

UFRRJ

INSTITUTO DE AGRONOMIA

**CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM AGRICULTURA
ORGÂNICA**

DISSERTAÇÃO

**Difusão da Informação para Promoção do Consumo Alimentar
Consciente no Site do Programa de Extensão Universitária
“Fortalecimento da Agricultura Familiar na Baixada
Fluminense e Centro Sul do Estado do Rio de Janeiro”**

Natasha dos Santos Rosa

2020



**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE AGRONOMIA
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM AGRICULTURA ORGÂNICA**

**DIFUSÃO DA INFORMAÇÃO PARA PROMOÇÃO DO CONSUMO
ALIMENTAR CONSCIENTE NO SITE DO PROGRAMA DE
EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA “FORTELECIMENTO DA
AGRICULTURA FAMILIAR NA BAIXADA FLUMINENSE E
CENTRO SUL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO”**

NATASHA DOS SANTOS ROSA

Sob a Orientação da Professora
**Dra. Maria Fernanda de
Albuquerque Costa Fonseca**

e Co-orientação da Professora
Dra. Anelise Dias

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de **Mestra em Agricultura Orgânica**, no Curso de Pós-Graduação em Agricultura Orgânica.

Seropédica, RJ
Fevereiro de 2020

"O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001"

"This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Finance Code 001"

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro Biblioteca Central / Seção de Processamento Técnico Ficha catalográfica elaborada com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

R788d Rosa, Natasha dos Santos, 1995-
Difusão da informação para promoção do consumo alimentar consciente no site do programa de extensão universitária: "Fortalecimento da Agricultura Familiar na Baixada Fluminense e Centro Sul do Estado do Rio de Janeiro" / Natasha dos Santos Rosa. - Rio de Janeiro, 2020.
73 f.

Orientadora: Maria Fernanda de Albuquerque Costa Fonseca .
Coorientadora: Anelise Dias.
Dissertação (Mestrado). -- Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM AGRICULTURA ORGÂNICA, 2020.

1. Consumo político. 2. Agroecologia. 3. Ativismo alimentar. I. Fonseca, Maria Fernanda de Albuquerque Costa, 1954-, orient. II. Dias, Anelise, 1977-, coorient. III Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM AGRICULTURA ORGÂNICA. IV. Título.

É permitida a cópia parcial ou total desta dissertação, desde que seja citada a fonte.

**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE AGRONOMIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM AGRICULTURA ORGÂNICA**

NATASHA DOS SANTOS ROSA

Dissertação submetida como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre(a), no Programa de Pós Graduação em Agricultura Orgânica.

DISSERTAÇÃO APROVADA EM 28/02/2020

Conforme deliberação número 001/2020 da PROPPG, de 30/06/2020, tendo em vista a implementação de trabalho remoto e durante a vigência do período de suspensão das atividades acadêmicas presenciais, em virtude das medidas adotadas para reduzir a propagação da pandemia de Covid-19, nas versões finais das teses e dissertações as assinaturas originais dos membros da banca examinadora poderão ser substituídas por documento(s) com assinaturas eletrônicas. Estas devem ser feitas na própria folha de assinaturas, através do SIPAC, ou do Sistema Eletrônico de Informações (SEI) e neste caso a folha com a assinatura deve constar como anexo ao final da tese / dissertação.

**Maria Fernanda de Albuquerque Costa Fonseca
PhD. PESAGRO- RIO**

**Thadia Turon Costa da Silva
Dra. UFRJ**

**Cecilia Moreyra de Figueiredo
Dra. UFRRJ**



Emitido em 28/02/2020

TERMO Nº 603/2020 - PPGAO (12.28.01.00.00.00.36)

(Nº do Protocolo: NÃO PROTOCOLADO)

(Assinado digitalmente em 06/09/2021 18:11)

CECILIA MOREYRA DE FIGUEIREDO

CHEFE DE DEPARTAMENTO - SUBSTITUTO

DeptLCS (12.28.01.00.00.00.87)

Matrícula: 2260416

(Assinado digitalmente em 14/09/2021 15:04)

THADIA TURON COSTA DA SILVA

ASSINANTE EXTERNO

CPF: 053.200.577-50

(Assinado digitalmente em 06/09/2021 08:37)

MARIA FERNANDA DE ALBUQUERQUE COSTA

FONSECA

ASSINANTE EXTERNO

CPF: 370.766.397-34

Para verificar a autenticidade deste documento entre em <https://sipac.ufrj.br/documentos/> informando seu número:
603, ano: **2020**, tipo: **TERMO**, data de emissão: **05/09/2021** e o código de verificação: **094d5a7d3b**

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho à Tayla.

AGRADECIMENTOS

Meus sinceros agradecimentos à minha família, em especial aos meus pais, Mozenite Santos e Jorge L.C, por serem luz do meu caminho. À Pró Reitoria de Extensão, especialmente ao Pró Reitor Roberto Carlos Costa Lelis, e a Vice Pró Reitora, Gabriela Rizo, muito grata sou à vocês pelo constante aprendizado, além de me oferecer as ferramentas para o desenvolvimento deste projeto. À orientação da Dra. Maria Fernanda de Albuquerque Costa Fonseca e co-orientação da Dra. Anelise Dias. À Equipe do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar na Baixada Fluminense e Centro Sul do Estado do Rio de Janeiro (PFAF), em especial aos agricultores familiares Sônia Nascimento, Cristina Feitosa, Flavio Lorenção, Edson Carlos, Salete Zonta, Vania e Eduardo, Sonira Barbosa, Maria Aparecida (Cida), Sonia, Alessandra Reis, Viviane, Edson Luiz (Edinho), Valtair, Maria José e Eduardo pela participação na construção do site institucional do PFAF. À equipe técnica da COTIC-Coordenadoria de Tecnologia da Informação e Comunicação da UFRRJ (Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro)- em especial ao Alex, pela ajuda imensa no processo de construção do site; À Equipe da Imprensa universitária da UFRRJ- Juliana Affonso e Luciano Skorianez- pelo apoio na construção visual do site. A Dra. Edilene Santos Portilho pela iluminação pedagógica e à Dra. Cecilia Figueiredo pelo amplo apoio comunicativo e técnico deste trabalho. Gratidão.

RESUMO

ROSA, Natasha dos Santos. **Difusão da informação para promoção do consumo alimentar consciente no site do programa de extensão universitária: “Fortalecimento da Agricultura Familiar na Baixada Fluminense e Centro Sul do Estado do Rio de Janeiro”**. 2020. 59p. Dissertação (Mestrado em Agricultura Orgânica). Instituto de Agronomia, Departamento de Fitotecnia, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Seropédica, RJ, 2020.

A comunidade acadêmica da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ) no campus de Seropédica, RJ, tem proposto diversos debates abordando o consumo alimentar consciente, através de uma política institucional ligada à extensão universitária, materializada por meio do “Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar na Baixada Fluminense e Centro Sul do Estado do Rio de Janeiro” (PFAF). Além de criar canais de venda direta para produtores locais no ambiente institucional, o PFAF possui uma significância para construção do debate alimentar. O objetivo do presente trabalho foi difundir o consumo alimentar consciente junto à comunidade acadêmica e ao público externo da UFRRJ. Os objetivos específicos foram construir o site institucional do PFAF, monitorar o acesso pelo público e produzir conteúdo informacional da página “Consumo consciente”. Foi realizada pesquisa bibliográfica e documental para a produção do conteúdo informacional sobre consumo alimentar consciente e a abordagem conceitual de mecanismos diferenciados de comercialização em circuitos curtos de comercialização e consumo, agroecologia e produção orgânica, construção social de mercados locais; consumo político e ativismo alimentar. Para criação do site do PFAF, foram realizadas reuniões com a equipe da Coordenadoria de Tecnologia da Informação e Comunicação da UFRRJ e utilizou-se a Identidade Padrão de Comunicação Digital em portais institucionais, usando o sistema da plataforma WordPress. O monitoramento do acesso ao site do PFAF foi realizado durante os meses de julho a setembro de 2019, por meio dos seguintes indicadores de acesso ao site do PFAF: número de visualizações de página, número de visualizações de páginas únicas, tempo de acesso na página (TAP) e taxa de rejeição da página (TRP), usando a ferramenta Google Analytics 4. O site foi criado na página da Pró-Reitoria de Extensão da UFRRJ e foi disponibilizado para acesso no link <http://institucional.ufrj.br/agroecologia/>. Foram desenvolvidas no total dez páginas e seis subpáginas para o site do PFAF. No período de monitoramento, foram registrados 474 acessos ao site. A análise do tempo médio de navegação em conjunto com a taxa de rejeição indicou atratividade positiva das páginas do site para o usuário. O conteúdo sobre consumo alimentar consciente foi organizado na forma de perguntas e respostas, e teve como foco o esclarecimento das relações do sistema alimentar, a agroecologia, a segurança alimentar e nutricional e as escolhas políticas por parte dos consumidores. O conteúdo informacional sobre consumo alimentar apresenta potencial para incentivar as ações do consumidor individual, fortalecendo a produção familiar em bases agroecológicas e a segurança alimentar e nutricional das pessoas. O site como canal de comunicação, permite amplo acesso à informação sobre consumo alimentar consciente pela comunidade acadêmica e público externo da UFRRJ.

Palavras-chave: Consumo político. Agroecologia. Ativismo Alimentar.

ABSTRACT

ROSA, Natasha dos Santos. **Dissemination of information to promote conscious food consumption on the website of the university extension program: “Strengthening Family Farming in the Baixada Fluminense and the South Center of the State of Rio de Janeiro”**. 2020. 59p. Dissertation (Master Science in Organic Agriculture). Instituto de Agronomia, Departamento de Fitotecnia, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Seropédica, RJ, 2020.

The academic community of the Federal Rural University of Rio de Janeiro (UFRRJ) on Seropédica campus, RJ, has proposed several debates addressing conscious food consumption, through an institutional policy linked to university extension, materialized through the “Program for Strengthening Family Farming in the Baixada Fluminense and the South Center of the State of Rio de Janeiro (PFAF). In addition to creating direct sales channels for local producers in the institutional environment, the PFAF has significance for building the food debate. The objective of the present work was to spread conscious food consumption among the academic community and the external public of the UFRRJ. The specific objectives were to build the PFAF institutional website, to monitor access by the public and produce informational content on the “Conscious Consumption” page. Bibliographic and documentary research was carried out to produce informational content on conscious food consumption and the conceptual approach of differentiated marketing mechanisms in short circuits of commercialization and consumption, agroecology and organic production, social construction of local markets; political consumption and food activism. To create the PFAF website, meetings were held with the UFRRJ Information and Communication Technology Coordination team and the Standard Digital Communication Identity was used in institutional portals, using the WordPress platform system. Monitoring of access to the PFAF website was carried out from July to September 2019, using the following indicators of access to the PFAF website: number of page views, number of unique page views, page access time (TAP) and page bounce rate (TRP), using the Google Analytics 4 tool. The site was created on the page of the Dean of Extension at UFRRJ and was made available for access at the link <http://institucional.ufrj.br/agroecology/>. A total of ten pages and six subpages were developed for the PFAF website. During the monitoring period, 474 accesses to the site were recorded. The analysis of the average browsing time together with the bounce rate indicated positive attractiveness of the website pages for the user. The content on conscious food consumption was organized in the form of questions and answers, and focused on clarifying the relationships of the agrifood system, agroecology and food and nutritional security and political choices by the consumer. The informational content on food consumption has the potential to encourage the actions of the individual consumer, strengthening family production on an agroecological basis, people's food and nutritional security. The website as a communication channel, allows ample access to information on conscious food consumption by the academic community and UFRRJ's external public.

Keywords: Political consumption. Agroecology. Food activism.

LISTA DE ABREVIACÕES E SÍMBOLOS

ABIO – Associação dos Agricultores Biológicos do Estado do Rio de Janeiro
ALERJ – Assembleia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro
ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária
APL – Arranjo Produtivo Local
CAC – Consumo Alimentar Consciente
CCC – Circuitos Curtos de Comercialização
CCFO – Circuito Carioca de Feiras Orgânicas
CONAB – Companhia Nacional de Abastecimento
CONSEA – Conselho Nacional de Segurança Alimentar
COTIC - Coordenadoria de Tecnologia da Informação e Comunicação da UFRRJ
EMATER – RIO – Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado do Rio de Janeiro
Embrapa – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
ERJ – Estado do Rio de Janeiro
FAO – sigla em inglês para Organização para Agricultura e Alimentação das Nações Unidas (ONU)
IPCC – sigla em inglês para Painel Intergovernamental para Mudanças Climáticas
LOSAN – Lei Orgânica de Segurança Alimentar e Nutricional
MAPA – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
OMS – Organização Mundial da Saúde
ONU – Organização das Nações Unidas
OPAC – Organismo Participativo de Avaliação da Conformidade Orgânica
ORGANICS – Conselho Brasileiro da Produção Orgânica e Sustentável
PAA – Programa de Aquisição de Alimentos
PARA – Programa de Análise de Resíduos de Agrotóxicos em alimentos
PESAGRO-RIO – Empresa de Pesquisa Agropecuária do Estado do Rio de Janeiro
PFAF – Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar
PLANAPO – Plano Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica
PNAE - Programa Nacional de Alimentação Escolar
PNAPO – Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica
PROEXT – Pró-Reitoria de Extensão
PPGAO – Programa de Pós Graduação em Agricultura Orgânica
SAN – Segurança Alimentar e Nutricional
SECOM – Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República
SEDES – Secretaria de Desenvolvimento e Economia Solidária da Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro
SIAL – Sistemas Agroalimentares Localizados
SISAN – Sistema Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional
SNVS – Sistema Nacional de Vigilância Sanitária
SPG – Sistema Participativo de Garantia
SUS – Sistema Único de Saúde
TIC – Tecnologia da Informação e Comunicação
UFRRJ – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
WHO – sigla em inglês para Organização Mundial da Saúde

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Modelo padrão de configuração de páginas de sites institucionais.....	15
Figura 2. Home Page do site institucional do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar na Baixada Fluminense e Centro Sul do Estado do Rio de Janeiro (Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, novembro de 2019).....	17
Figura3. Captura de tela da página SOBRE no site institucional.	18
Figura 4. Captura de tela da página FEIRA com métricas no portal institucional.	19
Figura 5. Captura de tela da Subpágina FEIRA no portal institucional.	20
Figura 6. Captura de tela da Subpágina FEIRA campus Nova Iguaçu.	21
Figura 7. Captura de tela da página PAA no portal institucional.	22
Figura 8. Captura de tela da Subpágina PAA campus Seropédica	23
Figura 9. Captura de tela da Subpágina PAA Nova Iguaçu	24
Figura 10. Captura de Tela página RESIDÊNCIA AGRONÔMICA.....	24
Figura 11. Captura de tela pagina CAPACITAÇÃO.....	25
Figura 12. Captura da página da subpágina OFICINAS E VIVÊNCIAS	26
Figura 13. Captura de tela da página CONSUMO CONSCIENTE.....	35
Figura 14. Captura de tela da página PUBLICAÇÕES E PROJETOS.....	36
Figura 15. Captura de métricas da página QUEM SOMOS.....	37
Figura 16. Captura de tela da subpágina FALE CONOSCO.	38
Figura 17. Indicadores de acesso do site institucional do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar na Baixada Fluminense e Centro Sul do Estado do Rio de Janeiro (Captura de tela do Google Analytics 4)	39
Figura 18. Captura de tela da página SOBRE com métricas no site institucional PFAF	39
Figura 19. Captura de tela da Subpágina FAF RURAL com métricas no site institucional PFAF	40
Figura 20. Captura de tela do número de visualizações da página Feira na semana de aniversário da FAF RURAL.....	41

Figura 21. Indicadores de acesso da subpágina ‘Campus Seropédica’ do site institucional	41
Figura 22. Indicadores de acesso da subpágina ‘Campus Nova Iguaçu’	42
Figura 23. Captura de tela na página PAA das métricas do site institucional PFAF	43
Figura 24. Captura de tela das métricas da subpágina PAA campus Seropédica no site institucional PFAF	43
Figura 25. Captura de tela das métricas da Subpágina PAA campus Nova Iguaçu no site institucional PFAF	44
Figura 26. Captura de tela das métricas na página RESIDÊNCIA do site institucional PFAF.	45
Figura 27. Captura de tela das métricas da página Capacitação no site institucional PFAF	45
Figura 28. Captura de métricas da Subpágina Oficinas e Vivências no site institucional PFAF	46
Figura 29. Captura de tela da métrica VISUALIZAÇÃO da página Consumo Consciente na plataforma Google Analytics.	47
Figura 30. Captura de tela da métrica origem de acesso na página Consumo Consciente do site Institucional PFAFpela plataforma Google Analytics.	48
Figura 31. Captura de tela da página Publicações e Projetos no site institucional PFAF	49
Figura 32. Captura de métricas da página Quem somos no site institucional PFAF	49

LISTA DE QUADROS

Quadro1. Principais diferenças entre os sistemas de produção convencional, hidropônico e orgânico.

.....8

Quadro 2. Perguntas e respostas na página ‘Consumo consciente’ do site institucional do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar na Baixada Fluminense e Centro Sul do Estado do Rio de Janeiro.

.....27

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	1
2 OBJETIVO GERAL.....	2
2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	2
3 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	2
3.1 A Segurança Alimentar e Nutricional (SAN)	2
3.2 A importância da Agricultura Orgânica para a construção da Segurança Alimentar e Nutricional.....	5
3.3 Papel dos Consumidores no Fortalecimento da Agricultura Familiar de Base Ecológica	10
4 METODOLOGIA	13
Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PFAF).....	13
4.1 Pesquisa bibliográfica e documental.....	14
4.2 Criação e divulgação do site do PFAF.....	14
4.3 Monitoramento do acesso ao site do PFAF.....	16
5 RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	16
5.1 Site do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar.....	16
5.1.1 Home Page.....	16
5.1.4 PAA.....	21
5.1.4.1 Subpágina Campus Seropédica.....	23
5.1.4.2 Subpágina Campus Nova Iguaçu.....	23
5.1.5 Residência.....	24
5.1.6 Capacitação.....	25
5.1.6.1 Oficinas e Vivências (Subpágina).....	26
5.1.7 Consumo Consciente.....	27
5.1.8 Publicações e Projetos.....	35
5.1.9 Quem Somos.....	36
5.1.10 Fale Conosco.....	38
5.2 Monitoramento do acesso ao site do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PFAF).....	39
5.2.1 Sobre.....	39
5.2.2 Feira da Agricultura Familiar (FAF).....	40
5.2.2.1 FAF Campus Seropédica.....	41
5.2.2.2 FAF Campus Nova Iguaçu.....	42
5.2.3 Programa de Aquisição de Alimentos - PAA.....	42
5.2.3.1 PAA Campus Seropédica.....	43
5.2.4 Residência.....	44
5.2.5 Capacitação.....	45

5.2.5.1 Oficinas e Vivências.....	45
5.2.6 Consumo Consciente.....	46
5.2.7 Publicações e Projetos.....	48
5.2.8 Quem Somos.....	49
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	50
7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	52
ANEXO.....	58
A-Glossário.....	58

1 INTRODUÇÃO

Vivemos numa época de grandes impactos ambientais que se asseveram em episódios recorrentes. “The boundaries planet limits” elencados pelo Stockholm Resilience Centre (SCR) mostraram que já transpomos as fronteiras da perda de biodiversidade, mudanças climáticas, ciclo do nitrogênio e da acidificação dos oceanos. A degradação da base natural do planeta põe em risco a sustentação da vida.

A crise ecológica atual pode ser entendida como uma crise de percepção subjacente a uma visão de mundo mecanicista, positivista e baconiana que direcionou, ao longo da história humana, ao quadro contemporâneo. Uma perspectiva ecológica se configura um "paradigma" — uma nova visão da realidade que requer uma mudança fundamental em pensamentos, percepções e valores, com ampla participação social para garantir sustentabilidade para agricultura, promover segurança alimentar, nutricional e sócio ecológica.

Problemáticas como o crescimento da população mundial em áreas urbanas, epidemia de doenças crônicas não transmissíveis relacionadas à alimentação, falta de acesso e desperdício de alimentos, têm levado à busca de estratégias para estruturar a oferta e o acesso aos alimentos por diversos grupos sociais. Nesse contexto, fortalecer a agricultura familiar é uma ação estratégica para responder a esses desafios, como parte de uma agenda intersetorial para contribuir com a construção de sistemas agroalimentares mais sustentáveis, incluindo produção, abastecimento, comercialização e consumo locais.

O acesso à informação sobre alimentação para promoção da saúde e das complexas relações entre agricultura familiar, meio ambiente, economia e sistemas de produção apresenta potencial para direcionar uma mudança qualitativa na percepção das pessoas, com sensibilização para questões que envolvem produção e consumo com estímulo à conscientização das pessoas para ação transformadora.

O termo ‘consumo alimentar consciente’ foi adotado no presente estudo como sinônimo de consumo político que se materializa no ativismo alimentar que traz como centralidade, discursos e ações em torno da crítica do sistema agroalimentar hegemônico. Portilho (2020) discute o ativismo alimentar e o processo de politização do consumo na sua dinâmica histórica, destacando a organização de diversos modelos de cadeias alimentares curtas e a politização do consumo alimentar como ferramenta para mobilizar pessoas, numa perspectiva da ação individual no mercado, com novas reflexões e práticas relativas à alimentação, à comida e ao comer, politizando a produção e o consumo de alimentos.

Nesse contexto, cresce a importância dos canais de comercialização direta, acessíveis a agricultores familiares, como as feiras orgânicas e agroecológicas, que são reconhecidas como parte de modelos de cadeias alimentares curtas. Com relação aos hábitos alimentares, destacam-se estratégias que estimulam a alimentação saudável, com consumo adequado de frutas, legumes e verduras, sem contaminação por agrotóxicos e dietas mais equilibradas, com redução no consumo de carne, gorduras, carboidratos e alimentos ultraprocessados.

Sites institucionais são serviços vinculados organicamente a ambientes institucionais que possuem a função de atuar como memória digital, proporcionando envolvimento institucional com agentes externos e internos à instituição. Nesse ambiente virtual, além de repositório de informações, abrem-se espaços para a participação do público. A familiarização da plataforma é criada através de layout interativo para os usuários, geralmente padronizado institucionalmente.

