

JOÃO BATISTA MOTA

**A *WEB* COMO INSTRUMENTO DE COMUNICAÇÃO E EXTENSÃO
UNIVERSITÁRIA: UM ESTUDO DE USÁRIOS DO ESPAÇO DO PRODUTOR**

Dissertação apresentada à Universidade Federal de Viçosa, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural, para obtenção do título de *Magister Scientiae*.

VIÇOSA
MINAS GERAIS – BRASIL
2012

**Ficha catalográfica preparada pela Seção de Catalogação e
Classificação da Biblioteca Central da UFV**

T

M917w
2012

Mota, João Batista, 1957-

A web como instrumento de comunicação e extensão universitária: um estudo de usuários do Espaço do Produtor / João Batista Mota. – Viçosa, MG, 2012.
ix, 121f. : il. (algumas col.) ; 29cm.

Inclui anexos.

Orientador: José Benedito Pinho.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Viçosa.

Referências bibliográficas: f. 110-114

1. Extensão universitária. 2. Ensino à distância.
3. Sites da Web - Avaliação e classificação. 4. Educação aberta. 5. Internet na educação. 6. Internet. I. Universidade Federal de Viçosa. II. Título.

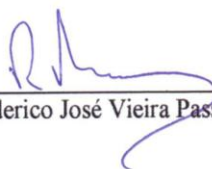
CDD 22. ed. 378.175

JOÃO BATISTA MOTA

**A WEB COMO INSTRUMENTO DE COMUNICAÇÃO E EXTENSÃO
UNIVERSITÁRIA: UM ESTUDO DE USUÁRIOS DO ESPAÇO DO
PRODUTOR.**

Dissertação apresentada à Universidade Federal de Viçosa, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural, para obtenção do título de *Magister Scientiae*.

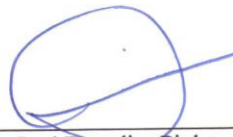
APROVADA: 29 de junho de 2012.



Frederico José Vieira Passos



Rennan Lanna Martins Mafra



José Benedito Pinho
(Orientador)

Com muito amor, ao meu avô (“padrinho”) **João Alves do Amorim**, agricultor familiar (quando não ainda não existia essa terminologia) que, com persistência e bom humor, ensinou a mim e a todos que o conheceram a importância de se fazer e de se viver do trabalho do campo.

Aos meus pais **José Maria** e **Sílvia Gonzaga da Mota** que, apesar de terem saído da roça, com muito orgulho, nunca deixaram a roça sair deles.

"A universidade, pelas suas próprias finalidades, exerce importância fundamental na construção da sociedade moderna. Ela tem um compromisso com o passado, preservando a memória; com o presente, gerando novos conhecimentos e formando novos profissionais; e com o futuro, funcionando como vanguarda."

Margarida Maria Hrohling Kunsch

AGRADECIMENTOS

A todos que, direta e, ou, indiretamente, contribuíram para que esta dissertação se concretizasse.

A Adriana, minha mulher: sempre vento, bússola e âncora da minha nau, principalmente nesta empreitada acadêmica - sem a qual nada disso seria possível.

Ao Pedro, meu filho: causa e consequência de minha volta ao “banco escolar” depois de quase 30 anos;

À amiga Léa Medeiros, pela sugestão do tema.

Ao professor e orientador José Benedito Pinho, pelo apoio, pela compreensão e pela paciência, nos últimos dois anos.

Ao coorientador Carlos Frederico de Brito D’Andréa, por ter mostrado o melhor caminho para trilhar com essa dissertação.

Ao professor Frederico José Vieira Passos, coorientador informal e, antes de mais anda, um amigo, que soube sugerir e apoiar nas horas certas.

Ao professor Rennan Lanna Martins Mafra, pelas observações sugestivas na minha banca de defesa.

Ao técnico do DER José Antônio Brilhante de São José, pelo apoio nas estatísticas e percentuais.

Ao pessoal da secretaria da pós-graduação, Anízia Condé, Maria do Carmo Pereira Sousa e Romildo Assis de Rezende, pelas constantes e certas orientações sobre a tramitação da vida acadêmica.

Ao amigo Roberto Turbay, companheiro de jornada na manutenção do Espaço do Produtor.

Aos colegas da Cead Marcelo Teixeira, Matheus de Moraes Gomes Rosmaninho e Diogo Rodrigues, pelo apoio técnico.

Aos colegas do mestrado, com quem voltei a aprender, principalmente o *outsider* José Aurélio Vazquez Rúbio e ao amigo Claudinei Heleno da Silva, companheiros das boas e más horas.

A todos os professores(as) do Mestrado em Extensão Rural com os quais tive aulas, pois cada um, a seu modo, acrescentou muito à minha segunda formação acadêmica e ao meu trabalho como profissional.

BIOGRAFIA

JOÃO BATISTA MOTA, oitavo filho de Sílvia Gonzaga da Mota e José Maria da Mota, nasceu no dia 07 de junho de 1957, em Juiz de Fora, Zona da Mata de Minas Gerais.

Cineclubista e desenhista por formação, tornou-se jornalista em 1981, graduando-se em Comunicação Social na Universidade Federal de Juiz de Fora. Entre 1981 e 1991, trabalhou em veículos de comunicação de Juiz de Fora e do Rio de Janeiro. Em 1992, participou da estruturação da TV Viçosa. A partir de 1994, foi aprovado em concurso para jornalista desta Universidade, atuando até 2005, na direção e produção de programas, vídeos institucionais e como editor-chefe de telejornalismo da emissora.

Desde 2007, está oficialmente transferido para a Coordenadoria de Educação Aberta e a Distância (Cead), onde concilia atividades de jornalista com as de integrante do setor de produção de material didático para cursos variados.

SUMÁRIO

RESUMO	viii
ABSTRACT	ix
1. INTRODUÇÃO	1
1.1. Apresentação e contextualização do problema de pesquisa	6
1.2. Justificativa	12
1.3. Objetivo geral.....	13
1.4. Objetivos específicos	13
2. OBJETO DE ESTUDO	15
2.1. Seções e serviços disponibilizados.....	18
3. REFERENCIAL CONCEITUAL	22
3.1. EaD: encurtando distâncias na educação e na sociedade	23
3.1.1. Referenciais de qualidade em educação a distância	26
3.1.2. Posturas e público da educação a distância	29
3.2. Questões sobre a extensão universitária	31
3.2.1. Política nacional de extensão: enfim, a unificação.....	34
3.2.2. A presença da atividade de extensão na academia.....	36
3.3. Por que utilizar um website na extensão universitária?	37
3.4. Forma e conteúdo.....	39
3.5. Estudo de usuário	42
3.5.1. Abordagens e usos da informação	44
3.5.2. Usos, necessidades e demandas de informação.....	46
3.6. A informação no contexto rural	49
4. METODOLOGIA	54
4.1. Survey em estudos de usuários.....	54
4.2. Estatísticas de acesso	56
4.3. E-mails enviados pelos usuários.....	57
5. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS	59
5.1. Estatísticas de acesso: o retrato do visitante do Espaço do Produtor ..	59
5.1.1. Visitas, fidelidade e mídias.....	59
5.1.2. De onde vêm os usuários	61
5.1.3. Palavras-chave e páginas mais visitadas	63
5.2. Análise de e-mails enviados ao Espaço do Produtor.....	66

5.2.1. Comentários enviados pelos usuários ao Espaço do Produtor.....	66
5.2.2. Demandas enviadas pelos usuários ao Espaço do Produtor.....	68
5.2.3. Mensagens sobre conteúdo enviadas ao Espaço do Produtor.....	69
5.3. Apresentação dos dados do questionário.....	72
5.3.1. Considerações sobre elaboração e envio do questionário/ relatório	72
5.3.2. Quem é o usuário do site (perfil socioeconômico).....	74
5.3.3. Usuários que têm a agropecuária como principal atividade.....	80
5.3.4. Acesso à informação.....	84
5.3.5. Conteúdo e conhecimento.....	87
5.3.6. Extensão e instrumento extensionista.....	93
5.4. Análise conjunta dos dados coletados.....	94
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	103
REFERÊNCIAS.....	110
ANEXO A - QUESTIONÁRIO DA PESQUISA ENVIADO AOS USUÁRIOS..	115
ANEXO B - MENSAGEM DE APRESENTAÇÃO DO QUESTIONÁRIO.....	121

RESUMO

MOTA, João Batista, M.Sc., Universidade Federal de Viçosa, junho de 2012. **A web como instrumento de comunicação e extensão universitária: Um estudo de usuários do Espaço do Produtor.** Orientador: José Benedito Pinho. Coorientador: Carlos Frederico de Brito D'Andréa.

A presente dissertação discute os principais conceitos da extensão universitária, da educação a distância e da internet para mostrar a viabilidade da *web* como instrumento de extensão universitária, a partir da experiência do *website* Espaço do Produtor, criado pela Coordenadoria de Educação Aberta e a distância (Cead) da Universidade Federal de Viçosa (UFV). O site pretende atender a agricultores familiares e produtores rurais de pequena produção, bem como seus familiares, socializando o conhecimento gerado na UFV. Por meio de um estudo de usuário, a pesquisa utilizou uma triangulação metodológica ou multimétodo para a obtenção de dados: estatísticas de acesso (*Google Analytics*), análise qualitativa dos e-mails enviados ao site e o *survey* (questionário) eletrônico. Dessa forma, foi possível diagnosticar e analisar os usos e as demandas de informação dos usuários do site Espaço do Produtor, visando contribuir para a discussão e desenvolvimento das atividades de extensão universitária na UFV. O trabalho comprovou que os usuários têm uma grande carência de cursos de extensão - a maioria nunca participou de uma dessas atividades. Por outro lado, eles revelaram uma grande aceitação pelo conteúdo disponibilizado, especialmente pelos cursos de extensão de curta duração *on-line* e pelos artigos, que os utilizam para abertura de negócios caseiros ou futuros empreendimentos na área da agropecuária, mas principalmente para a melhoria de qualidade de vida. Constatou também que o público usuário tem consciência do *site* como potencial instrumento de extensão universitária, solicitando solução de diversas demandas e dúvidas nessa área. Além disso, a maioria dos usuários acredita na eficiência das técnicas de educação a distância utilizadas nos cursos *on-line*. A dissertação ainda sugere algumas medidas para aprimorar o Espaço do Produtor e outros *sites* que venham a ser criados na área da extensão universitária.

ABSTRACT

MOTA, João Batista, D.Sc., Universidade Federal de Viçosa, June, 2012. The **web as instrument for university's communication and extension: An user study of the website *Espaço do Produtor***. Adviser: José Benedito Pinho. Co-adviser: Carlos Frederico de Brito D'Andréa.

This dissertation discusses the main concepts of university extension, distance learning and the Internet to show the feasibility of the web as an instrument of university extension, from the experience of the website '*Espaço do Produtor*' (Farmer's space), created by the Coordination of Open and Distance Learning (Cead) from the *Universidade Federal de Viçosa* (UFV), Brazil. The site intends to target on familiar rural producers and small-scale farmers and their families, promoting dissemination of the knowledge generated at UFV. Through a user study, the research used a methodological triangulation of data sources: statistics' access (Google Analytics), qualitative analysis of e-mails sent to the website and electronic survey (questionnaire). Thus, it was possible to diagnose and analyze the usages and demands for information from users who visit the site '*Espaço do Produtor*' in order to contribute to the discussion and development of university extension activities at UFV. The study found that users have a great lack of extension courses - most have never attended one of these activities. Second, they revealed a wide acceptance of the website's available content, especially the extension courses and the online articles sections; which are most used to guide the openness of a home-based business or future developments in the area of agriculture, but also mainly to improve the quality life. There has been also found that the users are aware of the potential of the website as an instrument for university extension, demanding for replies about questions and demands related to it. In addition, most users believe in the efficiency of techniques used in distance learning courses online. The work also suggests some measures to improve the '*Espaço do Produtor*' and other websites that may be created in the future aimed at university extension.

1. INTRODUÇÃO

Pode se dizer que existe um mundo antes e outro depois da Internet - um conglomerado de redes que começou a ser desenvolvido na década de 1950 para fins militares, mas que hoje abrange diversos outros setores. Em função desse advento, somente nas duas últimas décadas do século XX, o mundo passou por uma revolução tecnológica que transformou as relações comerciais, industriais, de produção, consumo e, principalmente, de comunicação.

Independentemente de suas desvantagens, essa mudança tecnológica, especialmente com a consolidação da internet e o avanço da *world wide web* (*www*), permitiu novas formas de democratização da informação e do conhecimento. Experimentou-se novas possibilidades de comunicação, na qual, por exemplo, o leitor deixou de ser mero espectador e passou a ser também o autor de notícias, num processo dinâmico e interativo, proporcionado pelas redes sociais e *blogs*, por exemplo, e novos dispositivos de comunicação (celulares, *tablets*, etc.). O mais importante, porém, é que essa nova tecnologia difere totalmente das invenções dos séculos anteriores, mas mantém certo aspecto na sua relação com a sociedade:

Nós sabemos que a tecnologia não determina a sociedade: é a sociedade. A sociedade é que dá forma à tecnologia de acordo com as necessidades, valores e interesses das pessoas que utilizam as tecnologias. Além disso, as tecnologias de comunicação e informação são particularmente sensíveis aos efeitos dos usos sociais da própria tecnologia. A história da Internet fornece-nos amplas evidências de que os utilizadores, particularmente os primeiros milhares, foram, em grande medida, os produtores dessa tecnologia (CASTELLS, 2005, p. 17).

Os dados em relação à internet são, no mínimo, surpreendentes. A 7ª *pesquisa TIC Empresas 2011*, realizada pelo Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação (Cetic.br)¹ e divulgada em maio de 2012, mostra que praticamente todas as empresas com 10 ou mais

¹ Criado em 2005, o Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação (CETIC.br) é o departamento do NIC.br responsável pela coordenação e publicação de pesquisas sobre a disponibilidade e uso da Internet no Brasil. Esses estudos são referência para a elaboração de políticas públicas que garantam o acesso da população às Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs), assim como para monitorar e avaliar o impacto socioeconômico dessas tecnologias.

funcionários no Brasil possuem computadores (99%) e acesso à internet (98%). Ainda segundo a pesquisa, as três atividades mais realizadas com a internet pelos funcionários dessas empresas são: "enviar e receber *e-mails*" (99%), "buscar informações sobre produtos ou serviços" (92%) e "outras buscas de informação e atividades de pesquisa" (84%) (CETIC.BR, 2012).

Recente estudo da Fundação Getúlio Vargas (FGV) apresenta informações sobre a evolução desse desempenho. O trabalho revela que, em 10 anos, a taxa dos brasileiros que dispunham de acesso domiciliar a computador e à internet saltou de 10,2% para 39,12%. Especificamente em termos de conexão à rede, o percentual está em 31,14%. Apesar desse crescimento, o Brasil ainda é o 63º entre os 154 países pesquisados pela FGV, uma vez que a média mundial é de 33,49% (NERI, 2012).

O recente crescimento da rede de computadores no país foi ainda mais rápido: há dois anos, os brasileiros com acesso à internet eram 27 milhões; hoje já somam 70 milhões (BRASIL, 2012). De acordo com o Ministério das Comunicações, o desempenho se deve ao Programa Nacional de Banda Larga (PNBL), criado em 2010, que tem por metas a massificação da internet e o desenvolvimento de políticas para incentivar a produção de tecnologia, a modernização da infraestrutura e medidas regulatórias para o setor.

A expansão da rede pública nacional, administrada pela Telebras, é uma das ações prioritárias do PNBL e permite a venda de capacidade de conexão a pequenos provedores. Essa comercialização garante a conexão de municípios localizados em regiões menos atrativas economicamente. Atualmente, a rede pública nacional está em 697 cidades e, até 2014, deve atender a 4.283 municípios. As demais localidades, situadas em regiões remotas e de difícil acesso, serão conectadas por meio de satélites. Está previsto o lançamento, até 2014, de um satélite geoestacionário para atender demandas de banda larga e defesa nacional, um projeto que será coordenado pela Telebras. O satélite viabilizará o atendimento de 1.282 cidades (BRASIL, 2012).

Diante desses números, hoje, nota-se que é improvável a uma instituição pública ou privada não estar visível e atuante na *web*, até mesmo como estratégia de sobrevivência. Mas principalmente ela não pode deixar de explorar as inúmeras formas de relacionamento com diferentes objetivos e públicos em todo o mundo. A internet permite realizar contatos e trabalhos a distância que, anteriormente, só eram possíveis presencialmente, como buscas

de determinado produto ou serviço, *marketing*, divulgação, educação, conferências de trabalho etc.

Vasconcellos e Guedes (2007) chamam a atenção ainda para a velocidade com que cresceu não só o número de usuários e de dispositivos conectados, como também o desenvolvimento de novas tecnologias baseadas na colaboração de usuários. Dentre as suas aplicações, destaca-se que:

O uso da Internet como meio de aprendizado e pesquisa acadêmica consolidou-se como uma das principais atividades dos usuários em geral e brasileiros em específico, perdendo em volume de acessos somente para as atividades de busca de informações, serviços *on-line* e informações sobre bens e serviços. Segundo os dados do Comitê Gestor da Internet (www.cgi.br), havia cerca de 43 milhões de usuários de Internet no Brasil (2006) e aproximadamente 1 milhão de domínios registrados com a extensão .br. O mesmo Comitê Gestor indicava que, em 2006, cerca de 14,5% dos domicílios brasileiros e 96,3% das empresas constituídas no país possuíam acesso à Internet (VASCONCELLOS; GUEDES, 2007, p.1).

Dentre essas muitas utilizações, a internet tem estado muito associada ao ensino, não só na sua modalidade formal, mas também na forma de capacitação profissional. Isso, porém, não é novidade. Segundo Belloni (2002), a pedagogia e a tecnologia (entendidas como processos sociais) sempre estiveram juntas:

O processo de socialização das novas gerações inclui necessária e logicamente a preparação dos jovens indivíduos para o uso dos meios técnicos disponíveis na sociedade, seja o arado seja o computador. O que diferencia uma sociedade de outra e diferentes momentos históricos são as finalidades, as formas e as instituições sociais envolvidas nessa preparação, que a sociologia chama "processo de socialização" (BELLONI, 2002, p. 118).

Certo é que a realidade vem mudando na educação, principalmente na academia. Até meados da década de 1990, a maioria das universidades brasileiras não contava com um setor para cuidar do desenvolvimento de projetos na área da educação a distância (EaD). Hoje, praticamente todas têm um órgão estruturado para atuar nessa área – a Coordenadoria de Educação Aberta e a Distância (Cead) da Universidade Federal de Viçosa (UFV) foi criada em 2001.

No *Relatório analítico da aprendizagem a distância no Brasil*, a Associação Brasileira de Educação a Distância (Abed) estimou, em 2008, o crescimento da EaD entre 90% e 100% em relação ao ano anterior. De acordo com o relatório, o Ministério da Educação (MEC), com base numa supervisão

realizada no primeiro semestre de 2009, divulgou que havia 760.599 alunos de graduação a distância em 2008 e 145 instituições de ensino superior (IES) (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA, 2010, p. 5). Dados do Censo da Educação Superior de 2010, por sua vez, revelaram uma nova faceta para a EaD: essa modalidade de ensino já respondia por 14,6% das matrículas de graduação no ensino superior do país.

Na verdade, essa é uma tendência mundial na área do ensino. Reportagem do jornalista do New York Times David Brook informa que instituições americanas de ensino, como a Harvard e o Massachusetts Institute of Technology, vão investir US\$ 60 milhões para oferecer cursos *on-line*, enquanto universidades como Yale e Carnegie Mellon pretendem seguir o mesmo caminho. O jornalista prevê:

O que aconteceu com o setor de jornais e revistas está prestes a acontecer com o ensino superior: uma migração acelerada para a internet. A educação a distância ajuda os alunos principalmente na primeira etapa. Como Richard A. De Millo da Georgia Tech argumentou, ela transforma a transmissão de conhecimento num bem que é barato e disponível mundialmente. Mas também obriga a faculdade a se concentrar no resto do processo de aprendizagem, que é onde está o valor real. Num mundo *on-line*, as faculdades precisam pensar bastante em como irão pegar a comunicação, que acontece pela internet, e transformá-la em aprendizagem, que é um processo social e emocional complexo (BROOK, 2012).

Já não é mais hora, portanto, de se acreditar – como ainda querem alguns – que a sociedade em rede seja o futuro ou o próximo estágio do progresso humano.

[A sociedade em rede] É a nossa sociedade, em diferentes graus, e com diferentes formas dependendo dos países e das culturas. Qualquer política, estratégia, projecto humano, tem que partir desta base. Não é o nosso destino, mas o nosso ponto de partida para qualquer que seja o «nosso» caminho, seja o céu, o inferno ou, apenas, uma casa remodelada (CASTELLS, 2005, p. 26).

Diante disso, torna-se indispensável que as universidades, por seu carácter inovador, atuem firmemente em todas as frentes que a *web* possibilita, da informação/divulgação à educação a distância, bem como à socialização do conhecimento gerado nessas instituições. Isso porque tal atuação também pode representar ganhos de diversas naturezas. Dentre eles, visibilidade para a Universidade, barateamento de custos (apesar de exigir investimentos em equipe capacitada para a sua produção, há uma boa relação custo-benefício do

trabalho, devido ao fato de ele poder ser utilizado várias vezes, por inúmeras pessoas em diversos locais), ampliação do alcance geográfico e até mesmo na facilidade de compreensão – reforçada pelas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs).

Nas universidades brasileiras, a extensão universitária pode encontrar na *web* uma importante aliada para a sua realização e, conseqüente, crescimento, contribuindo para a superação das dificuldades impostas muitas vezes por sua execução presencial. Essa forma de prática extensionista informal vem sendo testada, desde 2008, pelo site Espaço do Produtor da UFV (<https://www2.cead.ufv.br/espacoProdutor>), objeto de estudo desta pesquisa, que disponibiliza conhecimento, informação e serviços aos agricultores familiares e produtores rurais de pequena produção. Além dos vários serviços oferecidos, seu principal destaque está nos cursos de curta duração *on-line*, ainda pouco explorados pelas universidades brasileiras.

Dentre os fatores que avalizam o Espaço do Produtor como promissor instrumento de socialização do conhecimento está o seu potencial de público. Isso porque, com apenas três anos de existência e sem uma campanha efetiva de divulgação permanente e sistemática, em outubro de 2011, contava com 10.300 usuários cadastrados, ou seja, pessoas que fizeram, pelo menos, um de seus 12 cursos de extensão de curta duração *on-line* e periodicamente o consultam.

Em função desses números, dentre outras questões, tornava-se necessária uma análise do *site* - ainda não realizada por ser uma experiência relativamente recente - sobre sua efetiva vocação extensionista. Havia necessidade de se conferir determinados aspectos relacionados à sua eficiência na democratização do conhecimento e de seu relacionamento com o público. Com base nessas informações, seria possível conhecer mais a experiência do Espaço do Produtor, de forma a que ele, como potencial instrumento de extensão, pudesse ser aperfeiçoado, ampliado e/ou socializado com outros órgãos ou departamentos da Universidade, de acordo com o público a ser alcançado.

Este foi o ponto inicial do presente trabalho, ou seja: buscar conhecer tais aspectos, analisando o uso e as necessidades, acertos e falhas do *site*, segundo o seu público. Após uma revisão literária sobre o tema, foi escolhido o

modelo do “estudo de usuário” para o desenvolvimento desta dissertação. Trata-se de uma técnica utilizada desde a década de 1940, que foi atualizada ao longo dos anos por vários autores, definida desta forma:

Estudo de usuários é uma investigação que objetiva identificar e caracterizar os interesses, as necessidades e os hábitos de uso de informação dos usuários reais e/ou potenciais de um sistema de informação [um site, por exemplo] (DIAS; PIRES, 2004, p.10).

Para fundamentar teoricamente a presente pesquisa, procurou-se levantar e refletir sobre os principais conceitos que envolvem a EaD e a extensão universitária – áreas que ainda carecem de ampla bibliografia. Tais conceitos foram contextualizados a partir de outros relacionados à *web* e da observação e descrição do próprio *site* Espaço do Produtor.

Na parte de coleta de dados, com o objetivo de enriquecer a análise, adotou-se a triangulação metodológica ou multimétodos. Assim, foram utilizadas as seguintes formas de apuração de dados: 1) estatísticas de acesso Google Analytics (técnica de acompanhamento e avaliação praticamente *on-line*, que apura informações de todos os computadores que visitam determinado *site*); 2) análise qualitativa das mensagens e comentários enviados, espontaneamente, ao administrador do Espaço do Produtor, que proporciona uma antologia de opiniões; e 3) *survey* (questionário) eletrônico aplicado aos usuários cadastrados, com questões mais específicas decorrentes da realização da revisão literária, referencial teórico e de estudo do *site*. O resultado dessas análises será apresentado ao longo do trabalho.

1.1. Apresentação e contextualização do problema de pesquisa

A extensão universitária é a forma de as instituições públicas de ensino superior socializarem, efetiva e concretamente, o conhecimento gerado com o financiamento da sociedade. A atividade, oficializada desde 1968 pela lei n.º 5.540/68, está contemplada na Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (Lei n.º 9.394, de 20 de dezembro de 1996), que, em seu artigo 43, prevê que a educação superior, entre outras, tem por finalidade: “promover a extensão, aberta à participação da população, visando à difusão das conquistas e

benefícios resultantes da criação cultural e da pesquisa científica e tecnológica geradas na instituição” (BRASIL, 2009). Mas a prática é mais antiga:

Os primeiros registros oficiais sobre Extensão Universitária aparecem no Estatuto da Universidade Brasileira/ Decreto-Lei no 19.851, de 1931 e na Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional no 4.024, de 1961, centrados na modalidade de transmissão de conhecimentos e assistência. A Reforma Universitária de 1968, Lei 5.540, tornou a Extensão obrigatória em todos os estabelecimentos de ensino superior e nas universidades, como cursos e serviços especiais estendidos à comunidade [grifo nosso] (CORREA, 2007, p. 11).

Apesar disso, a prática da extensão universitária continua aquém das atividades desenvolvidas pelas universidades brasileiras, desequilibrando o tão citado “indissociável tripé ensino-pesquisa-extensão”. Por ser previsto também nas políticas de extensão aprovadas pela maioria das instituições públicas de ensino superior (Ipes), era de se esperar que isso ocorresse de forma equânime. Mas a realidade tem sido outra.

