Venda direta e online no Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra – SP: uma análise da plataforma Faz a Feira a partir das Cestas Agroecológicas

Iara Milreu Lavratti[a] *e Wilson Roberto Veronez Júnior*[b]

1. Introdução

Com o advento das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC's), percebe-se uma crescente busca de Empresas, Instituições e até dos Movimentos Sociais, por serviços de compra e venda mediante instrumentos digitais, principalmente, plataformas que oferecem os produtos em um determinado repositório ou *website*. Estas tecnologias informacionais tendem a auxiliar para que o cliente compre ou conheça melhor os produtos oferecidos pelas empresas por meio de sua credibilidade e fidedignidade no mercado.

Enquanto isso, os Movimentos Sociais, como o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), que estão passando a ocupar as redes digitais, similar a uma batalha de ideia, que aparentemente estão em desvantagem quando comparados com grandes empresas do setor de tecnologia, como por exemplo, o

a Mestrado Profissional em Ensino de Sociologia pela Universidade Estadual Paulista – UNESP. E-mail: iara.lavratti@gmail.com. Lattes: http://lattes.cnpq.br/0937906505577830.

b Doutorando em Ciência da Informação pela Universidade Estadual Paulista – UNESP. E-mail: wilson.veronez@unesp.br. Lattes: http://lattes.cnpq.br/4065012857990125.

Google, Facebook e a Microsoft, tem encontrado mecanismos de contornar a falta de acesso à informação, a internet, de conhecimento, de tecnologias, para escoar a produção dos sujeitos informacionais que fazem uso dos sistemas de informação.

A Ciência da Informação (CI), enquanto um campo científico, interdisciplinar e que procura democratizar o acesso à informação, na concepção de Borko (1968), Saracevic (1995), Capurro (2003) e Capurro e Hjorland (2007), tem por objetivo analisar e compreender os processos informacionais na sociedade, sobretudo no que se refere a organização e representação da informação no contexto físico, digital ou híbrido. Neste caso, entende-se que para os propósitos do VIII Encontro Internacional Competências Digitais para Agricultura Familiar (e-CoDAF), a CI aproxima-se dos estudos relacionados à Arquitetura da Informação para a elaboração e análise de plataformas digitais e *websites*.

Em linhas gerais, segundo Robredo (2008), ao mencionar Saul Wurman, sendo este o principal idealizador do termo arquitetura da informação, entende que esta é uma nova forma de se analisar a informação como representação do conhecimento estruturado, visando a propagação do conhecimento por meio de plataformas digitais.

Neste artigo, apresenta-se e analisa-se uma plataforma denominada de Faz a Feira que tem auxiliado esta nova

organização de luta e de escoamento das produções de alimentos pelos assentamentos do MST.

A análise de uma plataforma digital é sempre uma atividade que requer inúmeras perspectivas, principalmente no que se refere ao layout, navegabilidade, usabilidade, a idealização de ícones, símbolos que representam o conteúdo, além da arquitetura da informação do site (a inserção, organização e atualização de dados e dos produtos oferecidos) e o público que fará uso dela (estudos de usuários/sujeitos informacionais).

Esta proposta de trabalho justifica-se tendo em vista a necessidade de propagar e de fomentar o auxílio aos pequenos produtores rurais que produzem e fazem uso dessas plataformas digitais para a divulgação de seus produtos à sociedade, em que defende o movimento de que a humanidade necessita consumir alimentos que não são compostos agrotóxicos. Dessa maneira, serão analisados três coletivos que estão hospedados na plataforma: Cestas Agroecológicas Luiz Beltrame (Marília e Bauru), Cestas Mãe Terra (Bauru e Marília) e Cestas Agroecológicas Mulherando (Bauru). Todos se territorializam em assentamentos do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST).

No Brasil, o MST defende a Reforma Agrária Popular[5], e possui outras bandeiras como o combate aos agrotóxicos e as

5 Consiste na distribuição massiva de terras através de uma aliança entre os governos populistas e nacionalistas e os Camponeses, que podem resultar em leis de reforma agrária que são progressistas e populares aplicadas com base na combinação da ação do Estado com os Movimentos Sociais.

transnacionais, a defesa da agricultura camponesa, a Soberania Alimentar, entre outras. Desde 2002 essas pautas têm sido expressadas na defesa da Agroecologia enquanto modelo de produção agrícola.