Através do acompanhamento das mudanças tecnológicas e a possibilidade de explorar serviços de informação inovadores, essas plataformas institucionais ganham visibilidade na atualidade, pois possibilitam a difusão de informações com base no conhecimento

científico e com interatividade de diversos grupos para construção e manutenção do conteúdo.

A criação de conteúdo para plataformas institucionais também envolve aspectos políticos, educacionais, culturais que permeiam as instituições, além de componentes técnicos. A correlação entre esses diferentes aspectos determina o perfil do repositório e sua proximidade aos objetivos traçados pela organização, afim de alcançar o sucesso interativo da mídia.

O sistema WordPress é a plataforma de gerenciamento de conteúdo mais utilizada no mundo. Categorizada como sistema CMS – Content Management Systems - este sistema organiza dados, cria nicho virtual para pesquisa e direciona o conteúdo para o público, democratizando o acesso à informação e possibilitando que entidades, ou organizações de qualquer porte criem conteúdo. Através da expressiva influência das redes sociais no cotidiano, a informação passou a ser uma espécie definida de montante de dados, que estão organizados e conectados.

A definição de conteúdo baseia-se em uma unidade de dados que proporciona informações extras. Esses dados geralmente se configuram como sendo um evento, uma notícia, um hiperlink, ou algum outro dado que tenha utilidade e funcionalidade para um objeto ou organização específica. Desse modo, gerar conteúdos para sites exige uma estrutura técnica complexa e diversa.

Considerando as premissas sobre o papel dos sites na comunicação do século XXI, abordou-se nesse estudo, a produção de conteúdo informacional sobre consumo alimentar consciente, vinculada à construção do site institucional do Programa de Extensão Universitária “Fortalecimento da Agricultura familiar na Baixada Fluminense e Centro Sul do Estado do Rio de Janeiro” (PFAF).

2 OBJETIVO GERAL

Difundir o consumo alimentar consciente junto à comunidade acadêmica e ao público externo da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro.

2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Construir o site institucional do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar na Baixada Fluminense e Centro Sul do Estado do Rio de Janeiro (PFAF);
- Monitorar o acesso ao site do PFAF durante os meses de julho a setembro de 2019
- Produzir conteúdo informacional para incentivar o consumo alimentar consciente pela comunidade acadêmica e público externo da UFRRJ através do conteúdo da página “Consumo consciente”;

3 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

3.1 A Segurança Alimentar e Nutricional (SAN)

A Lei nº 11.346 (BRASIL, 2010), conhecida como Lei Orgânica de Segurança Alimentar e Nutricional estabeleceu as definições e princípios para composição do SISAN— Sistema Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional- para adoção de medidas políticas que levem em consideração as definições e princípios da Segurança Alimentar e

Nutricional (SAN). A lei foi um avanço na discussão da SAN, integrando trabalhos de conselhos e conferências, garantindo visibilidade da agricultura familiar nos espaços de discussão, por meio do poder público, e com a participação da sociedade civil organizada. Esses agentes formularam e implementaram políticas, planos, programas e ações, com vistas a assegurar o direito humano à alimentação adequada, buscando garantir o direito à alimentação saudável e a soberania alimentar, com a abordagem da construção social dos mercados proposta pela agroecologia através dos canais de comercialização

A SAN é definida no art. 3º da LOSAN, como um conjunto de ações que assistam ao direito de todos ao acesso regular e permanente a alimentos de qualidade, em quantidade suficiente de forma com que não se comprometa o acesso de outras necessidades essenciais, baseando-se nas práticas alimentares promotoras de saúde, que respeitem a diversidade ambiental, cultural, econômica e socialmente sustentáveis.

Art. 3º A segurança alimentar e nutricional consiste na realização do direito de todos ao acesso regular e permanente a alimentos de qualidade, em quantidade suficiente, sem comprometer o acesso a outras necessidades essenciais, tendo como base práticas alimentares promotoras de saúde que respeitem a diversidade cultural e que sejam ambiental, cultural, econômica e socialmente sustentáveis (BRASIL, 2006b)

As definições contidas no SISAN deram sustância para definições institucionais no diálogo com sociedade civil garantindo, portanto, o estabelecimento de elementos práticos para sua instrumentalização. Neste sentido, a construção de redes e canais de comercialização estáveis, além da criação de alianças favoráveis para articulação entre a produção e o consumo de alimentos, baseia-se em critérios de sustentabilidade e de equidade econômica da economia local.

Marcadores de consumo alimentar alertam para as condições de consumo alimentar de homens e mulheres brasileiras. Dados analisados (BRASIL, 2018) em pesquisa telefônica realizada nas capitais brasileiras em diversas regiões do Brasil em 2018, entre meses de janeiro e fevereiro, demonstram o comportamento do alimentar do consumidor e traz alguns indicadores como prática de atividade física, consumo alimentar e peso. A frequência de adultos com excesso de peso variou entre 47,2% em São Luís e 60,7% em Cuiabá. As maiores frequências foram observadas entre homens, Janeiro (58,4%). A maior frequência de adultos obesos variou 15,7% em São Luiz e 23% em Cuiabá. No Estado do Rio de Janeiro a maior frequência foi observada entre mulheres (24,6%). O consumo alimentar de frutas e hortaliças também foi analisado pelos pesquisadores nas capitais brasileiras, onde a frequência regular variou entre (23%) em Belém e (44,7%) em Florianópolis. No conjunto da população adulta estudada, a frequência de consumo regular de frutas e hortaliças foi de (33,9%) sendo menor entre homens (27,7%) do que em mulheres (39,2%).

Quando comparado as mulheres, homens possuem uma alimentação muito mais ineficiente em termos nutricionais, apresentando prevalência de consumo de refrigerantes, carnes com gordura e excesso de sal, assim como uma menor ingestão de frutas e legumes quando comparado ao consumo de alimentos orgânicos. O consumo inferior entre mulheres que possuem dieta restrita à alimentação orgânica se baseia em carnes e ovos com consistente ingestão de ferro observada pelos autores do estudo, com divergente prevalência de inadequação do nutriente entre homens (4,1%) e mulheres (31,5% no estrato etário de 20-50 e 8,9% no de 51-59) conforme afirmam Cruvinel e colaboradores (2017).

Deste então, o debate sobre a construção da SAN como alternativa viável e sustentável de consumo alimentar caminha em prol do consumo alimentar consciente (CAC).

Atualmente constata-se que o consumo alimentar possui diferentes naturezas de acordo com a realidade socioeconômica brasileira, mas existem outras variáveis a serem analisadas no processo de compreensão da articulação pela construção do consumo “limpo” ou sustentável, tendo em mente a diversidade cultural e étnica do nosso país, o perfil consumista que claramente também é diferenciado. O excesso de peso, assim como obesidade infantil são indicadores importantes para vigilância de fatores de risco no estudo de doenças crônicas. Um estudo realizado através de inquérito por telefone (DIAS; VERONA, 2019) relata a situação mais atualizada no recorte brasileiro. De acordo com dados do estudo, o Brasil deixou de compor uma realidade de subnutrição para compor uma realidade mais complexa, como aumento do diagnóstico de diabetes, hipertensão, doenças cardiovasculares, doenças renais e câncer. Notória foi a correlação positiva entre obesidade e educação encontrado no estudo. Esses dados demonstram a grande disparidade entre o consumo alimentar, peso e atividade física e demonstram a necessidade de discutir o consumo alimentar consciente. A Organização Mundial da Saúde (OMS) recomenda a ingestão diária de pelo menos 400 gramas diárias de frutas e verduras e orienta sobre a necessidade de ingestão desses alimentos em pelo menos cinco porções diárias.

O guia alimentar da população brasileira publicado em 2006 (MOTA, 2008) alerta para mudança no comportamento alimentar da população mundial, principalmente nos países emergentes que substituíram alimentos *in natura* de origem vegetal por preparações culinárias industrializadas de pronto consumo. A versão mais atual do guia alimentar da população brasileira publicado pelo ministério da saúde em 2014 (BRASIL, 2014) reforça a necessidade de adequação da população mundial a práticas saudáveis de alimentação, trazendo um espectro das questões sociais e socioeconômicas, acompanhada paralelamente dos questionamentos da institucionalização das políticas, por meio da Política Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional. A ampliação do acesso e distribuição dos alimentos também é abordada no documento que intensifica os questionamentos da temática SAN, abordando também a acessibilidade aos alimentos e a qualidade da rede do sistema unificado de saúde (SUS) como estimulante às boas práticas de consumo alimentar.

A inadequação do padrão alimentar que atinge inclusive os mais pobres tem levado ao alarmante quadro de doenças provocadas pela má alimentação com o aumento do consumo de alimentos processados e consequente obesidade, mas também a ingestão de alimentos com resíduos de agrotóxicos, principalmente, frutas, legumes e verduras.

A “Lei de agrotóxico” n. 7.802, de 11 de julho de 1989 (BRASIL, 2015) estabelece que o uso de agrotóxicos pode ser utilizado no país se forem apenas registrados em um órgão federal competente. Os parâmetros de comparação usados pela Anvisa se dão através do índice de concentração de agrotóxico que geram resultados, utilizados para interpretar o impacto do consumo de agrotóxicos na alimentação diária. Esses dados demonstram ainda, a passos lentos, o avanço na discussão do tema na realidade brasileira.

O número de detecções irregulares de resíduos de agrotóxicos nos alimentos analisados pela ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária em 2016 (BRASIL, 2016) informa irregularidade em alimentos como tomate, uva, pimentão, abacaxi entre outros alimentos, que apresentavam no período analisado, concentrações elevadas de componentes químicos proibidos. Associações organizadas, pesquisadores e representantes dos ministérios que compunham o SISAN, foram desvinculados desse sistema, através de medida provisória Medida Provisória Nº 870 e na Lei 13.844 de junho de 2019 que extinguiu o CONSEA (CASTRO, 2019). O CONSEA foi um órgão de assessoramento imediato à Presidência da República, que integralizava o SISAN, que fiscalizava e influenciava nas tomadas de decisões do governo federal, municipal e estadual no que se refere à democratização e intercâmbio com a sociedade no que se refere às políticas de

segurança alimentar e nutricional. Esta extinção se faz negativa para diálogo democrático com a sociedade.

3.2 A importância da Agricultura Orgânica para a construção da Segurança Alimentar e Nutricional

De acordo com a Lei Nº 10.831/2003 (BRASIL, 2003), o sistema orgânico de produção agropecuária é todo aquele em que se adotam técnicas específicas, mediante a otimização do uso dos recursos naturais e socioeconômicos disponíveis, o respeito à integridade cultural das comunidades rurais, tendo por objetivos: a sustentabilidade econômica e ecológica, a maximização dos benefícios sociais, a minimização da dependência de energia não renovável.

É relevante tratar as redes alternativas de comercialização dos produtos orgânicos como estratégias para uma articulação campo-cidade que visa a descentralização desses mercados, livre de distanciamentos entre consumidores e produtores, e, que intensifique a produção de alimentos orgânicos no Brasil como uma via de contraponto ao imaginário social predominante tem se intensificado no ERJ.

A agrobiodiversidade garantida pelos sistemas orgânicos de produção sustenta uma alimentação diversa sem prejuízos e danos ao meio ambiente além de ser sustentável, ecologicamente falando e economicamente viável. Como princípio a agroecologia possibilita a integração entre os sistemas de produção e a paisagem. No âmbito agrícola, ela auxilia na sustentação do manejo agrícola e agropecuário sustentável, além de ser importante para processos de sucessão ecológica.

A primeira regulamentação da produção orgânica brasileira, a Instrução Normativa n. 007/99 do MAPA, em seu item 1.1, reforça o que é um sistema orgânico de produção agropecuária e agroindustrial, através da Lei 10.831/2003 (SANTOS; LANDIM, 2020) e as instruções normativas, reforçam os princípios da agroecologia e o funcionamento e práticas da agricultura orgânica. Esse sistema, que se ajusta como “ecologicamente equilibrado”, caminha de acordo com as práticas de base agroecológicas, respeitando a regionalidade e cultura local aonde são produzidos tais produtos, que se distanciam antagonicamente da chamada “Indústria agroalimentar”, aonde os produtos mobilizam um mercado em torno do imaginário social de consumo proporcionando um comércio sem questionamentos e preocupações com a origem deste alimento e a produção em massa.

De acordo com a Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica (PNAPO) no Brasil, mencionada por Sambuichi e colaboradores (2017), a produção de base agroecológica pode ser definida como aquela que busca otimizar a integração entre capacidade produtiva, uso e conservação da biodiversidade e dos demais recursos naturais buscando equilíbrio ecológico, eficiência econômica e justiça social. A promoção da saúde, da nutrição e da alimentação da população ainda é uma realidade nebulosa se consideramos a realidade brasileira. Portanto, a implementação de políticas públicas, e, estratégias sustentáveis, participativas e inclusivas de produção, comercialização e consumo de alimentos, são fundamentais para a saúde da população, a conservação do ambiente, a geração de emprego e renda.

Os movimentos da agricultura orgânica ganharam proporção no Brasil na década de oitenta em contraponto ao ideal “modernista conservador” que havia se estabelecido anteriormente na agricultura brasileira, sendo esse novo caráter uma reestruturação do arranjo da produção agrícola em sistemas familiares e na pequena produção. Neste sentido, a agricultura orgânica através da Lei nº 10.831/2003 fundamentou os princípios do controle social que operam mecanismos de garantia orgânica como o SPG (Sistema Participativo de

Garantia) e criou no Decreto n.6.323/2007 (BRASIL, 2007), a figura de Organismos Participativos de Avaliação da Conformidade (OPACs) como a ABIO, que são credenciados pelo MAPA para operar no SisOrg (Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica). Os SPGs, são um conjunto de atividades/procedimentos desenvolvidos e organizados por princípios, normas de organização (grupos, núcleos) e de funcionamento (visita de pares, visita de verificação, olhar externo), assegurando a garantia do produto atendendo aos regulamentos técnicos da agricultura orgânica. Para o Estado do Rio de Janeiro (ERJ) municipal de políticas públicas favoráveis a agroecologia e agricultura orgânica no início da primeira década do século XXI, e novos espaços de comercialização na cidade do Rio de Janeiro e cidades do interior, configuraram-se como oportunidades e desafios para a agricultura orgânica. A realidade é que a ABIO- Associação de Agricultores Biológicos do Estado do Rio de Janeiro- cresceu 33% no número de membros do SPG e representam cerca de 90% dos produtores orgânicos no Rio de Janeiro (SIQUEIRA ET ALII, 2018). A ABIO tem atuação no ERJ, MG e SP, e, conta com 700 unidades registradas no Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos (CNPO) do MAPA (Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento), atendendo as demandas de diversas feiras (Circuito Carioca de Feiras Orgânicas, inaugurado em maio de 2010) e mercados da capital carioca. Iniciando sua trajetória na década de 1980, atualmente a ABIO possibilita por meio do SPG a verificação da conformidade dos alimentos orgânicos, em especial os produzidos no ERJ.

O crescimento de políticas de acesso à alimentação por meio da implementação de leis e da institucionalização de programas para o fortalecimento da agricultura familiar, alertam, e nos fazem despertar para a importância da SAN. Neste sentido, o PAA – Programa de Aquisição de Alimentos e o PNAE – Programa Nacional de Alimentação escolar funcionam como políticas públicas criadas para atender as demandas de direito humano a SAN, e funcionam como um canal de comercialização para os agricultores familiares, que promove acessibilidade a alimentos saudáveis à população e participação popular de diversos agentes, contribuindo para a diversificação, inclusão produtiva e social e, fortalecendo a economia local e os territórios.

Os programas de acesso aos mercados institucionais (compras governamentais como PAA e PNAE) pelos agricultores familiares neste cenário institucional, são canais de comercialização de vendas diretas¹ que viabilizam os produtos orgânicos à população de baixa renda (alunos das escolas, internos de asilos, orfanatos) e, são fundamentais como consolidação da construção da consciência para o consumo alimentar, atrelado à educação para o consumo que difere-se, de acordo com as condições socioeconômicas dos grupos envolvidos. Destaca-se o benefício econômico de até 30% a mais no preço dos produtos orgânicos entre os agricultores familiares que participam do programa, com oferta de alimentação segura para alimentação escolar (SAMBUICHI, 2014).

No segundo PLANAPO – Plano Nacional da Agroecologia e Produção Orgânica² (2016-2019), foi destacada a importância da organização dos agricultores familiares para acessar os mercados institucionais como o PAA e o PNAE para fortalecimento e a construção de mercados estáveis é fundamental. Contudo se faz necessário de redobrar esforços para organizar e informar os consumidores, investindo em estratégias de promoção

¹ Para que possam comercializar diretamente ao consumidor, sem certificação (BRASIL, 2007), os agricultores familiares deverão estar vinculados a uma organização de controle social (OCS) cadastrada no MAPA ou em outro órgão fiscalizador federal, estadual ou distrital conveniado (SOARES, 2017), ou estarem registrados no CNPO/MAPA vinculados a uma OPAC ou a uma certificadora. A nota técnica da Coordenação de Agroecologia COAGRE/MAPA n.22 (BRASIL, 2010) reafirma a possibilidade de venda direta sem certificação, ou seja, aceitando os agricultores familiares estarem vinculados a uma OCS.

² O PLANAPO I – Brasil agroecológico foi publicado em 2013 (BRASIL, 2013) decorrente da PNAPO criada em 2012 (BRASIL, 2012)

da informação, da sensibilização e conscientização como atores na construção da oferta de produtos saudáveis. Para o Estado do Rio de Janeiro (ERJ), essa conjuntura nacional, estadual e municipal de políticas públicas favoráveis a agroecologia e agricultura orgânica no início da primeira década do século XXI, e novos espaços de comercialização na cidade do Rio de Janeiro e cidades do interior, configuraram-se como oportunidades e desafios para a agricultura orgânica. A realidade é que a ABIO- Associação de Agricultores Biológicos do Estado do Rio de Janeiro- cresceu 33% no número de membros do SPG- Sistemas Participativos de Garantia e representam cerca de 90% dos produtores orgânicos no Rio de Janeiro. A ABIO tem atuação no ERJ, MG e SP, e, contava com 700 unidades registradas no Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos (CNPO) do MAPA, atendendo as demandas de diversas feiras (Circuito Carioca de Feiras Orgânicas, inaugurado em maio de 2010) e mercados da capital carioca. Iniciando sua trajetória na década de 1980, atualmente possibilita por meio dos sistemas participativos de garantia (SPG) a verificação da conformidade dos alimentos orgânicos, em especial os produzidos no ERJ.

O marco legal nacional da agricultura orgânica através da Lei nº 10.831/2003 fundamentou princípios do SPG e criou no Decreto n.6.323/2007 (BRASIL, 2007), a figura dos Organismo Participativos de Avaliação da Conformidade (OPACS) como a ABIO, que são credenciados pelo MAPA para operar no SisOrg (Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica). Os SPGs, são um conjunto de atividades/procedimentos desenvolvidos e organizados por princípios, normas de organização (grupos, núcleos) e de funcionamento (visita de pares, visita de verificação, olhar externo), assegurando a garantia do produto atendendo aos regulamentos técnicos da agricultura orgânica.

Além do PAA e das feiras, outro canal de comercialização importante para os agricultores familiares, é o PNAE, que possui contribuição positiva nos relatórios e análises governamentais. Destaca-se o benefício econômico de até 30% a mais no preço dos produtos orgânicos entre os agricultores familiares que participam do programa, com oferta de alimentação segura para alimentação escolar (SAMBUICHI, 2014). O PAA, outro programa do governo federal, que fortalece a agricultura local e favorece a capacitação de agricultores familiares além de promover o sistema agroecológico de produção³ e a aquisição da produção familiar para doação de alimentos à organizações em situação de insegurança alimentar.

O crescimento de políticas de acesso à alimentação por meio da implementação de leis e da institucionalização de programas para o fortalecimento da agricultura familiar, alertam, nos fazem despertar para a importância da SAN. Neste sentido, o PAA e o PNAE funcionam como políticas públicas criadas para atender as demandas de direito humano a SAN, e funcionam como um canal de comercialização para os agricultores familiares, que promove acessibilidade a alimentos saudáveis à população e participação popular de diversos agentes, contribuindo para a diversificação, inclusão produtiva e social e, fortalecendo a economia local e os territórios.

Os programas de acesso aos mercados institucionais (compras governamentais como PAA e PNAE) pelos agricultores familiares neste cenário institucional, são canais de comercialização de vendas diretas⁴ que viabilizam os produtos orgânicos à população de

³A lei 10.831/2003 (BRASIL, 2003) e sua regulamentação (Decretos e Instruções Normativas) consideram o conceito de Sistema Orgânico de Produção e de Produto Orgânico. Produto orgânico (in natura ou processado) é todo aquele obtido em sistema orgânico de produção agropecuária ou de processo extrativista sustentável e industrial abrange: – ecológico, biodinâmico, natural, regenerativo, biológico, agroecológico, permacultura e outros que atendam os princípios estabelecidos na Lei.

⁴ Para que possam comercializar diretamente ao consumidor, sem certificação (BRASIL, 2007), os agricultores familiares deverão estar vinculados a uma organização de controle social (OCS) cadastrada no

baixa renda (alunos das escolas, internos de asilos, orfanatos) e, são fundamentais como consolidação da construção da consciência para o consumo alimentar, atrelado à educação para o consumo que difere-se, de acordo com as condições socioeconômicos dos grupos envolvidos.

No segundo PLANAPO – Plano Nacional da Agroecologia e Produção Orgânica⁵ (2016-2019), foi destacada a importância da organização dos agricultores familiares para acessar os mercados institucionais como o PAA e o PNAE para fortalecimento e a construção de mercados estáveis. Mas segundo Reis (2014), também há necessidade de redobrar esforços para organizar e informar os consumidores, investindo em estratégias de promoção da informação, da sensibilização e conscientização como atores na construção da oferta de produtos saudáveis (**Quadro 1**).

Quadro 1. Principais diferenças entre os sistemas de produção convencional, hidropônico e orgânico.