Há variados motivos para a pouca realização de atividades nas universidades brasileiras, dependendo, dentre outros fatores, do porte, da localização e da longevidade da instituição. As causas já começam com o pouco estímulo acadêmico: as atividades de extensão têm uma pontuação menor do que as de pesquisa na carreira do docente. Além disso, realizar projetos de pesquisa proporciona mais *status* e visibilidade ao professor do que praticar a extensão universitária.

Há também problemas de diversas origens. Maria das Graças Martins da Silva e Paulo Speller (*apud* TORRES, 2003), por exemplo, levantaram as principais dificuldades para a realização da extensão universitária entre os professores da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT). Segundo eles, os principais problemas seriam: falta de uma política institucional de extensão, limitação de recursos financeiros, desvinculação entre a extensão, o ensino e a pesquisa, e a não inserção da extensão no currículo.

Por sua vez, o Fórum de Pró-reitores de Extensão das Universidades Públicas Brasileiras (FORPROEX), em 2007, publicou o documento *Institucionalização da extensão nas universidades públicas brasileiras - estudo comparativo 1993/2004*, analisando as mudanças ocorridas na atividade extensionista entre as instituições públicas de ensino superior nas duas décadas bastante distintas. A partir da comparação dos dados das duas

épocas, de maneira geral, os autores do estudo afirmaram que a situação em 2004 estava melhor do que em 1993:

É notório, hoje, que a atividade extensionista nas Ipes é mais convicta de sua função articuladora do ensino e da pesquisa, resultante de um longo período de acúmulo de conhecimentos advindos de uma prática coletiva de pensar e refletir, proporcionada fundamentalmente pelo FORPROEX. Há uma consolidação institucional da extensão e o avanço inequívoco da indissociabilidade entre as práticas acadêmicas da extensão ao ensino e à pesquisa, em uma posição muito distinta de 1993, quando essa articulação apenas foi citada (CORREA, 2007, p. 34).

A pesquisa do FORPROEX levantou também, dentre outras questões, quais eram as dificuldades para o desenvolvimento da extensão Universitária. Em 1993 a maioria (67,7%) das universidades pesquisadas lutava principalmente contra a falta de recursos financeiros para a sua execução (Tabela 1).

Tabela 1 - Dificuldades para o exercício da extensão universitária indicadas pelas instituições públicas de educação superior - 1993

Dificuldade	Percentual (%)
a	
Limitação de recursos financeiros	67,7
Desvinculação com a estrutura curricular	6,4
Limitação de pessoal especializado	6,4
Indisponibilidade de docentes	6,4
Desinteresse da comunidade interna	1,6
Baixa prioridade na IES	1,6
Outras	1,6
Não indicado	9,7

Fonte: Correa, 2007 - *Perfil da Extensão Universitária no Brasil (1995)*.

Em 2004, porém, esse problema havia sido superado. Nesse ano, a principal preocupação das Instituições públicas de ensino superior passara a ser a insuficiência de recursos em infraestrutura para o atendimento às demandas da extensão. Dentre eles: veículos, salas e equipamentos para informática (Tabela 2).

Tabela 2 - Insuficiência de recursos infraestruturais para o desenvolvimento das ações da extensão nas instituições públicas de educação superior – 2004

Recursos	Insuficiência (%)
a	
Salas	61,4
Veículos	78,6
Equipamentos de informática	62,9
Linhas de telefone	27,2

Fonte: Correa (2007) - *Diagnóstico da Extensão Universitária no Brasil* (2005).

Outra questão preocupante, que se acentuou na virada da década de 1990 para a de 2000, segundo o documento do FORPROEX, foi a carência de recursos humanos para o desenvolvimento das atividades de extensão. De acordo com a pesquisa realizada pelo Fórum dos Pró-reitores, em 2004, para a realização dessas atividades, as Instituições públicas de ensino superior sofriam com a falta de professores e de técnicos dos níveis superior e médio (Tabela 3).

Tabela 3 - Recursos humanos para gestão das ações de extensão nas pró-reitorias de extensão das instituições públicas de educação superior – 2004

Recursos humanos	Suficiente (%)	Insuficiente (%)
a		
Professores	44,3	54,3
Técnicos de nível superior	37,1	61,4
Técnicos de nível médio	31,4	65,7
Cargos comissionados	27,1	67,1

Fonte: Correa (2007) - *Diagnóstico da Extensão Universitária no Brasil* (2005).

Na Universidade Federal de Viçosa, a realidade não é diferente. Desde a sua criação, com a denominação de Escola Superior de Agricultura e Veterinária (ESAV), em agosto de 1926, essas atividades estão presentes:

“Inspirada nos *Land Grand Colleges* norte-americanos, o ‘aprender fazendo’ orientava a ideia de uma formação científico-prática, uma inovação para a educação dos anos 1920 em Minas Gerais” (Resolução CEPE n.º 7/2007). É também da UFV a promoção anual, em Viçosa (MG), da Semana do Fazendeiro, o mais antigo evento de extensão rural do país, realizado desde 1929.

Mas, mesmo com esta tradição, a Universidade Federal de Viçosa reflete o que ocorre nas demais instituições de ensino superior no que se refere às atividades extensionistas – independentemente de ter bons e perenes projetos e programas nesta área. Para se ter uma ideia, dos 6.510 projetos registrados na UFV no período de 2006 a 2010, 5.837 eram de pesquisa e 673 de extensão² (UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA, 2011). A discrepância de números vem se mantendo constante nos cinco anos pesquisados (veja a evolução na Tabela 4).

Tabela 4 - Projetos de Pesquisa e Extensão registrados* na UFV (2006/2010)

Ano	Pesquisa	Extensão	Total
-			
2006	1.264	115	1.379
2007	1.311	120	1.431
2008	1.063	118	1.181
2009	1.282	104	1.386
2010	917	216	1.1
Total	5.837	673	6.510

Fonte: UFV (2011) - Relatório de Atividades da Pró-Reitoria de Planejamento e Orçamento.

* Optou-se por desconsiderar as variações de “**projetos em andamento**” e “**projetos concluídos**” por não haver equivalente nos quadros da área da extensão e por dificultarem a boa compreensão dessa quantidade.

De acordo com a Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação³, no período de 2006-2010, dentre aqueles que mais registraram projetos, o Centro

² Projeto de extensão é uma ação processual e contínua de caráter educativo, social, cultural, científico ou tecnológico, com objetivo específico e prazo determinado. Pode estar vinculado a um programa (forma preferencial – o projeto faz parte de uma nucleação de ações) ou não-vinculado a programa (projeto isolado) (CORREA, 2007, p. 35-36).

³ Informações fornecidas, no dia 16/01/2012, via *e-mail*, pela secretária da Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação, Caroline Mendes Pessoa, a partir de questionário enviado pelo pesquisador. Embora tenha recebido o mesmo questionário, a Pró-Reitoria de Extensão e Cultura não o respondeu.

de Ciências Agrárias deteve o maior percentual (33% do total), seguido dos centros de Ciências Exatas (24%), Ciências Biológicas e da Saúde (23%) e de Ciências Humanas, Letras e Artes (18%). Sobre o motivo desse desempenho, a Pró-Reitoria aponta o fato de o Centro de Ciências Agrárias ter “os mais antigos e consolidados programas de pós-graduação da UFV”. Em relação ao fato de o número de projetos de pesquisa ser maior que os de extensão, foram apontadas duas causas:

- a) Existem mais órgãos de fomento para atividades de pesquisa do que para atividades de extensão.
- b) Também há uma maior cultura quanto ao registro de projetos de pesquisa do que dos de extensão (UFV, 2012).

Diante das dificuldades apresentadas pelo FORPROEX e pela UFV, uma forma de encaminhamento para possíveis soluções seria via *web*. E o Espaço do Produtor representaria a possibilidade de se comprovar a viabilidade disso. Por meio dele, desde julho de 2008, em uma iniciativa interdepartamental e multidisciplinar, a Coordenadoria de Educação Aberta e a distância (Cead) da UFV vem procurando socializar o conhecimento gerado pela Universidade, oferecendo serviços: cursos de extensão *on-line*, artigos, etc.

Nesse sentido, o Espaço do Produtor pode se configurar também como um veículo de divulgação científica da UFV, conforme Alvim (2003), cumprindo importante papel nessa área, pois:

(...) permite a ligação entre a geração e o uso do conhecimento. A importância da comunicação na ciência está em fornecer a todos os atores envolvidos na geração do conhecimento científico a oportunidade de colocar à prova as ideias e experiências geradas, com as verificações e validações que se fazem necessárias, e inserindo todo esse esforço na grande cadeia do ciclo do conhecimento (ALVIM, 2003, p. 61).

Mas, para que ocorra efetivamente o entendimento e a consolidação da extensão com essas tecnologias, é necessário que se amadureça uma série de respostas para o principal problema que envolve esta pesquisa: se a *web* pode, de fato, se configurar em uma plataforma de extensão universitária eficiente e coerente com os conceitos que envolvem essa atividade, um site como o Espaço do Produtor conta com as condições necessárias de responder às demandas que envolvem a prática extensionista exigidas pelos usuários e representa um caminho nesta área?

Foi em busca desta resposta, portanto, que se encaminhou o presente estudo, justificado pelo fato de haver muitas hipóteses sobre o assunto, mas quase nenhuma argumentação sistematizada por um estudo mais completo, principalmente na UFV, o que ocorre até mesmo em função de ser um tema relativamente novo.

1.2. Justificativa

Há necessidade de se conhecer melhor os usuários do site Espaço do Produtor. Isso porque, de acordo com a Cead, os dados do cadastro ainda são pouco precisos. Primeiramente, tem de se conhecer os públicos e se eles se identificam com os serviços oferecidos. Ou seja: conhecer os usos e demandas das informações do Espaço do Produtor por parte dos usuários, bem como suas opiniões sobre esses serviços.

Independentemente do resultado, o Espaço do Produtor pode servir de modelo para a criação de novos *sites* e opções como reforço à prática da extensão universitária da UFV. Tal proposta se confirma na medida em que os serviços, apesar de exigirem pessoal capacitado, têm um único custo de produção – especialmente os cursos de extensão *on-line* – e podem ser utilizados inúmeras vezes por diversos públicos em locais e horários variados, sem gastos adicionais.

Afinal, a universidade tem três importantes compromissos na construção da sociedade moderna: “com o passado, preservando a memória; com o presente, gerando novos conhecimentos e formando novos profissionais; e com o futuro, funcionando como vanguarda” (KUNSCH, 1992, p. 23). Nesse sentido, é de extrema importância que a UFV lance mão das novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) para disponibilizar à sociedade o conhecimento que produz.

Com pouco mais de três anos de existência – portanto, relativamente recente –, o *site* contava, segundo dados da Cead, em 2011, com 10.300 usuários cadastrados, ou seja, pessoas que participaram de, pelo menos, um dos 12 cursos *on-line* atualmente oferecidos, e que, periodicamente, voltam ao *site* para conferir ou consultar determinado assunto ou seção de seu interesse.

Além dos 10.300 usuários cadastrados até outubro de 2011, o fato de não se ter computadores ou conexão à internet não impede a socialização do conhecimento proporcionado pelo site Espaço do Produtor. É o que demonstra o *e-mail* enviado por um usuário, no dia 28 de setembro de 2008, em resposta à mensagem automática de confirmação do seu cadastramento no Espaço do Produtor:

Maravilhosa é a atitude de vocês... estão de parabéns!!! Adorei o site e já estou matriculado no curso de "GPS na agricultura". O material é bom, tem uma didática ótima, não é cansativo, incentiva a gente. Faço parte de uma associação de pequenos produtores rurais de Aiuruoca – Sul de Minas. Estamos começando, engatinhando. Quero dizer que tudo que aprender neste site irei repassar para meus colegas na roça. Precisamos levar informação para essa gente, tão sofrida, que está deixando, abandonando a roça, para ir morar na cidade; muitas vezes passar até fome lá [grifo nosso]. Conto com vocês e podem contar comigo.

Vale ressaltar que meu interesse neste tema não se prende apenas ao fato de ser pesquisador do assunto. Sou um dos criadores do site em questão e, atualmente (desde 2009), seu coordenador de conteúdo. Embora acredite que o Espaço do Produtor seja uma ideia potencialmente rica de acertos e de possibilidades, sei que hoje existem deficiências que poderão ser sanadas por meio dos resultados da presente pesquisa, bem como com das sugestões dos usuários, aprimorando o *site* em questão. Dessa forma, a pesquisa poderá contribuir também para o incremento da atividade extensionista na UFV.

1.3. Objetivo geral

Diagnosticar e analisar os usos e as demandas de informação dos usuários do site Espaço do Produtor, visando discutir a sua adequação ao público cadastrado, bem como avaliar a sua eficiência ou não como instrumento de extensão universitária para a UFV.

1.4. Objetivos específicos

- Conhecer o perfil do público que utiliza as informações e os serviços oferecidos pelo site;

- Identificar o tipo de uso e a avaliação do público sobre as informações disponibilizadas, especificamente dos cursos de curta duração *on-line*;
- Levantar demandas e, ou, necessidades do público com relação a novas seções e, ou, ferramentas;
- Saber se o usuário tem a percepção do Espaço do Produtor como instrumento de extensão universitária;
- Comprovar se os cursos de extensão *on-line* são eficientes na socialização do conhecimento gerado na UFV.

2. OBJETO DE ESTUDO

O Espaço do Produtor (<https://www2.cead.ufv.br/espacoProdutor>) foi desenvolvido pela Coordenadoria de Educação Aberta e a Distância (Cead) da Universidade Federal de Viçosa (UFV), a partir de discussões com professores, pesquisadores, extensionistas e membros da administração da instituição.

A iniciativa faz parte da política de criação de *sites* para públicos segmentados sem acesso ao conhecimento gerado pela UFV. Dentre eles, (portadores de necessidades especiais, idosos, estudantes de ensino fundamental e médio), o segmento escolhido foi o de pequenos agricultores, em função, inclusive, da tradição de excelência da Universidade na área das Ciências Agrárias.

O Espaço do Produtor foi criado como mais uma forma de a Universidade Federal de Viçosa oferecer retorno à sociedade que a mantém. O *site*, segundo o seu “Quem somos”, procura disponibilizar o conhecimento gerado na UFV ao agricultor familiar, produtores rurais de pequena produção e seus familiares, contribuindo para o aumento de renda e melhoria da qualidade de vida, sob o enfoque da sustentabilidade e da cidadania⁴.

A programação visual do *site* (Figura 1) é trabalhada em tons de marrom, verde e vermelho, em referência à terra e à vegetação. Já a logomarca apresenta, de forma estilizada, uma montanha cultivada dentro de um círculo, nas cores marrom, verde e azul, ao lado do nome.

Acima da logomarca, estão devidamente identificadas a UFV, a Cead e a Pró-Reitoria de Extensão e Cultura, que apoia a iniciativa, com os respectivos *links* para os *sites*. A filosofia do *design* está centrada no público, ainda que não tenham sido realizados testes com usuários anteriores ao lançamento, mas apenas de maneira informal com funcionários da própria Cead.

⁴ Para a sua criação, o Espaço do Produtor teve a coordenação geral de Frederico José Vieira Passos; a coordenação de conteúdo e redação de João Batista Mota e Léa Medeiros; *webdesign* de André Pacheco e Eduardo Lara Rabelo; Coordenação de desenvolvimento de Roberto Turbay de Mello; desenvolvimento de Leandro Costa Santos e Tiago da Costa Norberto, e edição de áudio e vídeo de Márcio Veríssimo.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA | COORDENADORIA DE EDUCAÇÃO ABERTA E A DISTÂNCIA | PRO-REITORIA DE EXTENSÃO E CULTURA

ESPAÇO DO PRODUTOR

INÍCIO | **NOTÍCIAS** | **ARTIGOS** | **CURSOS** | **QUEM SOMOS**
DICAS | **CAUSOS** | **RECEITAS** | **EVENTOS** | **CLASSIFICADOS**

ÚLTIMAS NOTÍCIAS

INVENÇÃO CENTENÁRIA BOMBEIA ÁGUA COM ECONOMIA NA PROPRIEDADE RURAL
 Postada em 08/06/2012



Bombear água para locais elevados sem usar energia elétrica ou combustível fóssil, com baixo custo e sem impacto ambiental parece impossível, mas não é.

CRÉDITO FUNDIÁRIO INCENTIVA TRABALHO DA JUVENTUDE NO CAMPO
 Postada em 08/06/2012

PROFESSOR REFLORESTA SOZINHO PARTE DA MATA ATLÂNTICA NO RIO DE JANEIRO
 Postada em 08/06/2012

CONVÊNIO VAI BENEFICIAR E INCENTIVAR AGROINDÚSTRIAS MINEIRAS
 Postada em 08/06/2012

ECONOMIA VERDE PODE GERAR ATÉ 60 MILHÕES DE NOVOS EMPREGOS EM 20 ANOS
 Postada em 08/06/2012

AGRICULTORES FAMILIARES EXIBEM SEU POTENCIAL NA AGRO CENTRO-DESTE 2012
 Postada em 08/06/2012

Usuário: Senha:
ENTRAR
[CADASTRAR](#) | Esqueceu sua Senha?

Classificados

CURSOS ON-LINE GRATUITOS

COMO EXPLORAR O AÇAI DA JUÇARA
 Aprenda a coletar e processar o açaí da palmeira juçara (Euterpe edulis Martius), tão bom quanto o do Norte do país.

ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA NA FAMÍLIA
 Técnicas e dicas para equilibrar ou controlar o orçamento familiar e fazer o seu salário render mais.

PRODUÇÃO DE SABÃO ECOLÓGICO
 O curso ensina a fazer sabão a partir de óleo de cozinha usado e de plantas medicinais, sem grandes equipamentos.

RECEITAS

SOJA TROPEIRA
 Categoria: Prato principal
 Rendimento: Não Definido

BOLO EMBRULHADO
 Categoria: Tortas e bolos
 Rendimento: Não Definido

PUDIM DE MARIA MOLE
 Categoria: Tortas e bolos
 Rendimento: Não Definido

EVENTOS

CURSO DE CAPACITAÇÃO E QUALIFICAÇÃO DE CLASSIFICADORES DE FEIJÃO
 21/06/2012 | Centreinar - Campus da UFV Viçosa (MG)

IV SIMBRAS - SIMPÓSIO BRASILEIRO DE AGROPECUÁRIA SUSTENTÁVEL / I CONGRESSO INTERNACIONAL DE AGROPECUÁRIA SUSTENTÁVEL
 01/08/2012 | Porto Alegre (RS)

7º ENCONTRO INTERMUNICIPAL SOBRE PLANTAS MEDICINAIS E QUALIDADE DE VIDA
 07/07/2012 | Muriaé (MG)

ARTIGOS >> mais

PLANO ABC: CRESCIMENTO EM MINAS
 Postado em 21/03/2012

Analista aborda o crescimento do Plano Setorial de Mitigação e de Adaptação às Mudanças Climáticas (Plano ABC) em Minas, desenvolvido pelo governo para aliar a produção de alimentos e de bioenergia à redução das emissões dos gases de efeito estufa provenientes das atividades agropecuárias....

- 13/12/2011 **SÊMEN FRESCO, RESFRIADO OU CONGELADO: EXISTE DIFERENÇA ENTRE ELES?**
- 18/11/2011 **EVOLUÇÃO E PERSPECTIVAS DO PREÇO DE CAFÉ**
- 17/12/2010 **EPIDEMIAS SEVERAS DA FERRUGEM POLISORA DO MILHO NA REGIÃO SUL DO BRASIL NA SAFRA 2009/2010**
- 01/10/2010 **POR MEIO DO CONTROLE DO CICLO REPRODUTIVO, É POSSÍVEL PLANEJAR A CRUZA E IDENTIFICAR PROBLEMAS NA CADELA**

>> mais

causos

Fale Conosco

Indique para alguém

COTAÇÕES
 saiba os preços dos principais produtos agrícolas nacionais

PREVISÃO DO TEMPO
 Veja a previsão do tempo para a sua região fornecida pelo MCT

DIGITE A PALAVRA-CHAVE **BUSCAR**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA

cead

BANCO DO BRASIL
 É PARCEIRO DA CEAD

livraria UFV
 Em parceria com o produtor

©2008-2011 Espaço do Produtor | Termos de Uso & Política de Privacidade | Indique para Alguém | Fale Conosco

Figura 1 - Página inicial do Espaço do Produtor.

As seções (páginas) do Espaço do Produtor estão representadas na página inicial, sendo que as principais (Notícias, Artigos, Cursos, Receitas e Eventos) dispõem ainda de chamadas das últimas atualizações de conteúdo. Abaixo de cada chamada, há um botão “*mais*”, que possibilita conhecer as opções anteriores. Na parte superior e horizontal da página inicial, há um *menu* com todas as opções de páginas, que permanece presente em todas as outras seções que o usuário venha a acessar.

Observa-se que todas as categorias de seções são definidas pelo seu próprio nome e devidamente agrupadas. Não se utilizam abreviações para não confundir o usuário em sua primeira navegação. Não há comportamentos de navegação inesperados (*links* que levem a páginas em branco, por exemplo), nem erros ortográficos em mensagens de aviso ao usuário ou de opções de navegação. Citando B.J. Fogg, Kalbach (2009) afirma que essas questões poderiam desacreditar um *site*.

Em sua elaboração, percebe-se que houve a preocupação de que o usuário não se perdesse ao navegar pelo site, com a devida identificação de cada página e, ou, seção. Além disso, utiliza-se também o mecanismo do *breadcrumb trail* (em português, *trilha da migalha de pão*, em referência ao conto de fadas de *João e Maria*). Esse elemento (Figura 2) mostra o caminho percorrido pelo usuário até chegar àquela página onde está. Suas duas funções básicas são: “possibilitar saltos entre diferentes níveis de informação, diminuindo etapas e agilizando o acesso ao conteúdo”, e “localizar o usuário dentro da arquitetura do *site*” (MEMÓRIA, 2006, p. 99). No caso do Espaço do Produtor, são utilizados os “*breadcrumbs de caminho*”, que mostram exatamente o percurso desenvolvido pelo usuário até então.

Todas as páginas dispõem de um mecanismo de busca por palavra-chave, que seleciona todos os conteúdos (Notícias, Artigo, etc.) que a tenham no título ou no meio do texto.



Figura 2 - Exemplo de *breadcrumb trail* em Notícias (o percurso realizado pelo usuário no *site* aparece delineado em vermelho sobre a notícia selecionada).

Após se cadastrar no site, o usuário passa a ter direito ao acesso personalizado, assim que digita seu *login* e senha. Tal acesso lhe dá direito a informações específicas, como os cursos que foram feitos e/ou os últimos acessos em qualquer uma das seções. Além disso, após responder ao questionário de avaliação, o usuário ganha uma versão em PDF do curso de extensão de curta duração *on-line* para salvar em seu computador ou imprimir.

2.1. Seções e serviços disponibilizados

Atualmente, o *site* oferece, gratuitamente, os seguintes serviços ou páginas: *Cursos de Extensão de curta duração* ou *cursos livres on-line*; *Artigos*; *“Causos” da Roça*; *Dica do Produtor*; *Receitas Culinárias*; *Classificados*; *Notícias*; *Eventos*; *Previsão do Tempo* e *Cotações de Produtos Agropecuários*.

a) Cursos de extensão de curta duração ou cursos livres⁵ on-line:

forneem orientações técnicas em atividades que possam contribuir para o aumento da renda ou a melhoria da qualidade de vida dos agricultores familiares e suas famílias. Realizados totalmente a distância e *on-line*, sem a participação de tutores, seus temas vão de higiene e prevenção de doenças a cultivo variados – todos comprometidos com os princípios da cidadania e da preservação do meio ambiente.

A partir de conteúdo original de pesquisadores e, ou, extensionistas da UFV, os cursos são elaborados por jornalistas, cinegrafistas, *designers*, profissionais da ciência da computação, etc. da Cead, adotando ferramentas e recursos da Educação a distância. Desta forma, evita-se incorrer em equívocos na transposição literal dos conteúdos de livros ou das atividades presenciais de extensão para a *web*. Isso porque os profissionais têm a percepção do que é ou não eficiente na comunicação do conhecimento a distância.

Para se ter um parâmetro, basta observar que os cursos livres do Espaço do Produtor registraram o total de 12.332 participantes em 12 cursos, durante cerca de três anos. O número usuários em cada curso variou entre 144 (no caso, o mais recente) e 2.161 pessoas (*Produção de sabão ecológico*), conforme pode ser visualizado na Tabela 5.

b) Artigos: são elaborados por professores, pesquisadores, extensionistas e alunos de pós-graduação da UFV ou que tenham algum vínculo com a instituição. Seus temas são relacionados, direta ou indiretamente, aos moradores do meio rural, tendo como objetivos, segundo os administradores, “informar, formar opinião e suscitar debates”.

⁵ Os cursos livres – aqueles que não estão subordinados ao MEC – atendem às pessoas, a partir do ensino fundamental, que buscam profissionalização rápida em certas áreas de atuação. Não há carga horária definida, que pode variar de horas a meses, mas, segundo alguns, não podem emitir certificado. Estão de acordo com a lei n.º 9.394/96 e com o decreto 5.154, de 23 de julho de 2004. Entre as vantagens do modelo de cursos livres estão principalmente a possibilidade de maior expansão do público-alvo (cursos no nível básico, por exemplo, requerem processos de credenciamento em cada estado em que queiram se instalar) e a maior possibilidade de modularidade e adaptabilidade que os cursos livres têm, já que não se submetem necessariamente aos critérios pedagógicos formais, podendo incluir temas de acordo com demandas muito específicas (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA, 2010).

Tabela 5 - Participantes dos cursos *on-line** do Espaço do Produtor

Nome	Disponibilização	N.º de participantes
Como explorar açaí da juçara	18/07/2011	144
Administração financeira na família	11/02/2010	1.211
Produção de sabão ecológico	11/07/2009	2.161
A comunidade no combate à dengue	26/03/2009	107
Higiene na manipulação de alimentos	01/12/2008	1.244
Cogumelo shiitake: cultivo e processamento	04/11/2008	758
Uso do GPS na agricultura	09/09/2008	1.383
Cuidados higiênicos na obtenção do leite	13/07/2008	509
Produção de queijo coalho artesanal	12/07/2008	1.063
Criação de galinhas caipiras	12/07/2008	1.793
Cores da terra	12/07/2008	970
Fazendeiro florestal	11/08/2008	989
Total**		12.332

* Dados extraídos do cadastro da Cead, em 25/02/2012.