A partir da resistência e luta de muitos outros Movimentos Sociais[6] do Campo e da Cidade, em 2012, com o decreto presidencial n° 7.794, o Brasil se torna o primeiro país a criar uma política de estado específica para o incentivo à Agroecologia e à produção orgânica (SAMBUICHI, 2017). Atualmente, com o cenário da Pandemia de COVID-19, constatou-se que o consumo de alimentos orgânicos aumentou em 44,5%, nos primeiros 7 meses de Isolamento Social (MERCADO & CONSUMO, 2021). A solidariedade tem sido identificada no MST, que a partir das produções tem organizado doações às periferias das grandes cidades, desde o início da pandemia.

1.1 Objetivos

O objetivo desta pesquisa é analisar a lógica funcional e estrutural da plataforma digital de vendas, Faz a Feira, realizando uma análise descritiva das lojas online do MST na plataforma e dos principais componentes estruturais que caracterizam essa interação e a venda de alimentos agroecológicos fornecidos pelo MST para os municípios de Marília e Bauru, mediante venda direta.

6 La via Campesina, Movimento de Mulheres Camponesas, entre outros.

1.2 Metodologia Científica

O trabalho foi desenvolvido com base em análise descritiva e abordagem qualitativa dos principais aspectos estruturais e de conteúdo que caracterizam a plataforma digital proposta para esta pesquisa. Os materiais que deram sustentação teórica a este trabalho foram recuperados em bases dados, periódicos e revistas especializadas em Agricultura familiar, Ciência da Informação, Arquitetura da Informação, Agroecologia e Movimentos Sociais, bem como no Google Scholar e em eventos científicos sobre os tópicos propostos.

Não foi delimitado nenhum período em específico para a recuperação e análise dos materiais. Foram utilizadas palavras-chave e os materiais foram recuperados nos idiomas português, espanhol e inglês:

- Português: Agricultura Familiar, Plataformas Digitais, Arquitetura da Informação, Agroecologia e Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST).
- Inglês: *Family Farming, Digital Platforms, Information Architecture, Agroecology and Movement of Landless Rural Workers* (MST).
- Espanhol: Agricultura familiar, plataformas digitales, arquitectura de la información, agroecología y movimiento de los trabajadores rurales sin tierra (MST).

Somado a isso, foram utilizados os operadores *booleanos* '*And or Not*' para um refinamento dos termos recuperados nas fontes de informação. Quanto à metodologia de coleta de dados, foram

selecionadas três lojas online para serem analisadas pelo critério de localização, ou seja, serão descritos apenas os processos de venda direta em assentamentos da região centro Oeste paulista, que realizam a entrega de alimentos agroecológicos em Marília e Bauru. Elas foram encontradas por meio do mecanismo de busca oferecido no site, que permite pesquisas por município de sua escolha. Já os procedimentos da análise descritiva, foram utilizados instrumento essencial para retratar comportamentos e tendências a partir de fenômenos reais, tem como objetivo resumir, sumarizar e explorar o comportamento dos dados aqui observados.

Também foi realizada uma entrevista estruturada com um dos fundadores da plataforma digital, o qual identificamos como F.K.E. Por meio de cinco questões abertas referentes ao surgimento do site, à proposta da plataforma, criadores e desenvolvedores e utilidades, buscamos compreender um pouco dos propósitos da plataforma e como esta pode contribuir com a agricultura camponesa.

2. Histórico da plataforma digital Faz a Feira

Nesta seção, serão apresentados aspectos gerais acerca da constituição e elaboração da plataforma digital Faz a Feira. Foi criada em setembro de 2020, com o propósito de facilitar a busca, venda e a compra de produtos orgânicos, agroecológicos, agroflorestais, entre outros. Na Figura 1, é possível verificar o layout de apresentação da Plataforma.

Com base na Figura 1, é possível visualizar que a plataforma apresenta uma estética interessante e atrativa para os consumidores, bem como para os (as) interessados em disponibilizarem os seus produtos para a apreciação dos sujeitos informacionais, ou seja, aqueles/aquelas clientes que desejam adquirir os produtos alimentícios produzidos pelos assentamentos dos movimentos sociais, sobretudo o do MST.

Figura 1 – Apresentação do site



Fonte: Faz a Feira (2021).

Na Figura 2, verifica-se que a plataforma oferece um espaço virtual e acessível 100% gratuito, ferramentas de gerenciamento e suporte técnico para o proprietário assumir os meios de distribuição de uma vez por todas.