Características	Sistema de Produção		
	Convencional	Hidropônico	Orgânico
Preparo do Solo	Em sistema de plantio convencional o solo é intensamente revolvido perturbando a vida no solo	Utiliza apenas água	O solo é considerado um organismo vivo e deve ser revolvido o mínimo possível
Adubação	Uso de adubos químicos altamente solúveis: Ureia, NPK, etc.	Uso de adubos químicos diluídos em água	Uso de adubo orgânico de baixa solubilidade
Controle de Pragas	Uso de produtos químicos inseticidas, fungicidas e bactericidas controle mecânico ou manual	Uso de produtos químicos inseticidas, fungicidas e bactericidas	Controle com medidas preventivas e produtos naturais

Fonte: Darolt (2007)

Tendo em vista os complexos processos para certificação orgânica, muitos agricultores familiares e pequenos produtores defenderam desde o início das discussões da regulamentação da agricultura orgânica, que a certificação não era a única forma de avaliação da conformidade orgânica e de dar garantia de que produtos, processos e serviços seguiram as normas técnicas da produção e as diferentes formas de manejo nesses sistemas (FONSECA, 2009)

Os circuitos curtos de comercialização (CCC) no ERJ estão intimamente ligados ao processo histórico da formação da produção e da comercialização da agricultura orgânica, tendo sua base iniciada no final da década de 1970 compreendida como modo alternativo e desenvolvida por moradores da região serrana do ERJ.

Desta forma, antes da institucionalização da regulamentação brasileira da agricultura orgânica, as pequenas (ABIO, por exemplo) e grandes certificadoras (IBD – Instituto Biodinâmico, por exemplo) puderam atuar no território brasileiro tendo normas próprias enquanto as normativas brasileiras eram construídas e os mercados de produtos

MAPA ou em outro órgão fiscalizador federal, estadual ou distrital conveniado (SOARES, 2017). A nota técnica da Coordenação de Agroecologia COAGRE/MAPA n.22 (BRASIL, 2010) reafirma a possibilidade venda direta sem certificação.

⁵ O PLANAPO I_ Brasil agroecológico foi publicado em 2013 (BRASIL, 2013) decorrente da PNAPO – Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica criada em 2012 (BRASIL, 2012)

orgânicos eram construídos e, posteriormente, institucionalizados. A Lei 10.831/2003 que dispõe sobre agricultura orgânica reafirma a existência de diferentes formas de certificação existentes no país, levantando forte oposição quanto aos meios burocráticos de certificação, aos custos, ao impedimento de ações da Assistência Técnica e Extensão Rural (ATER) pelas certificadoras durante o processo de inspeção.

A Lei foi regulamentada pelo Decreto 6323/2007 que buscou institucionalizar as diversas formas de dar garantia das qualidades orgânicas (FONSECA, 2009; PORTILHO, 2011), institucionalizando diferentes mecanismos de avaliação da conformidade orgânica, adequadas as diferentes realidades existentes nos territórios brasileiros: a certificação, o SPG) e as organizações de controle social (OCS). Todos os produtores orgânicos (familiares ou não), são cadastrados junto ao MAPA no CNPO, disponível no portal do MAPA, atualizados mensalmente.

Através desse longo processo (1994 até 2009) de regulamentação, a comercialização via venda direta sofreu inúmeras mudanças e adaptações, se reorganizando e abrindo espaço para outros canais de comercialização: a feira da Glória criada em 1994 na cidade do Rio de Janeiro e tentando os supermercados em 1996/1997. A necessidade de abrir mais feiras de alimentos orgânicos na cidade do Rio de Janeiro era um desafio perseguido pela ABIO, até que em maio de 2010, por iniciativa da ABIO e da SEDES (Secretaria Especial de Desenvolvimento Econômico Solidário, da Prefeitura do Rio) foi criado o Circuito Carioca de Feiras Orgânicas (CCFO) que nasceu justamente da necessidade de abertura de novos canais de comercialização desses produtos. O CCFO foi regulamentado em 2012 através do Decreto de nº 35064 de 25 de janeiro de 2012 (RIO DE JANEIRO, 2012a; RIO DE JANEIRO, 2012b), tendo sido alterado em 2013 (RIO DE JANEIRO, 2013) e em 2017 (RIO DE JANEIRO, 2017).

No ERJ os produtores orgânicos se concentram nas regiões metropolitana e serrana (FONSECA, 2016), mas também produtores em transição agroecológica⁶, definida na PNAPO, criada em 2012 (BRASIL, 2012), por demanda dos movimentos sociais organizados, e que se materializou no PLANAPO I em 2013 (BRASIL, 2013), reeditado em 2016 (BRASIL, 2016). Um dos eixos da PNAPO é a comercialização e o consumo de produtos orgânicos e de base ecológica.

Em vista disso, outro importante canal de comercialização é o PAA instituído através da Lei nº 10.696, de 2 de julho de 2003 (BRASIL, 2003a) e é uma das ações do Programa Fome Zero que apoia entidades sócio assistenciais e programas sociais locais. O PAA incentiva a diversificação das atividades, contemplando os mais variados tipos de alimentos, inclusive aqueles oriundos da agrobiodiversidade brasileira. Infelizmente, o governo do presidente Jair Bolsonaro (BRASIL, 2019) acabou com a maior parte da PNAPO.

A agroecologia e os CCC estão intimamente ligados e fundamentados em um comércio justo, aonde a base desta produção não é caracterizada apenas nos princípios da “produção em massa” e sim na sustentabilidade do sistema agrícola que se baseia em um sistema orgânico de produção que é um caminho viável para segurança alimentar. Com isso, a agroecologia difere-se, portanto, neste ponto do chamado “sistema agroalimentar (SAA)”, pois o SAA se configura como sendo um sistema responsável pela concentração econômica no âmbito da atividade agroalimentar (produção, industrialização, comercialização e consumo) que compromete a autonomia e condições da garantia de comercialização dos agricultores familiares e pequenos agricultores e impede também sua reprodução social.

⁶Transição agroecológica é o processo gradual de adequação das formas produtivas e de manejo de culturas e plantações para métodos sustentáveis e orgânicos (BRASIL, 2012).

Além disso, vale mencionar que os chamados SPG previstos na regulamentação brasileira da agricultura orgânica possuem princípios de organização importantes para participação dos produtores no sistema de comercialização garantindo seu papel na cadeia produtiva, mecanismo de garantia que fortalece os laços entre consumidores e produtores (FONSECA, 2009). Diferente do SAA – Sistema Agroalimentar que se fortaleceu ao longo da história, sendo indissociável e fundamentado no sistema capitalista de produção, com a concentração da produção em poucos produtos e da comercialização em grandes centrais atacadistas e varejistas, a agricultura orgânica favorece os sistemas alimentares localizados e os chamados CCC.

3.3 Papel dos Consumidores no Fortalecimento da Agricultura Familiar de Base Ecológica

O termo *consumere* que em latim significa “esgotar” ou “usar tudo” torna esse tópico investigativo no que tange à reflexão do consumo alimentar atual. O consumo é um ato simbólico e conecta o indivíduo às suas percepções sociais externas. A proximidade entre consumo consciente- ou consumo “vicário” - e a educação foi observada nas pesquisas acadêmicas ainda na primeira metade do século XX. Contudo, mesmo não havendo as mesmas motivações e realidades sociais, o campo possui ainda extrema relevância nos dias atuais. O consumo, e portanto, sua ampla rede de ideologias- consumismo- é entendido como um processo de aquisição desmesurada de bens ou serviços a despeito da satisfação das necessidades dos indivíduos.

A consciência, portanto, é alcançada quando se traz à luz o caráter supérfluo do consumo irresponsável. Neste sentido, a educação, ou seja, o rearranjo consciente das ações individuais quanto ao consumo é substancialmente importante para orientar a forma com que a sociedade se organiza, já que a escolha do consumo é um ato individual alimentado pelas escolhas pessoais e inerentes à realidade deste ser (BARBOSA ET AL., 2006). Neste contexto, a busca pela consciência propõe responsabilidade ao consumir, que perpassa pela incorporação do ato da “compra” como parte integrante fundamental do campo do reconhecimento, e leva-nos a um entendimento da importância da educação para moldagem das práticas e dimensões socioculturais e simbólicas deste indivíduo. Neste caminho, as identidades individuais e coletivas, condicionaram-se a um cíclico e complexo processo de reconstrução simbólica. Na sociedade “ultramidiática” dos dias atuais as agências tradicionais de socialização também exercem potencialidades nas ações conscientes dos indivíduos, pois estas educam e devem ser reconhecidas como produtoras de saber (JUNQUEIRA, 2018).

A consciência para o consumo alimentar conduz a uma reflexão de quais alimentos estão sendo ingerindo, como são produzidos, onde e por quem. Inicialmente, é necessário levar em consideração os diversos agentes externos ao indivíduo no que tange a sua alimentação, por meio de reflexão ampla entre os diferentes atores sociais participantes dessas redes agroalimentares alternativas: produtores, consumidores e intermediários. Dessa forma, uma análise mais substancial pode ser feita levando em consideração não apenas a perspectiva econômica, resumindo essa discussão apenas a taxas produtivas e/ou a indicadores econômicos e sim, nas políticas adotadas que podem interferir diretamente na forma como um indivíduo se alimenta.

O termo ‘consumo alimentar consciente’ é sinônimo de consumo político que se materializa no ativismo alimentar que traz como centralidade, discursos e ações em torno da crítica do sistema agroalimentar hegemônico. Nesse contexto, Portilho (2020) caracterizou duas gerações de ativismo alimentar – a primeira politiza a alimentação e teria como características principais a centralidade das ações na esfera institucional do Estado,

além de ações filantrópicas e assistencialistas, com predomínio de críticas éticas e demandas distributivas, como o combate à fome e à desnutrição, a distribuição e o acesso aos alimentos, a soberania e a segurança alimentar e nutricional e o direito humano à alimentação. Com relação às estratégias políticas da segunda geração de ativismo alimentar, Portilho (2020) destaca a organização de diversos modelos de cadeias alimentares curtas e a politização do consumo alimentar como ferramenta para mobilizar pessoas, numa perspectiva da ação individual no mercado, com novas reflexões e práticas relativas à alimentação, à comida e ao comer, politizando a produção e o consumo de alimentos.

A educação alimentar, restringe-se não apenas ao âmbito alimentar, mas sim a todos as redes de construção de ensino e aprendizagem disponíveis nesse campo do indivíduo. Essa consciência alimentar acompanha os indivíduos de acordo com os seus padrões de “habitus” e reprodução social (BOURDIEU, 1998) e também de acordo com perfil socioeconômico. O processo de construção da consciência alimentar no ambiente virtual baseia-se no envolvimento dos usuários que pode ser medido através do grau de engajamento ou de navegação nessas plataformas.

Nos últimos anos, tem se destacado uma nova postura no comportamento de consumo porque as pessoas estão mais sensíveis ao fato de que o modelo de produção e consumo adotado pelo mundo nas últimas décadas é insustentável. Nesse processo, o consumidor se torna mais cidadão e aumentam-se as preocupações com a finitude dos recursos naturais, com as desigualdades sociais e com a sustentabilidade global. O consumo consciente neste contexto revela-se como mecanismo fundamental para garantia da soberania alimentar, mas também para construção social de um mercado socialmente responsável e consciente. A ampliação do acesso à diversificação e construção contemporânea promovido pelos avanços de uma sociedade pós moderna e altamente tecnificada aproximou as ações individuais das coletivas, aonde agora, em um espaço público de responsabilidade suas escolhas passam a ter um poder politizado. A abertura de novas redes de comunicação e interação entre a público intensificou o aumento na procura deste mercado

Dados de pesquisas da ORGANIS, sobre a motivação dos consumidores nos anos de 2017 a 2019 com relação ao consumo de produtos orgânicos no Brasil, aponta que se deve à busca pela “saudabilidade”, ou seja, por um estilo de vida mais saudável e sem agrotóxicos, aliado às preocupações com o meio ambiente e a crescente valorização comercial deste produto.

O perfil do consumidor de produtos orgânicos é composto por mulheres em sua maioria, com ensino médio completo e faixa etária de 27 à 47 anos. Os produtos mais consumidos são frutas (25%), seguido das verduras (24%) (CONSELHO BRASILEIRO DA PRODUÇÃO ORGÂNICA E SUSTENTÁVEL, 2019). Essa pesquisa mostra que a região norte do país teve crescimento constatado de 20% no consumo de orgânicos no ano de 2019 em relação a 2017. Os produtos orgânicos oriundos dos circuitos curtos canalizam metade das compras da produção orgânica pelos consumidores com acesso a esses canais (BLANC; KLE-DAL, 2012). Porém outro estudo observa que a maioria dos consumidores (72%) optam pelos canais longos como é o caso de supermercados.

Os principais fatores limitantes apontados para o consumo de orgânicos no ERJ foram os preços e a dificuldade de acesso, onde a oferta se dá principalmente nos supermercados e, em segundo lugar, nas feiras orgânicas centralizadas em regiões pontuais no ERJ (CONSELHO BRASILEIRO DA PRODUÇÃO ORGÂNICA E SUSTENTÁVEL, 2019). A relação dos pequenos produtores com os supermercados não se consolida por vários motivos, dentre eles a falta de escala por um lado e por outro as tensões entre preço, promoção, logística, regularidade na oferta, sobras, etc (GUIVANT ET

AL., 2003; FELIPPE, 2017). Os supermercados mantêm os preços dos produtos orgânicos mais elevados dos que as feiras orgânicas, restringindo o consumo a camada da população de poder aquisitivo mais alto (VILCKAS; NANTES, 2007; CONSELHO BRASILEIRO DA PRODUÇÃO ORGÂNICA E SUSTENTÁVEL 2017). As feiras são um dos principais canais de escoamento da produção de oleícolas orgânicas e tem grande potencial para desenvolver modos de relações sociais além das trocas, com confiança na origem, preços mais atrativos, melhor retorno econômico para os produtores. As feiras do CCFO⁷ (RIO DE JANEIRO, 2012; RIO DE JANEIRO, 2013; RIO DE JANEIRO, 2017), coordenadas pela ABIO possuem no seu acordo de funcionamento (ABIO, 2010) a orientação quanto aos princípios da economia solidária e do comércio justo, mas também quanto aos preços que devem ser até 40% mais baratos que nos supermercados dos bairros onde acontecem as feiras.

De acordo com dados de um estudo feito acerca do consumo de orgânicos no município do Rio de Janeiro realizado por (CARNEIRO E PORTILHO, 2012) com relação à escolaridade, verificou-se que 36,9% dos entrevistados concluíram pós-graduação e 21,5% curso de graduação completo. As redes curtas de comercialização (menor distância entre produtor e consumidor) ganharam força neste contexto por serem inclusivas no processo de construção da consciência alimentar. Esse espectro demonstra de forma evidente, a passos lentos, em contraponto a configuração de um padrão de alimentação em que a refeição fora do domicílio e a utilização de alimentos preparados têm grande ou crescente importância nesta realidade brasileira “moderna”. Outro comportamento que vale observação tem sido o crescente consumo de refrigerantes e biscoitos nas metrópoles analisadas no estudo, o que pode ser notoriamente explicado pelas diferenças econômicas das classes observadas, justificadas pelos custos e acessos fáceis a estes alimentos.

Os alimentos “ultra processados” são mais consumidos em cidades como São Paulo e Rio de Janeiro (MALUF, 2000). Os debates mais atuais acerca do quadro nutricional da população brasileira direcionam a necessidade de compreensão e reflexão sobre estes comportamentos, porém, também alerta para uma mudança ideológica no padrão de consumo alimentar dos brasileiros.

Paralelo a este fator, constata-se mudanças no perfil do consumidor brasileiro, que foi rapidamente percebida nos últimos anos (2015 a 2019). Segundo Aguiar e Barcellos (2018) demonstraram um interesse maior no público consumidor e nas suas escolhas, diga-se de passagem, pela forte influência dos meios midiáticos e praticidade de acesso à informação assim como a situação de insegurança alimentar na atualidade de alguns grupos.

Neste cenário, vejamos a possibilidade da oferta de alimentos saudáveis e frescos. Os mercados de produtos orgânicos têm ganhado ascensão nos últimos anos, por sua louvável contribuição em harmonizar a condução do sistema produtivo como respeito ao meio ambiente além de se preocupar com a oferta destes produtos em sistemas alimentares localizados e a preocupação com os aspectos sociais. As feiras livres (ou específicas) representam o maior canal de venda dos produtos orgânicos seguidos da venda em supermercados (CONSELHO BRASILEIRO DA PRODUÇÃO ORGÂNICA E SUSTENTÁVEL, 2019). Contudo, um novo espaço de comercialização tem sido os canais virtuais representados por páginas nas redes sociais ou em sites que intensificaram as vendas, a procura por informações e as vantagens em consumir produtos orgânicos.

⁷Disponível em: <https://leismunicipais.com.br/a/rj/r/rio-de-janeiro/decreto/2013/3814/38142/decreto-n-38142-2013-cria-as-feiras-de-produtos-organicos-na-forma-do-decreto-n-35064-de-25-de-janeiro-de-2012>. Acesso em: 11.05.2020

Contudo, a constatação de que as técnicas utilizadas na agricultura intensiva epecuária tem impactos ambientais negativos podendo levar à desertificação de áreas agricultáveis é um trade off quando a necessidade por alimentos ainda é uma variável crescente em função do aumento da população mundial. Estimativas mostraram que a população mundial será de 9 bilhões de pessoas no ano de 2050. A demanda por alimentos, terá ampliação de cerca de 40%, dilatando-se de 2,55 bilhões de toneladas em 2017 para 3,20 bilhões de toneladas em 2050 (GITZ,2016).A Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO) em 2016 publicou um relatório alertando para o aumento crescente da demanda por alimentos em escala mundial e, a necessidade de ampliação da produção, caso fossem mantidas as técnicas de produção praticadas desde a Revolução Verde (FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION, 2016).

Neste contexto, a busca pela consciência propõe responsabilidade ao consumir, que perpassa pela incorporação do ato da “compra” como parte integrante fundamental do campo do reconhecimento, e leva-nos a um entendimento da importância da educação para moldagem das práticas e dimensões socioculturais e simbólicas deste indivíduo. Neste caminho, as identidades individuais e coletivas, condicionaram-se a um cíclico e complexo processo de reconstrução simbólica. Na sociedade “ultramidiática” dos dias atuais as agências tradicionais de socialização também exercem potencialidades nas ações conscientes dos indivíduos, pois estas educam e devem ser reconhecidas como produtoras de saber (JUNQUEIRA, 2018).

Neste sentido, os canais de comunicação são fundamentais para estruturar e escoar os produtos orgânicos além de serem capazes de criar novos mercados. As informações, as pesquisas e a influência das mídias sociais foram importantes para lapidar os consumidores em potencial que passaram a questionar os fatores limitantes de acesso a esse mercado tal como, preços elevados e baixa disponibilidade desses produtos em outras regiões (CONSELHO BRASILEIRO DA PRODUÇÃO ORGÂNICA E SUSTENTÁVEL, 2019). O impacto ambiental também é levado em consideração nesta abordagem. A forma de distribuição e fornecimento de alimentos modificou-se intensamente nas últimas décadas, em resposta ao crescimento do elevado grau de informação comunicativa e desenvolvimento tecnológico (REIS, 2014).

4 METODOLOGIA

Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PFAF)

O Programa de Extensão Universitária “Fortalecimento da Agricultura familiar na Baixada Fluminense e Centro Sul do Estado do Rio de Janeiro” (PFAF) vem sendo desenvolvido na Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro desde 2015, e tem por finalidade fortalecer a produção familiar em bases agroecológicas, nos territórios dos campi da Rural (Seropédica, Nova Iguaçu e Três Rios). As ações do Programa foram desenvolvidas em seis eixos: Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), Feiras da Agricultura Familiar, Capacitação, Residência Agrônômica, Consumo Alimentar Consciente e Arranjo Produtivo Local. O enfoque agroecológico foi internalizado por meio de ações do Núcleo de Estudos em agroecologia e produção orgânica para o desenvolvimento sustentável da agricultura familiar no estado do Rio de Janeiro (NEAPRO-RIO/ CNPq 402830/2017-2).

Através do PAA, a UFRRJ comprou alimentos diretamente da agricultura familiar para os Restaurantes Universitários. As Feiras da Agricultura Familiar ocorreram nos campi Seropédica, Nova Iguaçu e Três Rios, e foram desenvolvidas em parceria com a Emater- Rio.

No eixo Capacitação foram realizadas oficinas e cursos por meio de metodologias participativas para abordagem de temas a partir de demandas dos agricultores e técnicos, contando com a parceria da Embrapa Agrobiologia, Emater-Rio e Pesagro-Rio. No PFAF a Residência em Engenharia Agrônômica visou à formação continuada de agrônomos em atividades de extensão universitária apoiando os agricultores na produção e no acesso ao PAA, às Feiras e aos cursos de capacitação.

O Arranjo Produtivo Local enfocou a articulação entre a UFRRJ e empresas da região metropolitana do Rio de Janeiro em ações de responsabilidade social em prol do desenvolvimento sustentável desse território com ênfase na agricultura familiar.

Por último, o Consumo Consciente visou divulgar o significado do trabalho da agricultura familiar, sensibilizar e conscientizar consumidores, fomentando a participação ativa no processo de produção agroecológica para garantir uma vida digna e saudável para as pessoas, em um meio ambiente menos impactado e com inclusão social.

A partir das ações do PFAF, foi criado o Núcleo de Estudos para o Desenvolvimento Sustentável da Agricultura Familiar no Estado do Rio de Janeiro (NEAPRO-RIO) que é um espaço de construção coletiva do conhecimento entre agricultores e agricultoras, extensionistas, professores, pesquisadores, jovens e estudantes. O Núcleo possui sua sede na Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, campus Seropédica e faz conexão com os campi de Nova Iguaçu e Três Rios. O presente trabalho vincula-se ao projeto do NEAPRO-RIO que foi aprovado em 2018 e contou com apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), vinculado ao Ministério da Ciência Tecnologia, Inovação e Comunicações, Ministério da Educação, Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento, Secretaria Especial de Agricultura Familiar e Desenvolvimento Agrário e da Casa Civil (Proc. Nº 402830/2017-2).