** O total leva em conta que um usuário pode fazer mais de um curso e, por isso, esse número não coincide com o de cadastrados no *site*.

Obs.: Em julho de 2009, um problema no servidor da UFV fez com que se perdesse parte das informações do cadastro de usuários. Portanto, os cursos produzidos antes desta data devem ser acrescidos de mais 30% ou 40% no número de participantes para se aproximar da realidade.

c) Dica do produtor (saber tradicional): é essencialmente interativa, na medida em que se espera que o usuário compartilhe com os demais determinada técnica ou procedimento, desenvolvido por ele, que valorizou um produto e, ou, melhorou a sua vida. A seção é alimentada somente pelo público do site.

d) “Causos” da roça: o objetivo da seção é preservar uma tradição bem-humorada do meio rural. Também é alimentada pelos próprios usuários, que preservam a tradição cultural, transpondo-a da via oral para a digital.

e) Receitas culinárias: parte do material foi desenvolvida por técnicos do Departamento de Nutrição e Saúde da UFV e parte é enviada, periodicamente, pelos próprios usuários, em mais uma forma de compartilhamento de informações.

f) Notícias: material proveniente da UFV e de órgãos e entidades ligadas ao meio rural. O critério é privilegiar informações que possam oferecer

novas oportunidades e, ou, possibilidades de melhoria do dia-a-dia no meio rural.

g) Eventos: congressos, cursos e dias-de-campo que possam levar informações ou capacitação ao agricultor familiar ou produtor de pequena produção.

h) Classificados: seção na qual os próprios usuários anunciam, compram e vendem serviços e produtos, sem qualquer interferência da administração do site, da Cead ou da UFV.

i) Previsão do tempo e cotações de produtos agropecuários: *links*, respectivamente, para o serviço meteorológico oferecido pelo Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação e para áreas do Banco do Brasil.

Sempre que há uma maior renovação de conteúdo do site, especialmente um novo curso ou artigo, um boletim eletrônico (*newsletter*) é enviado a todos os usuários cadastrados, informando-os sobre as novidades.

3. REFERENCIAL CONCEITUAL

Os cursos de extensão de curta duração *on-line* – principal diferencial do *site* Espaço do Produtor – utilizam alguns recursos da Educação a distância (EaD) e configuram-se como atividade de extensão universitária. Mas, ainda que sejam duas áreas fundamentais para a educação e, principalmente, para a sociedade, a EaD e a extensão ainda sofrem hoje as consequências dos períodos de desprestígio e descrédito pelos quais passaram, bem como pela pouca literatura específica, especialmente sobre a atividade extensionista.

O resultado, portanto, é a inexistência de modelos teóricos bem definidos sobre os seus componentes, como ocorre em outras áreas das Ciências Sociais. Por exemplo, a própria Secretaria de Educação a distância do Ministério da Educação (MEC) – extinta recentemente – afirmava em 2007 que não havia um modelo único de EaD, uma vez que *os programas podem apresentar diferentes desenhos e múltiplas combinações de linguagens e recursos educacionais e tecnológico:*

A natureza do curso e as reais condições do cotidiano e necessidades dos estudantes são os elementos que irão definir a melhor tecnologia e metodologia a ser utilizada, bem como a definição dos momentos presenciais necessários e obrigatórios, previstos em lei, estágios supervisionados, práticas em laboratórios de ensino, trabalhos de conclusão de curso, quando for o caso, tutorias presenciais nos polos descentralizados de apoio presencial e outras estratégias (BRASIL, 2007, p. 7).

No documento *Extensão Universitária Organização e Sistematização*, de 2007, o Fórum de Pró-reitores de Extensão das Universidades Públicas Brasileiras – instância máxima nesta área –, por sua vez, classifica as ações de extensão em programa, projeto, curso, evento e prestação de serviços. Mas não apresenta exatidão nas definições de cada uma dessas ações, que podem comportar uma série de eventos bem diversos dentro de sua concepção, como se pode conferir abaixo:

[Curso de extensão] é a Ação pedagógica, de caráter teórico e/ou prático, presencial ou a distância, planejada e organizada de modo sistemático, com carga horária mínima de 8 horas e critérios de avaliação definidos. Já o *curso de extensão a distância* é caracterizado pela não-exigência da presença do aluno durante toda a oferta da carga horária; as atividades presenciais (sessões de esclarecimento, orientação presencial, avaliação, etc.) não devem ultrapassar 20% da carga horária total (CORREA, 2007, p. 35).

Tais aspectos permitem mensurar sobre o grau de complexidade em mapear teoricamente das duas áreas em questão. Tal conclusão encaminhou o presente trabalho para outra forma de se construir este capítulo: optou-se pela discussão de alguns conceitos relacionados à EaD, à extensão universitária, à *web* e ao estudo de usuário que contribuíram para nortear esta dissertação. Tal debate – acredita-se – oferecerá subsídios para a melhor compreensão e análise aprofundada do site Espaço do Produtor, no que diz respeito diretamente à opinião e à utilidade da informação para o seu público usuário e, indiretamente, sobre seu papel na extensão da UFV – além de oferecer mais elementos para a discussão sobre a prática extensionista no Brasil.

3.1. EaD: encurtando distâncias na educação e na sociedade

De acordo com cada autor, a Educação a distância (EaD) pode apresentar definições distintas. Dois bons exemplos são:

- “processo de ensino-aprendizagem, mediado por tecnologias, onde professores e estudantes estão separados espacial e, ou, temporariamente” (MORAN apud PIMENTEL, 2006, p. 12);
- “aprendizado planejado que ocorre normalmente em um lugar diferente do local de ensino, exigindo técnicas especiais de criação do curso e de instrução, comunicação por meio de várias tecnologias e disposições organizacionais e administrativas especiais” (MOORE; KEARSLEY, 2007, p. 2).

Para não alongar discussões sobre sua definição, o documento *Referenciais de qualidade para cursos a distância*, divulgado pela Secretaria de Educação a distância do MEC, encerra a questão:

A diferença básica entre educação presencial e a distância está no fato de que, nesta, o aluno constrói conhecimento – ou seja, aprende - e desenvolve competências, habilidades, atitudes e hábitos relativos ao estudo, à profissão e à sua própria vida, no tempo e local que lhe são adequados, não com a ajuda em tempo integral da aula de um professor, mas com a mediação de professores (orientadores ou tutores), atuando ora a distância, ora em presença física ou virtual, e com o apoio de sistemas de gestão e operacionalização específicos, bem como de materiais didáticos intencionalmente organizados, apresentados em diferentes suportes de informação, utilizados isoladamente ou combinados, e veiculados através dos diversos meios de comunicação (NEVES, 2003, p.2).

Conhecida desde o século XIX, o surgimento da educação a distância estaria associado à necessidade de formação profissional e cultural de pessoas que, “por vários motivos, não podiam frequentar um estabelecimento de ensino presencial” (PIMENTEL, 2006, p.17). Dentre suas vantagens, portanto, estavam a flexibilidade de tempo e lugar, com o próprio aluno determinando alguns aspectos de seu estudo, a fim de obter mais resultados; a possibilidade de recuperar o tempo perdido na sua formação escolar e/ou qualificação técnica, profissional, etc.

O primeiro registro oficial de EaD no mundo foi o anúncio, na *Gazeta de Boston* (EUA), em 20 de março de 1728, de um curso de Taquigrafia pelo professor Cauleb Phillips, que se oferecia para enviar lições semanalmente às casas dos moradores da região. Mas a primeira escola por correspondência – no caso, dedicada ao ensino de línguas – foi fundada em 1856, em Berlim (Alemanha). Inicialmente, as atividades eram exercidas somente em instituições particulares, mas logo passaram também às públicas, com a criação de universidades abertas⁶.

No Brasil, segundo Pimentel (2006), os pioneiros foram o Instituto Monitor e o Instituto Universal Brasileiro, criados em 1939 e 1941, respectivamente – ambos particulares e ainda em atividade –, com cursos abertos de iniciação profissionalizante, via correio. O respaldo legal da modalidade veio com a Lei de Diretrizes e Bases da Educação – Lei 9.394, de 20 de dezembro de 1996 –, que estabelecia, em seu artigo 80, a possibilidade de uso orgânico da EaD em todos os níveis e modalidades de ensino. Esse artigo foi regulamentado posteriormente pelos Decretos 2.494 e 2.561, de 1998, mas ambos revogados pelo Decreto 5.622, que está em vigência desde sua publicação em 20 de dezembro de 2005 (BRASIL, 2007, p. 5). Tal legislação “oficializou na política nacional a era normativa da educação a distância no país como modalidade válida e equivalente para todos os níveis de

⁶ Universidade aberta é uma instituição de ensino que tem uma política acadêmica sem exigências para a entrada de alunos. Alguns exemplos são The Open University, no Reino Unido; Open Universities Australia; Universidade Aberta de Portugal e Universidade Aberta do Brasil (UAB). No caso desta última, trata-se de um “sistema integrado por universidades públicas que oferece cursos de nível superior para camadas da população que têm dificuldade de acesso à formação universitária, por meio do uso da metodologia da educação a distância, criado em 2006, por meio do decreto n.º 5.800” (Brasil, 2008)

ensino” (PIMENTEL, 2006, p. 24). Pelo Decreto 2.494, de 10 de fevereiro de 1998, definiu-se que:

A educação a distância é uma forma de ensino que possibilita a autoaprendizagem, com a mediação de recursos didáticos sistematicamente organizados, apresentados em diferentes suportes de informação, utilizados isoladamente ou combinados, e veiculados pelos diversos meios de comunicação (BRASIL, 2003).

Independentemente de sua definição ou legislação, a EaD pode ser dividida em modelos históricos, de acordo com a inovação tecnológica utilizada em cada período. Embora haja divergências entre os autores sobre o número de fases, Soren Nipper (*apud* BELLONI, 2001) apresenta uma versão mais sintética, que nos parece mais apropriada, identificando três gerações de modelos. A primeira delas, ocorrida no final do século XIX, era o ensino por correspondência, motivado pelo desenvolvimento da imprensa e das ferrovias. De acordo com Belloni (2001), suas principais características eram a lenta interação entre professor e aluno e a quase ausência de autonomia do estudante em relação a prazos e escolha de currículos ou meios.

A segunda geração foi o ensino multimeio a distância, surgida nos anos de 1960, integrando impressos aos meios de comunicação audiovisuais (por meio de antena ou cassete) e, em menor escala, aos computadores. Esse modelo desenvolveu-se em função das “orientações behavioristas e *industrialistas* típicas da época – pacotes instrucionais, público de massa, economia de escala” (BELLONI, 2001, p. 56) –, ainda hoje utilizado em muitas experiências de EaD.

Já a terceira geração começou a surgir nos anos de 1990, com o desenvolvimento e a proliferação das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (NTICs)⁷. Sem dúvida, essa geração tem passado por mudanças mais significativas, especialmente em função da internet, demonstrando, conseqüentemente, “progressos incríveis na utilização da nova mídia de informação e comunicação e adaptando seus métodos às novas possibilidades dos ambientes virtuais de ensino e de aprendizagem” (COMASSETTO, 2006, p. 42).

⁷ NTICs podem ser definidas como novas tecnologias e métodos de comunicação, surgidas a partir do final dos anos de 1970, mas principalmente da década de 1990. Dentre outros benefícios, tornaram mais rápido e horizontal o processo de comunicação, especialmente por meio da digitalização e da comunicação em redes. Alguns exemplos das NTICs são os computadores pessoais, a internet, a telefonia móvel, o *e-mail* e o vídeo e o cinema digitais, dentre outros.

Isso ocorreu, segundo Belloni (2001), principalmente porque as NTICs facilitaram a comunicação, concretizando efetivas possibilidades de interação a distância – simultânea ou diferida – entre professores e alunos e entre esses e seus colegas, oferecendo técnicas rápidas e seguras, como o *e-mail*. Tais tecnologias têm como principal ponto em comum a **interatividade** - “característica técnica que significa a possibilidade de o usuário interagir com uma máquina” (BELLONI, 2001, p. 58).

Assim, as NTICs proporcionaram a interação mediatizada entre os atores da EaD, com materiais de boa qualidade e grande variedade:

As técnicas de interação mediatizada criadas pelas redes telemáticas (*e-mail*, listas e grupos de discussão, *sites*, etc.) apresentam grandes vantagens, pois permitem combinar a flexibilidade da interação humana (com relação à fixidez dos programas informáticos, por mais interativos que sejam) com a independência no tempo e no espaço, sem por isso perder velocidade (BELLONI, 2001, p. 59).

Segundo alguns autores, da terceira geração de modelo surgiu ainda uma nova classificação e, ou, conceituação: a **educação a distância *on-line***. Trata-se de uma consequência da utilização dos espaços virtuais da internet para o segmento da educação; ou ainda, “uma exigência da cibercultura” e uma “demanda da sociedade da informação, isto é, do novo contexto socioeconômico-tecnológico” (SILVA *apud* COMASSETTO, 2006, p. 69).

É também Comassetto (2006) que nos recupera um conceito de José Manuel Moram sobre educação *on-line*:

(...) conjunto de ações de ensino-aprendizagem desenvolvidas por meio de meios telemáticos, como a internet, a videoconferência e a teleconferência. A educação *on-line* acontece cada vez mais em situações bem amplas e diferentes, da educação infantil até a pós-graduação, dos cursos regulares aos cursos corporativos. Abrange desde cursos totalmente virtuais, sem contato físico – passando por cursos semipresenciais –, até cursos presenciais com atividades complementares fora da sala de aula, pela internet. A educação a distância é um conceito mais amplo que o de educação *on-line*. Um curso por correspondência é a distância e não é *on-line* (MORAN *apud* COMASSETTO, 2006, p. 68).

3.1.1. Referenciais de qualidade em educação a distância

Em 2007, a Secretaria de Educação a distância do Ministério da Educação (MEC) elaborou o documento *Referenciais de qualidade para educação superior a distância*, resultado de discussões sobre o tema com

especialistas do setor, universidades e com a sociedade. Embora sem força de lei, o documento segue o ordenamento legal vigente.

O objetivo do Ministério da Educação era “subsidiar atos legais do poder público no que se referia aos processos específicos de regulação, supervisão e avaliação da modalidade citada” (BRASIL, 2007, p. 2). Ali estão reunidas, portanto, as principais orientações, além de reflexões variadas, sobre a prática da educação a distância no ensino superior do Brasil, mas que, de certa forma, podem ser estendidas às demais possibilidades em EaD (cursos de extensão, de capacitação profissional, técnicos, etc.).

Uma dessas reflexões ressalta, inclusive, que, apesar das diferentes formas de organização da EaD, todos aqueles que desenvolvem projetos nessa modalidade não devem perder a compreensão de *educação* como fundamento primeiro, antes mesmo de se pensar no modo de organização - *a distância*. E conclui:

(...) Disto decorre que um projeto de curso superior a distância precisa de forte compromisso institucional em termos de garantir o processo de formação que contemple a dimensão técnico-científica para o mundo do trabalho e a dimensão política para a formação do cidadão (BRASIL, 2007, p. 7).

Os autores do documento reconhecem a complexidade na elaboração de referenciais de qualidade para projetos de cursos na modalidade a distância, uma vez que envolvem aspectos distintos, mas afirmam que eles devem estar integralmente expressos nos seus projetos político-pedagógicos. Conclui-se, daí, que, com esses referenciais, o MEC pretendia – pretende – que todos os cursos em EaD oferecidos no Brasil tivessem o total comprometimento com a qualidade e com o aluno. Assim, os principais tópicos a serem contemplados são estes:

a) Concepção de educação e currículo no processo de ensino e aprendizagem: dentre outros fatores, deve-se definir “como se desenvolverão os processos de produção do material didático, de tutoria, de comunicação e de avaliação, delineando princípios e diretrizes que alicerçarão o desenvolvimento do processo de ensino e aprendizagem” (BRASIL, 2007, p. 8).

b) Sistemas de Comunicação: “os princípios da interação e da interatividade são fundamentais para o processo de comunicação e devem ser

garantidos no uso de qualquer meio tecnológico a ser disponibilizado” (BRASIL, 2007, p.10).

c) Material didático: dentre outras características, “deve desenvolver habilidades e competências específicas, recorrendo a um conjunto de mídias compatível com a proposta e com o contexto socioeconômico do público-alvo” (BRASIL, 2007, p. 13).

d) Avaliação: quanto ao processo de aprendizagem, o modelo de avaliação deve contribuir para desenvolver graus mais complexos de competências cognitivas, habilidades e atitudes do estudante, possibilitando-lhe alcançar os objetivos propostos (BRASIL, 2007, p. 17).

e) Equipe multidisciplinar: é importante que os recursos humanos configurem uma equipe multidisciplinar com funções de planejamento, implementação e gestão, “na qual três categorias profissionais, que devem estar em constante qualificação, são essenciais para uma oferta de qualidade: □ docentes, tutores e □ pessoal técnico-administrativo (BRASIL, 2007, p. 20).

f) Infraestrutura de apoio: um curso a distância exige infraestrutura material proporcional ao número de estudantes, aos recursos tecnológicos envolvidos e à extensão de território a ser alcançada, o que representa um significativo investimento para a instituição.

g) Gestão acadêmico-administrativa: deve estar integrada aos demais processos da instituição, ou seja, o estudante de um curso a distancia deve ter as mesmas condições e suporte que o presencial.

[Além disso,] os processos de tutoria, produção e distribuição de material didático, acompanhamento e avaliação do estudante precisam ser rigorosamente gerenciados e supervisionados, sob pena de desestimular o estudante levando-o ao abandono do curso, ou de não permitir devidamente os registros necessários para a convalidação do processo de aprendizagem (BRASIL, 2007, p. 29).

h) Sustentabilidade financeira: A EaD de qualidade envolve uma série de investimentos iniciais para produção de material didático, capacitação das equipes multidisciplinares, implantação de polos de apoio presencial e para a disponibilização dos demais recursos educacionais, assim como na implantação (metodologia e equipe) da gestão do sistema de educação a distancia.

De maneira geral, portanto, podemos concluir que os cursos em Ead caracterizam-se pela utilização de material didático especialmente desenvolvido para este fim, por professores e técnicos de comunicação, ciência da informação, *design*, cinegrafistas, etc. Nesse material, por exemplo, utilizam-se diferentes mídias - textos, aulas narradas (ou áudio-aulas), vídeos, animações, etc. – e linguagens, elaborados de acordo com o público-alvo, conhecido por meio de pesquisa. Há também o reforço de ferramentas de interação como *chat* (salas de bate-papo *on-line*), *e-mails*, fórum (discussões de determinados temas não ao vivo) que possibilitam a comunicação entre todos os envolvidos no processo. Complementando a equipe, há professores e tutores que estimulam, avaliam, esclarecem dúvidas e orientam permanentemente os alunos.

3.1.2. Posturas e público da educação a distância

Durante certo tempo, a EaD foi desprestigiada no campo da educação, por ser considerada como “uma solução paliativa, emergencial ou marginal com relação aos sistemas convencionais”, conforme analisa Belloni (2001, p. 91) em sua revisão bibliográfica sobre o tema. Ou seja, aqueles que não conseguiram ser aprovados no sistema presencial teriam mais chances de êxito na modalidade a distância. Ainda hoje, alguns a associam apenas à possibilidade de obtenção fácil de diploma para ascensão funcional em empresas públicas e privadas.

A EaD é geralmente vista pelo público em geral e pelos atores no campo da educação – mesmo por aqueles que nela atuam – como uma segunda oportunidade para os que não tiveram acesso ou abandonaram o ensino regular. Esta percepção gera dúvidas quanto à qualidade do ensino oferecido por sistemas de EaD e tende a enfatizar os fracassos, não obstante o sucesso de muitas experiências e a credibilidade de algumas das grandes universidades abertas europeias (BELLONI, 2001,p. 91).

O certo é que, em relação à educação a distância, não há um comportamento unânime entre os principais teóricos da educação ou, mesmo, da EaD sobre determinados aspectos dessa modalidade. Muitos, inclusive, têm comportamento radicalmente opostos: vão do total entusiasmo à descrença e à resistência à EaD. “Mas num ponto todos concordam: é inegável seu potencial

para a inclusão de parte considerável da população educacional do Brasil e do mundo” (PIMENTEL, 2006, p. 35).

Alguns autores, no entanto, ressaltam que se deve evitar o excesso de deslumbramento em relação à tecnologia, buscando a multidisciplinaridade (prática comum ao desenvolvimento dos cursos de extensão de curta duração do site Espaço do Produtor) como forma de se obter o sucesso nas iniciativas em EaD:

Em geral, a ênfase conferida à tecnologia, numa escala maior que aquela dada aos processos educativos, é apontada como a causa principal do fracasso de várias experiências aqui, no Brasil. Por isso, tanto na definição de estratégias técnicas e pedagógicas quanto na produção de materiais para os cursos, é de suma importância o trabalho integrado de uma equipe multidisciplinar - com psicólogos, pedagogos, produtores e comunicadores – que priorize a didática, sem nunca perder de vista as características dos estudantes (PIMENTEL, 2006, p.35).

Neves (2003) reforça esse alerta, ao afirmar que o compromisso ético daquele que educa a distância é o de desenvolver um projeto humanizador, “capaz de livrar o cidadão da massificação, mesmo quando dirigida a grandes contingentes. Para isso, é preciso ter como foco a aprendizagem do aluno e superar a racionalidade tecnológica que valoriza meios em detrimento dos fins” (NEVES, 2003, p. 3).

De maneira geral, o público da EaD se revela bastante heterogêneo no mundo, e mais ainda em um país com tantos contrastes como o Brasil. No entanto, pesquisas realizadas por vários autores definem o perfil do estudante a distância da seguinte forma: adulto, de 25 a 40 anos, que trabalha e estuda em tempo parcial. “Muitos deles estão voltando a estudar muitos anos após sua última experiência como aluno e muito frequentemente tiveram experiências educacionais negativas” (BELLONI, 2001, p. 45).

Diante desse perfil, a ideia da autoaprendizagem de adultos – tema relativamente novo na educação brasileira –, torna-se crucial para o sucesso da EaD. Tal aspecto ainda requer, portanto, “o desenvolvimento de pesquisas sobre metodologias de ensino mais ativas para a educação de adultos, centradas no estudante e tendo como princípio sua maior autonomia” (BELLONI, 2001, p. 31). Isso significa não só a introdução de novas tecnologias na sala de aula, mas também uma reorganização de todo o processo de ensino, que deverá ser voltado para a autoaprendizagem.

Belloni (2001), por sua vez, acredita, cada vez mais, na convergência do ensino convencional (presencial) e da educação aberta e a distância. Essa convergência não só diminuirá a diferença metodológica entre eles, mas principalmente fará com que o ensino presencial utilize mais técnicas não presenciais no seu dia-a-dia, enquanto instituições de EaD irão adotar atividades presenciais para abordar carreiras que requerem essas atividades.

Apesar das boas perspectivas, Moran (2002) alerta para o fato de que a EaD não pode ser considerada um *fast-food*, no qual o aluno se serve de algo pronto. “É uma prática que permite um equilíbrio entre as necessidades e habilidades individuais e as do grupo – de forma presencial e virtual. Nessa perspectiva, é possível avançar rapidamente, trocar experiências, esclarecer dúvidas e inferir resultados” (MORAN, 2002, p. 2).

Independentemente disso, as mudanças verificadas nos últimos 30 anos na sociedade – principalmente em função das NTICs – e no próprio campo da educação fazem com que a EaD seja vista de outra forma. Segundo Belloni (2001), não se pode considerá-la apenas como solução emergencial – por exemplo, qualificação de professores da rede pública – ou para corrigir equívocos do sistema educacional. Belloni, a partir de conclusões de vários autores, revela sua perspectiva otimista sobre o futuro da modalidade:

A EaD tende doravante a se tornar cada vez mais um elemento regular dos sistemas educativos, necessário não apenas para atender a demandas e/ou grupos específicos, assumindo funções de crescente importância, especialmente no ensino pós-secundário, ou seja, na educação da população adulta, o que inclui o ensino superior regular e toda a grande e variada demanda de formação contínua⁸ gerada pela obsolescência acelerada da tecnologia e do conhecimento. Considerando a educação como instrumento de emancipação do indivíduo e das nações e a partir de uma perspectiva de democratização das oportunidades educacionais, nas sociedades da “informação” ou do “saber” [aspas da autora], onde a informação inicial torna-se rapidamente insuficiente, as tendências mais fortes apontam para a educação ao longo da vida (*lifelong education*), mais integrada aos locais de trabalho e às expectativas e necessidades dos indivíduos (BELLONI, 2001, p. 4-5).

3.2. Questões sobre a extensão universitária

⁸ A educação ou formação contínua ou continuada “se dá no processo de formação constante, de aprender sempre, de aprender em serviço, juntando teoria e prática, refletindo sobre a própria experiência, ampliando-a com novas informações e relações” (MORAN, 2002, p. 1).

A extensão tem sua origem nas universidades norte-americanas, como uma “atividade diretamente comprometida com o desenvolvimento agrícola” (SÁ, 1986, p. 63); posteriormente, porém, foi se ampliando para as outras áreas de conhecimento. No Brasil, a extensão universitária propriamente dita teve início nas conferências conhecidas como “lições públicas” da Universidade de São Paulo (USP):

A Proclamação da República, além de condensar interesses de vários grupos (republicanos, federalistas, liberais e dissidentes monarquistas), apontava a educação como o canal de redenção nacional. Foi nesse contexto que a abertura das universidades para a sociedade aconteceu concretizada na idéia de uma “universidade popular”. Como lembra Gurgel [Mauro. Gurgel, autor de *Extensão Universitária: Comunicação ou Domesticação?*], a Universidade Livre de São Paulo, surgida em 1912, teve a influência forte de Augusto Ribeiro Guimarães, um militante positivista que pregava o ensino livre. Gurgel ainda destaca que já havia experiências de universidades populares no Rio e no Maranhão, mas essa experiência de São Paulo foi a primeira ligada a uma instituição de ensino superior. Por isso se considera a primeira experiência de extensão universitária (Gurgel, 1986). As conferências semanais e gratuitas abertas oferecidas ao público interessado são indicadores claros do distanciamento universidade/sociedade: “O Fogo Sagrado da Idade Média”, “A Latinidade Rumania” ou “A importância e o Progresso da Otorrinolaringologia” (BEMVENUTI *apud* ROCHA, 2009, p. 3).