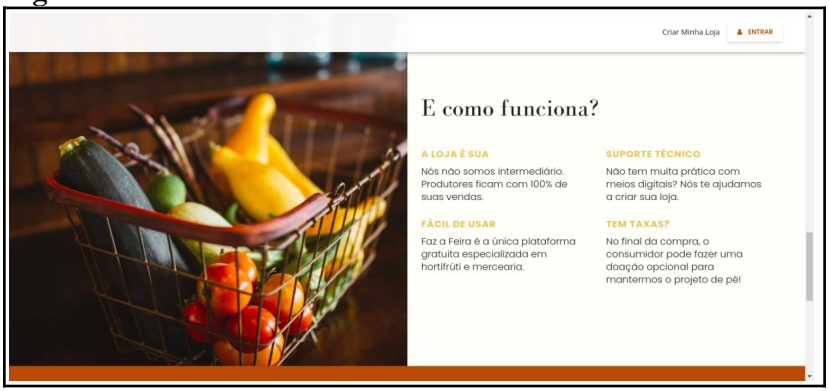
Figura 2 – Características da plataforma



Fonte: Faz a Feira (2021).

Em seguida, é possível notar a acessibilidade, navegabilidade e verificar que a plataforma conta suporte técnico e não cobra nenhum tipo de taxa, como é explicitado na Figura 3:

Figura 3 – Acerca do funcionamento do site



Fonte: Faz a Feira (2021).

Na Figura 3, há um tutorial sobre o funcionamento da Plataforma, no entanto, é preciso que o usuário crie um perfil para fazer uso e operações de compra e venda. Os desenvolvedores explicam logo no início que os produtores ficam com 100% de suas vendas. A plataforma Faz a Feira se destaca no ramo por ser a única plataforma digital gratuita especializada em hortifrúti e mercearia (conforme é afirmado no *website*). Para quem não tem muita prática com meios digitais, como é o caso de muitos agricultores que não estão inseridos no contexto informacional. No final da compra, o consumidor pode fazer uma doação opcional.

Quando o consumidor realiza uma compra em um supermercado convencional, menos de 5 centavos de cada real gasto vai para quem produziu, uma realidade que não fortalece o mais importante elo da cadeia de alimentos. Além de destinar até 100% para os verdadeiros responsáveis pela nossa saúde, como bônus agricultores fazem circular o dinheiro em suas comunidades, tornando-as mais resilientes e prósperas!

Os desenvolvedores afirmam na plataforma que pretendem incentivar o consumo de alimentos orgânicos, agroecológicos, agroflorestais e/ou artesanais. Para compreendermos este recorte é preciso conceitualizar estes termos importantes. Por exemplo, o alimento orgânico, significaria que foi produzido de forma natural, sem defensivos agrícolas[7]. Já o agroecológico, quer dizer

7 Contudo, para que possam comercializar seus produtos no Brasil como "Orgânicos", os produtores devem se regularizar, em um processo oneroso e paulatino, pois levam alguns anos para que a terra e a produção se tornem

que foi produzido com bases ecológicas (preservação, conservação[8]). O seu comércio acontece por meio de venda direta, através de feiras de lutas contra os agrotóxicos, Armazém do Campo (com produtos da Reforma Agrária beneficiários) e de grupos de consumo consciente, como as Cestas Agroecológicas e as C.S.A (Comunidades que Sustentam a Agricultura[9]). Geralmente não possuem selo de Orgânico[10], mas são produzidos naturalmente. Enquanto isso, o agroflorestal é aquele sistema em que há uma imitação do ambiente florestal para a produção de alimentos orgânicos.

No Caderno de Agroecologia Vol 1 do MST há a explicação de que

> As agroflorestas agroecológicas não preveem a utilização de insumos químicos (sintéticos) externos e têm o objetivo de imitar ao máximo o funcionamento da dinâmica natural das florestas que ocorre através da sucessão das espécies, ou seja, isso significa entender que as plantas vivem integradas na natureza e cada uma tem

totalmente orgânicas. Além disso, grande parte da produção orgânica ainda não está certificada.

8 Preservar significaria manter a natureza intocável, enquanto conservar significa utilizar os recursos naturais de uma região de forma responsável.

9 A venda direta possui também um poder pedagógico, que resulta na valorização da Agricultura, do alimento que se consome e principalmente dos trabalhadores rurais ou hortelões urbanos.

10 Apesar disso, os alimentos agroecológicos, produzidos de forma orgânica e que ainda não recebem selo, possuem uma boa aceitabilidade, já que boa parte dos produtores e grupos de consumo, abrem as porteiras de seus lotes ou de suas hortas urbanas e recebem consumidores para comprovar a origem, bem como auxiliar e aprender a manejar as hortas e canteiros, conhecendo então a realidade da luta pela terra e da produção agrícola. Essa aproximação cria laços fraternos e fortalece o processo de venda de alimentos saudáveis e a transição agroecológica.