4.1 Pesquisa bibliográfica e documental

Para elaboração do referencial teórico do presente estudo, realizou-se pesquisa bibliográfica e documental, utilizando fontes oficiais em materiais de divulgação do PFAF, além de documentos históricos e artigos científicos que foram pesquisados entre os meses de outubro de 2018 a dezembro de 2019, nas plataformas Google Acadêmico, Scielo, Periódicos Capes e no endereço eletrônico do Programa de Pós-Graduação em Agricultura Orgânica (PPGAO) da UFRRJ.

Para a produção do conteúdo informacional sobre consumo alimentar consciente, a abordagem conceitual incluiu a agricultura familiar como base social para assegurar a segurança alimentar e nutricional; mecanismos diferenciados de comercialização, tendo como base de sustentação os circuitos curtos de comercialização e consumo e a valorização de mercados locais; produção de alimentos de alta qualidade em sistemas de produção diversificados, sem o uso de agrotóxicos. Foi desenvolvido um glossário ao fim deste documento para facilitar a compreensão de termos específicos tratados neste trabalho.

4.2 Criação e divulgação do site do PFAF

Para criação do site do PFAF, foram realizadas reuniões com a equipe da COTIC/UFRRJ- Coordenadoria de Tecnologia da Informação e Comunicação – para receber orientações dos técnicos desse setor. O login e a senha para acesso foram criados pelos técnicos da COTIC que também padronizaram o layout do portal segundo a Instrução Normativa Nº 08 de 19 de dezembro de 2014 (BRASIL, 2014), que disciplinou a implantação e a gestão da identidade padrão de comunicação digital de órgãos e entidades do Poder Executivo Federal, com o objetivo de qualificar a comunicação mediante apadronização da experiência de uso, de forma a permitir que o cidadão encontre e utilize, com mais facilidade as informações (Figura 1). A identidade padrão de comunicação digital

foi definida como “o conjunto de diretrizes, orientações, padrões e modelos a serem aplicados em portais institucionais, ambientes funcionais, redes sociais, aplicativos e outras propriedades digitais”.

Para critério de criação das páginas e subpáginas construídas no site institucional, foi necessário observar se a organização do conteúdo e informação, foram obedecidos critérios de normalidade exigidos para serviços e sistemas de informação institucionais.

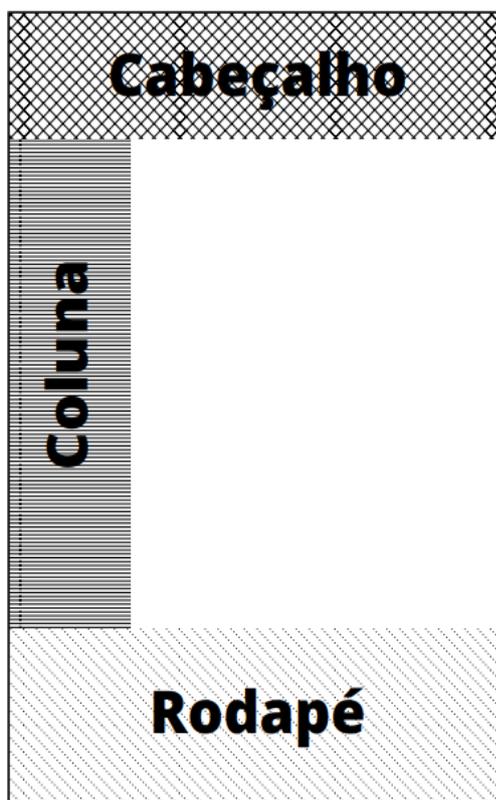


Figura 1. Modelo padrão de configuração de páginas de sites institucionais. Fonte: BRASIL. SECOM (2014).

O site foi criado na página da Pró-Reitoria de Extensão usando o sistema da plataforma WordPress, que contou em seu painel de controle com ferramentas para monitoramento de posts, publicação rápida, gerenciamento de comentários e spans, usuários, imagens e vídeos, e, outras configurações.

Para a construção da informação, foram incluídas mídias alternativas nas páginas incluindo fotos com diversos formatos (metaslíder, padrão, perfil), vídeos e hiperlinks. Adicionalmente, foram internalizados no site do PFAF critérios positivos para a experiência de navegação como: i) Bibliotecomica- conteúdo que contextualiza sistemas de informação entre usuários, serviços, e produtos de informação, de busca entre outros; ii) tecnológica- infraestrutura em rede para funcionamento do sistema; iii) interação usuário sistema com ênfase no design de interfaces que é a forma com que o conteúdo foi disposto no site (PRICE ET AL., 1995).

O site foi divulgado nas redes sociais do PFAF, no portal institucional, na página do Facebook “Eternamente Rural”, com público de 39.037 usuários, nos meses de julho a setembro de 2019.

4.3 Monitoramento do acesso ao site do PFAF

Durante os meses de julho a setembro de 2019, foram monitorados os seguintes indicadores de acesso ao site do PFAF: número de visualizações de página, número de visualizações de páginas únicas, tempo de acesso na página (TAP) e taxa de rejeição da página (TRP), usando a ferramenta Google Analytics 4 (<https://support.google.com/analytics>).

A TRP foi calculada especificamente como uma sessão que acionou uma solicitação única ao servidor e ocorreu quando um usuário abriu uma única página do site e, em seguida, saiu sem acionar outras solicitações ao servidor do Google Analytics durante essa sessão. O cálculo da TRP foi obtido a partir da porcentagem de todas as sessões do site nas quais os usuários visualizaram somente uma página e acionaram apenas uma solicitação ao servidor do Google Analytics. A baixa taxa de rejeição em sites institucionais demonstram interesse em permanência na página por parte dos navegantes. Uma navegação apenas foi considerada acesso quando o conteúdo do site foi explorado, no mínimo por 1 minuto (VERBERT,2013).

O TAP foi medido a partir das interações de usuários com o site que ocorreram durante o período do estudo. Uma única sessão pode conter várias exibições de página, eventos, interações sociais e transações de comércio eletrônico. É de total interesse desta pesquisa que os valores de tempo de acesso sejam acentuados a cada nova sessão. Um único usuário pode abrir várias sessões. Essas sessões (acesso às páginas e subpáginas) podem ocorrer no mesmo dia ou em vários dias, semanas ou meses. Assim que uma sessão termina, existe a oportunidade de iniciar uma nova sessão. Quanto maior for tempo de acesso na página maior interação no navegante com conteúdo e quanto menor taxa de rejeição, maior interação com Site. A taxa de Entrada e Saída indicam o fluxo de comportamento do navegante ao entrar e sair de uma sessão e será indicador importante para compreender o comportamento de acesso de algumas páginas.

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

5.1 Site do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar

Foram desenvolvidas no total, dez páginas e seis subpáginas, incluindo: Home, Sobre, Feiras, PAA, Residência, Capacitação, Consumo Consciente, Publicações e Projetos, Quem Somos e Fale Conosco, contemplando como títulos das páginas, os projetos que integram o PFAF. As subpáginas (oriundas das páginas) foram divididas em: Campus Seropédica e Campus Nova Iguaçu (origem da página Feira), Campus Seropédica e Campus Nova Iguaçu (origem da página PAA), Oficinas e Vivências, e Agenda (em construção - origem da página Capacitação). O site do PFAF foi disponibilizado para acesso em: <http://institucional.ufrj.br/agroecologia/>.

5.1.1 Home Page

A Home Page foi organizada para fornecer visão geral do conteúdo, os principais vínculos e níveis hierárquicos do site, começando com as abas referentes às páginas, metasliders, notícias, links para as páginas correspondentes aos projetos componentes, eventos e editais e por último, parceiros (Figura 2).



Figura 2. Home Page do site institucional do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar na Baixada Fluminense e Centro Sul do Estado do Rio de Janeiro (Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, novembro de 2019).

5.1.2 Sobre

Na página ‘Sobre’ foram disponibilizadas informações sobre o PFAF, os projetos componentes, sua vinculação com a extensão universitária e os elementos da identidade visual do programa(Figura 3).



SOBRE

A **extensão universitária** se desenvolve para aprofundar o papel das instituições de ensino superior como sujeitos de transformação social. Nesse sentido, a inserção das universidades públicas se alicerça na construção de valores éticos e estímulo à cidadania para o desenvolvimento social equitativo e sustentável.

Os **princípios** da extensão universitária brasileira são:

- indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão;
- interação dialógica com a sociedade;
- inter e a transdisciplinaridade das ações;
- busca do maior impacto e da maior eficácia social das ações;
- afirmação dos compromissos éticos e sociais da universidade.

Figura 3. Captura de tela da página SOBRE do site institucional do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar na Baixada Fluminense e Centro Sul do Estado do Rio de Janeiro (Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, novembro de 2019).

Nesta página é possível construir uma interação maior com objetivos do projeto já que são disponibilizadas informações sobre formação institucional do programa além dos princípios da Extensão Universitária. Desta forma intensificam-se as interações dinâmicas entre agentes de mobilização e o público alvo aproximando assim a comunicação e o fortalecimento da agricultura além dos fundamentos da segurança alimentar e nutricional. A apresentação do programa dispõe de conteúdo organizado na página facilitando a linguagem visual do navegante.

5.1.3 Feira da agricultura familiar (FAF)

Para a página 'Feira' foi produzido um texto informativo de cunho educativo elucidando a importância social e econômica da agricultura familiar e dos circuitos curtos de comercialização (CCC) para o fortalecimento da agricultura familiar, e também, para estimular o consumo consciente do público que acessa o portal (Figura 4).

FEIRAS



Últimas Notícias

Rural Semanal faz matéria sobre os 3 anos da FAF!

A nona edição de 2019 do Informativo Rural Semanal, da UFRRJ, publicou no dia 4 de outubro uma matéria sobre ... [leia mais >](#)

28/11/2019 - 14:39

Campanha para redução do uso de sacola plástica

Sabe aquela sacolinha que você pega no mercado, cada uma para um produto diferente, usando em uma compra média ... [leia mais >](#)

24/11/2019 - 10:43

Aniversário de 3 anos da FAF

Na quarta-feira, dia 18 de setembro, a Rural de Seropédica reuniu agricultores, expositores, visitantes e a comunidade acadêmica para a ... [leia mais >](#)

13/09/2019 - 21:36

Calendário FAF Campus Seropédica

06/08/2019 - 19:51

Figura 4. Captura de tela da página FEIRAS no site institucional do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar na Baixada Fluminense e Centro Sul do Estado do Rio de Janeiro (Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, novembro de 2019).

Os CCC contribuem para desenvolvimento econômico, social e ambiental da região além de garantir a possibilidade de diversidade na oferta de alimentos aos alunos, professores e moradores da região. A construção de conteúdo virtual nesta página contou com apoio do referencial teórico sobre o tema além da produção de recursos gráficos afim de aumentar a usabilidade e tornar a experiência de navegação mais confortável ao usuário. O apoio das novas tecnologias midiáticas também acentuou o grau de interatividade com a página.

A definição de conteúdo baseia-se em um conjunto de dados que proporciona informações extras que podem fazer com que o tempo de acesso seja prolongado em um site e num portal (SCHRADER, 2020). Neste sentido, a página FEIRAS no site PFAF foi estrategicamente criada para informar ao navegante sobre a construção social do canal de comercialização das feiras, sobre a importância da oferta de produtos com origem (da agricultura familiar local, produção orgânica registrada no MAPA ou produção em transição agroecológica) e sustentáveis nestes canais de venda direta de produtores locais, além do fortalecimento da economia local. Na UFRRJ, as feiras são espaços ótimos de integração entre a comunidade acadêmica e a agricultura familiar, propiciando trocas de saberes em aulas, oficinas, vivências e pesquisas, além claro do acesso a alimentos saudáveis e localmente produzidos.

5.1.3.1 FAF Campus Seropédica

Na subpágina ‘Campus Seropédica’ foram disponibilizadas as informações sobre a Feira da Agricultura Familiar no Campus Seropédica (FAF Seropédica) que foi criada em setembro de 2016, em parceria com a Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Rio de Janeiro (EMATER-RIO), escritórios locais Seropédica, Itaguaí e Paracambi (Figura 5). Na subpágina foram disponibilizadas informações do perfil dos agricultores, como: nome, local de produção e quais produtos são ofertados por barraca. A maioria dos agricultores residia no município de Seropédica e eram agricultores familiares e pequenos produtores da região. A FAF Campus Seropédica ocorreu às quartas-feiras no Pavilhão Central (P1) da UFRRJ, no horário de 8 às 13 h. Na FAF Campus Seropédica, às vezes chamada de FAF RURAL, foram ofertados mais de 300 itens diferentes incluindo hortaliças, frutas, pães, bolos, geleas, ovos, cogumelos, vinhos, doces, etc. (SANTOS et al., 2018).



Figura 5. Captura de tela da Subpágina Campus Seropédica do site institucional do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar na Baixada Fluminense e Centro Sul do Estado do Rio de Janeiro (Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, novembro de 2019).

5.1.3.2 FAF Campus Nova Iguaçu

Na subpágina ‘Campus Nova Iguaçu’ foram disponibilizadas informações sobre a Feira da Agricultura Familiar no Campus Nova Iguaçu (FAF Nova Iguaçu) assim como o perfil dos agricultores/feirantes (Figura 6). A FAF Nova Iguaçu foi inaugurada no dia 13 de Março de 2018, e, desde então, ocorreu semanalmente às terças-feiras no horário de 10 às 15 h, na frente do Restaurante Universitário. Integram a FAF Nova Iguaçu, agricultores

orgânicos e agroecológicos⁸ dos municípios de Seropédica, Duque de Caxias, Japeri, Mesquita, Campo Alegre, Queimados e Paracambi.



Campus Nova Iguaçu



A Feira da Agricultura Familiar no Campus Nova Iguaçu (FAF Nova Iguaçu) foi inaugurada no dia 13 de Março de 2018 e ocorre semanalmente às terças-feiras, de 10h às 15h, em frente ao Restaurante Universitário.

Figura 6. Captura de tela da Subpágina Campus Nova Iguaçu do site institucional do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar na Baixada Fluminense e Centro Sul do Estado do Rio de Janeiro (Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, novembro de 2019).

Os principais produtos comercializados foram aipim, abacate, abóbora, banana, laranja, limão, quiabo, mel, ovos e queijo. Além de processados como batata chips, amendoim, cocada, doces de frutas, polpas de frutas e geleias. Na linha de higiene e beleza houve sabonetes, produtos para o cabelo e outros produtos. A FAF Nova Iguaçu também ofertou cestas. Toda terça-feira ao final do dia foi lançada a lista de produtos disponíveis para encomendas. Essa lista ficou disponível numa planilha compartilhada do Google. O link para acessar a planilha foi compartilhado na página do Facebook e via e-mail.

5.1.4 PAA

As informações sobre o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) foram disponibilizadas para acesso pelos navegantes na página 'PAA' (Figura 7). Essa política pública federal tem por objetivo garantir o direito à alimentação de pessoas em situação de insegurança alimentar e nutricional.

⁸ Alguns produtores seguem os regulamentos técnicos da produção orgânica e estão com registro no MAPA no CNPO, membros de grupos do SPG da ABIO. Outros produtores encontram-se em transição agroecológica (BRASIL, 2012).

Na página foi possível navegar através de textos e hiperlinks demonstrando o processo de desenvolvimento do PAA na UFRRJ (PAA institucional) e sua importância para o fortalecimento da segurança alimentar do público alcançado (primeiramente os agricultores familiares, mas também a comunidade acadêmica que faz uso dos restaurantes universitários. A UFRRJ foi a primeira universidade pública no estado do Rio de Janeiro a aderir ao PAA (Chamada Nº 01/2016), a partir de ações intersetoriais entre a Pró-Reitoria de Assuntos Financeiros (PROAF) e de Assuntos Estudantis (PROAES), restaurante universitário e Divisão de Suprimentos e Gestão da Assistência Estudantil (DIGSAES), Pró-Reitoria de Extensão (PROEXT), Instituto de Agronomia e Instituto de Ciências Biológicas e da Saúde.

O PFAF apoiou a consolidação e a operacionalização do PAA na Rural nos campus de Seropédica e Nova Iguaçu, auxiliando em todas as etapas do processo e fazendo a interlocução entre agricultores e a UFRRJ. Residentes em agronomia em parceria com extensionistas da Emater-Rio, auxiliaram agricultores na superação de dificuldades para acessar o PAA, destacando-se assistência técnica e extensão rural (ATER), auxílio para elaboração das propostas de venda, formalização e planejamento de produção para atendimento às chamadas públicas.

A página conta com informações sobre a execução do PAA e suas ações na UFRRJ. O PAA permite a compra de produtos da agricultura familiar com DAP (Declaração de Aptidão ao PRONAF – Programa Nacional da Agricultura Familiar)), com dispensa de licitação, tendo um valor anual limite que pode ser comercializado por agricultor, sendo que esse valor pode variar de acordo com a modalidade do PAA acessada pelo agricultor familiar.

Desta forma, a construção da página levou em consideração informações sobre a importância desse canal de comercialização tipo venda direta para o fortalecimento da agricultura familiar na baixada fluminense, e também, para a construção da consciência para o consumo alimentar entre os gestores e os beneficiários do PAA, como por exemplo, pessoas em situação de insegurança alimentar.

PAA

O Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) é uma política pública intersetorial que tem por finalidade garantir o direito à alimentação de pessoas em situação de insegurança alimentar e nutricional. O PAA promove a inclusão econômica e social da agricultura familiar com fomento a:

- **AQUISIÇÃO DE GÊNEROS ALIMENTÍCIOS**
- **PRODUÇÃO DE ALIMENTOS COM SUSTENTABILIDADE EM BASES AGROECOLÓGICAS**
- **CIRCUITOS LOCAIS E REGIONAIS**
- **REDES DE COMERCIALIZAÇÃO**
- **ASSOCIATIVISMO E COOPERATIVISMO**



Figura 7. Captura de tela da página PAA do site institucional do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar na Baixada Fluminense e Centro Sul do Estado do Rio de Janeiro (Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, novembro de 2019).

5.1.4.1 Subpágina Campus Seropédica

Na subpágina ‘PAA Campus Seropédica’ foram disponibilizadas informações sobre a execução das Chamadas para o Restaurante Universitário do campus Seropédica(Figura 8).



Campus Seropédica

Chamada 01/ 2016 -01/2016-GProR/PROAF

Processo nº 23083.10177/2014-51/ Campus Seropédica

Situação atual: Finalizada

Valor do edital: R\$ 75.100,00

Valor executado: R\$ 25.369,93

Número de itens: 3

Figura 8. Captura de tela da subpágina Campus Seropédica do site institucional do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar na Baixada Fluminense e Centro Sul do Estado do Rio de Janeiro (Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, novembro de 2019).

A disposição de informação das chamadas publicas orienta um público específico de acesso ao Site, que nessa página, seriam os navegantes que procuram informações sobre participação nessas chamadas, integralizando assim uma comunicação horizontal e transparente.

5.1.4.2 Subpágina Campus Nova Iguaçu

A modalidade Compra Institucional possibilitou às universidades públicas adquirir gêneros alimentícios da agricultura familiar para atendimento às demandas regulares dos Restaurantes Universitários(Figura 9). A primeira entrega de alimentos via PAA no campus Nova Iguaçu ocorreu no dia 15 de Agosto de 2019. O restaurante universitário irá receber regulamente banana prata, aipim e inhame de agricultores de Paracambi- RJ.

No site disponibilizou-se uma notificação sobre a entrega de alimentos de agricultores familiares no Campus de Nova Iguaçu. As compras públicas de gêneros alimentícios priorizaram os agricultores do município, as comunidades tradicionais, grupos de mulheres, assentados da reforma agrária, quilombolas e produtores orgânicos. No período analisado pelo estudo, foram disponibilizadas informações disponíveis para consulta sobreo edital da Chamada Pública Nº. 01/2019, além dos resultados alcançados.

The screenshot shows the website interface for the 'Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar UFRRJ'. The top navigation bar includes links for 'BRASIL', 'CORONAVÍRUS (COVID-19)', 'Simplifique!', 'Participe', 'Acesso à informação', 'Legislação', and 'Canais'. Below this, there are links for 'Acesso à Informação - UFRRJ', 'Graduação', 'Pós-Graduação', 'Extensão', and 'Assuntos Estudantis'. A green header contains utility links like 'Ir para o conteúdo', 'Ir para o menu', 'Ir para a busca', and 'Ir para o rodapé', along with 'Acessibilidade', 'Alto Contraste', and 'Mapa do Site'. The main navigation menu includes 'HOME', 'SOBRE', 'FEIRA', 'PAA', 'RESIDÊNCIA', 'CAPACITAÇÃO', 'CONSUMO CONSCIENTE', 'PUBLICAÇÕES E PROJETOS', 'QUEM SOMOS', and 'FALE CONOSCO'. The 'CAPACITAÇÃO' menu item is highlighted.

The main content area features the logo of the 'Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar UFRRJ' and a search bar. Below the logo, the page title is 'Campus Nova Iguaçu'. The details for this specific call are as follows:

- Chamada 01/2019
- Processo N° 23083.018519/2017-23 – Campus Nova Iguaçu
- Situação atual: Em andamento
- Número de itens no edital: 7
- Número de itens fornecidos: 3
- Quantidade prevista no edital: 16.332 kg
- Quantidade fornecida: 2.277,4 Kg
- Fornecedores classificados para entrega: 2
- Fornecedores que entregaram: 1

On the right side, there is a 'Últimas Notícias' section with two news items:

- Rural Semanal faz matéria sobre os 3 anos da FAF!**
A nona edição de 2019 do Informativo Rural Semanal, da UFRRJ, publicou no dia 4 de outubro uma matéria sobre ... [leia mais](#) >
28/11/2019 - 14:39
- Campanha para redução do uso de sacola plástica**
Sabe aquela sacolinha que você pega no mercado, cada uma para um produto diferente, usando em uma compra média ... [leia mais](#) >

Figura 9. Captura de tela da subpágina Campus Nova Iguaçu do site institucional do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar na Baixada Fluminense e Centro Sul do Estado do Rio de Janeiro (Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, novembro de 2019).