Ao longo dos anos, a extensão universitária tem sido alvo de críticas e proposições, ao mesmo tempo em que vem sendo cortejada por determinados segmentos da sociedade, de acordo com os interesses da época. Em função disso, assumiu diferentes concepções teóricas e ideológicas, que influenciaram, inclusive, a própria concepção de universidade. Uma das críticas é que, desde que começou no Brasil, a atividade extensionista **não** esteve necessariamente voltada às comunidades carentes. Segundo Freire (2000), isso ocorre desde a primeira referência ao termo, em 1931, no Estatuto das Universidades Brasileiras (Decreto-Lei n.º 19.851):

A extensão universitária tem sido uma das práticas mais sensíveis aos interesses de grupos e de governos, em troca de um suposto “valor social”, como se fosse um balcão de trocas de interesses e favores, que têm conduzido a universidade a assumir funções e tarefas que não lhe cabem e, mais lastimável, deixando de cumprir com seu papel específico (FREIRE, 2000, p. 13).

A atividade sempre esteve presente no discurso oficial do tripé “ensino, pesquisa e extensão”, mas sempre foi preterida ou negligenciada em relação às outras duas áreas, tanto em termos de prática como de teoria:

Há inclusive pouca bibliografia a respeito e raros especialistas. Ainda que o trinômio ensino-pesquisa-extensão seja bradado aos quatro ventos, existe uma hierarquia implícita (mas não explícita), de que em primeiro lugar vem o ensino, depois a pesquisa e, por fim, a extensão (FREIRE, 2000, p.13).

Os equívocos sobre a real função extensionista das universidades acabam fazendo com que ela:

(...) ora apareça com uma função redentora do ensino e da pesquisa “distanciados” das necessidades sociais, ora como único meio de integração da Universidade com o meio social, ora como uma mera assistência social, tentando fazer com que as universidades cumpram uma função que caberia a outras instituições sociais e organismos governamentais. Essas posições acabam desvirtuando a função dessa instituição social que deve produzir e distribuir conhecimentos, que se realiza através do ensino, pesquisa e extensão (FREIRE, 2000, p. 12).

Sá (1986) exemplifica esse quadro por vezes confuso sobre a atividade, ao lembrar que a expressão *serviços de extensão* reúne ações bastante diversificadas: desde as atividades realizadas por professores, em caráter individual (trabalhos de assessoria, consultoria e aconselhamento) até aquelas mais complexas, executadas, por exemplo, num hospital, numa clínica psicológica ou num colégio universitário.

Ao comentar o documento *Extensão Universitária: uma proposta em discussão*, elaborado pelo MEC no início da década de 1980, Sousa (1986) se mostra crítico à forma como a atividade é encarada pelo governo e praticada pelas universidades. Um dos exemplos é a leitura que o autor faz da definição de extensão, que considera “permeada de conotações mecanicistas e adjetivas”:

Extensão [é o que sugere o documento] definir-se-ia por suas modalidades e veículos e não por sua substância, sua qualidade, pela atitude que representaria na ação de relacionamento da universidade para com a sociedade. E essa visão mecanicista seria responsável por uma dimensão, ainda hoje, na universidade brasileira, “difusa e pouco definida”, como a que concebe o próprio documento, elaborado pela SESu, com o que todos parecem concordar (SOUSA, 1986, p. 9).

Maria das Graças Martins da *Silva* e Paulo *Speller* (*apud* TORRES, 2003), estudando a política de extensão na Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), classificaram as práticas extensionistas sob três concepções, que têm sido adotadas, em maior ou menor grau, pelas instituições brasileiras. São elas:

a) *A concepção tradicional (ou funcionalista)*: a universidade é concebida como um complemento do Estado, onde a extensão

universitária é concebida como função específica, autônoma, desarticulada do ensino e da pesquisa, visando ao atendimento de carências imediatas da população, numa concepção apolítica e assistencialista;

b) *A concepção processual*: a extensão possui a função articulada entre a universidade e as demandas sociais, com a tarefa de promover o compromisso social da universidade, mas politizado, combatendo o assistencialismo. Nesta concepção, propõe-se a indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão. A extensão adquire um espaço próprio na universidade, sob a forma de pró-reitoria, coordenação, etc.;

c) *A concepção crítica*: a extensão é intrinsecamente ligada ao ensino e à pesquisa, transformando-se em ensino e em pesquisa, não se justificando, portanto, a sua institucionalização isolada. Supõe-se que o ensino e a pesquisa sejam comprometidos com a realidade (SILVA; SPELLER *apud* TORRES, 2003, p. 7).

3.2.1. Política nacional de extensão: enfim, a unificação

O Fórum de Pró-reitores de Extensão das Universidades Públicas Brasileiras (FORPROEX) foi uma conquista decorrente dos debates realizados, na década de 1980, por algumas entidades representativas da sociedade civil, com vistas à possibilidade de redemocratização do país. Dentre elas, estavam a Andes (Associação Nacional dos Docentes de Ensino Superior - Sindicato), a Fasubra (Federação das Associações de Servidores das Universidades Brasileiras) e a UNE (União Nacional dos Estudantes).

Foi justamente a partir dos encontros desses Fóruns, realizados periodicamente a partir de 1987 – ano de sua criação oficial –, que se tornou possível unificar as atividades e os conceitos da extensão universitária no país. Um exemplo é a definição aprovada em seu terceiro encontro, que revelava, por meio de sua terminologia (palavras grifadas), todas as aspirações democráticas do período e da proposta de uma relação igualitária com a sociedade. Em termos conceituais, ele se mostrava bem próximo daquilo que deveria ser praticado pelas instituições públicas de ensino superior:

A extensão universitária é o processo educativo, cultural e científico (grifo do autor) que articula o ensino e a pesquisa de forma indissociável e viabiliza a relação transformadora entre a universidade e a sociedade. A extensão é uma via de mão-dupla, com trânsito assegurado à comunidade acadêmica, que encontrará na sociedade a oportunidade da elaboração da práxis de um conhecimento acadêmico. No retorno à universidade, docentes e discentes trarão um aprendizado que, submetido à reflexão teórica, será acrescido àquele conhecimento. Este fluxo, que estabelece a troca de saberes sistematizados/acadêmico e popular, terá como consequência: a produção de conhecimento resultante do confronto com a realidade brasileira e regional; e a democratização do conhecimento acadêmico

e a participação efetiva da comunidade na atuação da universidade. Além de instrumentalizadora deste processo dialético de teoria/prática, a extensão é um trabalho interdisciplinar que favorece a visão integrada do social" (TORRES, 2003, p. 23).

Posteriormente, nos anos 2000, o Fórum de Pró-Reitores formalizou a Política Nacional de Extensão, pactuada pelas Instituições Públicas de Ensino Superior (Ipes), tendo como documento referencial o Plano Nacional de Extensão, publicado em novembro de 1999. Nele, estavam definidas as diretrizes que deveriam estar presentes em todas as ações de extensão universitária, a serem referendadas pelos conselhos superiores das universidades. Tais diretrizes – como nos documentos anteriores do Fórum – eram bem fundamentadas e antecipavam o que desejava a sociedade e grande parte da academia naquele momento. As diretrizes das ações de extensão universitária podem ser expressas nestes quatro eixos:

a) Impacto e transformação: estabelecimento de uma relação entre a Universidade e outros setores da sociedade, com vistas a uma atuação transformadora, voltada para os interesses e necessidades da maioria da população e implementadora de desenvolvimento regional e de políticas públicas. Essa diretriz consolida a orientação para cada ação da Extensão Universitária: frente à complexidade e a diversidade da realidade, é necessário eleger as questões mais prioritárias, com abrangência suficiente para uma atuação que colabore efetivamente para a mudança social. Definida a questão, e preciso estudá-la em todos seus detalhes, formular soluções, declarar o compromisso pessoal e institucional pela mudança, e atuar;

b) Interação dialógica: desenvolvimento de relações entre universidade e setores sociais marcadas pelo diálogo, pela ação de mão-dupla, de troca de saberes, de superação do discurso da hegemonia acadêmica – que ainda marca uma concepção ultrapassada de extensão: estender à sociedade o conhecimento acumulado pela universidade – para uma aliança com movimentos sociais de superação de desigualdades e de exclusão;

c) Interdisciplinaridade: caracterizada pela interação de modelos e conceitos complementares, de material analítico e de metodologias, buscando consistência teórica e operacional que estructure o trabalho dos atores do processo social e que conduza à interinstitucionalidade, construída na interação e inter-relação de organizações, profissionais e pessoas;

d) Indissociabilidade ensino – pesquisa – extensão: reafirmando a extensão como processo acadêmico – justificando-lhe o adjetivo “universitária” –, em que toda ação de extensão deverá estar vinculada ao processo de formação de pessoas e de geração de conhecimento, tendo o aluno como protagonista de sua formação técnica para obtenção de competências necessárias à atuação profissional, e de sua formação cidadã – reconhecer-se agente da garantia de direitos e deveres, assumindo uma visão transformadora e um compromisso. Na aplicação dessa diretriz abre-se um capítulo especial, o da participação da Extensão Universitária na flexibilização da formação discente, contribuindo para a implementação das diretrizes curriculares nacionais, com reconhecimento de ações de

extensão no processo curricular, com atribuição de créditos acadêmicos (CORREA, 2007, p.18-19).

3.2.2. A presença da atividade de extensão na academia

Com a redemocratização do país, houve a necessidade de a atividade passar por mudanças que exigiram novas posturas dos envolvidos na área, como preconizava o Plano Nacional de Extensão Universitária (PNEX):

O fortalecimento da sociedade civil, principalmente nos setores comprometidos com as classes populares, em oposição ao enfraquecimento da sociedade política ocorrido na década de 1980, em especial nos seus últimos anos, possibilita pensar a elaboração de uma nova concepção de universidade, baseada na redefinição das práticas de ensino, pesquisa e extensão até então vigentes. Do assistencialismo passou-se ao questionamento das ações desenvolvidas pela extensão; de função inerente à universidade, a extensão começou a ser percebida como um processo que articula o ensino e a pesquisa, organizando e assessorando os movimentos sociais que estavam surgindo (SANTOS, 2000/2001, p. 3).

O clima mais democrático e as cobranças da sociedade mudaram o relacionamento da universidade com a população. De acordo com Sousa (2000, p. 11), tornou-se obrigação da academia participar do resgate da cidadania. Para a autora, a postura crítica e a qualidade da universidade contribuíram e podem contribuir, por meio da extensão, “para este resgate não só entre os indivíduos, mas também em si própria”

Além de socializar o conhecimento gerado com recursos vindos do cidadão, contribuir para a redução do desequilíbrio econômico e social do país e para a melhoria de qualidade de vida da sociedade, dentre outras funções, a extensão universitária tem um papel extremamente importante no que diz respeito à formação humana do estudante, complementando a profissionalização adquirida por meio do ensino e da pesquisa. Isso porque ele pode obter o conhecimento da realidade, formação prática, treinamento interdisciplinar e interprofissional, consciência social, motivação e maturidade. “Como consequência, a extensão universitária, por meio do estudante, atingiria os segmentos sociais, visando à solução de problemas imediatos” (TOALDO apud TORRES, 2003, p. 3-4).

Na verdade, alguns autores defendem que a extensão universitária beneficia não só os alunos, mas também todos os atores envolvidos nesse processo, resultando em novas possibilidades de realizar essa atividade:

(...) a extensão deve ser entendida como parte efetiva do processo de formação dos alunos, como possibilidade de realização de novas e significativas pesquisas, como integração de professores e alunos de áreas diferenciadas na obtenção de uma perspectiva interdisciplinar, como educação continuada e atualização de profissionais, e não como mera assistência social para populações desassistidas pelos organismos governamentais (FREIRE, 2000, p. 15).

3.3. Por que utilizar um website na extensão universitária?

A utilização de meios de comunicação no desenvolvimento de atividades de extensão universitária já era preconizada pelo Fórum dos Pró-Reitores de Extensão, há cerca de 20 anos. De acordo com o Plano Nacional de Extensão (PNEX), eles acreditavam que seria possível ao ensino atender à maioria da população, por meio “de um processo de educação superior crítico, com o uso de meios de educação de massa que preparassem para a cidadania, com competência técnica e política” (SANTOS, 2000/2001, p. 3).

Segundo o documento, as pesquisas deveriam ser sistematicamente direcionadas ao estudo dos grandes problemas, utilizando “metodologias que propiciassem a participação das populações na condição de sujeitos, e não na de meros espectadores”.

Fato é que a universidade não pode se isolar do mundo e tem de fazer com que o ensino, a pesquisa e extensão atendam às exigências da sociedade.

A Universidade como centro de produção de conhecimentos, necessita canalizar suas potencialidades no sentido da prestação de serviços à comunidade, revigorando os seus programas de natureza cultural e científica e procurando irradiar junto à opinião pública a pesquisa, os debates, as discussões e os progressos que gera nas áreas de ciências, tecnologia, letras, artes, etc. Isso é possível mediante a comunicação, que viabiliza o relacionamento entre a universidade e seus diversos públicos (KUNSCH, 1992, p. 9-10).

Assim, torna-se muito pertinente a afirmação de Alvim (2003), relacionando as comunidades acadêmica e científica.

Atualmente, o quadro evidencia que a ciência e a tecnologia estão muito mais próximas da atividade produtiva e do mercado consumidor de bens e serviços, e que os ritmos de inovação e da competição têm acelerado esta interação e passam a exigir cada vez mais esforços e respostas da comunidade científica e tecnológica. O conhecimento científico e tecnológico passa então a desempenhar um papel estratégico na sociedade atual (ALVIM, 2003, p. 49).

Não se pode esquecer que a internet apresenta grandes inovações em relação aos meios de comunicação tradicionais (televisão, rádio, cinema, jornal e revista), além de utilizar ainda boa parte das conquistas individuais de cada um desses veículos. As principais diferenças em relação aos demais veículos são: a não-linearidade, instantaneidade, qualificação, baixos custos de produção e veiculação, pessoabilidade, acessibilidade e, principalmente, interatividade (PINHO, 2003, p. 49) – elementos esses facilitadores da compreensão.

A internet, portanto, não é apenas mais uma tecnologia. Como afirma Castells (2003a), por ser uma rede de redes de computadores que se comunica entre si, é mais do que isso:

É um meio de comunicação, de interação e de organização social. A Internet é – e será ainda mais – o meio de comunicação e de relação essencial sobre o qual se baseia uma nova forma de sociedade que nós já vivemos aquela que eu chamo de sociedade de rede (CASTELLS, 2003, p. 262).

Outra característica da internet, que corrobora o que aqui vem sendo dito é: por não primar pela centralização, ela difere por ter uma tendência natural de democratização do conhecimento. Ou seja, ela se caracteriza pela aplicação “desses conhecimentos e dessa informação para a geração de conhecimentos e de dispositivos de processamento/comunicação da informação, em um ciclo de realimentação cumulativo entre a inovação e seu uso” (CASTELLS, 2003, p. 69).

É importante, portanto, diferenciarmos os conceitos de Internet e de *World Wide Web*:

Internet é a infraestrutura que permite aos computadores se comunicar entre si por todo o globo terrestre. A *web* é a interface, que permite às pessoas trocar dados, textos, fotos, gráficos, sons e vídeo por meio da Internet (WARD, 2007, p. 10).

Há que se ressaltar que a *web*, por sua vez, trouxe ainda mais recursos, como a hiperinteratividade⁹ e a hiperconectividade¹⁰, os quais

⁹ Possibilidade de acesso em tempo real pelo usuário a diferentes estoques de informação e as múltiplas formas de interação entre o usuário, os estoques e as estruturas de informação contidas nestes estoques (BARRETO, 1997).

¹⁰ Possibilidade do usuário de informação em deslocar-se no momento de sua vontade de um espaço de informação para outro espaço de informação. De um estoque de informação para outro estoque de informação. O usuário passa a ser o seu próprio mediador de escolha de informação, o determinador de

introduziram novas possibilidades na socialização e compartilhamento do conhecimento, superando em larga escala outros meios de comunicação. De acordo com André Parente (*apud* D'ANDRÉA, 2005), o hipertexto digital¹¹, por exemplo, “incorpora às velhas ferramentas de busca da informação uma série de outras: a lista, o repertório, o anuário, a classificação, a bibliografia, o catálogo, o índice”. Tudo isso, portanto, traduz-se em mais agilidade e eficiência na socialização do conhecimento, superando barreiras geográficas e temporais, dentre outras, para a compreensão de conteúdos.

Dessa forma, todas essas conquistas estão efetivamente presentes no *site* ou *website*, conceituado como “um conjunto de páginas (*webpages* e *homepages*) agrupadas por um mesmo assunto, propósito ou objetivo, podendo ser de uma instituição, empresa ou indivíduo (MIYAZAKI, 1997). Conforme explica Rodrigues (2005), um site tem como principal objetivo organizar a informação, “estruturando uma hierarquia para que todo o conteúdo seja entendido e acessado com facilidade” – objetivo maior de qualquer compartilhamento de conhecimento e/ou informação necessária a diversos segmentos da sociedade.

3.4. Forma e conteúdo

Apesar de toda a tecnologia, com *softwares* e técnicas, dispor a informação em um *website* não é tarefa fácil, tanto é que o trabalho está cada vez mais multidisciplinar – “muitos profissionais em campo jogando em diferentes áreas” (MEMÓRIA, 2006, p. 9). Isso porque seus objetivos maiores são os de oferecer, dentre outros, facilidade de localização de determinada informação dentro do site, rapidez e comodidade ao usuário.

Sobre a melhor forma de se atingir esses objetivos, porém, muitos autores divergem sobre questões que, para os leigos, soam confusas. “Essa divergência costuma ser caracterizada como ‘arte versus engenharia’ ou

suas necessidades. Passa a ser o julgador de relevância do documento e do estoque que o contém em tempo real, como se estivesse colocado virtualmente dentro do sistema de armazenamento e recuperação da informação. A hiperconectividade reposiciona a relação usuário-espaco-informação (BARRETO, 1997).

¹¹ O hipertexto remete a texto em formato digital, ao qual se agregam conjuntos de informação na forma de blocos de textos, palavras, imagens ou sons, acessados por meio de referências específicas denominadas hiperlinks ou links.

‘estruturalistas versus designers’” (WARD, 2007, p. 169). São aqueles que, grosso modo, valorizam o *design* em detrimento de outros aspectos importantes, como navegação e interação, por exemplo.

Nesse aparente embate, dois grandes autores se destacaram: na defesa do conteúdo conciso, sem excessos no *design* (gráficos, etc.) estava Jakob Nielsen, um dos grandes gurus nesta área, que propõe o fim do *web design*. “A principal função de um recurso da *web* é atender às necessidades do usuário da maneira mais simples e rápida possível” (NIELSEN apud WARD, 2007, p. 169).

No outro extremo, estava David Siegel: “é responsabilidade do *designer* apresentar o conteúdo apropriadamente” (SIEGEL apud WARD, 2007, p. 170). Nas aparentes divergências, as afirmações se assemelham muito, pois, afinal, têm um objetivo comum: o usuário. Na verdade, esse debate remete à velha discussão de conteúdo e forma, na qual muitos pensadores se envolveram em meados do século XX, nas áreas das artes plásticas, literatura e da comunicação. Tanto um debate, quanto outro já não faz mais sentido no século XXI, quando se confirma que forma e conteúdo estão intrinsecamente ligados e destinados à finalidade que se propõem. A elaboração de um site, portanto, é um bom exemplo dessa união de esforços:

A presença de profissionais especializados em diferentes disciplinas está cada vez maior nos dias atuais. Cada área de conhecimento trabalha diferentes partes do sistema que, desenvolvidas separadamente, contribuem para o aperfeiçoamento de um todo, melhorando a qualidade do produtor final (MEMÓRIA, 2006, p. 9).

No caso da *web*, a história toda começou com o arquiteto Richards Saul Wurman, que, em 1976, criou o termo “Arquitetura da Informação (AI)”, definindo-a como “a ciência e a arte de criar instruções para espaços informatizados” (CRUZ, 2008, p. 34). O termo pode ser melhor definido como “a ciência e arte de estruturar e organizar os sistemas de informação para ajudar as pessoas a alcançarem seus objetivos” (CRUZ, 2008, p. 35). Mas torna-se ainda mais claro, conforme Pinho (2003):

A estrutura do *site*, em termos de navegação, hierarquia do conteúdo e disposição dos elementos interativos, recebe o nome de Arquitetura da Informação. Ela é a base sobre a qual serão construídos todos os demais elementos do site – como forma, função, metáforas, navegação e interface, interação, *design* – e tem como uma de suas principais funções “defender os interesses do usuário e evitar que ele

experimente momentos de frustração ao navegar” (DAUCH *apud* PINHO, 2003, p. 134).

Como bem resumiu o próprio Wurman, arquitetura da informação é tornar claro o que é complexo. Nesse sentido, a grande responsabilidade fica por conta do arquiteto da informação, que tem as seguintes funções:

1. Clarificar a missão e a visão do site fazendo o balanceamento entre necessidades da organização patrocinadora e as de seus usuários.
2. Determinar qual o conteúdo e a funcionalidade que o site conterá.
3. Especificar como usuários encontrarão informação no site, por meio da definição da sua organização, navegação, rotulagem e sistemas de busca.
4. Mapear como o site acomodará as alterações e o crescimento ao longo do tempo (SANTA ROSA; MORAES, 2010, p. 26).

Dentro dessa área, há outro conceito fundamental: o de usabilidade. Ou seja, o estudo ou a aplicação de técnicas que facilitem o uso de um *site*, assegurando que qualquer pessoa consiga utilizá-lo e que ele corresponda às expectativas dessa pessoa. Seus objetivos, portanto, são a: “facilidade de uso; facilidade de aprendizado; facilidade de memorização de tarefas; produtividade na execução de tarefas; prevenção, visando à redução de erros; satisfação do indivíduo” (BRASIL, 2010, p.7).

Uma técnica, que tem como um de seus preceitos que “os usuários nunca estão errados” (MEMÓRIA, 2006, p. 7), é o sonho de todo cidadão que necessita utilizar a internet no seu dia-a-dia. Afinal, a responsabilidade ou a culpa de determinado erro não pode ser creditada ao usuário, mas sim a quem o “projetou, à pessoa que desenvolveu aquilo e não pensou bem nas prováveis situações de uso e possíveis erros a serem cometidos” (MEMÓRIA, 2006, p. 7).

Portanto, os responsáveis pelo desenvolvimento e elaboração de um *website* devem se esmerar para proporcionar o melhor resultado e eficiência àquele que vai utilizá-lo. Assim, devem observar os cinco atributos sobre usabilidade definidos por Jakob Nielsen:

- **Ser fácil de aprender:** o sistema deve ter simples aprendizado para que o usuário possa rapidamente começar a trabalhar.
- **Ser eficiente na utilização:** o sistema deve ser eficiente para que assim que o usuário aprenda como utilizá-lo, possa alcançar altos níveis de produtividade.
- **Ser fácil de ser recordado:** o sistema deve ser fácil de ser lembrado, para que o usuário possa voltar a utilizá-lo depois de algum período inativo, sem ter que aprender tudo novamente.
- **Ter poucos erros:** a taxa de erros do sistema deve ser baixa, para que os usuários comentem poucas falhas durante a utilização e,

mesmo que cometam erros, consigam facilmente recuperar o que foi perdido. Erros incorrigíveis não devem ocorrer.

- **Ser subjetivamente agradável:** o sistema deve ser agradável de ser usado, para que os usuários fiquem satisfeitos ao utilizá-lo. Eles devem gostar dele (NIELSEN *apud* MEMÓRIA, 2006, p. 7).

3.5. Estudo de usuário

O sucesso de um organismo ou sistema de informação científica e tecnológica - biblioteca, centro de documentação, centro de informação ou de informática, ou ainda um *website*, por exemplo, como o Espaço do Produtor – depende do conhecimento que se tem das necessidades de informação das pessoas que utilizam seus serviços (CUNHA, 1982). Para se chegar a esse conhecimento, o caminho mais frequente é a realização do *Estudo de usuários*, uma área surgida nos anos de 1940 e que passou por uma série de mudanças até chegar à forma como é utilizada hoje.

Inicialmente conhecidos como *Estudos de uso*, uma vez que eram voltados somente ao uso do sistema de informação, esses trabalhos começaram a ser realizados há mais de um século como levantamento bibliotecário (*library surveys*). Por meio das informações obtidas – estatísticas sobre empréstimos, cópias fornecidas, questões respondidas, livros solicitados, etc. –, tornava-se possível conhecer as “tendências de comportamento do usuário no uso do serviço, mas não de suas necessidades específicas” (DIAS; PIRES, 2004, p. 11).

Esses estudos surgiram efetivamente na década de 1940 para “responder à explosão de informações científicas e novas tecnologias” e eram desenvolvidos por “bibliotecários ou administradores de centros de informação ou laboratórios que precisavam de dados para planejar o seu serviço” (MIRANDA, 2006, p. 99).

Diversos autores brasileiros realizaram revisões bibliográficas sobre os estudos de usuários, mas eles encontraram dificuldades na análise comparativa desses estudos, principalmente no início de sua realização, em função da utilização de técnicas muito variadas de coletas de dados, como apontam Baptista e Cunha (2007). Além disso, há algumas pequenas divergências com relação à conceituação e classificação desses estudos.

Um ponto de maior concordância, porém, é com relação aos seus objetivos: “coletar dados para criar e/ou avaliar produtos e serviços informacionais, bem como entender melhor o fluxo de transferência da informação” (BAPTISTA; CUNHA, 2007, p. 169).

Em revisão bibliográfica sobre o assunto, Araújo (2009) considerou como *estudo de usuários* toda produção com:

(...) resultado de pesquisa empírica realizada com algum grupo de sujeitos, sujeitos esses tomados a partir de sua relação (de necessidade, de busca, de uso) com a informação (seja a informação presente em fontes formais ou informais, sejam serviços, sistemas ou instituições de informação) (ARAÚJO, 2009, p. 12).

O autor acrescenta ainda que essas pesquisas teriam que se utilizar de algum tipo de referencial teórico e de alguma técnica ou instrumento de coleta de dados empíricos. Tal conceituação é corroborada por Miranda (2006, p. 99), que considera o estudo de usuário como o “método de sondagem objetiva que abrange o estudo das ‘necessidades de informação’ e os ‘usos da informação’”.