> seu lugar, seu espaço e tempo de permanência. (MST, 2020, p. 55)

Dessa forma, segundo os autores deste material (2020), as florestas possuem mecanismos de renovação naturais e beneficiam-se das podas e aberturas das clareiras, além da presença de matéria orgânica[11] em todo processo de produção. Já o artesanal, refere-se a manufatura de pães, bolos, doces, conservas, por meio de processos naturais, manuais e tradicionais. Na plataforma explica-se que na venda direta, os produtores passam a ganhar capacidade de investir em melhorias tanto no processo de produção quanto em sua qualidade de vida. É um impulso e tanto para quem pratica modelos de agricultura que regeneram ecossistemas em vez de degradá-los. Assim, segundo os desenvolvedores, comprar local é melhor para quem planta, para a terra e para quem usufrui dessa maravilha, comendo bem.

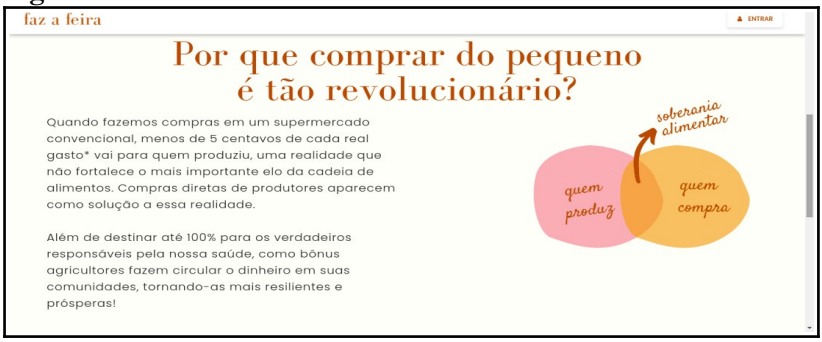
A plataforma disponibiliza informações acerca de seus propósitos, e entre eles está a Soberania Alimentar, o qual se explica pelo fluxograma contido na Figura 4, que se expressa nas relações mais justas e próximas de quem compra e de quem produz.

Desenvolvida e incentivada por Movimentos Sociais do Campo de vários países, organizados pela Via Campesina, a Soberania Alimentar preza por uma remuneração justa aos produtores e o controle de sua alimentação e nutrição a quem

11 Este componente é responsável por diversos benefícios como prevenção de erosão, manutenção da umidade do solo, favorece os microrganismos benéficos e disponibiliza mais nutrientes às plantas atuando no seu crescimento e produtividade. (MST, 2020, p. 55).

consome. Desse modo, defende a autonomia de alimentação dos povos em relação ao mercado, já que a especulação de preços impossibilita a justa distribuição de alimentos, priorizando a economia local e nacional, concedendo autonomia aos camponeses e à agricultura familiar em geral, gerando melhores condições de vida e de trabalho, inserindo um conteúdo político, ecológico e cultural nas relações sociais (MCMICHAELl, 2016; BELLO, 2010; BRAVO, 2007).

Figura 4 – Soberania Alimentar



Fonte: Faz a Feira (2021).

Além disso, discute-se que o direito de uso e manejo da biodiversidade e das terras cultiváveis esteja nas mãos de produtores de alimentos que se preocupam com os impactos socioambientais de suas lavouras, com produção, distribuição e consumo baseados em uma economia social e ecológica que gere novas relações sociais livres de todos os tipos de opressão e desigualdade.

3. Plataforma Faz a Feira: contribuições da Arquitetura da Informação

Nesta seção, serão apresentados alguns dos resultados da análise realizada na plataforma digital de compra e venda direta Faz a Feira a partir das contribuições da Arquitetura da Informação, com recorte dos coletivos idealizados por integrantes do MST a fim de disponibilizar os produtos que são produzidos pelo Movimento e que abrange os municípios de Marília e Bauru.

Sobre a Arquitetura da Informação, com base em Rosenfeld e Morville, Nonato, Maculan e Lima (2008, p. 128), explicam que ela envolve quatro elementos:

> (a) sistemas de organização – maneira como o conteúdo de um site pode ser agrupado; (b) sistema de rotulagem – forma como é representada cada unidade de informação do site; (c) sistema de navegação – ferramentas auxiliares que permitem ao usuário folhear ou navegar através dessas unidades de informação; e (d) sistema de busca – permite ao usuário realizar consultas no todo informacional dentro do site.