5.1.5 Residência

Desde 2015, a UFRRJ conta com bolsistas residentes de engenharia agrônoma, que contribuem para o PFAF. A página 'Residência' visou informar sobre o Programa, bem como sobre as atividades dos engenheiros agrônomos recém-formados na UFRRJ que atuaram no PFAF por meio de um intensivo treinamento profissional em serviço (**Figura 9**).



RESIDÊNCIA AGRONÔMICA



Figura 10. Captura de tela da página ‘Residência’ do site institucional do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar na Baixada Fluminense e Centro Sul do Estado do Rio de Janeiro (Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, novembro de 2019).

No total foram quatro residentes que atuaram em diversas atividades, contribuindo para atingir os seguintes objetivos i) Atuar junto aos agricultores e seus coletivos para divulgar e receber contribuições para que as chamadas públicas do PAA para aquisição de gêneros alimentícios dos agricultores familiares sejam acessadas por um amplo conjunto de agricultores familiares da região; ii) acompanhar as entregas de gêneros alimentícios nos Restaurantes Universitários; e iii) apoiar as coordenações das Feiras da Agricultura Familiar nos Campi da UFRRJ.

Disponibilizou-se o perfil profissional de cada residente do programa além de informações sobre as atividades e o vídeo de uma reportagem realizada pela TV Brasil reportando a atuação dos residentes no programa.

5.1.6 Capacitação

Na página ‘Capacitação’ divulgaram-se as atividades desenvolvidas de formação de alunos, produtores e consumidores, que é um eixo do PFAF (**Figura 10**). A página CAPACITAÇÃO conta com imagens e trechos das ações de capacitação realizadas no programa. Essas atividades contaram com apoio da Emater- Rio, Residentes do Programa, produtores locais além de docentes e discentes da UFRRJ, pesquisadores da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária - Embrapa Agrobiologia e da PESAGRO-RIO (Empresa de Pesquisa Agropecuária do estado do Rio de Janeiro).



Figura 11. Captura de tela da página ‘Capacitação’ do site institucional do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar na Baixada Fluminense e Centro Sul do Estado do Rio de Janeiro (Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, novembro de 2019).

A construção do conteúdo contou com a diversidade social, cultural e étnica existente entre os diferentes grupos sociais foco do PFAF, comunidade acadêmica, produtores e consumidores da região, como condição básica para promover a sustentabilidade do território, partindo da concepção da educação dialógica. O pensamento complexo guiou a concepção pedagógica do PFAF que se volta para a sustentabilidade baseada nos princípios da agroecologia. As ações se norteiam com princípios das metodologias participativas, com atividades coletivas de construção do conhecimento como oficinas, cursos, mini cursos e rodas de conversas. Ou seja, atividades que permitam a elaboração e reflexão tanto individual como coletiva a partir da troca de saberes em que interagem pesquisadores, educadores, produtores e consumidores, todos assumindo seus papéis de sujeitos facilitadores e mediadores de processos e práticas. São reconhecidas a diversidade social, cultural e étnica existente entre os diferentes grupos sociais como condição básica para promover sustentabilidade, partindo da concepção da educação dialógica fundada na valorização da cultura, da linguagem e das potencialidades humanas.

5.1.6.1 Oficinas e Vivências (Subpágina)

No espaço ‘Oficinas e Vivências’ disponibilizaram-se informações sobre o desenvolvimento das atividades de oficinas e vivências que foram oferecidas aos feirantes, agricultores familiares da região, discentes e membros do PFAF (Figura 12).



Oficinas e Vivências

A realização de **oficinas, cursos e capacitação** tem por objetivo mediar junto aos técnicos e agricultores de forma participativa, o reconhecimento de boas práticas de manejo e desenho de agroecossistemas com enfoque agroecológico, respeitando-se as potencialidades locais.

Visando atender as demandas dos agricultores e técnicos, cursos são desenvolvidos por professores da Rural, em parceria com Emater-Rio, Pesagro-Rio e Embrapa Agrobiologia e Capina. Os conteúdos são abordados de maneira tanto aplicada como conceitual dentro dos parâmetros agroecológicos e da agricultura orgânica.

Figura 12. Captura de tela da Subpágina ‘Oficinas e Vivências’ do site institucional do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar na Baixada Fluminense e Centro Sul do Estado do Rio de Janeiro (Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, novembro de 2019).

Oficinas e Vivências são ações no campo, afim de qualificar produtores e alunos, e, estimular práticas sustentáveis que seguem os princípios da agroecologia e as práticas permitidas na agricultura orgânica. O conteúdo conta com fotos, hiperlinks e literatura informativa sobre as atividades desenvolvidas nesse eixo do programa.

5.1.7 Consumo Consciente

Na página ‘Consumo Consciente’, o conteúdo produzido foi organizado em perguntas e respostas sobre dimensões do consumo alimentar consciente (ver no Quadro 1 e na Figura 13 a seguir).

Quadro 2. Perguntas e respostas na página ‘Consumo consciente’ do site institucional do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar na Baixada Fluminense e Centro Sul do Estado do Rio de Janeiro (Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, novembro de 2019).

Perguntas	Respostas
1- O que é segurança alimentar e nutricional?	Segurança alimentar e nutricional é um direito humano que significa que todos devem ter acesso regular e permanente a alimentos de qualidade, em quantidade suficiente, a partir de práticas alimentares promotoras de saúde, respeitando necessidades e diversidades culturais. Hipócrates, considerado o pai da medicina ocidental disse “seja o teu alimento, o teu medicamento e seja o teu medicamento, o teu alimento”. Isso nos remete a pensar que podemos prevenir uma série de doenças por meio da alimentação e de hábitos de vida saudáveis. Nesse sentido, consumir mais frutas, verduras e legumes, e menos carne e produtos processados é um caminho. O fast-food é, definitivamente, um modelo importado que está substituindo para pior o nosso arroz com feijão, a ponto de comprometer a expectativa de vida das próximas gerações. Hambúrgueres, pizza, macarrão instantâneo, refrigerantes, etc. Tudo isso tem excesso de sal, gorduras, açúcares (carboidratos), não contribuindo para a nossa segurança alimentar. Atividades físicas, hidratação com água (e não com refrigerante), alimentação equilibrada, relações sociais de respeito e tolerância, caridade e solidariedade. Esse é o segredo da longevidade e da saúde e, sem dúvida, da felicidade. As pesquisas científicas mostram isso.
2 – Então a insegurança alimentar vai além da fome?	Sim. Para além da fome, há insegurança alimentar e nutricional quando ocorre substituição de hábitos saudáveis pelo consumo de alimentos ultra processados, ricos em calorias e pobres em nutrientes. O consumo de alimentos vazios associado à nossa prostração e inatividade diante de computadores, celulares, televisores é prejudicial à saúde. Para jovens e crianças é ainda mais crítico – vídeo games, tablets, smartphones, as crianças passam horas paradas! Em que pesem outros problemas. Isso contribui para o nosso preocupante quadro de insegurança alimentar, que mata por epidemias de doenças cardiovasculares, cânceres, obesidade e diabetes.
3- Qual é o papel da Agricultura Familiar para a produção de	É muito importante. A agricultura familiar produz alimentos básicos que estão na mesa dos brasileiros, com maior diversidade, promove o desenvolvimento econômico, gera

alimentos saudáveis?	empregos, preserva a biodiversidade e a paisagem.
4 – No Rio de Janeiro tem Agricultura Familiar?	<p>Não temos no Estado, o cenário agro que mostra a televisão – grandes áreas de monocultura transgênica (fruto da amnésia social sobre a nossa verdadeira origem), mas temos agricultura familiar diversificada, que coloca comida de verdade (saudável) na nossa mesa. Temos a importante produção de alimentos das hortas e que chegam nas Centrais de Abastecimento (Ceasa) – alface, couve, rúcula, salsa, cebolinha, tomate, couve, couve-flor, brócolis; repolho, mandioca, batata-doce, quiabo, milho-verde, abóbora, feijão- de-corda; frutas como banana, manga, acerola, maracujá, jabuticaba dentre outros itens. É importante destacar que se não temos uma participação ainda maior da agricultura local no fornecimento da alimentação básica da população fluminense, isso se deve em grande medida, à falta de condições objetivas e a ausência de visão sistêmica sobre o processo de desenvolvimento sustentável. Não basta dizer que é importante, temos que gerar renda e cobrar do governo perspectivas claras para o setor. Diminuir o êxodo rural, estimular a fixação no campo de jovens e mulheres com trabalho decente e bem remunerado. Temos que ter secretarias municipais de agricultura familiar atuantes! Precisamos de apoio à assistência técnica e extensão rural. As áreas de produção estão na sua maioria, abandonadas. Falta transporte, estradas, segurança, saneamento básico e acesso a mercados. Há pressão pelo crescimento urbano desordenado e pela especulação imobiliária. Pela poluição dos corpos d’água e do solo. É um grande descaso com o meio ambiente que vai custar caro às gerações futuras. Temos graves problemas ambientais, como atividades de grande impacto ambiental como a extração de areia e um aterro sanitário que recebe lixo do município do Rio de Janeiro em cima do aquífero Piranema. Qual sociedade, em sã consciência pode compactuar com isso no mundo atual de mudanças climáticas, de uma perspectiva sombria sobre a disponibilidade de água potável para as futuras gerações? Se não há pessoas produzindo, água de qualidade e solo fértil, não há produção saudável de alimentos e não há pessoas saudáveis. Isso é um grave sintoma de insegurança alimentar nas cidades. A vida se organiza com base em redes de relações ecológicas. Tudo está interligado e embora pensemos que vivemos isolados na segurança dos nossos apartamentos, estamos integrados em um sistema social e ecológico. Não podemos viver em bolhas artificiais, sem água e sem comida e isso depende de sistemas que possam conciliar produção em quantidade, qualidade, eficiência, sem agrotóxicos e ao mesmo tempo estimulem a biodiversidade e fixe a agricultura familiar no campo.</p>
5 – Onde podemos encontrar alimentos produzidos pela	As feiras são espaços de comercialização e consumo que permitem que o consumidor construa relações de confiança e valorização com os agricultores locais. Geralmente esses

<p>agricultura familiar?</p>	<p>canais são acessados pela agricultura familiar mais próxima que consegue pela venda direta uma remuneração mais justa pelo seu trabalho.É possível aprender com os feirantes sobre as plantas e seus usos, receitas diferentes, diversificar a alimentação e conhecer mais sobre a sabedoria popular. É preciso incentivar as feiras e frequentá-las, pois se não há fregueses, não há viabilidade econômica. O poder público pode apoiar as feiras, permitindo seu funcionamento, proporcionando uma estrutura de banheiros e lixeiras públicas para os feirantes e clientes.Vender na feira apresenta para os agricultores uma oportunidade, mas também um desafio, pois um dia na feira é um dia a menos na lavoura. Além das feiras, a relação direta entre agricultores e consumidores pode ser estabelecida por compra diretamente nos Sítios, nos de Grupos de Compras e existem as feiras orgânicas. Aqui no Rio temos o Circuito Carioca de Feiras Orgânicas, coordenado pela Associação de Agricultores Biológicos do Estado do Rio de Janeiro (ABIO) e outras entidades. Na Rural temos feiras nos campi Nova Iguaçu nas terças feiras, e em Seropédica e Três Rios.</p>
<p>6 – Nas feiras, é possível também conhecer alimentos diferentes. O que são plantas alimentícias não convencionais?</p>	<p>São aquelas plantas que não são de conhecimento geral, são pouco consumidas, muitas vezes consideradas como mato, mas que já fizeram ou ainda fazem parte da dieta de comunidades mais tradicionais, p ex. a beldroega, o caruru, a taioba, a ora pro nobis, etc. geralmente são alimentos muito ricos nutricionalmente.Os alimentos encontrados nas feiras não são exatamente iguais aos das gôndolas de supermercados, me refiro além da diversidade, à sazonalidade e ao padrão e forma de apresentação. É preciso que o consumidor compreenda que cultivar espécies que produzem bem aqui, ou seja, são adaptadas, e na época recomendada, ou seja, que permite pleno desenvolvimento da planta é a chave para produção de alimentos com qualidade, para que a gente possa praticar agricultura de base ecológica.Na Região Serrana é possível produzir hortaliças folhosas quase o ano inteiro, mas fica mais difícil no verão porque a época mais quente é limitante para o pleno desenvolvimento das culturas. Podemos substituir a alface por outras hortaliças que não são tão conhecidas, mas que crescem bem no verão, bertalha, por exemplo.Na Baixada Fluminense do Rio de Janeiro, são produzidos jabuticaba, jaca, fruta-do-conde, acerola, amora, jamelão etc. Não produzimos no nosso clima, a pera e a maçã, mas aipim e a banana podem ser produzidos durante o ano todo. A produção de caqui se concentra nos meses de abril e maio. Nessa época também temos oferta de tangerina, laranja, limão e abacate.É preciso ter em mente que as variações na oferta de alimentos ao longo do ano garantem uma maior diversidade alimentar e isso é fundamental para a nossa saúde. É por meio da alimentação diversificada que adquirimos nutrientes necessários ao perfeito funcionamento do nosso</p>

	<p>organismo.Outra coisa, podemos consumir partes das plantas que são ricas e são jogadas fora no momento de preparar os alimentos. A beterraba e a cenoura, por exemplo, são vendidas em amarrados (maços) nas feiras. Com as folhas e talos pode se preparar saladas e sopas aproveitando integralmente o vegetal. Ingerimos antioxidantes, vitaminas, ferro, cálcio, fósforo, etc. Com a produção orgânica podemos ter ainda mais segurança ao consumir folhas, talos e cascas de alimentos que geralmente são nobres e com isso reduzimos o desperdício e aproveitamos melhor o nosso dinheiro também.</p>
<p>7 – Qual é a relação entre produção e consumo local e a redução do desperdício de alimentos?</p>	<p>Consumir alimentos locais significa uma redução nas perdas e no desperdício. Hoje, mais de 800 milhões de pessoas passam fome no mundo e o paradoxo é que 1/3 dos alimentos que produzimos vai parar no lixo. A FAO calcula que isso poderia alimentar 2 bilhões de pessoas, somos 7 bilhões. As perdas se referem à redução da disponibilidade de alimentos para consumo humano ao longo da cadeia de abastecimento alimentar, sobretudo nas fases de produção, pós-colheita e processamento. Estima-se que as perdas correspondam a 54% do total.O desperdício é o descarte intencional de alimentos que são apropriados para o consumo humano, ocorre no final da cadeia alimentar, em estabelecimentos varejistas, restaurantes e domicílios, em virtude de comportamentos adotados nesses lugares. Isso corresponde a 46% da redução da disponibilidade de alimentos.É importante ressaltar que, mesmo que os países disponham de calorias mais que suficientes para alimentar a todos os cidadãos, a enorme quantidade de alimentos em perfeitas condições que vai para o lixo é um problema gravíssimo. Com o alimento, há muito desperdício de água, solo, trabalho e combustíveis fósseis. É fato que produção e consumo local, aliados à produção orgânica em bases agroecológicas, reduzem as perdas e o impacto ambiental negativo da agropecuária contribuindo para a sustentabilidade dos sistemas agroalimentares.</p>
<p>8 – Meu filho estuda e faz boa parte das refeições diárias na escola. Como pode ser estabelecida uma relação das escolas públicas com a agricultura familiar?</p>	<p>Em primeiro lugar, devemos olhar com muita atenção para o lanche que estamos oferecendo às nossas crianças. Bem, hoje estamos cada vez mais sobrecarregados de trabalho. Perdemos horas no trânsito e tudo isso implica em querer resolver os problemas de forma rápida e prática. Daí o que vemos nas lancheiras?Aqueles salgadinhos com corantes artificiais – amarelos, alaranjados, vermelhos, ultraprocessados, com muito sal, gordura e soja transgênica, que hoje basta reparar na embalagem, produtos que contém um triângulo amarelo com T, geralmente localizado na parte inferior das embalagens, são transgênicos.Para beber: suco de caixinha, refrigerantes, achocolatados. Nas festas escolares mais refrigerantes e frituras... entendemos que esse tipo de alimentos deve ser a exceção e não a regra na nossa rotina. Quando éramos crianças, comprávamos um refrigerante aos domingos para a família inteira, lanches não substituíam as refeições de</p>

	<p>verdade com arroz, feijão, carne e salada de folhas e legumes. As frutas cresciam nos quintais de casa, na roça dos avós. Todo pedacinho de quintal era aproveitado para produzir alimentos. Hoje os quintais diminuíram, mas é possível fazer uma pequena horta em casa, aproveitar e reciclar recipientes e é cada vez mais necessário separar um tempo para preparar refeições de qualidade e sempre podemos priorizar escolhas saudáveis na hora de comprar – frutas e verduras frescas, o aipim e a batata-doce, bolos, biscoitos feitos artesanalmente pela agricultura familiar, sucos naturais. A forma de preparar e apresentar os alimentos às crianças é fundamental para estimular hábitos saudáveis. Nós somos o espelho dos nossos filhos, eles nos observam o tempo todo e devemos ter um comportamento condizente com as nossas palavras. Educação Alimentar pode dar trabalho, mas temos que insistir e aos poucos os hábitos vão se modificando. Isso é importante e fundamental para a promoção da saúde e seus filhos vão te agradecer no futuro. Quando nossos filhos almoçam na escola, a gente tem que ter em mente que o cardápio das refeições deve ser preparado a partir da indicação de profissionais de alimentação, as nutricionistas. A alimentação deve ser a mais completa para atender às necessidades das crianças para seu pleno desenvolvimento cognitivo. Isso é dever do estado, está em nossa Carta Magna. Também é seu dever adquirir alimentos da agricultura familiar. Ou seja, realizar compras públicas de gêneros alimentícios para alimentação escolar, priorizando os agricultores do município. Isso é muito importante para garantir alimentação de qualidade para crianças e jovens do ensino básico – incluindo fundamental, médio e técnico. Fornecer alimentação de qualidade diversificada e localmente referenciada é fundamental para manter a cultura alimentar nas regiões brasileiras. Incluir alimentos in natura e processados como as farinhas, a tapioca, o feijão-de-corda e a fava, o pescado, etc. Estimular, fortalecer a Agricultura Familiar pela segurança da comercialização, gerar renda e trabalho decente, fomentar a economia local são objetivos do Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) e o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA).</p>
<p>9 – As Universidades também podem adquirir alimentos da agricultura familiar?</p>	<p>Sim, podemos e devemos implementar as aquisições de gêneros alimentícios da agricultura familiar e reforçar nossa assistência estudantil com segurança alimentar e nutricional. A Rural está realizando compras pelo Programa de Aquisição de Alimentos. Estamos aprendendo muito nesse processo e percebemos que além das chamadas, que devem integrar a demanda e a oferta local, deve ter muita assistência técnica e extensão rural, o que reforça a importância da Emater-Rio para o nosso estado. A Universidade ajuda a fortalecer a agricultura familiar, traz o tema para reflexão e debate no meio acadêmico, promove a extensão universitária.</p>
<p>10 – Produto orgânico</p>	<p>No Brasil temos uma legislação para a produção orgânica que</p>

<p>é produzido sem venenos, ou seja, sem agrotóxicos que fazem mal à saúde. Além disso, quais outros atributos definem um produto orgânico?</p>	<p>define o produto orgânico como aquele que não contém contaminantes intencionais, o que quer dizer que uma série de medidas devem ser tomadas para evitar a contaminação dos alimentos com venenos, desde a produção no campo até a comercialização, na distribuição, acondicionamento, exposição nos supermercados, feiras e lojas especializadas, tudo isso para dar garantias ao consumidor e permitir rastreabilidade. Mas não é só isso, o produto da agricultura orgânica ou produto orgânico, seja ele in natura ou processado é obtido em sistema orgânico de produção agropecuária, ou oriundo de processo extrativista sustentável e não prejudicial ao ecossistema local. Adotam-se técnicas que otimizam os recursos naturais e socioeconômicos, estimulam a biodiversidade e os serviços ecossistêmicos. Há simbioses benéficas com microrganismos que ajudam as plantas a crescerem mais e melhor. Há controle biológico que usa fungos para manter em níveis desejáveis as populações de pragas e plantam-se espécies que atraem insetos que controlam outros. Usa-se uma forma de planejamento das unidades de produção que mantenha e recomponha a fertilidade do solo, por exemplo, protegendo-o do sol e da chuva direta, como a cobertura morta, plantas de cobertura, compostagem de resíduos orgânicos. Eliminam-se organismos geneticamente modificados e as radiações ionizantes. Estimula-se a independência do agricultor ao produzir as próprias sementes e manter a biodiversidade local. Isso não quer dizer que não se faz uso de tecnologias de melhoramento genético e seleção de cultivares com resistência a pragas e doenças. Há tecnologias apropriadas para agricultura orgânica e o mais interessante, todas as tecnologias para a agricultura orgânica servem à convencional. Além da produção, o sistema orgânico inclui relações justas no campo com garantias sociais para os trabalhadores do campo e a priorização dos circuitos curtos de comercialização de consumo, a valorização da cultura e do local. A agroecologia é o campo de conhecimento, como um novo conjunto de leis, teorias, estudos, práticas que orienta a prática da agricultura orgânica nesse sentido.</p>
<p>11 – Os produtos orgânicos podem ser mais caros que os convencionais. Por quê?</p>	<p>Há uma oferta menor do que a procura e o produto orgânico ficou por algum tempo restrito a nichos de mercado. O último censo agropecuário realizado pelo IBGE levantou um grande potencial para certificação de estabelecimentos que já praticam agricultura com práticas agroecológicas. Então podemos crescer muito e as pesquisas estão mostrando que a cada ano há um aumento significativo do número de produtores no Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos no site do Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento. Essa é uma tendência irreversível à medida que o consumidor procura mais alimentos saudáveis e sem veneno, cresce o número de agricultores em busca da produção limpa, com</p>