Costa, Silva e Ramalho (2009) aprofundam a discussão, introduzindo novas questões e ampliando o enfoque:

Estudo de usuários são investigações que se fazem para se saber o que os indivíduos **precisam**, em matéria de informação, ou então, para saber se as **necessidades de informação**, por parte dos usuários de um centro de informação, **estão sendo satisfeitas** de maneira adequada (*grifo nosso*) (COSTA et al., 2009, p. 7).

Mas, embora o usuário seja fundamental nesse estudo, nem sempre ele foi considerado o centro das atenções ou mereceu técnicas e questões que permitissem conhecê-lo melhor. Nos estudos iniciais, segundo Ferreira (1995), as atividades técnicas do sistema eram o mais importante. Colocado em segundo plano e em situação passiva, era ele que deveria de se adaptar ao sistema de informação, e não o contrário. Isso por que:

considerava-se que os usuários utilizavam o sistema exatamente da maneira como estes tinham sido projetados. Não se imaginava indagar, aos sistemas, questões imprescindíveis sobre a identidade e propósitos principais de seus usuários. (...) Resulta desse procedimento que hoje em dia se conhece muita coisa sobre planejamento, aquisição, organização, controle e desenvolvimento de coleções, mas muito pouco sobre como as pessoas fazem uso dos sistemas ou para que fins e como a informação - que é a matéria-prima dos sistemas - está sendo utilizada (FERREIRA, 1995, p. 4),

Confirmando essa tendência, Brenda Dervin (*apud* FERREIRA, 1995) cita que, em 1977, 90% das pesquisas e estudos em bibliotecas tinham como foco principal a própria instituição e suas atividades, e que, quando recaía sobre o usuário, era a partir desse contexto (FERREIRA, 1995, p. 5). Nesse período, portanto, o usuário cumpria o papel de mero informante sobre os serviços oferecidos. Ainda não se tinha a completa visão de sua importância para esses estudos.

A expressão “estudo de usuário” só iria surgir em meados do século XX. Foi quando se passou a utilizar técnicas das Ciências Sociais para observar ou questionar os usuários sobre suas necessidades, preferências, opiniões e avaliações a respeito dos serviços oferecidos ou em atividades de planejamento de produtos/serviços.

Na procura por se conhecer melhor este *usuário*, ao longo dos anos, surgiram muitas, variadas e complexas classificações ou conceituações a respeito. Há definições bastante simples, mas eficientes. Por exemplo, usuário ou grupo de usuários da informação é “aquele indivíduo ou coletivo que, necessitando de informação, utiliza-a” (COSTA et al., 2009, p. 5).

Claire Guinchat e Michel Menou (*apud* COSTA et al., 2009) ofereceram critérios mais definidos que possibilitaram a melhor compreensão desse personagem, bem como subsidiaram, de forma adequada, uma pesquisa sobre o tema. A classificação está baseada em critérios que podem ser resumidos a dois e que permitem mapear de forma bastante definida uma pesquisa, principalmente no que se refere ao público objeto desse estudo.

Critérios objetivos, como a categoria socioprofissional, a especialidade e a natureza da atividade para a qual busca a informação, e os psicossociológicos, como atitudes e valores relativos à informação, em geral, e às relações com as unidades de informação, em particular. (...) [Assim] os usuários da informação podem ser divididos em três grupos principais: os usuários que ainda não estão na vida ativa profissional ou estudantes, os usuários engajados na vida ativa, cujas necessidades de informação se originam da sua vida profissional e o cidadão, cujas necessidades de informação são gerais e ligadas à sua vida social. (COSTA, SILVA E RAMALHO, 2009, p.05)

3.5.1. Abordagens e usos da informação

Ao longo das décadas, os enfoques dos estudos dos usuários foram evoluindo e se aperfeiçoando, bem como as revisões bibliográficas sobre eles, como se pode observar por meio dos dois mais importantes repositórios da área de Ciência da Informação: a *Annual Review of Information Science and Technology* (ARIST) e da *Library and Information Science Technology Abstracts* (LISA). Para se ter uma ideia desse aumento, o número de trabalhos sobre estudos de usuários no LISA, segundo Baptista e Cunha (2007), saltou de 754, no período de 1970-1979, para 3.570, entre 2000 e 2007.

Para uma breve amostra dessa evolução, na década de 1960, a principal preocupação dos estudos de usuários de bibliotecas era modesta: identificar a frequência de uso de determinado material e outros comportamentos de forma puramente quantitativa. Nos anos de 1970, o enfoque passou a ser como a informação era obtida e usada (BAPTISTA; CUNHA, 2007, p. 171). Um dado curioso, em função da própria época, apontado por Nice Figueiredo (*apud* BAPTISTA; CUNHA, 2007b) é que estudos desse período revelavam que o uso dependia da facilidade de acesso e que, nem sempre, a informação utilizada era a melhor.

Já nos anos de 1980, a automação passou a ser o centro dos estudos dos usuários. Citando Pinheiro, Baptista e Cunha (2007) ressaltam, porém, que ainda não eram bem-sucedidos no que se refere ao conhecimento do usuário. Seu objetivo era:

(...) possibilitar o planejamento de serviços ou sistemas de informação que fossem capazes de satisfazer as necessidades, mas os resultados obtidos não foram os almejados, principalmente devido à complexidade de se determinar o comportamento e as necessidades de informação dos usuários (BAPTISTA; CUNHA, 2007, p. 172).

Durante muito tempo, portanto, os estudos de usuários ficaram divididos em duas abordagens ou paradigmas: o tradicional e o alternativo. O primeiro estava centrado no sistema de informação, enquanto o segundo era dirigido ao próprio usuário da informação.

A abordagem tradicional se caracterizava pela pesquisa quantitativa, na qual as técnicas estatísticas eram empregadas na coleta dos dados e no seu tratamento. O objetivo do uso dessas técnicas era “garantir uma maior

precisão na análise e interpretação dos dados” (BAPTISTA; CUNHA, 2007, p. 170).

Os pontos centrais da abordagem tradicional eram o “conteúdo” ou a “tecnologia”. Os estudos voltados ao *conteúdo* eram aqueles relacionados às linhas temáticas de interesse de grupos de usuários, com base nos modelos tradicionais de classificação do conhecimento. Já os estudos voltados à *tecnologia* focalizavam o uso de livros, fontes, bases de dados, obras de referência, computador ou o próprio sistema (COSTA et al., 2009, p. 8).

Esse panorama mudou quando se passou da chamada “fase quantitativa” para a “qualitativa”. Foi quando os estudiosos do comportamento de busca da informação perceberam que as pesquisas com métodos quantitativos não contribuíam para a identificação das necessidades individuais e para a implementação de sistemas de informação adequados a essas necessidades (BAPTISTA; CUNHA, 2007). Nesse período, os pesquisadores da área passaram a utilizar as teorias da Sociologia e Antropologia.

Ao longo das quatro últimas décadas, houve também o crescimento da preocupação com o usuário. Afinal, ele é essencial “na concepção, avaliação, enriquecimento, adaptação, estímulo e funcionamento de qualquer sistema de informação” (COSTA et al., 2009, p. 5). Além disso, não se pode esquecer que:

a lógica básica por trás dessa perspectiva centrada no usuário é que os sistemas de informação devam ser modelados de acordo com o usuário, com a natureza de suas necessidades de informação e com seus padrões de comportamento na busca e no uso da informação, de modo a maximizar sua própria eficiência (FERREIRA, 1995, p. 6).

Para a abordagem alternativa, portanto, o usuário é o elemento central dos sistemas de informação. Ferreira (1995) comenta que essa abordagem passou a considerar que **a informação só tem sentido** quando integrada a algum contexto:

Ela é um dado incompleto, ao qual o indivíduo atribui um sentido a partir da intervenção de seus esquemas interiores. [Assim, a informação] não mais se configura como “tijolos” colocados uns sobre os outros, mas sim como a “argila”, à qual o próprio indivíduo dará o formato, a consistência e o sentido que lhe convier (FERREIRA, 1995, p. 5).

3.5.2. Usos, necessidades e demandas de informação

Antes de prosseguir essa discussão, é importante conhecer o conceito de informação, que também suscita divergências, dependendo do autor, de sua formação e de seu enfoque. Geórgia Geogletti Cordeiro Dantas (*apud* COSTA et al., 2009) lembra que a informação deve estar caracterizada por quatro abordagens:

A primeira trata-se da abordagem estrutural. Nessa perspectiva, a informação é definida como a matéria, estrutural, que possa ser apreendida ou não pelo ser humano. A segunda consiste na abordagem do conhecimento, na qual a informação é vista como conhecimento a ser comunicado. A terceira linha aborda a informação como condutora de efeito orientada para o receptor por entender que a informação só ocorre se produzir efeitos no usuário. A quarta abordagem focaliza a informação enquanto processo em si, ou seja, um processo de produção de sentido que ocorre na mente humana (COSTA et al., 2009, p. 2).

Para Costa et al. (2009), as definições mais adequadas “são as que relacionam a informação à produção de conhecimento no indivíduo”, uma vez que valoriza o aspecto social e emancipatório que a informação pode propiciar. Tal conceito se aproxima ao que acreditamos que deva ser oferecido por um *site* que se proponha a praticar a extensão universitária, como o objetivo de pesquisa desta dissertação.

Mas, para que esse sistema funcione efetivamente e cumpra seus objetivos, é importante que se conheça outro aspecto: as necessidades do usuário que, de certa forma, estão relacionadas ao uso que ele fará dela. Costa et al. (2009, p. 4) afirmam que “necessidades e usos são interdependentes, se influenciam reciprocamente de uma maneira complexa que determinará o comportamento do usuário e suas práticas”.

Assim, se “necessidade de informação” é compreendida por diversos autores como processo de tomada de decisão ou solução de problemas, o conhecimento dessas mesmas necessidades possibilitará “compreender por que as pessoas se envolvem num processo de busca de informação” (COSTA et al., 2009, p. 4).

Ao mesmo tempo em que são muito debatidos, usos e necessidades de informação também suscitam mal-entendidos, em função especialmente da falta de clareza e compreensão de seus conceitos. Por isso, é necessário conhecermos melhor principalmente as definições de necessidade, desejo,

demanda e uso da informação: D'Andréa (2003), a partir de Eugênia Bettiol, apresenta boas definições a esse respeito:

a) *necessidade*: “o que um indivíduo deve ter para seu trabalho, pesquisa, instrução, recreação”. Trata-se de uma contribuição para uma finalidade qualquer, influenciada por valores sociais. É uma demanda em potencial, podendo ou não ser expressa pelo indivíduo, de acordo com diversos fatores, tais como percepção do problema, capacidades de expressão e identificação, grau de conhecimento sobre o assunto, custo, nível educacional, acessibilidade, facilidade de uso, experiência, rapidez e sua percepção sobre a completeza ou não do sistema a ser acessado.

b) *desejo*: é o que o usuário gostaria de ter, podendo ou não ser convertido em uma demanda. Não está diretamente vinculado à necessidade. É também uma demanda em potencial.

c) *demanda*: é o que o usuário solicita, podendo ou não se converter em uso. Em geral, é uma necessidade expressa pelo indivíduo, mas não necessariamente significa uma necessidade

d) *uso*: o que o usuário utiliza. Pode ser a concretização de uma demanda, necessidade ou desejo, de acordo com a situação em que o usuário se deparou com a informação e/ou com um sistema. O uso em geral é maior que a necessidade expressa (demanda), porque o usuário pode encontrar alguma informação que não esperava inicialmente (D'ANDREA, 2003, p. 19).

Ainda sobre o tema, Miranda (2006) ressalta que nem toda necessidade se transforma em uma atividade de busca de informação; é preciso haver mecanismos de ativação para que ela ocorra. Esses mecanismos podem (ou não) levar à busca de informação. “Se existir a crença de já se possuírem informações suficientes para decidir, não haverá busca por mais informações (teoria do *stress*)” (MIRANDA, 2006, p. 103).

Ao abordar especificamente a necessidade de informação, Yves-François Le Coadic (*apud* DIAS; PIRES, 2004) apresenta uma classificação que nos parece oportuna e esclarecedora. Segundo as autoras, necessidades de informação de pessoas ou grupos podem ser divididas em função:

- *do conhecimento* (valor filosófico ou intrínseco): uma necessidade derivada do desejo de saber (Aristóteles);

- *da ação* (Valor prático ou instrumental): uma necessidade derivada de necessidades materiais exigidas para realizar atividades humanas, profissionais e pessoais: trabalhar, ir de um lugar a outro, comer dormir, reproduzir-se. A informação permanece sendo o meio para desencadear uma ação com objetivo; é a condição necessária à eficácia dessa ação. O valor prático pode ser dividido em valor de uso (*value in use*) e valor para troca (*exchange value*);

- *da necessidade humana*: é um estado de privação de alguma satisfação básica. Em relação à informação, a necessidade é definida como a procura de informação para satisfazer uma necessidade específica;

- *dos desejos*: são carências por satisfações específicas para atender a essas necessidades mais profundas. Desejo é o que o indivíduo

gostaria de ter, podendo ou não coincidir com suas necessidades (DIAS; PIRES, 2004, p. 10).

3.6. A informação no contexto rural

Os comportamentos da oferta e a necessidade de conhecimento e, ou, informação passaram por uma mudança radical entre as sociedades pré-capitalistas e a sociedade da informação, que pode ser assim descrita:

As sociedades que antecederam a sociedade capitalista, caracterizada pela ocorrência da revolução técnico-científica, foram sociedades em que a necessidade de conhecimento excedia a oferta e os custos de reprodução do conhecimento eram excessivamente altos. A situação característica da sociedade da informação é aquela em que a oferta excede a demanda e não se trata apenas de organizar ou controlar um conhecimento escasso, mas especialmente de orientar o usuário para um conhecimento que atenda suas necessidades concretas no menor tempo e com menor custo (FREIRE, 1991, p. 51).

Isso porque o processo de disponibilização de tecnologia inclui a comunicação da informação tecnológica, uma vez que “tecnologia representa conhecimento científico, técnico, econômico e cultural que torna possível a concepção, planejamento, desenvolvimento, produção e distribuição de bens e serviços” (FREIRE, 1991b, p. 52).

Com relação à situação no meio rural, Freire (1991c) diz que a tecnologia não está simplesmente relacionada às sementes selecionadas, máquinas ou adubos, mas principalmente ao seu uso correto. Para ela, a democratização do acesso à tecnologia (ou informação) representa comunicação de conhecimento, a fim de reduzir o grau de incerteza que permeia a atividade agrícola e facilitar a tomada de decisão.

Painel de Especialistas em Tecnologia da Informação e do Agronegócio Mineiro realizado pela Embrapa Informática Agropecuária em parceria com a Associação para Promoção da Excelência do Software Brasileiro (Softex), em 2009, mostrou que muitos produtores rurais, especialmente os de menor porte, não fazem a gestão da sua propriedade, nem controle contábil, e sequer sabem usar um computador. No caso da agricultura familiar, a adoção dessas tecnologias é ainda mais distante da realidade dos agricultores. Moraes et al. (2010) apontam que, entre os fatores que impedem essa adoção, estão, segundo Acosta et al. (2008a e 2008b) e

Cruz et al. (2008), a falta de capacitação gerencial e tecnológica dos produtores e o alto custo-benefício para adquirir tais tecnologias.

Já um estudo de caso sobre transferência da informação tecnológica para produtores rurais no Rio Grande do Norte, segundo Freire (1991), constatou barreiras mais específicas de comunicação. A autora aprofundou a análise, utilizando a classificação de Wersig e distribuiu-as de acordo com os níveis:

- **ideológico**, considerando que agentes e usuários da informação participam desigualmente da dinâmica socioeconômica e cultural da sociedade;
- **de eficiência**, pois a relação **esforço para informar e usos/efeitos da informação** é prejudicada pela existência de fatores estruturais, tais como estrutura agrária e baixa capacidade de correr riscos na atividade produtiva;
- **terminológico**, uma vez que agentes e usuários não utilizam o mesmo código de comunicação para recuperação do conhecimento, embora essa barreira seja diminuída no processo de comunicação direta;
- **de capacidade de leitura**, pois os usuários finais (produtores rurais) têm baixo grau de escolarização, apresentando dificuldades na decodificação da linguagem escrita;
- **de consciência e conhecimento da informação**, considerando que, para atender à demanda de seus usuários, o agente deveria não somente conhecer a informação disponível no âmbito da produção científica e tecnológica, mas também aquele produzido pela dinâmica sociocultural do meio rural;
- **de responsabilidade**, uma vez que o uso da informação tecnológica depende de atividade do usuário final e da sua capacidade para utilizar esse conhecimento no processo produtivo (FREIRE, 1991, p. 53).

Se o comportamento dos agricultores em relação às TICs (Tecnologias de Informação e Comunicação) é compreensível, levando-se em conta as diversas barreiras apontadas, há que se considerar também a atitude dos extensionistas, aqueles que deveriam contribuir para a democratização da informação entre esses agricultores, que também não estão tão familiarizados com a área. É o que constatou pesquisa realizada junto a extensionistas da AGENCIARURAL - Agência Goiana de Desenvolvimento Rural e Fundiário, localizada na região do Vale de São Patrício, em Goiás.

A disponibilização de uma ferramenta específica, por mais alinhada que esteja com o estado da arte da tecnologia da informação, não é suficiente para resolver e endereçar todas as questões relacionadas ao processamento das informações nas organizações, principalmente ao se tratar com seu público-alvo, que na maioria das vezes é formado de pessoas de baixa renda e nível educacional restrito. (...) A apropriação das TICs vai além do mero domínio de técnicas. Portanto, há necessidade de fomentar a universalização de serviços, concebendo soluções e promovendo ações que envolvam a

ampliação e melhoria da infraestrutura de acesso; a capacitação do servidor, para que este, informado e consciente, possa utilizar os recursos disponibilizados pelas tecnologias; e o desenvolvimento de ferramentas para publicação de conteúdos na internet.

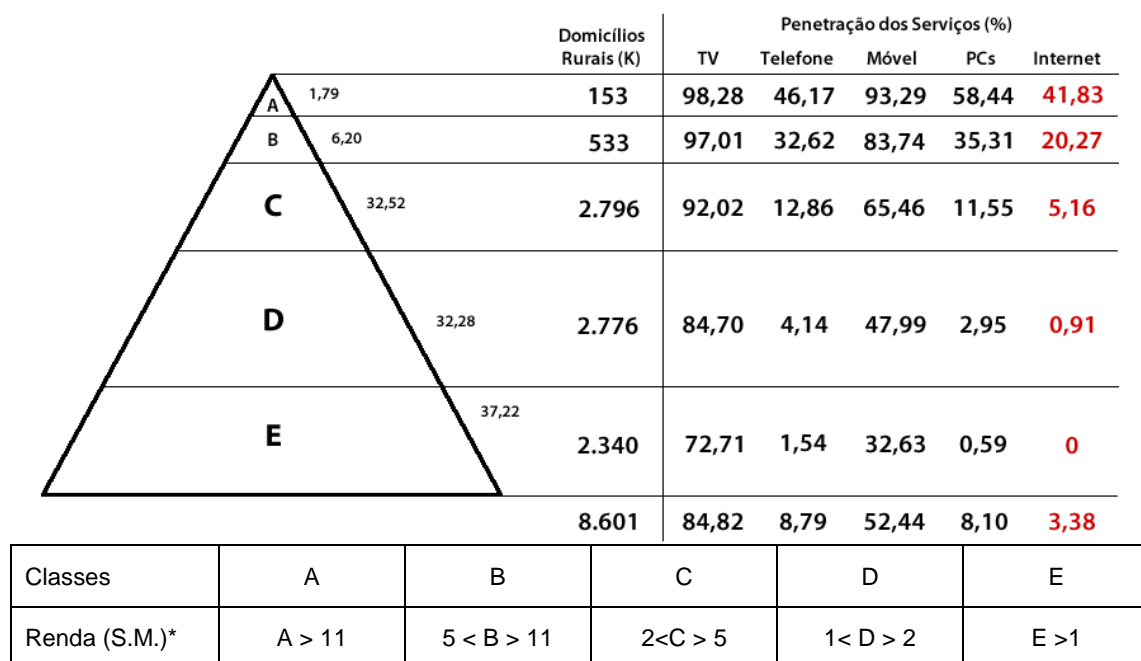
Assim, em um momento em que a Extensão Rural preconiza a construção de uma consciência crítica do extensionista e o trabalho em propostas de construção partilhada de conhecimento, é mais do que apropriado sugerir o uso das TICs de forma eficaz, como ferramentas que possibilitam um ambiente de aprendizagem, desterritorializando e aproximando pessoas, mercados e nações (PINHO; MONTEIRO, 2007, p. 118-119).

Outro grande desafio é a inclusão dos pequenos agricultores no uso da Tecnologia da Informação (TI). Segundo Santos e Mendes (2010), é importante identificar não só as necessidades desse público, sob o ponto de vista socioeconômico, mas também das instituições que os apoiam (associações, cooperativas, Emater, etc.). Eles apontam também os principais fatores que impedem a utilização da TIC no meio rural:

(...) o desinteresse por *software* por parte dos demandantes rurais, o despreparo do produtor comum, a falta de gestão da propriedade, a falta de diálogo entre desenvolvedores e demandantes, a diferença existente entre os produtores e a influência da idade (SANTOS; MENDES, 2010, p. 63).

Além de maior participação dos extensionistas rurais nas cooperativas e associações de classe, orientando os agricultores sobre o assunto, os autores defendem também a necessidade da efetivação da inclusão digital. Mas ressaltam que essa inclusão só será bem-sucedida trabalhando-se em três áreas concomitantemente: TICs, renda e educação.

No entanto, há que se considerar que a situação de infraestrutura no campo ainda é bastante precária. De acordo com dados da *Pesquisa TICs Domicílios 2009*, do Comitê Gestor da Internet, apenas 3% dos domicílios rurais no Brasil tinham acesso à Internet. Quando se aborda a questão sob o ângulo social, segundos dados do IBGE, também de 2009, “a internet chega a menos de 5% dos domicílios rurais das classes C e D, que correspondem a 60% da população rural brasileira”. Nesse aspecto, a TV ainda está à frente entre os serviços de comunicação de maior penetração no meio rural (VELOSO, 2010, p. 15) (Figura 3).



Fonte: Veloso (2010, p. 15), a partir de IBGE – PNAD 2009. Elaboração de Daniel Brandão, Ministério das Comunicações.

*Obs.: SM = salário-mínimo.

Figura 3 - Serviços de comunicação de maior penetração na área rural.

Mudar esta realidade não é tão simples. É também Silva Filho (*apud* SANTOS; MENDES, 2010, p. 64) que explica que a exclusão socioeconômica desencadeia a exclusão digital ao mesmo tempo em que a exclusão digital aprofunda a exclusão socioeconômica. Portanto, a questão da inclusão digital só poderá ser resolvida por meio de uma política pública, com destinação orçamentária, observando todas as dificuldades relacionadas ao público-alvo, da baixa renda e escolaridade às limitações físicas e de idade dos futuros usuários do meio rural.

Os autores defendem a promoção de ações conjuntas entre as instituições públicas e privadas, no sentido de promover efetivamente a inclusão digital de agricultores e moradores do meio rural, de forma amplamente coordenada. Apesar de considerarem ainda poucas, citam como exemplo de iniciativas com esse objetivo o Portal da Inclusão Digital do Governo Federal¹², Canal do Produtor¹³ e Territórios Digitais¹⁴ – o primeira e o

¹² Portal que centraliza todas as iniciativas (cursos, centros, etc.) dos órgãos e ministérios do governo federal na área da inclusão digital (<http://www.inclusaodigital.gov.br/>).

¹³ Segundo informações do próprio site, o Canal do Produtor faz parte do site oficial da CNA (Confederação Nacional de Agricultura e Pecuária do Brasil). É uma ferramenta de apoio ao Programa

terceiro estão ligados ao governo federal e o segundo, a uma entidade de classe.

de Inclusão Digital Rural, que promove a qualificação de produtores, familiares e trabalhadores no uso de equipamentos e tecnologias digitais (<http://www.canaldoprodutor.com.br/>).

¹⁴ De acordo com informações do próprio site, o projeto Territórios Digitais faz parte do Programa Territórios da Cidadania, uma iniciativa que reúne vários ministérios do governo. Consiste na implantação de Casas Digitais – espaços públicos e gratuitos com acesso a computadores e internet – em assentamentos, escolas agrícolas, comunidades tradicionais, sindicatos e Casas Familiares Rurais. O objetivo dos Territórios Digitais é disponibilizar acesso às tecnologias digitais de informação e comunicação para aprimorar os processos de gestão da produção; o controle social das políticas públicas; o acesso à informação; e a formação de rede de troca de experiências (<http://www.inclusaodigital.gov.br/inclusao/noticia/territorios-digitais>).

4. METODOLOGIA

Para o desenvolvimento deste trabalho, foi utilizada uma triangulação de métodos ou multimétodo. Tal opção permitiu uma visão mais rica do objeto de estudo:

(...) cada desenho de pesquisa ou investigação pode fazer uso de diferentes métodos de forma combinada, o que se denomina de multimétodo, ou seja, aliando o qualitativo ao quantitativo (e não só tendo mais de uma fonte de coleta de dados) (FREITAS et al., 2000, p.106).

Além de ser importante para a validação dos resultados das pesquisas, esta forma tem sido bem aceita tanto na coleta como na análise de dados e “supera as limitações de um método único, por combinar diversos métodos e dar-lhes igual relevância” (MOZZATO; GRZYBOVSKI, 2011, p. 742).

No caso desta pesquisa, fez-se necessária, portanto, a combinação dos seguintes métodos de coletas de dados: a) *survey*; b) análise das estatísticas de acesso fornecidas pelo Google Analytics, c) análise qualitativa das informações fornecidas pelos *e-mails* enviados e comentários deixados pelos usuários no *site*. No caso desses dois últimos dados, o acesso e o seu uso para a pesquisa foram autorizados pela Cead.

4.1. Survey em estudos de usuários

Como dito anteriormente, os estudos de usuários são eficazes na avaliação de um sistema de informação, como o *website*, uma vez que o conhecimento do usuário é a base da orientação e da concepção desse sistema. Além disso, boa parte dos objetivos do presente trabalho está de acordo com o que apontam Dias e Pires (2004), sobre os fatores que levam à motivação da realização de estudo de usuário:

- O usuário deve ser visto como a razão fundamental dos serviços de informação;
- subsidiar o processo de planejamento e avaliação de sistemas de informação à elaboração de relatórios e projetos;
- verificar a satisfação das necessidades dos usuários por parte do serviço de informação;
- conhecer a natureza e o conteúdo da informação necessitada (variável e complexa; diferem na essência, bem como na forma);
- para planejar adequadamente o desenvolvimento de coleções se o compartilhamento de recursos informacionais;

- dimensionar a demanda futura para diminuir o nível de incerteza bibliográfica no momento da seleção do material” (DIAS; PIRES, 2004, p. 13).