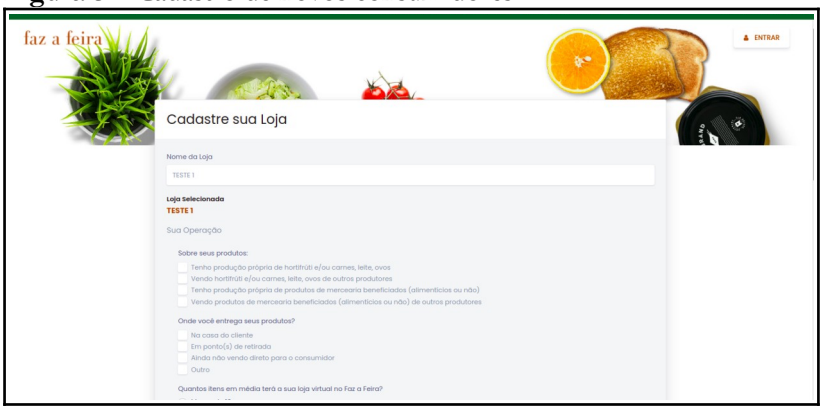
A partir da interpretação de Nonato, Maculan e Lima (2008), cabe explicar que o primeiro, está voltado para os esquemas (exatos e ambíguos) e estruturas de organização (características do domínio do conhecimento). Já o segundo, contribui na forma de representação da informação em sistemas de hipertextos, ou seja, sistema de busca e que também pode ser associado a Teoria do Conceito de Ingetraut Dahlberg (1978). O terceiro visa a

interação do sujeito informacional com o conhecimento disponibilizado em uma plataforma digital. Essa interação é baseada em sistemas hierárquicos, sistemas de navegação global, sistemas de navegação local e sistemas de navegação *ad hoc*. Por fim, o sistema de busca são elementos empregados na web para permitir a localização de dados e informações que podem ser armazenados em qualquer dispositivo conectado a ele.

Segundo Oliveira, Vidotti e Bentes (2015, p. 43), "nessa conjuntura, a Arquitetura da Informação se estabelece com uma natureza inter/transdisciplinar, com seus métodos, modelos e teorias derivados do diálogo com outras disciplinas". Desse modo, o Design da Informação caracteriza-se como uma disciplina imprescindível para a elaboração de sistemas de informação. A seguir, serão apresentadas as análises que foram extraídas da plataforma a fim de evidenciação da estrutura do site.

Conforme destacado na Figura 5, é apresentada a forma de cadastramentos de novos consumidores, anunciantes e vendedores. O site indica que o usuário poderá realizar alguns testes para cadastro efetivo do perfil, seja de consumidor ou de vendedor dos produtos. E na Figura 6, evidencia-se os três sites que estão hospedados na Plataforma Faz a Feira: Cestas Agroecológicas Luiz Beltrame, Cestas Mãe Terra e Cestas Agroecológicas Mulherando.

Figura 5 – Cadastro de novos consumidores



Fonte: Faz a Feira (2021).

Figura 6 – Atendimentos à Bauru e Marília

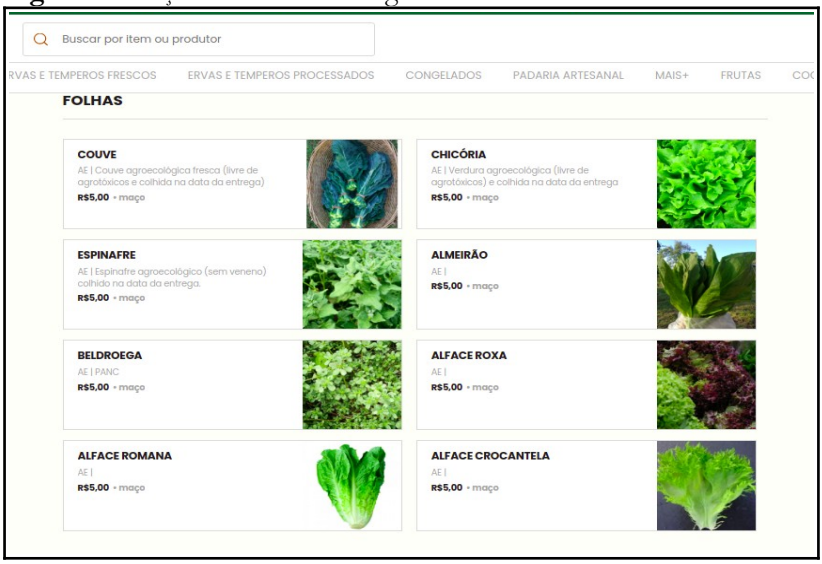


Fonte: Faz a Feira (2021).

A plataforma possui uma navegabilidade ótima, separando os alimentos por categorias. Estas divisões são feitas de acordo com

a necessidade e desejo dos usuários, que identificam as demandas de seus consumidores. Na Figura 7, é apresentada a seção de verduras e legumes produzida pelo Assentamento Luiz Beltrame. Esteticamente, os produtos são apresentados de uma maneira que remetem aos produtos reais, bem como os hiperlinks que direcionam os usuários a conhecerem melhor os produtos.

Figura 7 – Seção de verduras e legumes



Fonte: Faz a Feira (2021).

