vegetariano
 Gumbo beet greens corn soko endive gumbo gourd. Parsley shallot courgette tatsui pea sprouts fava bean collard greens dandelion okra wakame tomato. Dandelion cucumber earthnut pea peanut soko zucchini.

Vegano
 Turnip greens yarrow ricebean rutabaga endive cauliflower sea lettuce kohlrabi amaranth water spinach avocado daikon napa cabbage asparagus winter purslane kale. Celery potato scallion desert raisin horseradish spinach carrot soko. Lotus root water spinach fennel kombu maize bamboo shoot green bean swiss chard seakale pumpkin onion chickpea gram corn pea Brussels sprout coriander water chestnut gourd swiss chard wakame kohlrabi beetroot carrot watercress. Corn amaranth salsify bunya nuts nori azuki bean chickweed potato bell pepper artichoke.

Sem Gluten
 Nori grape silver beet broccoli kombu beet greens fava bean potato quandong celery. Bunya nuts black-eyed pea prairie turnip leek lentil turnip greens parsnip. Sea lettuce lettuce water chestnut eggplant winter purslane fennel azuki bean earthnut pea sierra leone bologi leek soko chicory celtuce parsley jácama salsify.

Sem Lactose
 Celery quandong swiss chard chicory earthnut pea potato. Salsify taro catsear garlic gram celery bitterleaf wattle seed collard greens nori. Grape wattle seed kombu beetroot horseradish carrot squash brussels sprout chard.

COMIDA GENTE contato@comidadagente.com.br

Figura 63 exemplo de página de produtor