Para a realização da coleta de dados em um estudo de usuário, há uma série de técnicas que podem ser aplicadas, grande parte delas semelhante às usadas pelas Ciências Sociais: questionário, entrevista, técnica de Delfos, observação participante, observação não participante, análise documentária de diários, análise de conteúdo, análise de citações e documentos de biblioteca, dentre outros (CUNHA, 1982, p. 7).

Cada uma delas tem suas vantagens e desvantagens, mas o questionário¹⁵ é o mais empregado, por se mostrar também mais apropriado à análise de um *website*, devido, por exemplo, ao grande número e ao espaçamento geográfico do público usuário.

Para o desenvolvimento desta pesquisa foi utilizada a metodologia *survey*: por ser a mais apropriada para a obtenção de dados ou informações sobre características, ações ou opiniões de determinado grupo de pessoas, como amostra de uma população-alvo, por meio de um instrumento de pesquisa, no caso, o questionário. Tal método, portanto, gera medidas precisas e confiáveis que permitem análise estatística; mede opiniões, atitudes, preferências, comportamentos de um determinado grupo de pessoas, dentre outras características.

No caso deste trabalho, foi realizado um Survey Censitário, uma vez que seu universo foi composto por todos os usuários cadastrados no Espaço do Produtor, no período de julho de 2008 a janeiro de 2012. Na verdade, foi adotado o *survey* eletrônico: o questionário que utiliza o meio eletrônico para sua aplicação (VASCONCELLOS; GUEDES, 2007, p. 7).

Dentre as desvantagens apontadas na utilização do questionário eletrônico, estão impessoalidade e problemas de privacidade – os entrevistados podem considerar a mensagem como *e-mail* não desejado ou “lixo eletrônico”. Mas a técnica apresenta algumas vantagens quando comparada a formas de coleta como entrevista pessoal. Dentre elas:

Agilidade na aplicação, no controle e *follow-up* das respostas e agilidade na tabulação dos resultados; facilidade de utilizar maiores

¹⁵ Uma lista de questões a serem propostas pelo pesquisador junto aos informantes para obtenção de dados, escolhidos pelos mais diversos métodos de amostragem (CUNHA, 1982b, p. 8).

amostras; flexibilidade e diversidade na elaboração de questões; baixo custo de implementação; e exigência de resposta completa. As vantagens para o respondente dizem respeito, em geral, à rapidez do preenchimento, facilidade de leitura, atratividade propiciada pela interatividade e “limpeza” do questionário sem rasuras (VASCONCELLOS; GUEDES, 2007, p.7).

4.2. Estatísticas de acesso

O Google Analytics é uma ferramenta que utiliza a Site Centric, metodologia que possibilita a medição das máquinas do público por meio de uma métrica que atinge 100% dos usuários que passaram pelo *website*.

Diferente de uma pesquisa, que trabalha com uma amostra e gera informações sobre o mercado total através de cálculos estatísticos, o Google Analytics apresenta o diferencial de coletar informações do mercado como um todo, gerando números bastante próximos da realidade. O censo possui o diferencial de coletar informações do mercado como um todo, gerando números bastante próximos da realidade. O ponto negativo é que conseguimos extrair apenas informações de nosso *website*, impossibilitando análise do mercado e de concorrentes (RIBEIRO, 2009, p. 22-23).

Os dados fornecidos pelo Google Analytics – estatísticas de acesso - permitiram uma visão do uso e dos interesses que o visitante tem feito do *site* Espaço do Produtor ao longo dos três anos. Essa ferramenta possibilitou, por exemplo, conhecer de onde o site tem sido acessado, de que forma, a palavra e/ou assunto mais procurado, seções e tempo médio que fica ali, etc. No entanto, é bom ressaltar que ele registra **todas** as pessoas que, por qualquer motivo e, ou, interesse passaram por ali, independentemente de serem ou não usuários cadastrados e, ou, assíduos do *site*.

Essa ferramenta oferece um acompanhamento eficaz para qualquer administrador de *website*, independentemente de seu porte ou de ser institucional ou comercial. No caso do Espaço do Produtor, até então, o recurso havia sido utilizado superficialmente apenas para medir a audiência, e não para uma análise mais profunda de seu conteúdo, a fim de promover alterações que se façam necessárias dentro dos objetivos e perfil estipulados para o site.

O Google Analytics oferece uma gama ampla e variada de dados, visando principalmente à análise e à tomada de decisões na área mercadológica – obviamente este não é o objetivo do Espaço do Produtor, mas sim conhecer um pouco do perfil do usuário visitante e de seus interesses.

O site Espaço do Produtor está associado ao Google Analytics desde o início de suas atividades, em 2008. No entanto, para se ter uma margem de dados que possibilitasse a melhor análise desses três anos de atuação, optou-se por estipular o período de 26/10/2008 a 26/10/2011.

4.3. E-mails enviados pelos usuários

Além do questionário, observou-se o comportamento dos usuários por meio das mensagens enviadas ao administrador do site. Para isso, foi realizada uma análise qualitativa dessas mensagens, a fim de se conhecer melhor o público do Espaço do Produtor, por meio de sua expressão direta.

Atualmente, essa interação do usuário com a administração do *site* se dá por duas formas: pelo *Fale conosco* e pelos *Comentários*. Na primeira, estão desde demandas e dúvidas variadas a críticas e sugestões. Essas mensagens são recebidas pela administração do *site*, que, quando não é capaz de respondê-la diretamente (questões mais específicas), são repassadas ao professor-autor de determinado conteúdo, ou ainda para o setor da universidade a que se relaciona o assunto em questão. Já os *Comentários* são feitos sobre a maioria das seções do site, espontaneamente, pelos usuários, que podem exigir ou não resposta. Ao mesmo tempo em que ficam registrados no próprio *site*, uma cópia deles é enviada para a caixa postal do Espaço do Produtor.

Os *e-mails* são uma forma peculiar e direta de comunicação entre os usuários e o administrador de determinado site. O principal diferencial desta correspondência está na espontaneidade, ou seja, sem pressão de qualquer natureza e quando realmente quer, o usuário escreve sua mensagem sobre o assunto que deseja.

Portanto, a análise qualitativa desses *e-mails* ganha o aspecto enriquecedor de grande veracidade para a presente pesquisa, porque, pelo fato de não terem qualquer interferência do pesquisador ou mesmo do administrador do *site*, as mensagens podem ser consideradas “sinceras”: revelam as verdadeiras demandas, dúvidas, reclamações e opiniões do público – pelo menos aquelas que mais o motivam naquele momento. Desta forma,

possibilitam a construção de um retrato mais fiel que o usuário tem do site e do trabalho ali realizado.

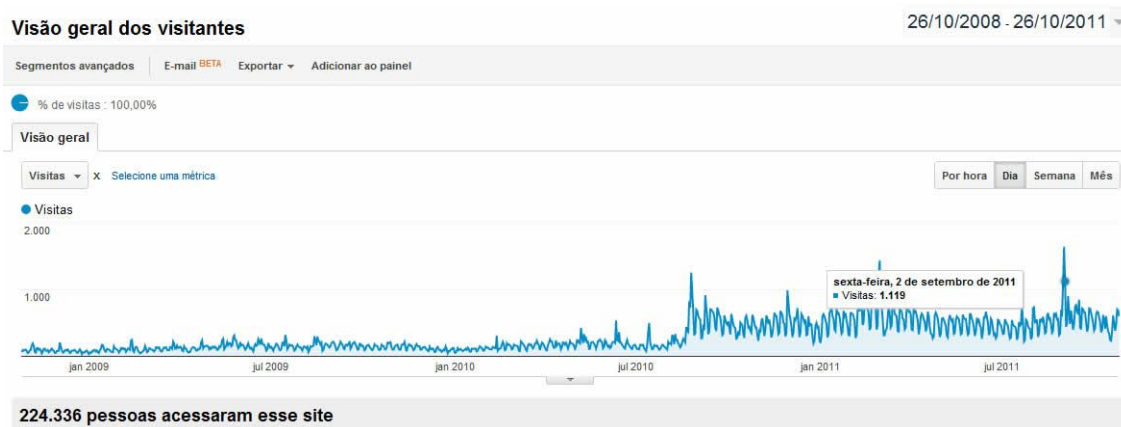
5. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

5.1. Estatísticas de acesso: o retrato do visitante do Espaço do Produtor

Apesar de as estatísticas de acesso (Google Analytics) oferecerem uma ampla série de dados, no caso deste estudo, concentramos nossos interesses nas seguintes variáveis: visitas, tendências e lealdade dos visitantes; cobertura regional; origens do tráfego; conteúdo/ páginas mais visitadas.

5.1.1. Visitas, fidelidade e médias

De acordo com dados do Google Analytics, no período de 26/10/2008 a 26/10/2011, o site Espaço do Produtor registrou 320.042 visitas de 224.336 pessoas de várias partes do país e do mundo (Figura 4), o que representa uma média de quase 75 mil pessoas por ano - portanto, 292,01 visitas por dia, em média.



Fonte: Google Analytics (2012).

Figura 4 - Número de visitas ao Espaço do Produtor no período de 2008-2011.

Ao longo dos três anos analisados, observa-se que o número de visitas foi aumentando gradualmente, em função, dentre outros fatores, de o site tornar-se conhecido. Para se ter uma ideia deste crescimento, no dia 26 de outubro de 2008, após três meses no ar, eram registradas 64 visitas ao site; já

em 26 de outubro de 2011, este número estava em 598. Entre as duas datas, oscilaram momentos de pico e de menos movimento.

Muitos dos momentos de crescimento no número de acessos estariam associados ao envio do *newsletter*, à divulgação de novo curso *on-line*, artigo ou seção, embora não haja como destacar um motivo específico. O boletim eletrônico tem sido enviado periodicamente aos usuários cadastrados, especialmente quando há renovação de artigos e/ou cursos no site (produção de conteúdo original), além das demais seções. Independentemente disso, os maiores picos de visitas foram verificados, por ordem de grandeza, nas seguintes datas: 01/11/2011 – 1.638 (nesta não houve envio do *newsletter*); 01/04/11 – 1.430; 25/08/10 – 1.250; 02/05/11 – 1.119; e 02/03/11 (999).

No período de 26/10/2008 a 26/10/2011, o *site* teve 1.296.921 visualizações de páginas, com média de 4,05 páginas por visitante e tempo de permanência no site de 2,28 minutos. O percentual de novas visitas foi de 70% e a taxa de rejeições foi de 52,72%. Vale ressaltar que *taxa de rejeição (bounce rate)*¹⁶, segundo o próprio Google, é “a porcentagem de visitas a uma só página ou visitas nas quais a pessoa saiu do site na página de entrada (destino)”.

A taxa avalia, assim, a qualidade da visita (“uma taxa de rejeição alta geralmente indica que as páginas de entrada do site não são relevantes para os visitantes”). No entanto, não há um consenso sobre o percentual ou valor que se defina como alta ou baixa taxa de rejeição, fato polêmico no meio do *marketing* digital. O que se afirma, porém, é que quanto menor, melhor.

A fidelidade dos usuários que visitam o *site* é um aspecto que deve merecer especial atenção dos seus administradores. Isso porque a maioria dessas visitas ocorreu apenas uma vez: 224.147 ou 70,04% do total

Ainda que modestamente, o público começa acessar o Espaço do Produtor por outros equipamentos, e não somente de seus *notebooks* ou *desktops*. No caso dos aparelhos telefônicos celulares, foram registradas 926

¹⁶ A fórmula usada para calcular a taxa de rejeição é a seguinte: $R_b = \left(\frac{T_v}{T_e}\right)$, em que R_b representa a *Bounce rate*; T_v , o número total de visitantes que visualizaram somente uma página e saíram voltando pela seta do navegador ou fechando a aba, por exemplo; e T_e , o total de visitantes da mesma página, tanto os que saíram quanto os que clicaram em algum ícone ou *link* (<http://www.nuvemseo.net/a-taxa-de-rejeicao-varia-conforme-o-tipo-de-site>).

visitas, o equivalente a 0,29% do total, utilizando programas distintos, como se pode observar na Figura 5.

Visitas	Páginas/visita	Duração média da visita	Porcentagem de novas visitas	Taxa de rejeição
926 <small>Porcentagem do total: 0,29% (320,042)</small>	2,97 <small>Média do site: 4,05 (-26,82%)</small>	00:01:38 <small>Média do site: 00:02:28 (-33,77%)</small>	78,83% <small>Média do site: 69,98% (12,65%)</small>	64,58% <small>Média do site: 53,26% (21,25%)</small>

Informações sobre dispositivo móvel	Visitas	Páginas/visita	Duração média da visita	Porcentagem de novas visitas	Taxa de rejeição
1. Apple iPad	173	3,66	00:01:38	78,52%	58,52%
2. Apple iPhone	128	2,48	00:01:34	78,00%	72,00%
3. (not set)	105	3,37	00:02:09	89,02%	62,20%
4. Nokia C3-00	29	1,30	00:00:08	78,26%	78,26%
5. Apple iPod Touch	24	1,84	00:00:21	68,42%	94,74%
6. Mozilla Firefox	23	1,11	00:00:04	0,00%	94,44%
7. Motorola MB525 DEFY	15	3,00	00:00:48	58,33%	58,33%
8. Samsung GT-I5500B	15	2,83	00:00:40	91,67%	75,00%
9. Samsung GT-I9000B Galaxy S Vibrant	7	1,50	00:03:35	100,00%	66,67%
10. Nokia XpressMusic	5	4,75	00:02:13	100,00%	50,00%

Fonte: Google Analytics (2012).

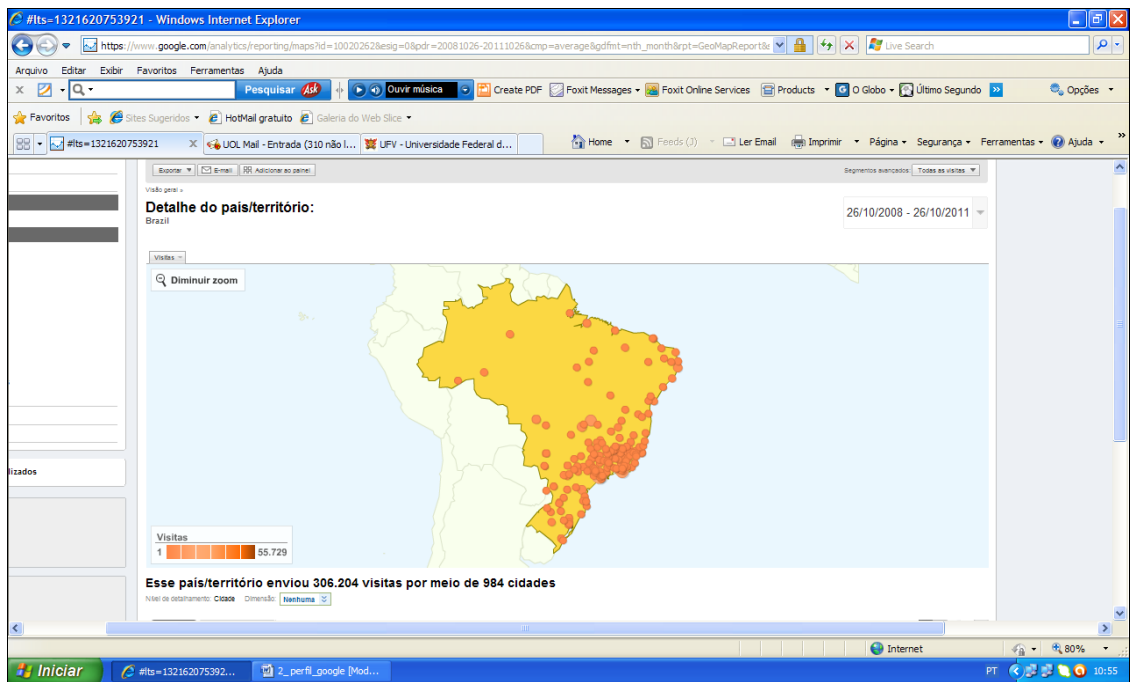
Figura 5 - Programas utilizados em aparelhos celulares para acessar o Espaço do Produtor.

5.1.2. De onde vêm os usuários

O Espaço do Produtor não é consultado apenas por usuários do Brasil; o alcance geográfico do *site* é amplo também no exterior. De acordo com os dados, os quatro países de origem das pessoas que mais visitaram o site, além do Brasil, foram Portugal (4.652), Moçambique (2.376) Estados Unidos (1.976) e Colômbia (533).

No caso do Brasil, foram registradas 306.204 visitas de 984 cidades que vão de Boa Vista (RR) a Rio Grande (RS). Pelo que se observa (Figura 6), o maior número de visitas, por ordem, é proveniente das regiões Sudeste, Centro-Oeste e Sul. Ainda que o Google não tenha uma precisão totalmente confiável nesta localização, devido à má distribuição de IPs¹⁷ (*Internet Protocol*) no Brasil, as cinco primeiras cidades apontadas nesta relação são: Belo Horizonte, São Paulo, Rio de Janeiro, Viçosa e Brasília.

¹⁷ Número capaz de distinguir um computador de todas as outras no mundo virtual.



Fonte: Google Analytics (2012).

Figura 6 - Localização geográfica de computadores (em laranja) que acessaram o Espaço do Produtor no período 2008-2011.

Quando se analisa a fonte de tráfego – como essas pessoas chegaram ao Espaço do Produtor –, verifica-se que os internautas foram encaminhados por três formas: por meio dos “mecanismos de pesquisa” (44,91%), por “sites de referência” (41,81%) e por “tráfego ou acesso direto” (13,28%) – endereço do *site* digitado diretamente pelo usuário. Com relação à primeira forma de chegada ao Espaço do Produtor, deve-se ressaltar que esta é o modo mais usual de “descoberta” de um *site*: pesquisar na internet, especialmente no Google, a partir de tema de interesse do internauta.

Na segunda classificação, “sites de referência”, porém, surgiram questões que devem ser analisadas mais profundamente pelos administradores do Espaço do Produtor, no sentido de obter maior visibilidade para o seu trabalho. Isso porque os *sites* de referência (Tabela 6) foram responsáveis pelo envio de 150.373 visitas por meio de 1.036 origens. Ainda que o maior número de indicações tenha partido do portal da UFV (na página inicial, há um *banner* rotativo de divulgação do Espaço do Produtor), o quarto e o oitavo *websites* que mais enviaram visitantes (respectivamente,

www.agronomianet.com.br e veterinariosempregos.hpg.ig.com.br), não mantêm relação direta com a Cead.

Tabela 6 - Websites que mais enviaram visitantes para o Espaço do Produtor

Classificação	Origem	N.º de visitas
-		
1	portalufv.ufv.br	114.494
2	google.com	4.911
3	ppg.ufv.br	3.990
4	agronomianet.com.br	2.782
5	phpsistemas.cpd.ufv.br	2.402
6	ufv.br	1.623
7	images.google.com.br	1.025
8	veterinariosempregos.hpg.ig.com.br	1.023
9	mail.google.com	771
10	bmail.uol.com.br	601

Fonte: Google Analytics (2012).

Na terceira classificação, “tráfego ou acesso direto”, confirma-se uma falha de localização do Espaço do Produtor. Bem distante do segundo lugar, que ficou com 41,81%, o endereço do *site* digitado diretamente pelo usuário foi responsável pelo envio de 13,28% dos visitantes. Tal fato deve estar relacionado à dificuldade de memorização e, mesmo, de digitação do endereço <https://www2.cead.ufv.br/espacoProdutor/scripts/inicio.php>.

5.1.3. Palavras-chave e páginas mais visitadas

Das 115.274 visitas enviadas por meio de mecanismos de pesquisa, a maioria foi realizada no próprio Google (112.081), utilizando 44.613 palavras-chave. No caso dos mecanismos de pesquisa, o mais curioso é quando se avalia as palavras utilizadas para esta procura (Tabela 7). Embora o portal ofereça uma série de conteúdos mais voltados para os pequenos agricultores e seus familiares, seis das dez palavras-chaves de busca mais digitadas estão relacionadas à seção *Receitas culinárias* (destino final dessas visitas): “salada

de frutas”, “bolo de beterraba”, “doce de acerola”, “suco de acerola”, “pudim de abóbora” e “*mousse de maracujá diet*”.

Das três palavras-chave que fogem dessa linha, além de “Cead”, as outras duas são “controle biológico de pragas” e “controle biológico”, respectivamente, em terceiro e décimo lugares na preferência do público visitante. Essas expressões são referências ao artigo *Controle biológico de pragas e seu uso em cultivos protegidos*, de autoria do pesquisador Ângelo Pallini, professor do Programa de Pós-Graduação em Entomologia do Departamento de Biologia Animal da UFV, postado no site em 13/08/2009. No artigo, o autor aborda aspectos relacionados à redução das populações de determinado inseto-praga por meio da introdução de inimigos naturais (insetos, pássaros, ácaros, vírus etc.) no seu ambiente.

Tabela 7 - Dez palavras-chave (expressões) mais utilizadas

Expressão	Número de vezes
1. Salada de frutas	4.846
2. Cead UFV	3.537
3. Controle biológico de pragas	2.342
4. Bolo de beterraba	1.725
5. Espaço do produtor	1.629
6. Doce de acerola	1.299
7. Suco de acerola	1.075
8. Pudim de abóbora	976
9. <i>Mousse de maracujá diet</i>	859
10. Controle biológico	778

Fonte: Google Analytics (2012).

Essa preferência pelos temas ecologicamente responsáveis foi, mais uma vez, confirmada ao se observar as páginas mais procuradas do *site* (Tabela 8). De acordo com o Google Analytics, houve um grande interesse dos usuários pelos *Artigos*: eles ocuparam o 3.º lugar, novamente com o tema do trabalho do professor Ângelo Pallini, e o 10.º pela seção propriamente dita. Mas a página mais procurada, além da inicial (78.752 vezes), foi a de Receitas

Culinárias (23.889). Eventos, “Causos” da roça , Notícias e Classificados, no entanto, também figuraram na lista.

Tabela 8 - Páginas mais visitadas do Espaço do Produtor

Ordem	Página	Número de visualizações
1	Página inicial	78.752
2	Receitas	23.889
3	Controle biológico*	18.624
4	Eventos	15.137
5	Artigos**	11.716
6	Salada de frutas em calda***	9.149
7	Causos	8.910
8	Notícias	6.329
9	<i>Mousse de maracujá diet***</i>	5.193
10	Classificados	4.852

Fonte: Google Analytics (2012).

* Artigo de Ângelo Pallini sobre controle biológico de pragas

** Página inicial de Artigos

*** Página específica da receita

Apesar de sempre elogiados em comentários e *e-mails* enviados aos administradores do *site*, a seção de *Cursos on-line* não está na relação das 10 páginas mais visualizadas. Essa preferência dos visitantes pode ser justificada pelo fato de que, para a sua realização, os *Cursos* estão condicionados ao cadastramento do usuário e demandam um tempo maior para a apreensão de seu conteúdo – por seu formato, os *Artigos* são bem menores. No entanto, conforme dito anteriormente, no cadastro do *site*, há um grande registro de participantes que fizeram um dos 12 cursos oferecidos ao longo de três anos em atividade: Produção de sabão ecológico, com 2.017 pessoas; Criação de galinhas caipiras, com 1.677, e Uso do GPS na agricultura, com 1.299, conforme dados de 15/09/2011 (veja a relação completa na Tabela 5).

5.2. Análise de e-mails enviados ao Espaço do Produtor

A partir de agora, inicia-se a análise mais específica e qualitativa do Espaço do Produtor: as mensagens enviadas pelos usuários, de forma espontânea, ao seu administrador. No período de 15 de julho de 2008 – alguns dias depois de ter entrado no ar – a 20 de março de 2012, o Espaço do Produtor recebeu 260 e-mails¹⁸ abordando questões variadas de interesse dos usuários. Nesta análise, foram escolhidas algumas mensagens para ilustrar as questões abordadas, preservando a grafia original, mas omitindo o nome e o endereço eletrônico do usuário. Para agrupá-las e organizar o trabalho, foram escolhidos como subtítulos alguns temas mais recorrentes na correspondência para realizar a análise: Comentários, Demandas e Conteúdo.

De maneira geral, de acordo com as mensagens enviadas, observa-se que há um grupo de “correspondentes” que faz questão de participar e oferecer um *feedback* efetivo sobre o *site*. Por exemplo, há aqueles que criam uma relação de certa intimidade com os administradores do site e fazem questão de registrar a admiração pelo trabalho realizado e de estimular os autores e técnicos da Cead na sua continuidade:

Gostaria nesta oportunidade estar parabenizando a pós-graduada em Economia Doméstica Vivian Tavares, pelo excelente curso on line de Economia Doméstica [*Administração financeira na família*]. Fiz o curso e gostei muito. Para este ano de 2012 já vou colocá-lo em prática juntamente com os meus familiares. Não vou deixar de rever suas orientações de vez em quando, para não cair no erro do esquecimento, quanto as práticas recomendadas. Parabéns Vivian. (E-mail n.º 2).

5.2.1. Comentários enviados pelos usuários ao Espaço do Produtor

Os cursos de extensão de curta duração ou Cursos livres *on-line* são os principais temas das mensagens dos usuários, representando a grande maioria delas e demonstrando o interesse do público por eles.

Muito interessante essa iniciativa. os cursos são bem simples e informativos, com base científica. É possível esclarecer dúvidas que encontramos no nosso cotidiano. Vale a pena participar... (e-mail n.º 3).

¹⁸ Não foram contabilizados, nem considerados na presente avaliação aqueles e-mails que não estavam diretamente relacionados ao site e, ou, a seus objetivos, como pedidos de emprego, de cadastro pessoal, de cadastro de colaboração para determinada seção, etc.

Gostaria de manifestar a todos vocês o quanto estou feliz por esse curso gratuito, pois desenvolvo um projeto a famílias carentes no estado do maranhão e meu objetivo com isso é obter conhecimento e colocar em pratica para transmitir aos menos favorecidos de informação e que com isso enriquecerei o meu currículo levando conhecimentos a pequenos grupos na zona rural do estado do maranhão (e-mail n.º 4).