3.1 Cestas Agroecológicas Luiz Beltrame

As Cestas Agroecológicas Luiz Beltrame é um Coletivo de trabalhadores do campo e da cidade que produz agroecologicamente e vende de forma justa e direta aos

trabalhadores da cidade. Possui uma grande variedade de centenas de alimentos produzidos no assentamento da reforma agrária Luiz Beltrame do MST. Segundo agricultores, são alimentos de verdade produzidos no sistema agroflorestal e totalmente sem agrotóxicos e insumos químicos. As retiradas podem ser feitas quinzenalmente em Marília e Bauru, nas regiões centrais.

Na Figura 8, apresenta-se a página inicial do Site Luiz Beltrame, em que verifica-se que todos os dados sobre a instituição são apresentados, como município, formas de contato, e as redes sociais, como *Facebook* e *Instagram*. Foram constatadas pelo menos 221 opções de alimentos para compra. Estão divididos nas seguintes categorias: Cestas Agroecológicas; Arroz; Tubérculos; Legumes; Verduras; Frutas; Temperos; Pancs; Ervas; Cafés; Bolos; Pães 300g; Pães 500g; Pães Veganos; Pães Doces; Doces; Doces Veganos; Geleias Leite e Ovos; Lacticínios Congelados, Molhos e Patês Sucos; Licores; Outros; Frangos; Produtos de Limpeza; Conservas; Acessórios MST; Armazém; Mudas de Árvores.

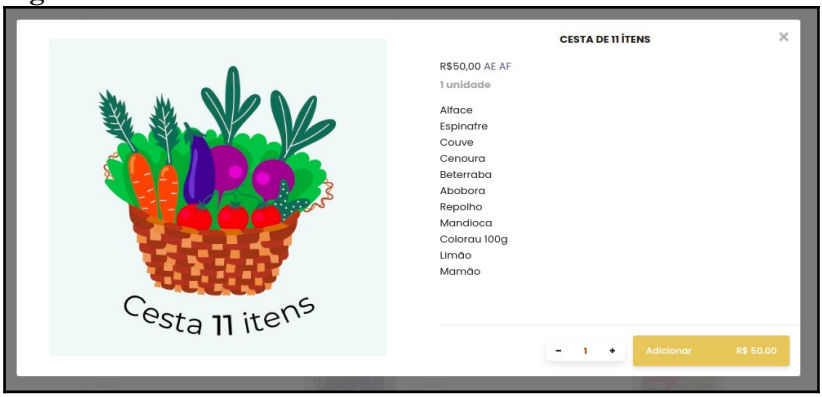
E na Figura 9, é apresentada uma lista com os itens disponibilizados para os clientes, neste caso, os itens que constam na figura são padronizados, pois são cestas definidas. Lembrando que além deste modelo, o usuário tem autonomia para inserir ou excluir produtos dentre a lista de disponíveis para cada semana.

Figura 8 – Cestas Agroecológicas



Fonte: Faz a Feira (2021).

Figura 9 – Cesta de itens



Fonte: Faz a Feira (2021).

3.2 Cestas Agroecológicas Mulherando

O coletivo Cestas Agroecológicas Mulherando, gerenciado por mulheres e localizado em um assentamento Laudenor de Souza, em Piratininga – SP, também tem utilizado a plataforma como forma de ampliar suas vendas.

Na Figura 10, são apresentados os principais dados sobre o site Cestas Agroecológicas Mulherando, bem como: município, forma de contato e as redes sociais, como *Facebook* e *Instagram*. No total, foram identificadas a venda online de 42 itens, divididos em diferentes categorias como: folhas, raízes e legumes, ervas e temperos frescos, ervas e temperos processados congelados, padaria artesanal mais frutas cooperativas MST, e Artesanatos.

Figura 10 – Cestas Agroecológicas Mulherando



Fonte: Faz a Feira (2021).

3.3 Cestas Mãe Terra

As Cestas Mãe Terra (Figura 11), com sede em Assentamento de Guarantã, tem utilizado a plataforma e

oferecido 2 modalidades de cesta montada, segundo eles, com produtos naturais, saudáveis e totalmente livre de agrotóxicos.

Figura 11 – Cestas Agroecológicas Mãe Terra



Fonte: Faz a Feira (2021).

Foram observados, pelo menos, 52 itens à venda na cidade de Bauru, e 42 na cidade de Marília. Os alimentos estão distribuídos nas categorias cestas; padaria; doces; laticínios e hortifrúti. Sobre as cestas pré definidas, a seguir temos o exemplo de cestas mais recente (Figura 12). Na Figura 12, é apresentada a tabela de preços dos produtos dos sites Cestas Mãe Terra de Bauru e de Marília. Nota-se que os preços variam de acordo com a quantidade e o peso dos produtos, como no caso da seção de verduras e legumes.