	<p>mais saúde para sua família e mais valorização pelo seu trabalho. Além da oferta, os riscos da produção orgânica podem ser maiores especialmente para os agricultores que estão em transição de sistema convencional para o orgânico. Apesar disso, hoje se multiplicam os canais de comercialização e consumo em que agricultores e consumidores se relacionam diretamente e nesses espaços os preços estão bem mais conta, alguns comparáveis ao convencional, localmente produzidos e com menor custo de logística para chegar ao freguês. Incluem-se aí com a maior representatividade as hortaliças e frutas. Além disso, as políticas de abastecimento alimentar como o PAA e o PNAE, podem contribuir e muito para que cada vez mais pessoas possam acessar alimentos orgânicos. As feiras também são mais em conta e em alguns casos, os produtos tem o mesmo preço dos sacolões. Quanto mais gente estiver produzindo e mais perto do consumidor, mais barato será o alimento, mais fresco e com menor desperdício. É preciso lembrar também que a produção convencional recebe muito subsídio isentando impostos de agrotóxicos, financiando a produção com crédito barato. O custo de produção não contabiliza os impactos negativos da atividade especialmente a contaminação dos corpos d'água, do solo e dos animais e plantas nos preços dos alimentos. Monocultura em escala leva ao aumento de pragas e doenças nos sistemas de produção e inevitavelmente ao maior uso de agrotóxicos. É um sistema fadado ao colapso porque não se sustenta na base ecológica, mas na artificialização em excesso do meio ambiente e na dependência de agrotóxicos, fertilizantes sintéticos, mecanização excessiva.</p>
<p>12 – Mas como consumidor, como posso contribuir para melhorar o desenvolvimento do campo e da cidade que moro?</p>	<p>Como consumidores podemos fazer muito porque não estamos sozinhos somos bilhões e temos muita força se pensarmos e agirmos com união, com consciência e ética. Pequenas ações começam em casa, com a alimentação dos filhos, na opção pela agricultura familiar, pela agroecologia e pela produção orgânica. Além disso, é preciso uma mudança real no nosso padrão de consumo, reduzindo-o e assumindo parte da responsabilidade pelos impactos socioambientais decorrentes dele. Temos que reduzir os padrões de consumo porque a capacidade suporte do ambiente não é suficiente. Quem pode, deve reduzir. Não podemos ser ingênuos e continuar a ignorar os impactos inerentes da extração e beneficiamento da matéria-prima e do transporte de produtos até o consumidor final e ficar alheios à destinação final dos resíduos gerados. Continuar a consumir da mesma forma produtos com embalagens mais verdes, recicladas, com o tema sustentável, não vai resolver o problema. Não se trata de transferir a responsabilidade das empresas e do governo para o cidadão, mas cada um é um elo forte importante que tem que fazer a sua parte. Posso consumir menos? Posso descartar menos? Posso evitar ao máximo a obsolescência dos objetos? Optar</p>

	<p>por tecnologias limpas? Posso me envolver mais com a minha comunidade, em ações que priorizem o coletivo? Posso cobrar dos meus representantes as ações concretas pela agricultura familiar? Sim, tudo isso eu posso fazer aliado ao estado que deve promover a autonomia dos cidadãos para que eles exerçam o controle social das políticas públicas voltadas ao consumo alimentar e também incluir no nosso modelo de desenvolvimento, a mitigação dos danos ambientais e a promoção da justiça social e ambiental.</p>
<p>13 – Argumenta-se que se os agrotóxicos forem usados com equipamentos de segurança pelo produtor não apresentam risco. Inclusive há pessoas que defendem seu uso argumentando que não é possível produzir sem veneno.</p>	<p>A situação é bastante complexa. Quem já produziu, sabe como é difícil usar um equipamento de segurança sob o sol, suando por todos os poros e carregando peso. É uma condição insalubre. Há um preocupante caso de subnotificação de intoxicação por agrotóxicos no campo – casos de morte, depressão, disfunção endócrina, problemas no sistema nervoso, que muitas vezes não são associados à exposição a esses produtos no trabalho, nas áreas de pulverização aérea. Grande parte dos resíduos vai parar nos corpos d’água, nos solos, magnificam-se na cadeia trófica. As pulverizações aéreas atingem áreas fora da região aplicada, áreas de proteção ambiental, expõem crianças e famílias inteiras à contaminação. Permitimos ingredientes vetados e em concentrações mais altas do que os padrões americanos e europeus e não há segurança de fato sobre o uso desses produtos e muito menos sobre as suas misturas. Dados do Ministério da Saúde revelaram que a água da rede de abastecimento dos municípios brasileiros está contaminada com agrotóxicos, é um problema de saúde pública. Há um grave quadro de analfabetismo no campo, as pessoas não compreendem os símbolos nos rótulos, os pictogramas indicando os equipamentos a ser usados e frequentemente, há o discurso de que a culpa é do produtor. Não podemos esquecer-nos da nossa história, de quem é o camponês brasileiro e de onde ele vem profundamente enraizado na escravidão, nas formas precárias de acesso à terra e a educação. Além disso, não temos uma assistência técnica pública que atenda amplamente os agricultores e precisamos dela, com enfoque agroecológico. Creio que o debate não deve mais se restringir a usar ou não agrotóxico, como uma questão simplória. As provas científicas da sua ineficiência e dos efeitos negativos, do risco estão aí. Há negacionistas por toda a parte, mas a ciência nos tirou do obscurantismo e devemos nos apoiar nela para mudar nossos sistemas de produção. A adoção de produtos biológicos com a mesma lógica curativa em sistemas altamente desequilibrados, em monoculturas, não vai solucionar o problema, que é trófico. Precisamos de biodiversidade nos sistemas de produção e há várias estratégias para isso que podem ser adotadas em qualquer escala. No entanto, não há pacotes prontos, temos que ter mais conhecimento integrado das condições edafoclimáticas, do</p>

	<p>solo, das plantas, de agroecologia. Espalhar produtos químicos tóxicos no ambiente definitivamente não é o caminho para nenhuma atividade. Discutem-se os custos, mas, porque não subsidiar a agricultura de base ecológica como a convencional? Certamente o dinheiro dos contribuintes vai ser mais bem empregado em tecnologias que não façam mal à saúde das pessoas e ao meio ambiente. Superar essa dicotomia e partir para ações reais para sistemas de produção que não dependam desses produtos e produzam alimentos para todos. Temos ótimos exemplos no Brasil e no mundo. Devemos pensar em sistemas agroalimentares e não na produção e produtividade das culturas individualmente. Nossa produção orgânica ainda é pequena quando comparada à convencional, mas temos um grande potencial. É preciso mais investimento em pesquisa e desenvolvimento. Não basta produzir, tem que distribuir, facilitar o acesso a toda população a alimentos de qualidade, manter e fortalecer a agricultura familiar.</p>
--	--



Figura 13. Captura de tela da página ‘Consumo Consciente’ do site institucional do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar na Baixada Fluminense e Centro Sul do Estado do Rio de Janeiro (Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, novembro de 2019).

A sensibilização do usuário com relação ao consumo alimentar consciente no ambiente virtual baseia-se através no envolvimento e do grau de engajamento ou de navegação nessa página. O conteúdo como fotos e vídeos e também a navegação nos links disponíveis podem direcionar o usuário para camadas mais profundas no próprio Site ou em outras mídias. Todos esses mecanismos podem funcionar como estratégias de interatividade em rede.

5.1.8 Publicações e Projetos

Na Página ‘Publicações e Projetos’ foram disponibilizadas informações sobre os projetos de pesquisa em cada eixo do PFAF, as produções técnico-científicas (artigos,

capítulos de livros, por exemplo material audiovisual (vídeos, apresentações) e entrevistas(Figura 14). As publicações foram disponibilizadas para acesso. Desta forma, através do material escrito, mas também, entrevistas e vídeos realizados por integrantes do projeto, esse conteúdo funcionou como apoio para consulta e de livre acesso, como repositório de informações e notícias do programa.



PUBLICAÇÕES E PROJETOS

Videos

Feira da Agricultura Familiar (FAF UFRRJ) – 3 anos por Magno Roza – Emater-Rio

Aniversário de 3 anos da Feira da Agricultura Familiar

Feira da UFRRJ no Instituto Multidisciplinar (Nova Iguaçu)

Entrevistas, palestras e notícias

Portal UFRRJ: **Empreendedor recebe apoio da UFRRJ para desenvolver biscoito sem glúten**

Figura 14. Captura de tela da página ‘Publicações e Projetos’ do site institucional do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar na Baixada Fluminense e Centro Sul do Estado do Rio de Janeiro (Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, novembro de 2019).

5.1.9 Quem Somos

Na página ‘Quem Somos’ apresentou-se a equipe responsável pelo desenvolvimento do projeto PFAF intensificando assim a aproximação com público navegante (Figura 15).

BRASIL CORONAVÍRUS (COVID-19) Simplifique! Participe Acesso à informação Legislação Canais

UFRRJ Acesso à informação - UFRRJ Graduação Pós-Graduação Extensão Assuntos Estudantis

Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar UFRRJ

Quem somos

Coordenação do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar na UFRRJ

Anelise Dias é professora de agroecologia (IA/Fitotecnia) UFRRJ e doutora em Ciências pela mesma Universidade.

Nidia Majerowicz: Possui graduação em Licenciatura em Ciências Biológicas pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (1978), mestrado em Biologia Vegetal pela Universidade Estadual de Campinas (1984) e doutorado em Ciências Biológicas (Botânica) pela Universidade de São Paulo (1997). Nidia também atua como coordenadora do programa.

Coordenação pedagógica

Edilene Santos: Possui graduação em Licenciatura em Ciências Agrícolas pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (2006), mestrado em Educação Agrícola pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (2008) e doutorado em Educação pela Universidade Federal Fluminense (2015).

Coordenação de Comunicação

Cecília Figueiredo é professora do Departamento de Letras e comunicação, no curso de Jornalismo.

Editora do Site

Natasha Rosa: Mestranda em Agricultura Orgânica pelo Programa de Pós Graduação em Agricultura Orgânica (PPGAO/EMBRAPA Agrobiologia). Possui graduação em Licenciatura em Ciências Agrícolas pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (2017) com especialização em Agricultura e atuação em projetos educacionais.

Emater-Rio

Patrícia S. de Castro Fernandez
Engenheira agrônoma, extensionista rural da Emater-Rio desde 1991, trabalhou inicialmente no escritório local de Vassouras e atualmente, desde 2003 atua no escritório local de Seropédica.

Emater-Rio

Magno Roza
Magno é Técnico em Agropecuária e Zootecnista e atua na Emater-Rio no escritório de Itaguaí.

Últimas Notícias

Rural Semanal faz matéria sobre os 3 anos da FAF!
A nona edição de 2019 do Informativo Rural Semanal, da UFRRJ, publicou no dia 4 de outubro uma matéria sobre ... [leia mais >](#)
28/11/2019 - 14:39

Campanha para redução do uso de sacola plástica
Sabe aquela sacolinha que você pega no mercado, cada uma para um produto diferente, usando em uma compra média ... [leia mais >](#)
24/11/2019 - 10:43

Aniversário de 3 anos da FAF
Na quarta-feira, dia 18 de setembro, a Rural de Seropédica reuniu agricultores, expositores, visitantes e a comunidade acadêmica para a ... [leia mais >](#)
13/09/2019 - 21:36

Calendário FAF Campus Seropédica
26/08/2019 - 13:51

Programa de Residência Agrônômica da Rural em destaque na TV Brasil
No dia 31 de julho, a equipe da TV Brasil esteve na Fazendinha do Km 47 realizando uma matéria para ... [leia mais >](#)
26/08/2019 - 13:24

PAA realiza entregas no Campus NI
No dia 15 de Agosto foi realizada a primeira entrega de alimentos via Programa de aquisição de alimentos, o PAA, ... [leia mais >](#)
21/08/2019 - 14:13

[mais notícias >](#)

f t w h

Figura 15. Captura de tela da página ‘Quem Somos’ do site institucional do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar na Baixada Fluminense e Centro Sul do Estado do Rio de Janeiro (Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, novembro de 2019)

Os materiais gerados na Web como fotos, vídeos entre outros conteúdos possuem uma responsabilidade compartilhada e nesta página, a apresentação dos componentes do projeto intensifica e constrói lações com público navegante do site.

5.1.10 Fale Conosco

Nesta página disponibilizou-se formulário para o navegante entrar em contato diretamente por e-mail com o PFAF, com a finalidade de contribuir para aproximação entre os navegantes e a equipe do projeto (Figura 16). Também foi possível realizar cadastros, enviar dúvidas e solicitações. Esta página do site configurou-se como um local de contato maior com o público. As mensagens enviadas foram direcionadas diretamente para a caixa de entrada do e-mail do PFAF e a demanda foi atendida por um dos residentes.

Um canal de comunicação específico é importante para garantir que as demandas do público sejam atendidas e que o processo de aprendizagem e troca de informações nesse ambiente virtual sejam estimuladas. O questionário para solicitação de contato foi constituído pelos campos: seu nome (obrigatório); seu e-mail (obrigatório); assunto e sua mensagem. Na lateral direita da página Fale Conosco foi possível ter acesso às Últimas Notícias que foram vinculadas à todas as páginas e subpáginas do site do PFAF, facilitando e garantindo assim uma navegação mais ampla no que diz respeito ao acesso a informação.

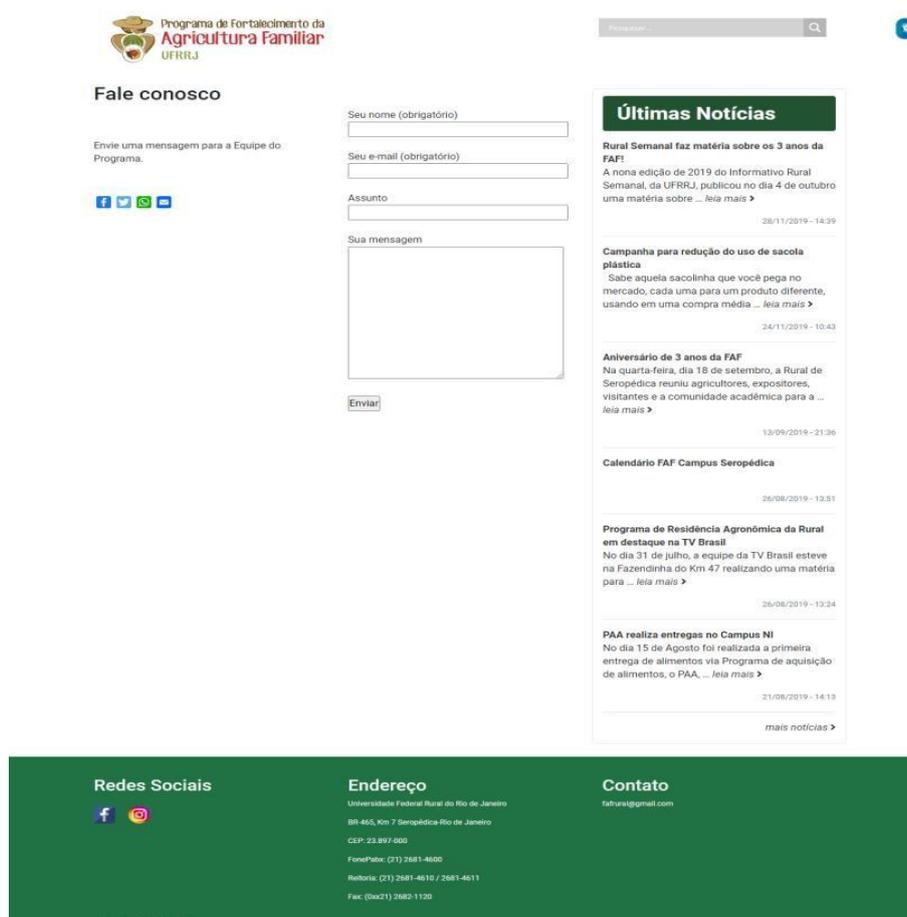


Figura 16. Captura de tela da página ‘Fale Conosco’ do site institucional do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar na Baixada Fluminense e Centro Sul do Estado do Rio de Janeiro (Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, novembro de 2019).

5.2 Monitoramento do acesso ao site do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PFAF)

No período entre primeiro de julho de 2019 até 30 de setembro de 2019 observou-se o comportamento de navegação dos internautas no Site Institucional do PFAF de acordo com indicadores taxa de rejeição (TRP) e tempo médio de visualização da página (TAP). Os indicadores Entradas e Saídas indicam o fluxo em uma sessão (página) de acordo com a média de visualização das páginas. O tempo médio de permanência geral no site foi de 01:01 segundos contabilizando um valor positivo para métrica analisada.

Tempo médio na página ?	Entradas ?	Taxa de rejeição ?	Porcentagem de saída ?	Valor da página ?
00:01:01 Média de visualizações: 00:01:01 (0,00%)	474 Porcentagem do total: 100,00% (474)	1,47% Média de visualizações: 1,47% (0,00%)	15,19% Média de visualizações: 15,19% (0,00%)	US\$ 0,00 Porcentagem do total: 0,00% (US\$ 0,00)

Figura 17. Indicadores de acesso do site institucional do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar na Baixada Fluminense e Centro Sul do Estado do Rio de Janeiro (Captura de tela do Google Analytics 4).

A taxa de saída mostra a porcentagem de visitantes que saem da página fazendo alguma interação no site, entretanto, saíram por uma determinada página. Observou-se que a taxa de saída foi menor do que taxa de rejeição (TRP) o que indica que houve fluxo de interação entre as páginas. A taxa de rejeição indica que houve uma média de 1,47% de rejeição. Quanto maior a taxa de rejeição menor interação do internauta com a página. A taxa de entrada (Figura 16) relaciona o fluxo de acesso contabilizando uma sessão, no caso do PFAF ocorreram 474 entradas no site no período analisado. Este indicador difere-se do tempo médio de acesso, pois contabiliza apenas o percentual de acesso a página independente do tempo em que o navegante interagiu com a página.

5.2.1 Sobre

O tempo médio de permanência na página ‘Sobre’ do site institucional do PFAF registrado com a ferramenta Google Analytics, durante os meses de julho a setembro de 2019, foi de 01min16seg(Figura 18).

Tempo médio na página ?	Entradas ?	Taxa de rejeição ?	Porcentagem de saída ?	Valor da página ?
00:01:16 Média de visualizações: 00:01:01 (25,19%)	8 Porcentagem do total: 1,69% (474)	0,00% Média de visualizações: 1,47% (-100,00%)	4,62% Média de visualizações: 15,19% (-69,55%)	US\$ 0,00 Porcentagem do total: 0,00% (US\$ 0,00)
00:01:16	8 (100,00%)	0,00%	4,62%	US\$ 0,00 (0,00%)

Figura 18. Indicadores de acesso da página ‘Sobre’ do site institucional do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar na Baixada Fluminense e Centro Sul do Estado do Rio de Janeiro (Captura de tela do Google Analytics 4).

A análise do tempo médio de navegação em conjunto com a taxa de rejeição nula indicou atratividade positiva na página para o usuário. Buscou-se uma experiência com grau de engajamento alto no site para uma boa experiência de navegação e de comunicação (REIS, 2014). Os recursos necessários para os usuários atingirem seus objetivos foram variados, porém nem todos esses recursos puderam ser explorados neste trabalho. Do total de 474 entradas no Site, 8 foram direcionadas diretamente através da página Sobre. A porcentagem de Saída foi de 4,62%, ou seja, média dos internautas que interromperam a navegação na página Sobre. A taxa de rejeição nula indica boa interação com a página.

5.2.2 Feira da Agricultura Familiar (FAF)

Para a página ‘Feira’ o tempo médio de acesso foi de 43 segundos (Figura 19). Contudo, a taxa de rejeição de 5,26% indica que houve uma mínima rejeição dos internautas que acessaram a página, ou seja, interrompendo a navegação o que pode ser justificado pelo alto fluxo de saída 11,59% e baixo tempo de visualização que foi de 00:53 segundos.

Tempo médio na página ?	Entradas ?	Taxa de rejeição ?	Porcentagem de saída ?	Valor da página ?
00:00:43 Média de visualizações: 00:01:01 (-28,55%)	19 Porcentagem do total: 4,01% (474)	5,26% Média de visualizações: 1,47% (257,14%)	11,59% Média de visualizações: 15,19% (-23,72%)	US\$ 0,00 Porcentagem do total: 0,00% (US\$ 0,00)
00:00:43	19 (100,00%)	5,26%	11,59%	US\$ 0,00 (0,00%)

Figura 19. Indicadores de acesso da página ‘Feira’ do site institucional do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar na Baixada Fluminense e Centro Sul do Estado do Rio de Janeiro (Captura de tela do Google Analytics 4).

Houve um pico de acesso no portal no mês de setembro de 2019, especificamente entre os dias 11, 12 e 13, em resposta à divulgação de evento em comemoração aos três anos de funcionamento da Feira da Agricultura Familiar no Campus Seropédica (Figura 20).

O evento contou com apoio da equipe do PFAF, como residentes, bolsistas de apoio e discentes da instituição (UFRRJ). O crescimento do acesso foi linear à divulgação do evento.



Figura 20. Captura de tela do Google Analytics com o número de visualizações da página ‘Feira’ na semana de aniversário da Feira da Agricultura Familiar no Campus Seropédica da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (setembro de 2019).

5.2.2.1 FAF Campus Seropédica

Com base nos dados coletados na plataforma Google Analytics, o tempo médio de acesso na subpágina ‘Campus Seropédica’ foi de 01:01 segundos o que demonstrou alto grau de interatividade para o indicador analisado (Figura 21).

Tempo médio na página ?	Entradas ?	Taxa de rejeição ?	Porcentagem de saída ?	Valor da página ?
00:01:01 Média de visualizações: 00:01:01 (-0,57%)	51 Porcentagem do total: 10,76% (474)	3,92% Média de visualizações: 1,47% (166,11%)	21,28% Média de visualizações: 15,19% (40,09%)	US\$ 0,00 Porcentagem do total: 0,00% (US\$ 0,00)
00:01:01	51 (100,00%)	3,92%	21,28%	US\$ 0,00 (0,00%)

Figura 21. Indicadores de acesso da subpágina ‘Campus Seropédica’ do site institucional do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar na Baixada Fluminense e Centro Sul do Estado do Rio de Janeiro (Captura de tela do Google Analytics 4).