Dentre esses e-mails, a maior parte é de comentários, principalmente elogios ao trabalho e, ou, iniciativa.

Muito boa mais esta contribuição da Universidade Federal de Viçosa. Obrigado. Parabéns (e-mail n.º 5).

Muito obrigada pelo e-mail. Muito carinhoso da parte de vocês. Obrigada por valorizar o homem do campo (e-mail n.º 6).

Muito obrigado por investir no social e bom seria que todas as universidades fizesse o que essa renomada Universidade Federal de Viçosa já faz (e-mail n.º 7).

Em menor número, porém, as mensagens registram também as reclamações dos usuários, de diversas naturezas. Algumas dizem respeito à concessão de certificados àqueles que participaram dos *Cursos on-line*.

Apesar de ter lido no espaço do produtor que os cursos não disponibilizam certificados, gostaria de saber se os Srs ao menos poderiam fornecer uma declaração via e-mail, constando apenas o curso e a carga horária equivalente do mesmo, além do nome de quem fez o curso. Isso contribuiria à minha formação acadêmica já que necessito de horas extras e as horas em questão contribuiriam muito. Digo mais, já fiz muitos curso a distância gratuitos que ofereceram certificados, que nem se quer tem a qualidade dos cursos oferecidos no Espaço ao Produtor, por isso acho lamentável a não disponibilização de um comprovante de conclusão de tais cursos, já que a qualidade dos mesmos são inquestionáveis (e-mail n.º 8).

Sobre este comentário, deve-se ressaltar que o não oferecimento de certificados é determinado pela legislação federal. Isso porque os cursos livres de curta duração – como os do Espaço do Produtor – não são cursos formais que sigam as determinações do MEC ou dos governos estaduais e, portanto, não podem conceder certificados.

Problemas técnicos no *site* ou no curso também são temas de mensagens:

Não estou sendo *logado*, mesmo cadastrado. O que acontece? (e-mail n.º 9).

Não estou conseguindo acessar corretamente os cursos. Aparecem 3 slides e pronto (e-mail n.º 10).

Estou desesperadamente tentando me cadastrar para fazer cursos gratuitos *on-line* e não estou conseguindo e coloquei o meu nome, senha, email, etc. (e-mail n.º 11).

Independentemente do volume de questionamentos na área técnica, esses aspectos devem ser avaliadas pela administração do site. Afinal, conforme Ferreira (1995), “os sistemas de informação devem ser modelados de acordo com o usuário”.

Há também aquelas pessoas que não entendem que o curso deve ser realizado *on-line*, no próprio *site*, e não de forma presencial:

Quero me cadastrar e receber informações para fazer alguns cursos (e-mail n.º 12).

Gostaria de fazer um curso para criação de galinha caipira, pois pretendo desenvolver a atividade no meu sítio [o curso *Criação de galinhas caipiras* está disponível no *site*] (e-mail n.º 13).

Estou interessada em trazer para nossos alunos o curso de produção de sabão ecológico. Estamos desenvolvendo um projeto de extensão sobre coleta seletiva e a etapa final seria transformar o óleo de cozinha usado que recolhemos no nosso ecoponto em sabão ecológico (e-mail n.º 14).

5.2.2. Demandas enviadas pelos usuários ao Espaço do Produtor

Outro tema recorrente das mensagens é o de demandas. Dentre elas, há dúvidas de várias naturezas. Por exemplo, alguns usuários querem obter determinada informação que não foi compreendida ou não estava explícita no curso. Eles querem a solução para suas dúvidas o mais rápido possível:

Eu estou tentando fazer a Tinta Ecológica na cor Bege e não estou conseguindo. A terra que tenho aqui, fica basicamente na cor "terracota" quando aplicada na parede e mesmo quando tento clarear com cal para pintura ela não fica bege. Eu gostaria da cor Bege "Nude", poderiam me ajudar? obrigada e parabéns pelo Projeto!!! (e-mail n.º 15).

Fiz um curso sobre produção de shiitake no espaço produtor e iniciei minha produção há 8 meses, na cidade de Vargem região da Serra da Mantiqueira. realizei o primeiro choque no mês de maio, o primeiro lote tive uma boa produção, mas agora não está legal, de 50 toras da última vez colhi apenas 2 kilos. O shiitake na verdade nasce, mas não se desenvolve, aparece apenas a pontinha branca, as vezes cresce um pouco apenas mas não chega a abrir o "chapeu" já tentei deixar as toras por mais tempo na água, sem resultados. gostaria de saber se isto ocorre pela mudança de temperatura, ou por ser o primeiro choque, ou o que pode estar acontecendo. O interessante é que algumas toras produzem bem e outras apenas aparece a pontinha. se possível vcs me darem alguma informação. por favor me ajudem! (e-mail n.º 16).

Alguns usuários, por não disporem de boa qualidade de internet ou computador com a configuração mínima necessária¹⁹ para executar os cursos, pedem que o conteúdo seja disponibilizado em outros formatos, diferente da opção *on-line*²⁰ oferecida pelo *site*, ou que seja acrescida de material suplementar.

Achei super bacana sua iniciativa em colocar alguns cursos online para que possa ser acessado por nos, no meu caso uma pequena chacareira. Mas que pena que meu computador nao tem a capacidade para acompanhar os cursos. (...) Sera que existe a possibilidade de voces mandarem para o meu e-mail esses cursos, quem sabe no formato PDF ou word?? (e-mail n.º 17).

Gostaria de saber se é possível adquirir material dos cursos on-line para que eu possa estudar em casa, pois acesso internet somente no trabalho e não posso ficar acessando sempre (e-mail n.º 18).

Parabéns pela qualidade do material utilizado nos cursos. Gostaria que o conteúdo dos cursos pudesse ser acessado *off-line*, pois, para quem não tem internet de qualidade, fica muito pesado para carregar. Gostaria também que fosse disponibilizado um material para estudo/revisão, uma apostila com todo o conteúdo do curso (e-mail n.º 19).

GOSTARIA DE SABER SE É POSSÍVEL ADQUIRIR MATERIAL DOS CURSOS ON-LINE PARA QUE EU POSSA ESTUDAR EM CASA, POIS ACESSO INTERNET SOMENTE NO TRABALHO E NÃO POSSO FICAR ACESSANDO SEMPRE (e-mail n.º 20).

Outras pessoas ainda prefeririam que o curso *on-line* fosse realizado presencialmente:

Estou interessada em trazer para nossos alunos o curso de produção de sabão ecológico. Estamos desenvolvendo um projeto de extensão sobre coleta seletiva e a etapa final seria transformar o óleo de cozinha usado que recolhemos no nosso ecoponto em sabão ecológico (e-mail n.º 21).

5.2.3. Mensagens sobre conteúdo enviadas ao Espaço do Produtor

Muitas vezes, os *e-mails* não estão relacionados diretamente ao conteúdo apresentado no Espaço do Produtor: “*Vocês têm algum curso sobre o cultivo de pimentas e também como fazer conservas?*” ou “*Estou interessado em iniciar um pomar de acerolas em meu sítio para produção artesanal de*

¹⁹ Para usufruir de todos os recursos oferecidos pelos cursos, o usuário deve ter a seguinte configuração mínima: acesso a internet banda larga; memória de 512 MB; resolução mínima na tela do monitor de 1024x768 pixels, e os programas Internet Explorer 7.0 ou Firefox 3.0 e Flash Player.

²⁰ Vale ressaltar que o Espaço do Produtor oferece uma versão do curso em PDF (para salvar no computador ou imprimir) para aquelas pessoas que o fizeram *on-line* e responderam ao questionário para conhecer a opinião delas sobre o trabalho da Cead.

polpa para suco. (...) Qual o manejo correto?"; "gostaria de fazer curso (de agricultura ou pecuária) a distância, 100% não presencial. Vocês podem me ajudar?". Ou ainda: "gostaria de informações sobre a criação de coelhos. Fui informado que a UFV trabalha nesta área também". E alguns bem inusitados:

vcs emprestam botijao de conservacao de semem para pequenos produtores locais? (e-mail n.º 22).

Mas há casos em que a demanda se destina a solucionar dúvidas que os usuários tiveram em decorrência do conteúdo de outras instituições ou empresas:

Pretendo cultivar flores tropicais no Vale do Rio Doce, tenho estudado e já adquiri um vídeo do CPT²¹ [grifo nosso]. Esbarrei no problema da compras de mudas. Será que poderiam me informar onde comprá-las? (e-mail n.º 23).

Várias mensagens enviadas ao Espaço do Produtor refletem a necessidade de se ter um *site* que atenda efetivamente às demandas da sociedade. Nesses e-mails, os usuários fazem uma associação institucional entre a Universidade e o Espaço do Produtor. Como tal, para essas pessoas, é muito natural que o *site* seja capaz de responder a questões que são de domínio de órgãos específicos da UFV ou que estão além da capacidade e objetivos da própria Cead.

Gostaria de comprar um livro que ensina como fazer queijo, meu pai é um pequeno produtor rural, mais nao sabe como fazer, assistir o globo rural foi mostrado um livro da faculdade que ensina como fazer os queijos já pesquisei no site e nao encontrei gostaria de saber o nome para poder comprar (e-mail n.º 24).

Quando se iniciarão as inscrições para a Semana do Fazendeiro? (e-mail n.º 25).

Gostaria de saber sobre cursos de classificacao e degustacao de café torrado e moído (e-mail n.º 26).

Gostaria de saber onde obtenho informação sobre os mestrados oferecidos pela UFV. Se possível favor enviar site o telefone (e-mail n.º 27).

Por gentileza, me dizer que a universidade de viçosa produz sementes de maracuja? (e-mail n.º 28).

Sou brasileira e estou residindo em Dakhla - Marrocos. (...). Cheguei somente a quatro dias, para uma permanência de mais ou menos dois anos. Conhecendo a cidade, notei de maneira gritante a falta de

²¹ O CPT (Centro de Produções Técnicas) é uma empresa de Viçosa, especializada na capacitação profissional de diversas áreas, por meio da produção de DVDs e cursos a distância, comercializados para todo o país.

respeito às questões ambientais. Pensei em formular um projeto e encaminhar às autoridades locais. Entre as idéias que tive, está a de reutilização do óleo de cozinha. Pesquisando na internet, cheguei a este site. Me cadastrei e iniciarei o curso referente a produção de sabão. Gostaria se possível de receber idéias a respeito de como confeccionar este projeto (...) (e-mail n.º 29).

Sou escritora e estou fazendo uma pesquisa para meu próximo trabalho. Como estou na Itália até meados do próximo Julho, estou com dificuldades de pesquisar "físicamente" meu tema: flores comestíveis do Brasil. Vocês poderiam me ajudar? Como comestível, entenda em qualquer forma: saladas, chás, geléias, etc. (...) (e-mail n.º 30).

Os usuários são bastante atentos às informações veiculadas no Espaço do Produtor, principalmente nos *Cursos* e *Artigos* – ambos são detentores do maior número de comentários espontâneos postados no *site*. Por isso, são capazes de observar pequenos erros que passaram despercebidos dos autores, do coordenador de conteúdo e de todos os envolvidos no processo de produção dos cursos. Na verdade, desde 2008, foram registrados apenas dois casos, apresentados a seguir:

Sobre o curso: Cogumelo Shiitake: Cultivo e Processamento. Na página 6 do terceiro tópico (Vale a pena investir?), consta que o retorno para o caso posto como exemplo, seria de R\$373,49. Creio que não está sendo possível concluir sobre a origem deste valor. Foi dado que os gastos semestrais são de R\$1.791,40 e os mensais de R\$1.260,98. Não foi dito qual tempo necessário para a produção para que fosse possível multiplicar as despesas mensais e saber o gasto final (e-mail n.º 31).

O exemplo mostrando o gráfico no formato de "pizza", o item alimentação indica 2%, mas na verdade é 20%. ok! (e-mail n.º 32).

Há também aquelas pessoas que, espontaneamente, querem compartilhar o conhecimento ou experiência adquirida em determinada área com os demais usuários do Espaço do Produtor. É o caso desta mensagem que acabou iniciando a seção *Dica do Produtor*.

Caros amigos, sei extrair óleo de abacate, de forma artesanal, o que vem a ser muito útil no meio rural, pois tanto pode ser usado como medicamento, tendo as mesmas características do azeite de oliva, como também para lubrificar os acessórios que se usam nos cavalos (arreios e cia.). É excelente para hidratar as mãos. Se tiverem interesse, basta me enviar um email e terei muito prazer em ensiná-los (e-mail n.º 33).

5.3. Apresentação dos dados do questionário

5.3.1. Considerações sobre elaboração e envio do questionário/ relatório

A construção do questionário procurou seguir as orientações de Fauze Mattar Najib (citadas por VASCONCELLOS; GUEDES, 2007, p. 4), sugeridas na seguinte ordem: “1. Determinação dos dados a serem coletados; 2. Determinação do instrumento e forma de aplicação; 3. Redação do rascunho; 4. Revisão e pré-testes; 5. Redação final”.

Para o envio do questionário (Anexo A) por meio eletrônico, as opções seriam: a) como arquivo em Word (ou programa similar) anexado à mensagem, no qual o usuário teria que salvar o documento no seu computador, respondê-lo e depois anexá-lo novamente à mensagem que retornaria; b) utilizar o Google Docs, que ainda é pouco usado em pesquisas científicas, que teria um *link* (enviado na mensagem de apresentação) para ser acessado pelo usuário²²; c) utilizar a plataforma da Cead, na qual se realizam as pesquisas de opinião sobre os cursos promovidos pelo órgão, com o *link* semelhante ao sistema anterior.

A primeira opção foi descartada em função do trabalho que daria ao usuário e a segunda pelo sistema ainda não ser totalmente comprovado em pesquisas acadêmicas. A forma escolhida, portanto, foi a terceira (usar a plataforma da Cead), por ser confiável, prática e também porque facilitaria o uso de seu *mailing* (a mensagem de apresentação foi enviada pelo processo do *newsletter*, mas devidamente identificada e com autorização da administração da Coordenadoria de Educação Aberta e a Distância). Ainda sobre a opção do *survey* eletrônico, além de se tratar do estudo de um *website*, ele apresenta as seguintes vantagens que foram consideradas:

Ainda sob o ponto de vista do pesquisador, o questionário eletrônico possibilita sensível aumento na credibilidade e na velocidade de apuração dos dados coletados. De fato, o questionário eletrônico é programado de modo que a tabulação seja automática, uma vez que as respostas são postadas diretamente no servidor da entidade pesquisadora. Essa característica torna também inteiramente

²² Disponibilização do questionário em uma página da Internet: o respondente é informado sobre o endereço da página do questionário na Internet, através de um e-mail, carta ou anúncio na Internet. Para responder as questões o participante da pesquisa deve acessar a *home page* do questionário, responder e, normalmente, ao final, clicar em um botão que envia as informações para o responsável pela pesquisa. Observe-se que neste caso o respondente pode ter a opção de não se identificar (VASCONCELLOS; GUEDES, 2007, p. 7).

confiável a tabulação, reduzindo a zero a possibilidade de erro (a menos, é claro, de um erro sistemático na elaboração das estatísticas) (VASCONCELLOS; GUEDES, 2007, p. 7).

O único inconveniente no sistema adotado pela Cead é que as respostas de cada questão ficam disponíveis de forma conjunta, e não individualmente, de acordo com o usuário. Dessa forma, torna-se impossível realizar o cruzamento de informações entre os usuários. Embora essa alternativa viesse a enriquecer o trabalho, tal fato não irá prejudicar o resultado do trabalho, na medida em que são utilizadas três fontes de coleta de dados diversificadas e ricas de informação para o estudo do usuário.

Foram realizados dois pré-testes com os usuários cadastrados do *site*: no primeiro, com 25 pessoas, e o segundo com outras 25, mas não houve resposta em qualquer um dos casos. Esse fato talvez tenha motivado que, em algumas perguntas do questionário, a opção “outras” tenha ameaçado ou superado as demais alternativas na escolha dos respondentes.

Diante disso, partiu-se para a remessa efetiva das mensagens. Foram convidados a participar da pesquisa, por meio de um e-mail-convite (Anexo B) – os 10.300 usuários cadastrados no Espaço do Produtor. O questionário ficou disponível durante 20 dias e 187 pessoas se dispuseram a respondê-lo.

Por sinal, o índice de resposta menor que todos os outros métodos de aplicação de questionário é apontado por Vasconcellos e Guedes (2007) como uma das desvantagens do *survey* eletrônico. Os autores citam pesquisa comparativa sobre a utilização das tecnologias de informação em aplicação de questionários em duas modalidades, cujo resultado foi o seguinte: a taxa média de resposta dos questionários em papel (30%) foi maior que a aqueles via e-mail (8,2). No entanto, o prazo de retorno por esse último foi relativamente curto: 80% dos questionários respondidos foram recebidos até o 10º dia do prazo estipulado, cujo total era de 18 dias.

Citando o pesquisador Leonard Felson, Vasconcellos e Guedes (2007) ressaltam uma recomendação que também foi adotada nesta pesquisa:

Todas as metodologias de pesquisa apresentam limitações. O pesquisador deve compreender estes problemas, realizar ações para minimizá-los e escolher a metodologia (ou combinação delas) que melhor responda aos objetivos da pesquisa (VASCONCELLOS; GUEDES, 2007, p. 15). [Grifo nosso.]

Dentro do questionário, as perguntas – fechadas e abertas – foram distribuídas por temas, adotados também nos subtítulos da análise dos dados, para facilitar a visualização e compreensão do trabalho: Quem é o usuário do site (perfil socioeconômico); Usuários que têm a agropecuária como principal atividade; Acesso à informação; Conteúdo e conhecimento; Extensão e instrumento extensionista.

Vale ressaltar ainda que não foram consideradas as respostas às questões abertas nas quais, dentre as opções, houve apenas um voto. Nesses casos, elas foram reunidas no item “*Diversos*”.

5.3.2. Quem é o usuário do site (perfil socioeconômico)

De acordo com aqueles que responderam ao questionário da pesquisa, o que se observou foi que os usuários do site Espaço do Produtor, em linhas gerais, são eminentemente masculinos (64,8%), de meia idade, com excelente formação escolar e renda mensal mediana. Por exemplo, a maior incidência de faixa etária ficou entre 40 e 50 anos de idade (30,1%). Mas as faixas de 50 a 60 anos (26,8%) e de 20 a 30 anos idade (23,5%) também reuniram grande número de público, aproximando-se do grupo principal (Figura 7).

Sobre a formação escolar, as respostas revelaram usuários altamente qualificados, pois a maioria tem curso superior completo (39,0%) ou pós-graduação (32,4%). Por outro lado, os grupos daqueles que responderam ter o ensino fundamental completo e ensino fundamental incompleto obtiveram o menor percentual: 1,1% cada (Figura 8).

A renda mensal da maior parte dos usuários que responderam ao questionário está entre três e seis salários mínimos (valor unitário de R\$622,00), ou seja, entre R\$1.866,00 e R\$3.732,00 (31,5%). A faixa que recebe até três salários mínimos (até R\$1.866,00), porém, é bastante expressiva: 24,3% (Figura 9).

A maioria dos usuários mora na zona urbana (81,8%) do país, principalmente – por ordem de registro – dos estados de Minas Gerais, São Paulo, Bahia, Goiás e Ceará. As cidades que registraram maior número de usuários são: Viçosa (MG); Belo Horizonte (MG) e São Paulo (SP); Uberlândia (MG); Goiânia (GO), Cáceres (MT), Brasília (DF) e Fortaleza (CE).

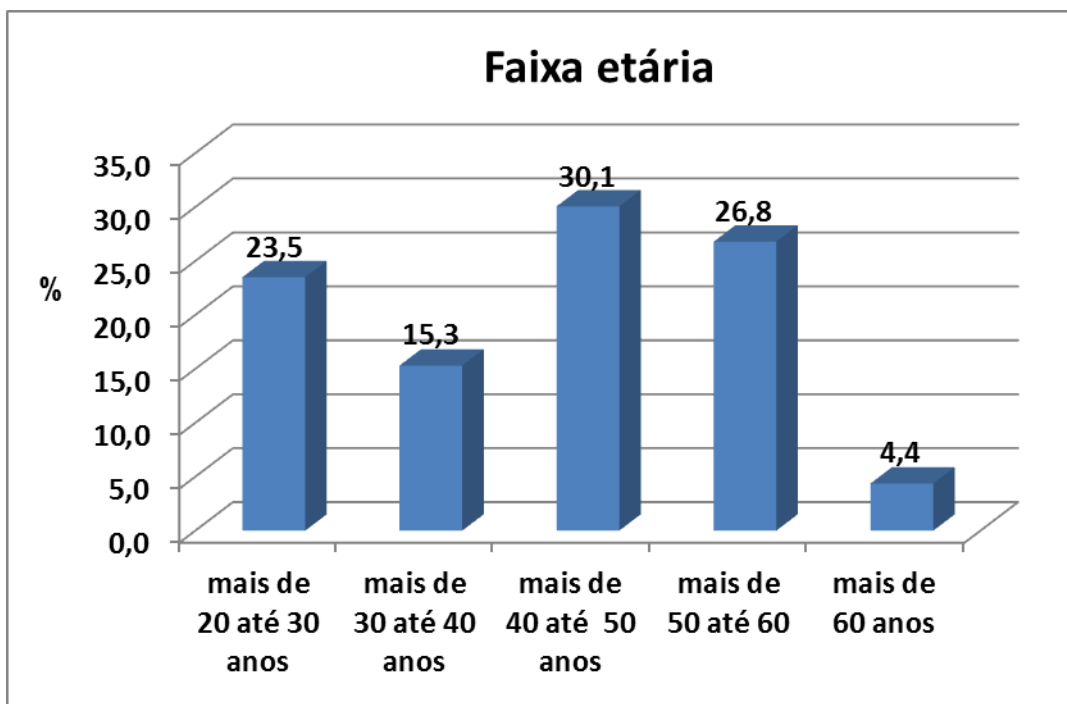


Figura 7 - Faixa etária dos usuários do Espaço do Produtor.

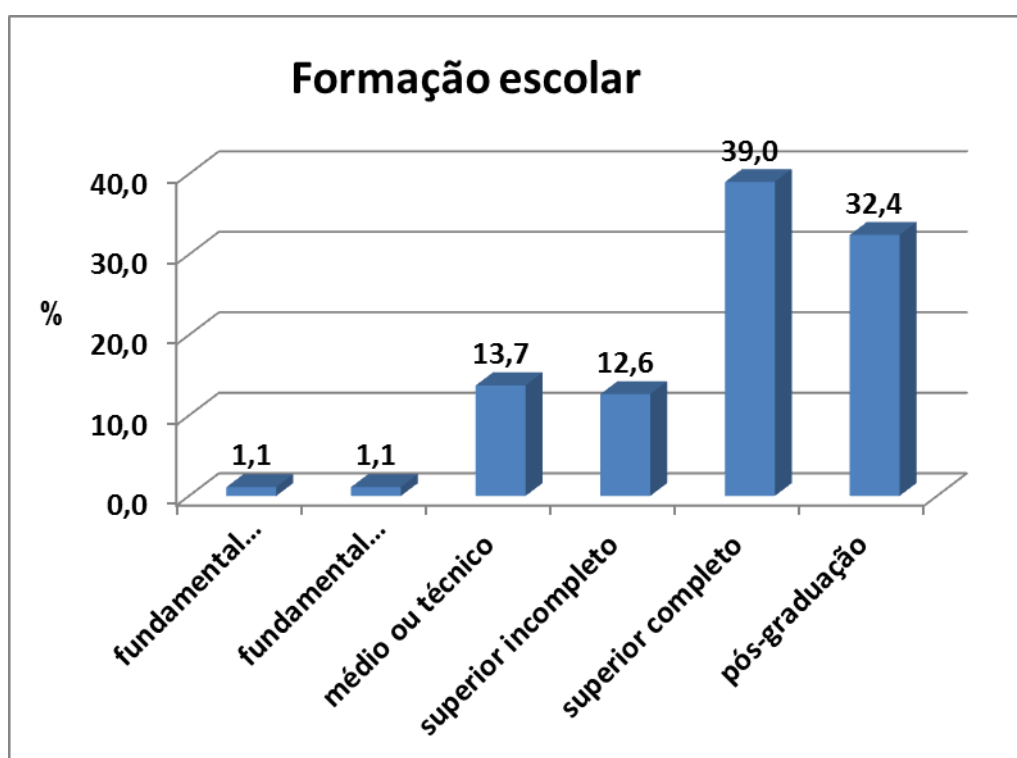


Figura 8 - Formação escolar dos usuários do Espaço do Produtor.

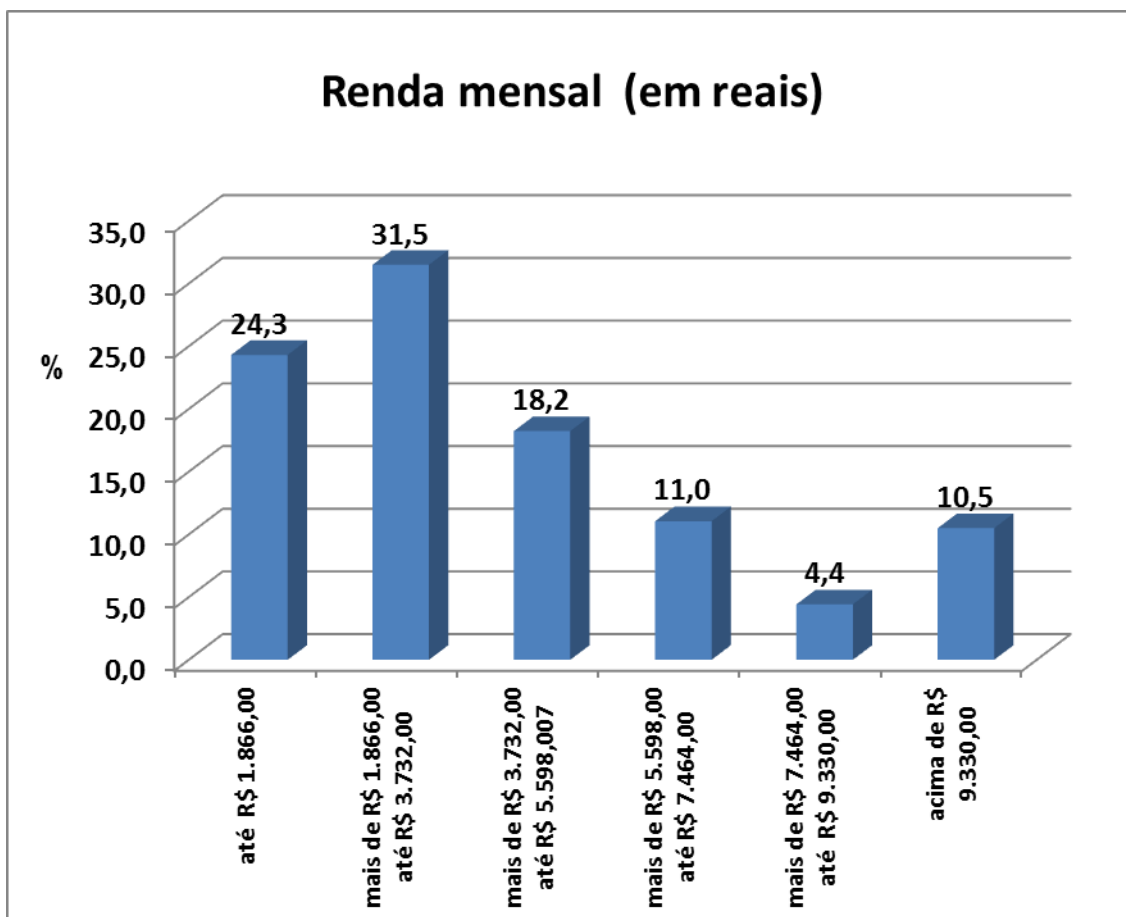


Figura 9 - Renda familiar mensal dos usuários do Espaço do Produtor.