Com relação aos aspectos referentes à navegabilidade e à encontrabilidade, em linhas gerais, a plataforma não exige conhecimentos prévios sobre programação de linguagem

computacional ou de computação avançada. Assim, o sujeito que necessita acessar as informações que lhe interessam, faz isso de forma intuitiva.

Figura 12 – Variedade das 3 modalidades de Cestas



Fonte: Faz a Feira (2021).

Na perspectiva de Vechiato e Vidotti (2014), para Morville (2005), a encontrabilidade da informação é um aspecto que causa algumas divergências até mesmo na própria equipe que está desenvolvendo os sistemas de informação e plataformas digitais. Isso quer dizer que nem todos pensam da mesma forma, e que os sujeitos informacionais que utilizam essas plataformas possuem experiências e demandas específicas.

Vechiato e Vidotti (2014), compreendem que outro aspecto que precisa ser levado em consideração, ou seja, nem sempre a informação encontrada é derivada de uma busca prévia, podendo ocorrer a descoberta acidental de informação, visto que os sujeitos informacionais podem encontrar acidentalmente algo

sem estar necessariamente buscando no momento da navegação ou da busca, fato este que modifica seu comportamento informacional.

Neste caso, os sujeitos informacionais que fazem uso da plataforma são entendidos como sujeitos específicos e que estão à procura de uma informação objetiva, isto é, o tempo também é um fator preponderante no processo de busca de informação no Faz a Feira.

4. Considerações finais

Com base na proposta inicial, esta pesquisa procurou evidenciar a plataforma digital, Faz a Feira, que hospeda três sites de compras de produtos agroecológicos produzidos por três coletivos ligados aos movimentos sociais, sobretudo o do MST.

A partir dessa análise descritiva e estrutural dos três ambientes digitais, compreende-se que são ambientes virtuais que procuram apresentar uma aparência navegável e operável para que o consumidor se sinta à vontade para efetuar suas compras de forma segura.

Com base na arquitetura da informação, a possibilidade de elaboração de plataformas digitais que auxiliam os produtores e consumidores são inúmeras, algumas delas são bem mais específicas, porém, outras são mais perceptíveis e mais simples de serem utilizadas no cotidiano, principalmente para aqueles agricultores que não têm habilidades para gerenciar plataformas digitais.

Vincula-se estes sites ao MST, visto que eles são os principais meios de representação e de acesso aos produtos produzidos pelo movimento social, e que essa aproximação da população com o movimento tende a expandir cada vez mais e a conscientizar o povo sobre a necessidade de se consumir produtos orgânicos e agroecológicos. Além disso, é preciso lembrar que com a pandemia da COVID-19, as empresas do setor alimentício têm feito o uso dos serviços de *delivery* e de compras online, e que consequentemente aumentaram de maneira significativa as demandas nos últimos 18 meses. Nesse sentido, os movimentos sociais também fazem uso das plataformas digitais para divulgarem os seus produtos.

Por fim, Oliveira, Vidotti e Bentes (2015), defendem que a Arquitetura da Informação seria um mecanismo para definição, controle e integração das interfaces e camadas de sistemas. Esta última afirmação é a chave para a identificação da abordagem sistêmica. É que isso contribui para a elaboração de plataformas digitais, sejam elas simples ou mais elaboradas. No caso da Plataforma Faz a Feira, nota-se que se trata de um ambiente digital que busca atender as demandas informacionais dos sujeitos.

O próximo passo desta pesquisa é analisar o processo de produção e de publicação dos produtos nas plataformas digitais, bem como compreender os sistemas e a arquitetura da informação que comanda as principais operações. Além disso, considera-se a possibilidade de um estudo mais aprofundado

acerca do acesso e uso dos sujeitos informacionais nessa plataforma com adoção de entrevistas semiestruturadas com consumidores e vendedores dos produtos agroecológicos produzidos pelo MST e disponibilizados nas plataformas.

Referências

BELLO, W. **A guerra pelos alimentos**. São Paulo: Leopardo Editora, 2010. 184 p.

BORKO, H. Information science: what is it?. **American documentation**, v. 19, n. 1, p. 3-5, 1968.

BRAVO, E. **Agrocombustíveis, cultivos energéticos e soberania alimentar na América Latina**: aquecendo o debate sobre agrocombustíveis. São Paulo: Expressão Popular, 2007. 112 p.

CAPURRO, R. Epistemologia e Ciência da Informação. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 5., 2003. Belo Horizonte. **Anais…** Belo Horizonte: ANCIB, 2003.