Com relação à taxa de rejeição, observa-se que 3,92% dos navegantes rejeitaram a página interrompendo a navegação com fluxo de saída de 21,28% o que indica que houveram entradas significativas (51 de 474) com média de navegação de 01:01 segundos de permanência. Essa página informou diretamente ao navegante, sobre o perfil dos

produtores que participaram semanalmente na Feira da Agricultura Familiar (FAF) no campus Seropédica. Além da aproximação física que esse canal de comercialização alternativo possui, o conteúdo trazendo a história de cada feirante/produtor contribui para fortalecer os laços de confiança entre consumidores e produtores/feirantes.

5.2.2.2 FAF Campus Nova Iguaçu

Na subpágina ‘Campus Nova Iguaçu’ os navegantes acessaram informações sobre os principais produtos comercializados além da possibilidade de oferta de cestas que podem ser adquiridas por meio do acesso a link de uma planilha compartilhada do Google. O link para acessar a planilha é compartilhado na página do [facebook](#) e via e-mail. Os dados gerados na plataforma Google Analytics expressos na Figura 21 sobre a subpágina FAF Nova Iguaçu, demonstraram que o tempo médio de acesso na página foi de 55 segundos. Esse valor demonstra que o internauta interage com o conteúdo, porém não permanece na página. A taxa de rejeição foi nula.

Tempo médio na página ?	Entradas ?	Taxa de rejeição ?	Porcentagem de saída ?	Valor da página ?
00:00:55 Média de visualizações: 00:01:01 (-9,18%)	23 Porcentagem do total: 4,85% (474)	0,00% Média de visualizações: 1,47% (-100,00%)	23,13% Média de visualizações: 15,19% (52,33%)	US\$ 0,00 Porcentagem do total: 0,00% (US\$ 0,00)
00:00:55	23 (100,00%)	0,00%	23,13%	US\$ 0,00 (0,00%)

Figura 22. Indicadores de acesso da subpágina ‘Campus Nova Iguaçu’ do site institucional do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar na Baixada Fluminense e Centro Sul do Estado do Rio de Janeiro (Captura de tela do Google Analytics 4).

A porcentagem de saída de 23,13% indica que houve movimentação de saída da página justificada pelo baixo tempo de interatividade na página. O fluxo de entrada não pode ser considerado significativo nesta página durante o período analisado. Os resultados apontam a necessidade de um investimento maior nas campanhas de divulgação, além da organização de conteúdo para que o tempo de navegação se prolongue no site. Isso demonstrou que o usuário acessou a página, porém não navegou (REIS, 2014). Algumas explicações podem ser colocadas: o usuário deixou a aba aberta em um plano secundário ou apenas acessou a página, porém, não interagiu, ou seja, nenhum hit de engajamento subsequente foi criado, o que resultou em uma taxa de rejeição nula. Inferiu-se que nenhum outro tempo foi gasto no site logo após o acesso nesta subpágina. Não houve rejeição ao acessar a subpágina, porém, o grau de interatividade com o conteúdo foi baixo no período analisado. Alguns fatores podem ter intensificado a falta de navegação do usuário como, por exemplo, a ausência de atualizações semanais, letras muito pequenas. Para melhorar a interatividade sugeriu-se dividir o perfil dos feirantes/produtores em duas subpáginas para aumentar a letra e tornar a leitura mais atrativa.

5.2.3 Programa de Aquisição de Alimentos - PAA

Os dados da plataforma Google Analytics demonstraram que o tempo médio de acesso de 01min 15seg e taxa de rejeição nula (Figura 23). Este resultado foi considerado positivo, porém foram realizados ajustes no conteúdo desta página para que a navegação

fosse mais prolongada, mais atraente, e assim, o hit de engajamento maior. Além da atualização constante da página, a inserção de materiais de áudio e visual e, a divulgação nas redes sociais precisam ser ações mais intensas e frequentes.

Tempo médio na página ?	Entradas ?	Taxa de rejeição ?	Porcentagem de saída ?	Valor da página ?
00:01:15 Média de visualizações: 00:01:01 (22,53%)	16 Porcentagem do total: 3,38% (474)	0,00% Média de visualizações: 1,47% (-100,00%)	10,42% Média de visualizações: 15,19% (-31,41%)	US\$ 0,00 Porcentagem do total: 0,00% (US\$ 0,00)
00:01:15	16 (100,00%)	0,00%	10,42%	US\$ 0,00 (0,00%)

Figura 23. Indicadores de acesso da página ‘PAA’ do site institucional do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar na Baixada Fluminense e Centro Sul do Estado do Rio de Janeiro (Captura de tela do Google Analytics 4).

O fluxo de entrada indica que 10,42% dos navegantes saíram da página PAA sem interagir com qualquer outra página no Site. O percentual de entrada (3,38 %) e o tempo médio de acesso a página indicam que navegante permaneceu na página de forma positiva, contudo, existe a necessidade de maior engajamento na página.

5.2.3.1 PAA Campus Seropédica

Na subpágina ‘PAA no Campus Seropédica’ foi possível aos navegantes acessar os resultados das Chamadas Públicas para abastecimento do Restaurante Universitário no Campus Seropédica. Os dados métricos analisados entre os meses de julho a setembro de 2019 revelaram um tempo médio de acesso de 0:44 seg e uma taxa de rejeição nula (Figura 24).

Tempo médio na página ?	Entradas ?	Taxa de rejeição ?	Porcentagem de saída ?	Valor da página ?
00:00:44 Média de visualizações: 00:01:01 (-28,06%)	1 Porcentagem do total: 0,21% (474)	0,00% Média de visualizações: 1,47% (-100,00%)	1,61% Média de visualizações: 15,19% (-89,38%)	US\$ 0,00 Porcentagem do total: 0,00% (US\$ 0,00)
00:00:44	1 (100,00%)	0,00%	1,61%	US\$ 0,00 (0,00%)

Figura 24. Indicadores de acesso da subpágina ‘PAA campus Seropédica’ do site institucional do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar na Baixada Fluminense e Centro Sul do Estado do Rio de Janeiro (Captura de tela do Google Analytics 4).

A taxa de rejeição permaneceu nula e percentual de saída baixo assim como a entrada na página. A página durante período analisado estava em construção do conteúdo o que pode justificar o baixo engajamento.

5.2.3.2 PAA Campus Nova Iguaçu

Na subpágina ‘PAA Campus Nova Iguaçu’ os dados coletados revelaram que o tempo médio de acesso na subpágina foi de 01:35 segundos e a taxa de rejeição foi nula). Os resultados encontrados podem ser considerados positivos e demonstraram alto grau de interatividade de acordo com tempo navegador (SCHRADER,2020). O fluxo de saída e entrada permaneceram baixos. Desta forma, o navegante consumiu o conteúdo da página secundária, porém a página de origem (que no caso é PAA Nova Iguaçu) continuou aberta, e sendo assim, o tempo de navegação foi contabilizado (Figura 25).

Tempo médio na página ?	Entradas ?	Taxa de rejeição ?	Porcentagem de saída ?	Valor da página ?
00:01:35 Média de visualizações: 00:01:01 (55,70%)	1 Porcentagem do total: 0,21% (474)	0,00% Média de visualizações: 1,47% (-100,00%)	7,14% Média de visualizações: 15,19% (-52,97%)	US\$ 0,00 Porcentagem do total: 0,00% (US\$ 0,00)
00:01:35	1 (100,00%)	0,00%	7,14%	US\$ 0,00 (0,00%)

Figura 25. Indicadores de acesso da subpágina ‘PAA Campus Nova Iguaçu’ do site institucional do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar na Baixada Fluminense e Centro Sul do Estado do Rio de Janeiro (Captura de tela do Google Analytics 4).

5.2.4 Residência

O tempo de acesso à página Residência foi de 49 segundos enquanto a taxa de rejeição foi nula(Figura 26). Este resultado demonstrou baixa usabilidade do padrão de navegação.A ampliação da divulgação, desenvolvimento de conteúdo personalizado e promoção de campanhas podem garantir a manutenção da página no site. Além disso, a apresentação do perfil dos Residentes do Programa pode contribuir para a aproximação entre público alvo das ações do projeto, sendo considerado um importante eixo para garantia da funcionalidade da extensão no PFAF.

Tempo médio na página ?	Entradas ?	Taxa de rejeição ?	Porcentagem de saída ?	Valor da página ?
00:00:49 Média de visualizações: 00:01:01 (-19,07%)	29 Porcentagem do total: 6,12% (474)	0,00% Média de visualizações: 1,47% (-100,00%)	13,79% Média de visualizações: 15,19% (-9,18%)	US\$ 0,00 Porcentagem do total: 0,00% (US\$ 0,00)
00:00:49	29 (100,00%)	0,00%	13,79%	US\$ 0,00 (0,00%)

Figura 26. Indicadores de acesso da subpágina ‘Residência’ do site institucional do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar na Baixada Fluminense e Centro Sul do Estado do Rio de Janeiro (Captura de tela do Google Analytics 4).

Os indicadores revelam um comportamento de “passagem” na página em questão. Observa-se baixo tempo de navegação, alto fluxo de entrada e saída. Ou seja, o internauta de forma superficial. O engajamento na página e a ausência de textos longos e não interativos, podem explicar esse comportamento, assim como a presença de hiperlinks ou links interativos que criaram a possibilidade de abertura de uma janela secundária, em hipótese para navegação fluída na página

5.2.5 Capacitação

O tempo de acesso à página Capacitação foi de 01min16 segundos e a taxa de rejeição foi nula (Figura 27). O tempo médio de acesso na página foi considerado positivo, sugerindo que o conteúdo foi considerado atrativo e interativo pelo navegante.

Tempo médio na página ?	Entradas ?	Taxa de rejeição ?	Porcentagem de saída ?	Valor da página ?
00:01:16 Média de visualizações: 00:01:01 (25,62%)	3 Porcentagem do total: 0,63% (474)	0,00% Média de visualizações: 1,47% (-100,00%)	11,84% Média de visualizações: 15,19% (-22,03%)	US\$ 0,00 Porcentagem do total: 0,00% (US\$ 0,00)
00:01:16	3 (100,00%)	0,00%	11,84%	US\$ 0,00 (0,00%)

Figura 27. Indicadores de acesso da página ‘Capacitação’ do site institucional do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar na Baixada Fluminense e Centro Sul do Estado do Rio de Janeiro (Captura de tela do Google Analytics 4).

5.2.5.1 Oficinas e Vivências

De acordo com dados gerados no sistema Google Analytics observou-se que a permanência do navegante na página durante o período analisado (Figura 28). Algumas

hipóteses podem explicar esse comportamento. A navegação pode ter sido fluida por justificativa do aporte de imagens e conteúdo interativo sobre experiências de Oficinas e Vivências durante desenvolvimento do projeto no período analisado. O tempo médio de permanência na páginas foi de 01:15 segundos.

Tempo médio na página ?	Entradas ?	Taxa de rejeição ?	Porcentagem de saída ?	Valor da página ?
00:01:15 Média de visualizações: 00:01:01 (23,34%)	10 Porcentagem do total: 2,11% (474)	20,00% Média de visualizações: 1,47% (1.257,14%)	15,62% Média de visualizações: 15,19% (2,88%)	US\$ 0,00 Porcentagem do total: 0,00% (US\$ 0,00)
00:01:15	10 (100,00%)	20,00%	15,62%	US\$ 0,00 (0,00%)

Figura 28. Indicadores de acesso da página ‘Oficinas e Vivências’ do site institucional do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar na Baixada Fluminense e Centro Sul do Estado do Rio de Janeiro (Captura de tela do Google Analytics 4).

A taxa de rejeição foi de 20% durante o período analisado pode sugerir instabilidade da página em períodos de configuração dos portais, realizada pela COTIC, o que tornou o site inacessível por algumas horas. A ausência de cores e de forma não atrativa aos navegantes e por conseguinte, a comunicação e aproximação das ações do programa com o público que tem acesso ao Site pode ter sido afetada o que resultou uma fuga no acesso a página.

5.2.6 Consumo Consciente

O tempo de acesso da página ‘Consumo Consciente’ foi de 01min01seg e a taxa de rejeição foi nula (Figura 29). Considerou-se, portanto, o tempo médio na página consideravelmente alto. Houve permanência na página, baixa rejeição e estável fluxo de saída. A página ‘Consumo Consciente’ foi analisada quantitativamente e os resultados foram descritos em função do número de acessos durante o período analisado e a Web Análise foi utilizada neste estudo como ferramenta metodológica em resposta ao número de acesso nesta página. De modo clássico, os processos comunicativos podem ser descritos de diversos pontos sistemáticos de visão. Em relação ao relatório da Google Analytics foi possível verificar a quantidade de navegações na página consumo consciente.

Tempo médio na página ?	Entradas ?	Taxa de rejeição ?	Porcentagem de saída ?	Valor da página ?
00:01:01 Média de visualizações: 00:01:01 (0,94%)	4 Porcentagem do total: 0,84% (474)	0,00% Média de visualizações: 1,47% (-100,00%)	13,79% Média de visualizações: 15,19% (-9,18%)	US\$ 0,00 Porcentagem do total: 0,00% (US\$ 0,00)
00:01:01	4(100,00%)	0,00%	13,79%	US\$ 0,00 (0,00%)

Figura 29. Indicadores de acesso da página ‘Consumo Consciente’ do site institucional do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar na Baixada Fluminense e Centro Sul do Estado do Rio de Janeiro (Captura de tela do Google Analytics 4).

O comportamento nesta página é importante para este estudo pois maior tempo de permanência significa maior interatividade, logo, por conseguinte, maior interação com conteúdo o que pressupõe melhor comunicação entre público que acesso o portal e objetivos do programa de Extensão. Os números dispostos nesta sessão orientam para crescente fluxo de acesso durante período analisado e o tempo de navegação mostra-se positivo até então.

Os dados obtidos entre os dias 19 de julho e 31 de julho de 2019 (Figura 8) demonstraram um pico de acesso no dia 25 de julho. Vale destacar que a métrica, tempo de acesso na página -TAP e acesso via rede social podem ser analisados de forma conjunta. O usuário que navegou no portal através do link URL possuiu um tempo médio de navegação por página maior que o navegante via Rede Social. Esse comportamento pode ser discutido através da perspectiva multifuncional de usuários em redes sociais (REIS, 2014). No período em que não houve campanhas e atividades para incentivo à navegação, os dados de entrada e saída mantiveram-se estáveis na página. Os usuários que navegaram nas plataformas das redes sociais, demonstraram menor tempo médio na página, bem como intenso fluxo de comportamento nas outras páginas do site. Esses internautas específicos consumiram conteúdo de forma não linear.

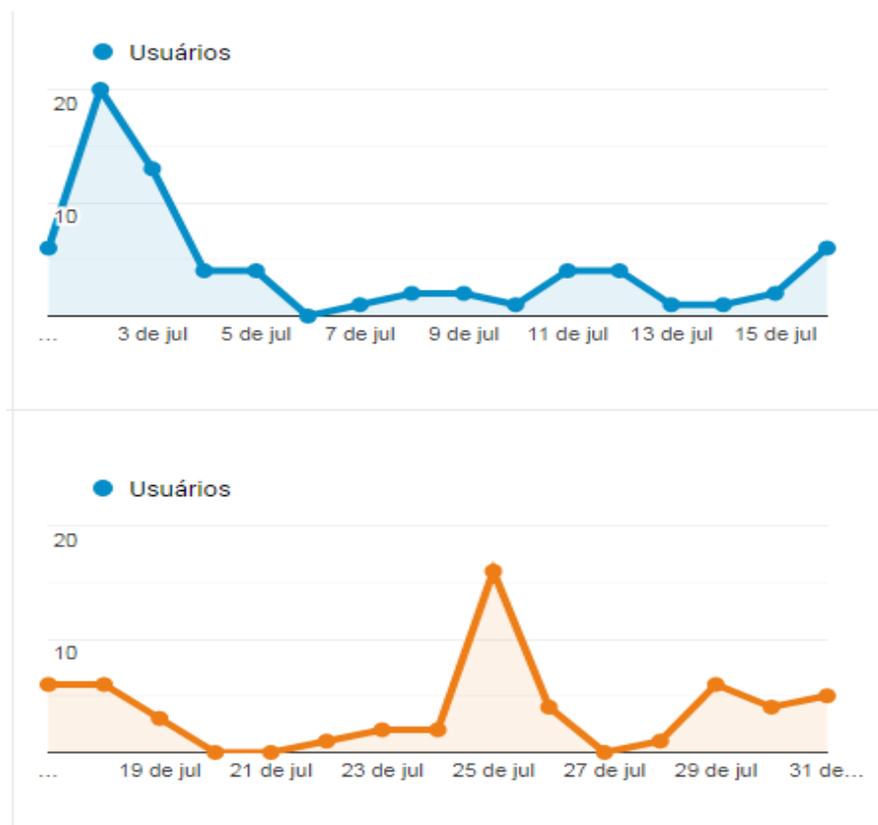


Figura 30. Captura de tela do Google Analytics com a origem de acesso na página ‘Consumo Consciente’ do site do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar na Baixada Fluminense e Centro Sul do Estado do Rio de Janeiro, durante o mês de julho de 2019.

O aumento do número de acessos no primeiro dia se acentuou através do acesso ao link compartilhado via URL destacando a possibilidade de acesso orgânico (VISSIRINI,2019). Os aumentos dos acessos nos dias mencionados demonstraram atividade de acesso intensa após o link do site PFAF ter sido divulgado na rede social(facebook) ‘Eternamente Rural’ e no Instagram da autora do estudo. Observou-se que o domínio do acesso ao site via Rede Social, seguido de acesso direto ao link URL seguido respectivamente de acesso orgânico

5.2.7 Publicações e Projetos

Na página ‘Publicações e Projetos’ os dados coletados revelaram que o tempo médio na página foi de 26 segundos e a taxa de rejeição foi nula acompanhado de fluxo de saída de 12,15% e taxa de entrada de 1,05% (Figura 29).

Tempo médio na página ?	Entradas ?	Taxa de rejeição ?	Porcentagem de saída ?	Valor da página ?
00:00:26 Média de visualizações: 00:01:01 (-57,95%)	5 Porcentagem do total: 1,05% (474)	0,00% Média de visualizações: 1,47% (-100,00%)	12,15% Média de visualizações: 15,19% (-20,00%)	US\$ 0,00 Porcentagem do total: 0,00% (US\$ 0,00)
00:00:26	5 (100,00%)	0,00%	12,15%	US\$ 0,00 (0,00%)

Figura 31. Indicadores de acesso da página ‘Publicações e Projetos’ do site institucional do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar na Baixada Fluminense e Centro Sul do Estado do Rio de Janeiro (Captura de tela do Google Analytics 4).

A permanência na página em tempo curto indica baixa interatividade. A página permanece em constante atualização o que pode sugerir o comportamento do público navegante.

5.2.8 Quem Somos

Na página ‘Quem Somos’, foi possível aos navegantes, conhecer a equipe do PFAF e sua respectiva função. O tempo médio na página foi de 53 segundos (Figura 32).

Tempo médio na página ?	Entradas ?	Taxa de rejeição ?	Porcentagem de saída ?	Valor da página ?
00:00:53 Média de visualizações: 00:01:01 (-13,19%)	4 Porcentagem do total: 0,84% (474)	0,00% Média de visualizações: 1,47% (-100,00%)	7,86% Média de visualizações: 15,19% (-48,27%)	US\$ 0,00 Porcentagem do total: 0,00% (US\$ 0,00)
00:00:53	4 (100,00%)	0,00%	7,86%	US\$ 0,00 (0,00%)

Figura 32. Indicadores de acesso da página ‘Quem Somos’ do site institucional do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar na Baixada Fluminense e Centro Sul do Estado do Rio de Janeiro (Captura de tela do Google Analytics 4).

O fluxo de saída de 7,86% revela porcentagem de saída da página embora não haja rejeição registradas no período analisado.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A criação do site do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar na Baixada Fluminense e Centro Sul do estado do Rio de Janeiro foi de extrema importância para aproximação entre o público alvo e a divulgação das ações realizadas. Através do Programa ações foram realizadas e um canal comunicativo como o Site é um repositório necessário para garantir o avanço das ações do programa e o fortalecimento da democratização do acesso à informação.

A aprendizagem tem sido influenciada cada vez mais pelas tecnologias de informação principalmente, por essas fornecerem ferramentas capazes de ignorar barreiras geográficas e gerar novas oportunidades. Os padrões de comportamento dos usuários definem se o site é ou não adaptativo. Desta forma analisando esses padrões de comportamento foi possível apontar ajustes para o ambiente de acesso ao Site do PFAF mais interativo. A interatividade em rede na atualidade, aonde toda a complexidade de acesso difundiu fortemente o acesso à informação, aproxima cada vez mais receptores e emissores de informação.

A difusão de informações relacionadas ao consumo alimentar consciente foi realizada na página Consumo Consciente que foi complementada nas páginas Sobre, Feirae PAA. No que tange às ações de cunho extensionista, a aproximação dos setores institucionais envolvidos, bem como, da comunidade acadêmica é de suprema importância para a estruturação de um ambiente de comunicação da universidade com a sociedade, e vice-versa. Neste sentido, a oferta de alimentos saudáveis através do desenvolvimento do PFAF na região da baixada fluminense e centro sul do ERJ configura-se importante para acesso à alimentação nutricionalmente segura por parte dos atores (produtores, alunos professores, técnicos e moradores de Seropédica) envolvidos nesse processo.

A extensão universitária é um dos caminhos de encontro às necessidades contemporâneas da comunidade acadêmica e da população de Seropédica e região, via Site. Desta maneira, o fortalecimento e o desenvolvimento local da agricultura familiar criaram novos espaços de comunicação via Site pela integração entre as ações do PFAF e o público alvo, possibilitando que o uso das ferramentas digitais sirva para a divulgação das atividades, das pessoas, dos processos educativos e dos serviços.

O engajamento e o grau de interação dos usuários foram analisados de acordo com suas respectivas relações com o conteúdo disponível para acesso, sendo assim o tempo médio na página foi um importante indicador para análise de como o conteúdo foi recebido pelo navegador. O conteúdo como fotos e vídeos e também a navegação nos links disponíveis direcionaram o usuário para camadas mais profundas no próprio Site ou em outras mídias. Todos esses mecanismos funcionaram como estratégias de interatividade em rede.