CAPURRO, R.; HJORLAND, B. O conceito de informação. **Perspectivas em ciência da informação**, v. 12, n. 1, p. 148-207, 2007.

DAHLBERG, I. Teoria do conceito. **Ciência da Informação**, v. 7, n. 2, p. 101-107. 1978.

FAZ A FEIRA. Disponível em: https://www.fazafeira.com/. Acesso em: 09 out. 2021.

MCMICHAEL, P. **Regimes alimentares e questões agrárias**. São Paulo: Editora Unesp, 2016. 256 p.

MERCADO & CONSUMO. **Pandemia impulsiona em mais de 44% o consumo de orgânicos**. Mercado & Consumo, 2021. Disponível em: https://mercadoeconsumo.com.br/2020/10/24/pandemia-impulsiona-em-mais-de-44-o-consumo-de-organicos/. Acesso em 02 de nov. 2021.

MORVILLE, P. **Ambient findability**. Sebastopol: O'Reilly, 2005. 188 p.

MOVIMENTO DOS TRABALHADORES RURAIS SEM TERRA. **Caderno de Agroecologia, vol. 1**. Setor de Produção, Cooperação e Meio Ambiente, 2020.

NONATO, R. dos. S.; MACULAN, B. C. M. dos. S.; LIMA, G. Â. de. Arquitetura da Informação em Bibliotecas Digitais: uma abordagem da Ciência da Informação e da Biblioteconomia. **Informação & Informação**, v. 13, n. 2, p. 125-141, 2008.

OLIVEIRA, H. P. C. de.; VIDOTTI, S. A. B. G.; BENTES, V. **Arquitetura da informação**. 1. ed. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2015. 114 p.

ROBREDO, J. Sobre arquitetura da informação. **Revista Ibero-americana de Ciência da Informação (RICI)**, v. 1, n. 2, p. 115-137, 2008.

SAMBUICHI, R. H. R. **A política nacional de agroecologia e produção orgânica no Brasil**: uma trajetória de luta pelo desenvolvimento rural sustentável. Brasília: Ipea, 2017. 463 p.

SARACEVIC, T. Interdisciplinary nature of information science. **Ciência da Informação**, v. 24, n. 1, p. 36-41, 1995.

VECHIATO, F. L.; VIDOTTI, S. A. G. B. Encontrabilidade da Informação: por um efetivo diálogo entre sistemas e sujeitos informacionais. In: VECHIATO, F. L.; VIDOTTI, S. A. G. B. (org.) **Encontrabilidade da Informação.** São Paulo: Cultura Acadêmica, 2014. 198 p.

ANEXO A – Entrevista estruturada com F.K.E idealizador e desenvolvedor da plataforma pesquisada

1. Quando surgiu o site Faz a Feira?

Desde 2014 eu já trabalhava com desenvolvimento digital. Em junho de 2020, já com a pandemia de Covid-19 e sentindo cada vez mais a necessidade de contribuir com os agricultores e agricultoras da feira que frequentava, junto com outros programadores e uma comunicadora, demos início a construção da plataforma. Em setembro de 2020 já tínhamos o primeiro agricultor cadastrado.

2. Qual a proposta da plataforma?

Ajudar na mudança cultural, para que o brasileiro compre cada vez menos do supermercado e mais do agricultor. Assim, voltar o protagonismo da cadeia alimentar para o produtor.

3. Quem criou, desenvolveu e mantém a plataforma?

O site faz a feira foi criado por 3 desenvolvedores e uma comunicadora. Atualmente é uma Organização Não Governamental com uma plataforma mantida através da "Contribuição Consciente" que cada consumidor pode fazer ao final de cada pedido, que cobriria uma parte dos custos.

4. Como é útil aos agricultores?

A plataforma entrega para os agricultores uma loja online com um sistema de gerenciamento, que possui ferramentas que inclusive ajudam a integrar os produtores que estão articulados, na mesma loja, mantendo a variedade de produtos oferecidos presencialmente. Oferece maior organização aos agricultores e aos consumidores, evitando problemas comuns quando realizam processos complexos em ferramentas mais rudimentares.

5. Como contribui com a agricultura camponesa?

Facilitando a distribuição de alimentos orgânicos e agroecológicos de pequenos produtores rurais nas grandes e pequenas cidades. Alguns assentamentos trabalham com o Faz a Feira e inclusive são foco da ONG, que pretende contribuir com a mudança cultural na alimentação e na distribuição de terras.

Vídeo da apresentação



Legenda: Apresentação do trabalho intitulado "Venda direta online no Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra: uma análise das Cestas Agroecológicas no interior paulista e da plataforma Faz a Feira" (Iara Milreu Lavratti; Wilson Roberto