O monitoramento e a análise destes dados buscaram compreender não apenas o fluxo de navegação dos internautas/navegantes, mas também a forma com que esse acesso foi realizado dentro da plataforma do Site usando mecanismo OMS para construção do site em WordPress e a ferramenta da Google Analytics como instrumento metodológico para validação e análise dos resultados. O levantamento dos indicadores de acesso como tempo médio de acesso e taxa de rejeição são importantes para avaliar o grau de interatividade dos usuários com o site. As páginas que obtiveram resultados nulos e abaixo da média apresentada pela Google Analytics como positiva (1 minuto) precisam ser exploradas e atualizadas com maior intensidade ao longo do desenvolvimento do projeto. A taxa de rejeição nula (0 %) é considerada positiva neste estudo pois os resultados demonstram baixo fluxo de rejeição por parte dos navegantes em todas as páginas, portanto, assumimos

o caráter quantitativo desta métrica que auxiliou na compreensão do comportamento do usuário em relação à sua rejeição ou saída da página.

Algumas importantes conclusões podem ser extraídas desta dissertação. Primeiro diz respeito ao uso das plataformas virtuais para ampliar ações institucionais, assim como campanhas e ações internas à universidade. O potencial informacional e comunicativo que essas plataformas assumem na atualidade é extremamente importante para desenvolver o processo de educação para o consumo alimentar na comunidade acadêmica e entorno.

Assim como verificado nos resultados deste estudo, o tempo de acesso definiu a funcionalidade do site PFAF como plataforma comunicativa assim como a taxa de rejeição nula que demonstrou aumento nas navegações em função do aumento do tempo de acesso. Essas métricas ajudam a compreender o processo colaborativo que as navegações possuíram para a construção do conteúdo e da acessibilidade ao site PFAF.

São necessárias à amplificação de políticas públicas e ações intersetoriais que estimulem esses sites e portais institucionais afim de dar credibilidade e funcionalidade aos processos educativos e flexíveis que esses espaços cibernéticos, digitais, proporcionam para a comunicação.

7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSOCIAÇÃO DE AGRICULTORES BIOLÓGICOS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. ABIO. **Acordo de funcionamento do Circuito Carioca de Feiras Orgânicas**. Rio de Janeiro, ABIO, 2010.

BLANC, J.; KLEDAL, P. R. The Brazilian organic food sector: Prospects and constraints of facilitating the inclusion of smallholders. **Journal of Rural Studies**, v. 28, n. 1, 2012.p. 142-154

BOURDIEU, P. **Contrafogos 1: táticas para enfrentar a invasão neoliberal**. Zahar, 1998.

BRASIL. Lei nº 10.696, de 2 julho de 2003. Dispõe sobre a repactuação e o alongamento de dívidas oriundas de operações de crédito rural, e dá outras providências. Brasília-DF, **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, 24 julho de 2003a. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/2003/lei10696-2-julho-2003-497183-norma-Atualizada-pl.html>>. Acesso em: 5 de jul. 2015.

BRASIL. **Plano nacional de agroecologia e produção orgânica**. PLANAPO 2016- 2019. Brasília, SEAD, 2016. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/decreto/d7794.htm>. Acesso em: 14 de ago. 2019

_____. Congresso Nacional. Lei n. 10.831. Dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências. Brasília-DF, **Diário Oficial da União**, 24 de dezembro de 2003b. Seção 1, p. 8. Disponível em: <<http://extranet.agricultura.gov.br/sislegis-consulta/consultarLegislacao.do?operacao=visualizar&id=5114>>. Acesso em: 20 de abr. 2020.

_____. Lei. 11.326, de 24 de julho de 2006. Estabelece as diretrizes para formulação da política nacional da agricultura familiar e empreendimento familiares rurais, Brasília, DF, **Diário Oficial da União**, 2006a. p. 1-25. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato20042006/2006/lei/111326.htm#:~:text=LEI%20N%C2%BA%2011.326%2C%20DE%2024%20DE%20JULHO%20DE%202006.&text=Estabelece%20as%20diretrizes%20para%20a,Art.>>. Acesso em: 29 de abr. 2018.

_____. Lei nº 11.346, de 15 de setembro de 2006. Cria o Sistema Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional-SISAN com vistas em assegurar o direito humano à alimentação adequada e dá outras providências. Brasília-DF: **Diário Oficial da União**, v. 143, n. 179, 2006b. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/111346.htm>. Acesso em: 23 de jul. 2018.

_____. Lei n. 11.947/2009. Dispõe sobre o atendimento da Alimentação Escolar e do Programa Dinheiro Direto na Escola aos alunos da Educação Básica. Brasília-DF, **Diário Oficial da União**, 16 de junho de 2009. p. 2. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2009/Lei/L11947.htm>. Acesso em: 5 de jul. 2018.

_____. Lei n. 13.844, 18 de junho de 2019. **Estabelece a organização básica dos órgãos da Presidência da República e dos Ministérios**. Brasília-DF, Senado Federal, 2019. Disponível em:

<<https://legis.senado.leg.br/norma/31052300/publicacao/31058378>> Acesso em: 17 de mai. 2020.

_____. Lei n. 13.123, de 20 de maio de 2015. Regulamenta o inciso II do § 1º e o § 4º do art. 225 da Constituição Federal, o Artigo 1, a alínea j do Artigo 8, a alínea c do Artigo 10, o Artigo 15 e os §§ 3º e 4º do Artigo 16 da Convenção sobre Diversidade Biológica, promulgada pelo Decreto no 2.519, de 16 de março de 1998; dispõe sobre o acesso ao patrimônio genético, sobre a proteção e o acesso ao conhecimento tradicional associado e sobre a repartição de benefícios para conservação e uso sustentável da biodiversidade; revoga a Medida Provisória no 2.186-16, de 23 de agosto de 2001; e dá outras providências. Brasília-DF, **Diário Oficial da União**, 20 de maio de 2015. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato20152018/2015/lei/l13123.htm#:~:text=patrim%C3%B4nio%20gen%C3%A9tico%20humano.,Art.,de%20armas%20biol%C3%B3gicas%20e%20qu%C3%ADmicas.&text=III%20%2D%20popula%C3%A7%C3%B5es%20ind%C3%ADgenas%2C%20comunidades%20tradicionais%20e%20agricultores%20tradicionais.>. Acesso em: 03 de nov. 2020.

_____. Decreto nº 7.794, de 20 de agosto de 2012. Institui a Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica (PNAPO). Brasília-DF, **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, v. 149, n. 162, 21 ago. 2012. p.4. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato20112014/2012/decreto/d7794.htm#:~:text=DECRETO%20N%C2%BA%207.794%2C%20DE%20, vista%20o%20disposto%20no%20art>. Acesso em: 29 de abr. 2018.

BRASIL. MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. MAPA. **Nota técnica COAGRE/MAPA n.22/2010**. A validade do mecanismo de controle social para venda direta, de produtores familiares orgânicos, para o Programa de Aquisição de Alimentos – PAA e para a alimentação escolar, no âmbito do PNAE. Brasília, MAPA, 2010. Disponível em: <https://www.organicsnet.com.br/site/wp-content/uploads/22_02-06-2010_Controle-Social-nas-Compras-Governamentais.pdf> Acesso em: 12 de jul. 2018.

_____. Decreto nº 6.323, de 27 de dezembro de 2007. Regulamenta a Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003, que dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências. Brasília-DF, **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, 28 dez. 2007. p. 2. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato20072010/2007/decreto/d6323.htm>. Acesso em: 23 de jul. 2018

_____. MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO. **Brasil agroecológico: Plano Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica- PLANAPO 2016-2019**. Brasília-DF, MDA, 2016. 89p. Disponível em: <http://www.mda.gov.br/sitemda/sites/sitemda/files/ceazinepdf/P LANAPO_2016_2019.pdf>. Acesso em: 15 de mar. 2018.

_____. MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Guia alimentar para a população brasileira**. Brasília, Ministério da Saúde, 2014. <Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/csc/v15s2/a13v15s2.pdf>>. Acesso em: 21 de jul. 2018.

_____. MINISTÉRIO DA SAÚDE. **VIGITEL Brasil 2018: vigilância de fatores de risco e proteção para doenças crônicas por inquérito telefônico: estimativas sobre frequência e**

distribuição sociodemográfica de fatores de risco e proteção para doenças crônicas nas capitais dos 26 estados brasileiros e no Distrito Federal em 2018. <Disponível em: <https://www.scielosp.org/pdf/rbepid/2018.v21suppl1/e180020/pt>>. Acesso em: 25 de jul. 2018.

_____. MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO. MDA. **Plano Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica (PLANAPO)**. Brasil Agroecológico. Brasília:-DF, MDA, 2013. Disponível em: <http://aao.org.br/aao/pdfs/publicacoes/pageflip-3637393-8095216-1t_PLANO_NACIONAL_DE_AGR-379811.pdf>. Acesso em: 01 de mar. 2020.

_____. MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, DA PECUÁRIA E DO ABASTECIMENTO. MAPA. **Lei nº 7.802, de 11 de julho de 1989**. Dispõe sobre a pesquisa, a produção, a embalagem e rotulagem, o transporte, o armazenamento, a comercialização, a propaganda comercial, a utilização, a importação, a exportação, o destino final dos resíduos e embalagens, o registro, a classificação, o controle, a inspeção e a fiscalização de agrotóxicos, seus componentes e afins, e dá outras providências. In: Legislação federal de agrotóxicos e afins. Brasília (DF), Ministério da Agricultura, da Pecuária e do Abastecimento; 1998. p. 7-13. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/17802.htm> Acesso em: 10 de jul. 2018.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisabrasileira de mídia 2015**: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: SECOM-PR, 2014. p. 153, 2014. Disponível em: <<https://www.gov.br/secom/pt-br>>. Acesso em: 02 de jul. 2018.

CASTRO. **A extinção do Conselho Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional e a agenda de alimentação e nutrição**. Cad Saúde Pública, 2019.

CARNEIRO, C.B.M.; PORTILHO, F. Consumers: o perfil dos consumidores de produtos orgânicos da Rede Ecológica (RJ). In: VI Encontro Nacional de estudos do consumo; II Encontro Luso-Brasileiro de Estudos do Consumo. Vida sustentável: práticas cotidianas de consumo. 12, 13 e 14 de setembro de 2012, Rio de Janeiro- RJ. **Anais...** Rio de Janeiro, 2012. p. 7-8. Disponível em: <https://estudosdoconsumo.com/wp-content/uploads/2018/05/ENEC2012-GT01-Carneiro_e_Portilho-Causumers.pdf>. Acesso em: 10 de mai. 2019.

CONSELHO BRASILEIRO DA PRODUÇÃO ORGÂNICA E SUSTENTÁVEL. ORGANIS. **Consumo de produtos orgânicos no Brasil**: primeira pesquisa nacional sobre o consumo de orgânicos. Curitiba, ORGANIS, Market Analysis, 2017. 57 lâminas. Disponível em: <<https://organis.org.br/wp-content/uploads/2018/11/Pesquisa-Consumode-Produtos-Organicos-no-Brasil.pdf>>. Acesso em: 17 de mar. 2018.

CONSELHO BRASILEIRO DA PRODUÇÃO ORGÂNICA E SUSTENTÁVEL. ORGANIS. **Panorama do consumo de orgânicos no Brasil**: 2019. Curitiba, ORGANIS, 2019. Disponível em: <<https://organis.org.br/pesquisa-consumidor-organico-2019/>>. Acesso em: 10 de out. 2019.

CRUVIEL, I.B.; CORRÊA, D.S.; SILVA JUNIOR, N.J. DA; FELICIANO, J.; ALMEIDA, R.J. Fatores determinantes da tomada de decisão para o consumo de produtos orgânicos em uma feira livre. **Revista Brasileira de Agropecuária Sustentável**, 7, 2 jun. 2017.

Disponível em: <DOI:<https://doi.org/10.21206/rbas.v7i2.392>>. Acesso em: 10 de out. 2019.

DAROLT, M. R. **Alimentos orgânicos: um guia para o consumidor consciente** (2nd ed.). Londrina: IAPAR, 2007. 36 p.

DIAS JR, C. S.; VERONA, A. P. Excesso de peso, obesidade e educação no Brasil: uma análise a partir dos dados da pesquisa “Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico”(Vigitel), 2006-2016. **Anais** p. 1-10, 2019.

DOS SANTOS, J. J. A.; LANDIM, J. P.A percepção dos consumidores do segmento de hortifruitigranjeiro quanto ao consumo de produtos orgânicos no município de Lavras da Mangabeira/CE. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 5, n. 1, 2020. p. 185-211

GITZ, V. et al. Climate change and food security: risks and responses. **Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) Report**, v. 110, 2016.Acesso: 01de jul. 2019.

FELIPPE, E. L.da C. **A importância da formação técnica alternativa para a construção de redes de apoio a transição agroecológica e produção orgânica na região serrana do estado do Rio de Janeiro**.Seropédica – RJ, UFRRJ, 2017. 216 p. Disponível em:<https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=5845614>. Acesso em: 10 de jul. 2019.

FONSECA, M.F. de A.C.; CARRANO, S. **Considerações sobre a regulamentação na agricultura orgânica: sistemas participativos de garantia**.Perguntas e respostas. Niterói: PESAGRO-RIO, 2006. 20p. (PESAGRO-RIO. Documentos, 100).

FONSECA, M. F.de A. C.; ALMEIDA, L. H. M. de; COLNAGO, N. F.. Características, estratégias, gargalos, limites e desafios dos circuitos curtos de comercialização de produtos orgânicos no Rio de Janeiro: as feiras. **Cadernos de Agroecologia**, v. 4, n. 1, 2009.

FONSECA, Maria Fernanda de Albuquerque Costa. **Agricultura orgânica: regulamentos técnicos e acesso aos mercados dos produtos orgânicos no Brasil**. Niterói–Rio de Janeiro: PESAGRO, 2009.

GUIVANT, J. S.; FONSECA, M. F.de A. C.; RAMOS, F. S. V.; CHEIWEZER, M.. **Os Supermercados e o Consumo de Frutas, Legumes, Verduras, (FLV) Orgânicos Certificado**. IN: FONSECA, M.F. de A.C.Relatório final do projeto CNPq sobre harmonização das normas na agricultura orgânica, Projeto CNPq, n. 052874/01,2003.Disponível em: <https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-753X2003000300005>. Acesso em: 10 de ago. 2020.

JUNQUEIRA, A. H.."The Church enters the climate: communication, education and consumption in 'On care for our common home'--pope Francis's encyclical letter/A Igreja entra no clima: comunicacao, educacao e consumo em 'Sobre o cuidado da casa comum' enciclica papal de Francisco."**Comunicacao, Midia e Consumo**, vol. 15, no. 44, 2018. p. 186. Disponível

em:<<https://search.proquest.com/openview/181db387fabec1a46ccffa6ee7f64cb0/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2046361>>. Acesso em: 23 de jan. 2020.

BARBOSA, R. M.; HAHN, S. A.; RABELLO, D.; BARBOSA, N.F. Um Modelo para Suporte à Aprendizagem Consciente de Contexto. In Simpósio Brasileiro de Informática na Educação (SBIE), p.437-446, 2006. [15] Software matemático. <http://software.basnet.by/Math/Mathsoft.html>, junho 2007.

MALUF, R.S. **Abastecimento e segurança alimentar: os limites da liberalização**. Campinas: UNICAMP, 2000.

MOTA, João Felipe. Adaptação do índice de alimentação saudável ao guia alimentar da população brasileira. **Revista de Nutrição**, v. 21, n. 5, 2008. p. 545-552

PORTILHO, F. **Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania**. São Paulo: Cortez; 2011.

PORTILHO, F. Ativismo alimentar e consumo político – duas gerações de ativismo alimentar no Brasil. **Redes**, v. 25, n.2, 2020. p.411-432

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E C. de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo, Feevale, 2013.

PRICE, L. L.; ARNOULD, E. J.; DEIBLER, S. L. Consumers' emotional responses to service encounters. **International Journal of Service Industry Management**, 1995.

RIO DE JANEIRO. Resolução Conjunta SEDES/SEOP N. 001 de 09 de maio de 2012. Regulamenta o Decreto n. 35.064, de 25 de janeiro de 2012, que cria o Circuito Carioca de Feiras Orgânicas. Rio de Janeiro, **Diário Oficial do Município do Rio de Janeiro**, v. 10, 2012. Disponível em: <http://smaonline.rio.rj.gov.br/legis_consulta/53621Res%20Conj%20SEDES_SEOP%201_2012.pdf>. Acesso em: 01 de set. 2019.

RIO DE JANEIRO. Decreto n. 38.142 de 4 de dezembro de 2013. Cria as feiras de produtos orgânicos, na forma do decreto n. 35.064, de 25 de janeiro de 2012. Rio de Janeiro, **Diário Oficial do Município do Rio de Janeiro**, v. 4, 2013. Disponível em: <<https://leismunicipais.com.br/a/rj/r/rio-de-janeiro/decreto/2013/3814/38142/decreto-n-38142-2013-cria-as-feiras-de-produtos-organicos-na-forma-do-decreto-n-35064-de-25-de-janeiro-de-2012>>. Acesso em: 12 de mar. 2018.

SAMBUICHI, R. H. R.; et al. Compras públicas sustentáveis e agricultura familiar: a experiência do Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e do Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE). **Políticas agroambientais e sustentabilidade: desafios, oportunidades e lições aprendidas**, p. 273, 2014.

SANTOS, L. R. P. DOS; et al. Feira da agricultura familiar na Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro: relato de experiência da construção de um espaço de integração entre agricultores locais e a comunidade acadêmica. **Cadernos de Agroecologia**, v. 13, n. 1, 2018.

SCHRADER, C. **Recruiting Analytics**. In: Digitalisierung im Recruiting. Springer Gabler, Wiesbaden, 2020. p. 41-50.

SIQUEIRA, A. P. P. et al. Sistemas Participativos de Garantia no estado do Rio de Janeiro, Brasil: Para além da garantia das qualidades dos produtos orgânicos. **Cadernos de Agroecologia**, v. 13, n. 1, 2018. Disponível em: <<http://cadernos.aba-agroecologia.org.br/index.php/cadernos/article/view/423>>. Acesso em: 20 de jul. 2019.

VERBERT, K. et al. Learning analytics dashboard applications. **American Behavioral Scientist**, v. 57, n. 10, 2013. p. 1500-1509. Acesso em: 12 de jul. 2019.

VILCKAS, M.; NANTES, J. F. D.. Agregação de valor: uma alternativa para a expansão do mercado de alimentos orgânicos. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, v. 9, n. 1, 2007. p. 26-37

VISSIRINI, C. C. et al. REMAT: análise do perfil de seus usuários por meio da ferramenta Google Analytics e difusão do conhecimento científico entre professores e estudantes de matemática. **Ciência da Informação em Revista**, v. 6, n. Esp, 2019. p. 48-61

ANEXO

A-Glossário

Ciberespaço - Termo criado por William Gibson em 1984; um espaço existente no mundo da comunicação. Nesse ambiente ocorre a interação entre humanos e tecnologia. Com o advento da internet, o ciberespaço se expandiu e é local de intenso fluxo de informação.

Design – O termo design significa compor ou projetar visualmente

Domínio -O nome atribuído a determinado endereço no Sistema de Nomes de Domínios (DNS), registrado diretamente sob um dos Domínios de Primeiro Nível (DPN) definidos pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil

Drive - Unidade de armazenamento na nuvem, serviço de armazenamento digital que permite que o usuário de internet guarde seus arquivos em um servidor online. Todo o conteúdo salvo nesse local digital pode ser acessado através de qualquer dispositivo que esteja conectado à internet.

Download – Ação de transferir (baixar) arquivos de um servidor remoto para um dispositivo.

Facebook –Também chamado de mídia digital, rede social e site de rede social

Google Analytics - Ferramenta para monitoramento do site, onde são acumulados dados.

Google Drive - Serviço de armazenamento e sincronização de arquivos em nuvem. O Google Drive baseia-se no conceito de computação em nuvem, pois o internauta poderá armazenar arquivos através deste serviço e acedê-los a partir de qualquer computador ou outros dispositivos compatíveis, desde que ligados à internet. Para além disso, o Google Drive disponibiliza vários aplicativos via online, sem que esses programas estejam instalados no computador da pessoa que os utiliza.

Hiperlinks – Eventos externos acompanhados em links que levam usuários a um site que não é de sua propriedade.

Hit de engajamento – Resultado de um evento acompanhado de um parâmetro aplicado para aumentar tempo de visualização de uma página.

Internauta – usuário da internet, também chamado de navegador, navegante.

Layout - A palavra pode significar plano arranjo, esquema, projeto. E consiste no arranjo dos textos e imagens, sendo o designer de uma página física ou virtual.

Link - É o “endereço” de uma plataforma, documento ou recurso disponível na Web.

Metaslider ou Meta Slider - Slide de página que compõe elementos visuais para um site.

Página - Conteúdo visual e navegável acessado

Post -Conteúdo publicado numa página na internet; postagem.

Programa – São instruções digitais específicas que descrevem uma tarefa a ser realizada por um Hardware.

Propriedades digitais - Os sítios (sites), os portais, os perfis nas redes sociais, os aplicativos e os serviços acessados por dispositivos eletrônicos

Servidor – Máquina que dispõe os serviços ofertados na rede de internet.

Site -local na Internet identificado por um nome de domínio, constituído por uma ou mais páginas de hipertexto, que podem conter textos, gráficos e informações em multimídia.

Upload - Processo de transferência de arquivos. O upload consiste no ato de um “cliente”, usuário da web, transferir um arquivo do seu dispositivo local (computador, por exemplo) para um servidor ou computador remoto.

Web - O sistema de documentos de hipertexto interligados e acessíveis via internet

Web Analytics - é a análise de dados quantitativos e qualitativos sobre a experiência dos usuários no site. São dados analisados para uma melhora constante do site a fim de atingir resultados. É o processo de medição, coleta, análise e a produção de relatórios de dados de navegação e interação com o objetivo de entender e otimizar o uso dos sites e páginas na Internet.

Wordpress-Sistema de gestão de conteúdo

URL - Forma padronizada de representação de diferentes documentos, mídia e serviços de rede na internet, capaz de fornecer a cada documento um endereço único.