Com relação à questão “**a agropecuária é a sua principal atividade profissional?**”, 79,8% dos usuários responderam “**não**”. No entanto, dentre as respostas abertas sobre qual seria, então, a principal atividade profissional daqueles que escolheram essa opção, houve uma grande pulverização – alguns até com mais de uma profissão.

As principais ocupações profissionais desses usuários foram de músico, técnico em radiologia e mecânico a auxiliar protético, livreiro e policial (Tabela 9). Mas, entre as mais recorrentes, as principais foram: *Funcionário público* (18%); *Professor nos vários níveis de ensino* (16%) e *Profissionais de nutrição e saúde* (8%).

Tabela 9 - Profissão dos usuários do Espaço do Produtor

Caso a agropecuária não seja, a sua principal atividade profissional é	%
-	
Funcionário público	18,0
Estudante	4,7
Aposentado	6,0
Autônomos	4,7
Bancário	1,3
Comércio	3,3
Consultor	2,0
Professor	16,0
Mecânico	2,7
Empresário	3,3
Engenheiro (áreas variadas)	4,0
Extensionista e técnico em agropecuária	4,0
Área agrícola	1,3
Jornalista	1,3
Médico	2,0
Nutrição e saúde	8,0
Policial	1,3
Analista e técnico de C.Informação	4,7
Diversos*	11,3
Total	100,0

(*) A classificação “Diversos” reúne profissões que tiveram apenas um voto.

Muitas dessas pessoas revelaram que têm a agropecuária como segunda atividade profissional ou estão relacionados a ela ou ao meio rural de alguma forma: pela formação acadêmica, por terem morado no campo, por já terem trabalhado ou terem interesse de pesquisa ou econômico nesta área. Outro aspecto importante a se observar é que todos os usuários têm relação direta ou indireta e – em muitos casos – paixão pelo meio rural. Boa parte deles tem na agropecuária sua segunda atividade profissional – e alguns, inclusive, pretendem, em breve, se dedicar a negócios desse setor. Alguns exemplos desses depoimentos nas respostas abertas são:

“Sou médica veterinária e trabalho com segurança alimentar, mas sou produtora rural também...”

“Hoje tiro meu sustento por atividades seculares, representação, e tenho o sítio apenas como lazer, galinhas, árvores frutíferas, plantação de milho, hortaliças...”

Em decorrência da questão anterior, a pesquisa procurou saber também o seguinte: **se a agropecuária não é a principal atividade profissional e boa parte dos usuários mora na cidade, qual seria o motivo que os leva a acessar o Espaço do Produtor, que é dedicado ao pequeno agricultor e ao meio rural?** Embora boa parte tenha respondido que sua família é ou veio do meio rural (23,8%), a maioria (41,3%) escolheu a opção “outros” (Figura 10).

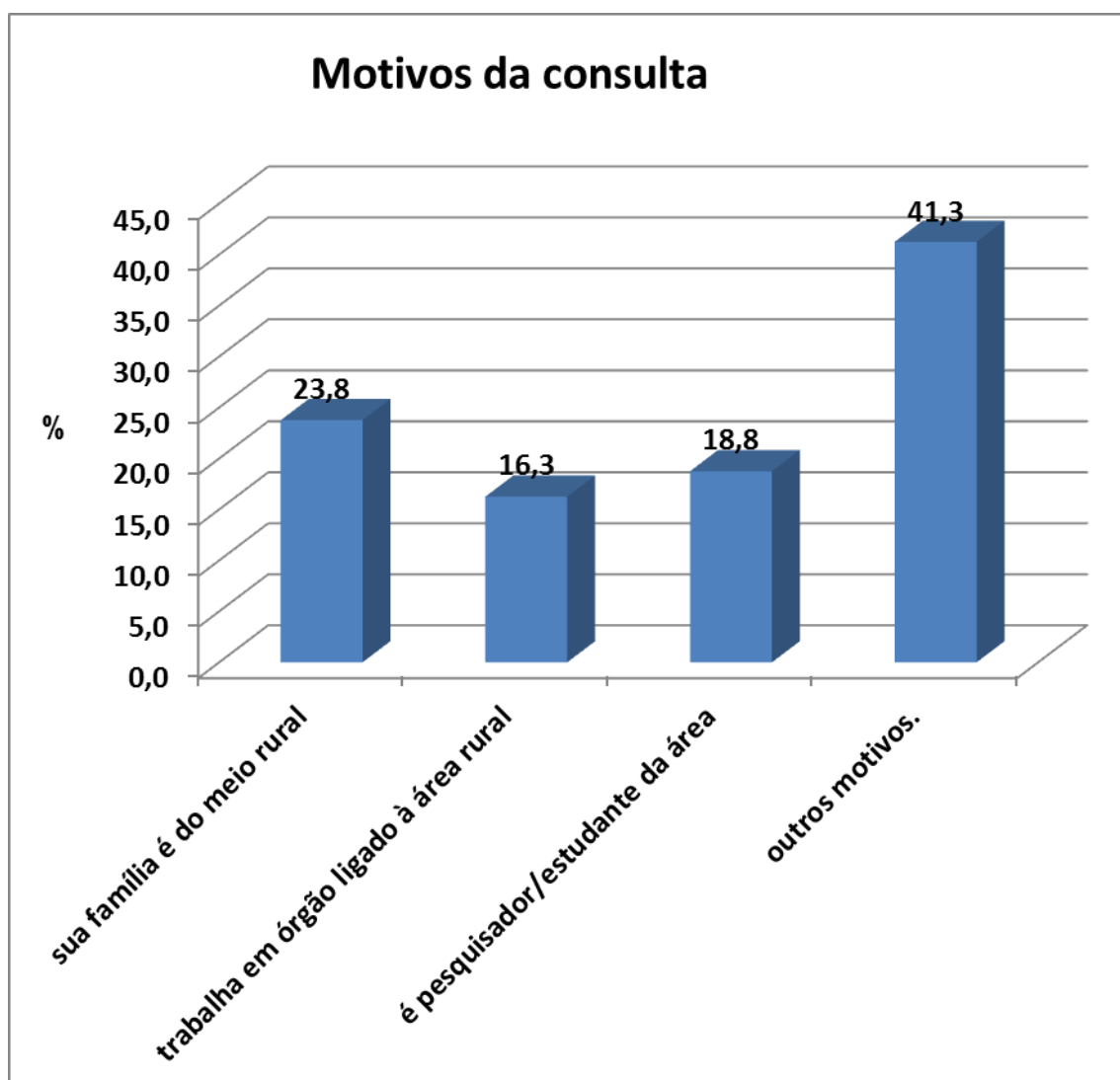


Figura 10 - Principais motivos que levam o usuário a visitar/consultar o Espaço do Produtor.

Novamente, dentre as respostas abertas da opção “Outros”, ocorreram várias justificativas. Mas observou-se que a maioria consulta o *site* para *Obter conhecimento* na área (17,3%). E embora não seja a principal atividade profissional desses usuários, eles pretendem realizar *Futuro investimento na agropecuária* (11,5%) ou a *Agropecuária é segunda atividade* (5,1%). (Figura 11)

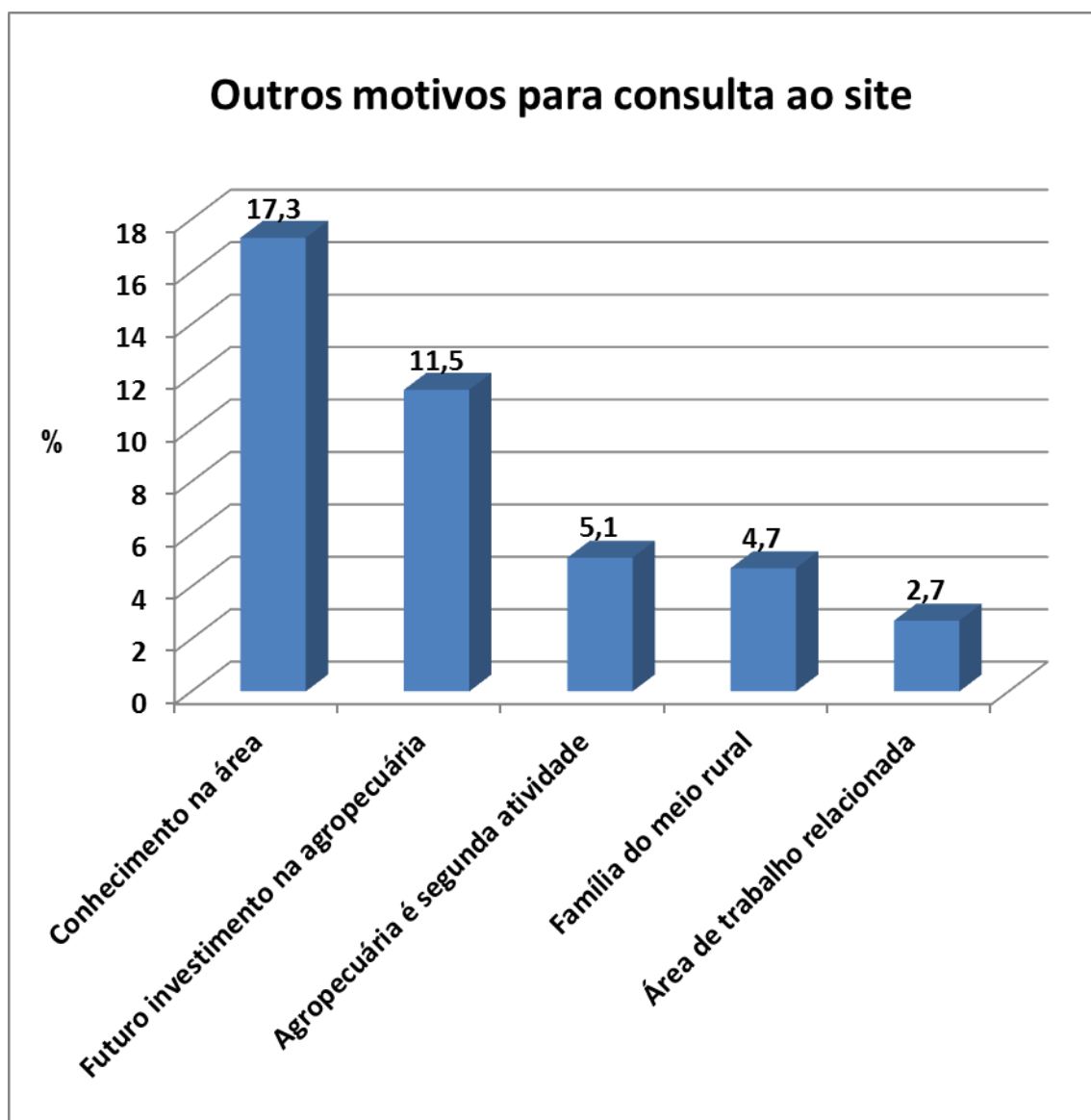


Figura 11 - Outros motivos dos usuários para consultar o Espaço do Produtor.

5.3.3. Usuários que têm a agropecuária como principal atividade

Por meio do questionário, buscou-se conhecer mais sobre os usuários do *site* que têm a agropecuária como principal atividade profissional – o público-alvo pretendido pela Cead. Dentre aqueles que responderam a essa pergunta, a maioria se disse *Proprietário rural* (33,7%). Logo em seguida, veio a opção *Outros*, com 22,1% (Figura 12).

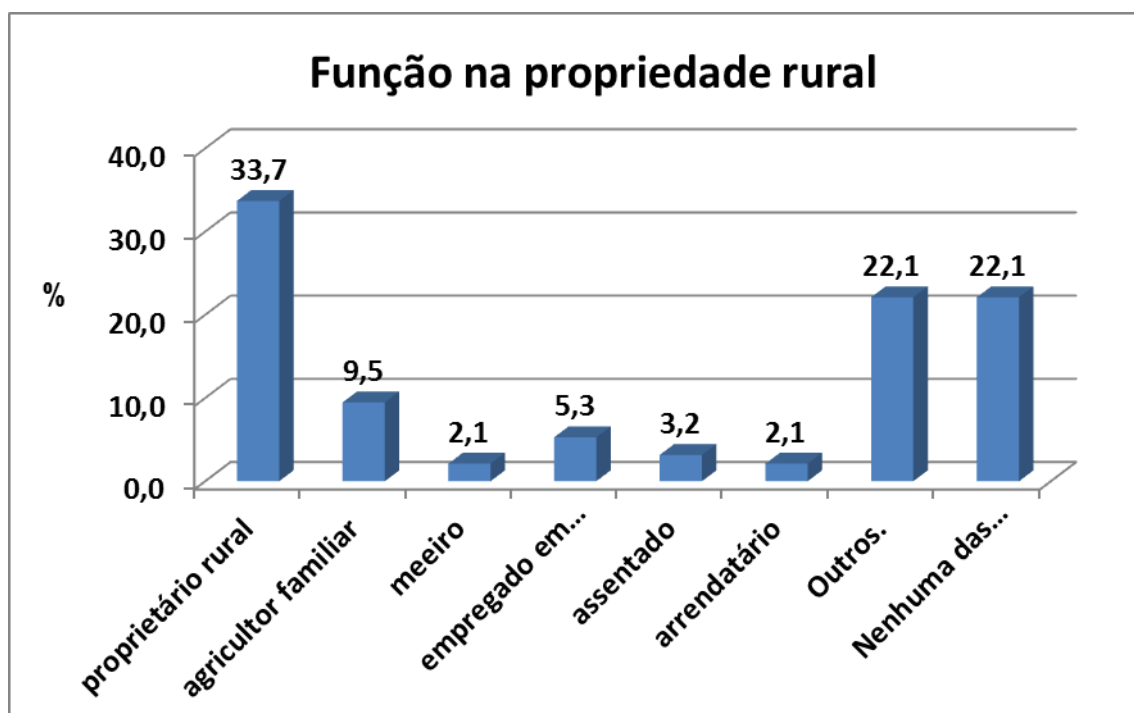
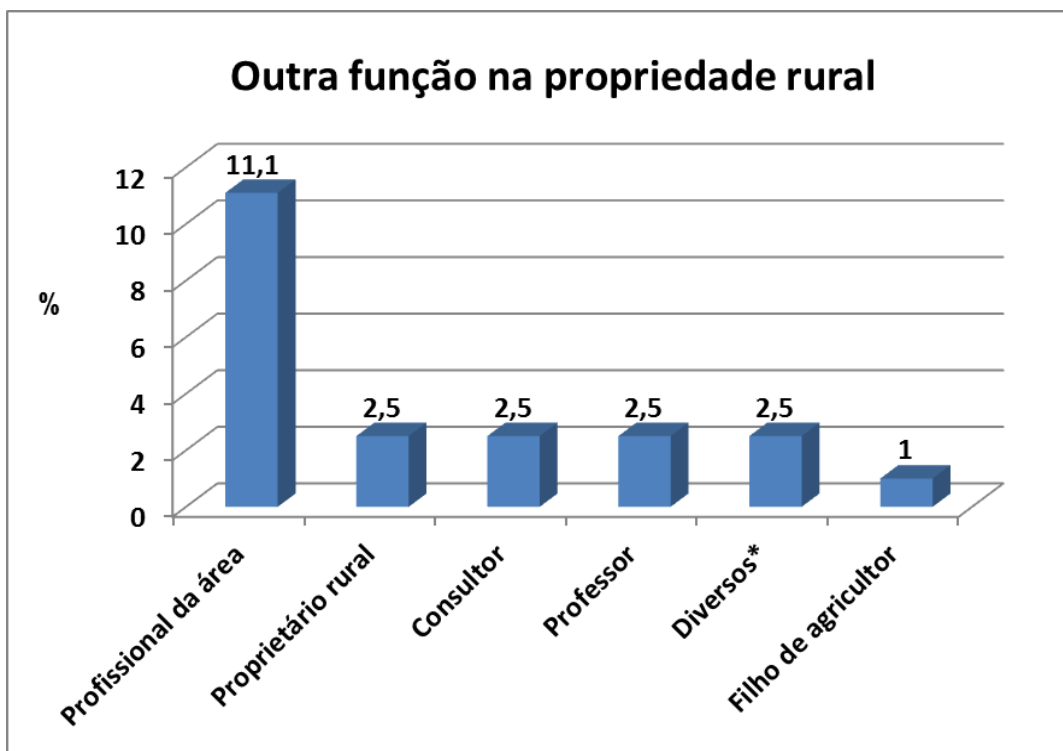


Figura 12 - Funções daqueles usuários que têm a agropecuária como principal atividade.

Dentre as respostas abertas de “*Outros*”, houve muitas opções, porém, a que se destacou foi *Profissional da área* (11,1%), como engenheiro agrônomo, médico veterinário, etc. (Figura 13).

Sobre o tamanho da propriedade rural, observou-se uma tendência maior para até 5 hectares: 27,0%. Opostamente a essa opção, 26,2% dos respondentes disseram que suas propriedades tinham de 30 a 100 hectares. No entanto, caso se somasse as três opções até 30 hectares (até 5, de 5 a 10 e de 10 a 30), o percentual total superaria os das demais escolhas, conforme se verifica na Figura 14.



*Em "Diversos", estão reunidas as opções que tiveram apenas um voto.

Figura 13 - Outras funções daqueles que têm a agropecuária como principal atividade.

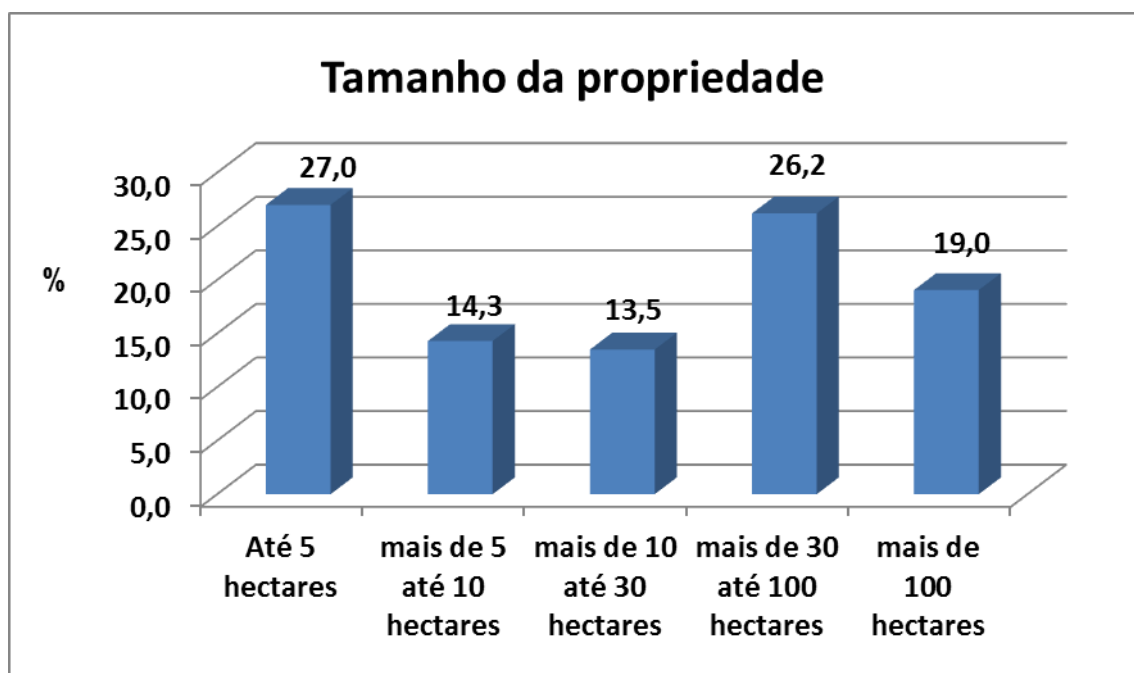


Figura 14 - Tamanho da propriedade rural dos usuários do Espaço do Produtor.

Já na questão que trata da principal atividade econômica desenvolvida nesta propriedade rural, a grande diversidade de respostas fez com que a opção *Outros* (42%) ficasse à frente das demais (muitos revelaram ter mais de uma atividade, o que não podia ser marcado na questão de múltipla escolha). Logo em seguida, vieram *Pluriatividade*²³ (19%) e *Pequenas criações* (18,3%), conforme visualizado na Figura 15.

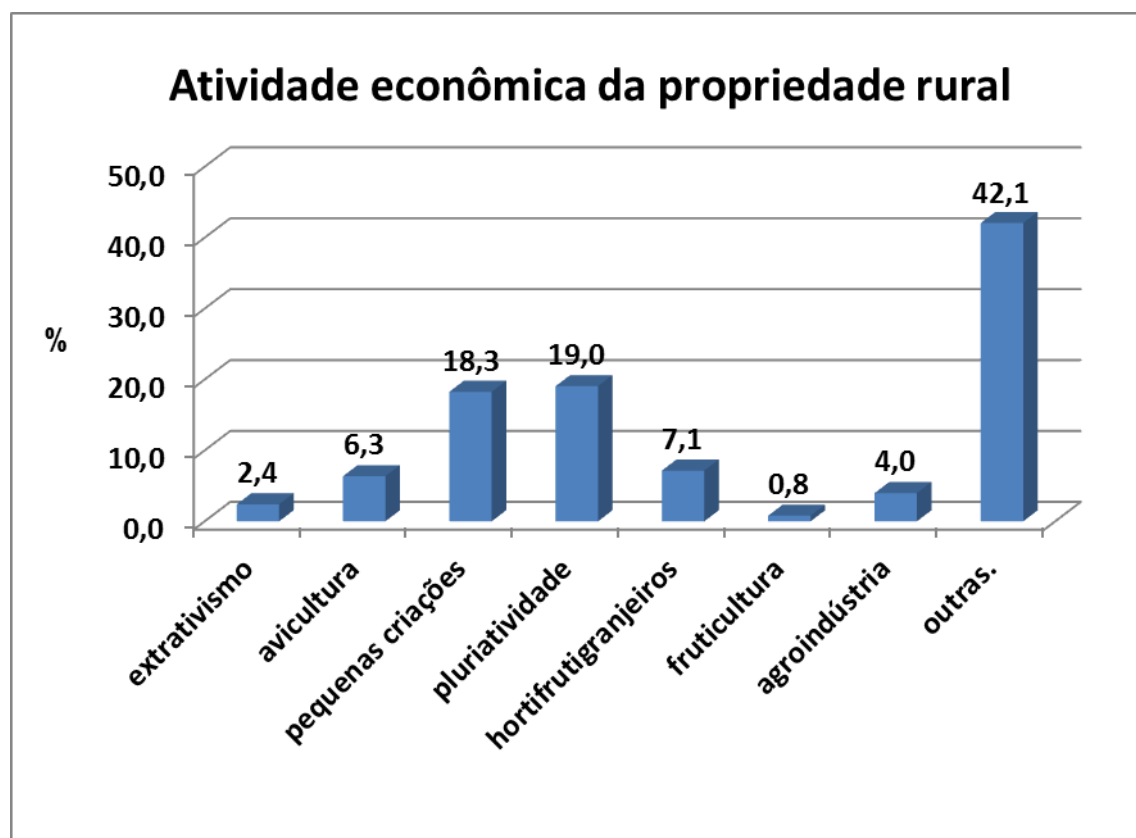


Figura 15 - Atividades econômicas desenvolvidas na propriedade rural.

Dentro das respostas abertas realizadas em “*Outros*”, os usuários citaram as mais variadas explorações econômicas da terra, muitas vezes associadas umas às outras. No entanto, as mais recorrentes foram: *Pecuária* (15,6%), com “pequeno número de cabeças de gado”, como gostam de frisar, ou, novamente, *pluriatividade* (4,4%) (Figura 16).

²³ Pluriatividade é a combinação de atividades agropecuárias em uma propriedade rural com atividades não-agrícolas (turismo, lazer, conservação da natureza, moradia e prestação de serviços) (SOTO, 2002, p. 249).



*Em "Diversos", estão reunidas aquelas respostas/opções que tiveram apenas um voto.

Figura 16 - Outras atividades econômicas desenvolvidas na propriedade rural.

Para desenvolver a atividade econômica na propriedade, a maior parte daqueles que responderam ao questionário revelou que é utilizada só a mão-de-obra familiar (52,4%) ou, quando não é assim, conta com até três funcionários (33,9%) (Figura 17).



Figura 17 - Quem desenvolve a atividade econômica na propriedade rural.

5.3.4. Acesso à informação

A partir de agora, os dados apresentados são referentes a todos os usuários do Espaço do Produtor, e não somente a determinado segmento. De acordo com aqueles que responderam ao questionário, a maioria revela não ter dificuldades para acessar a internet (91,2%). Dentre essas pessoas, a maior parte acessa o *site* de casa (71,7%) ou do trabalho (23,9%).

O público do Espaço do Produtor mostrou-se muito criterioso e preocupado com a qualidade e, principalmente, a origem da informação que utiliza: a idoneidade da fonte geradora da informação. Para a questão sobre **quando deseja obter uma informação confiável sobre determinado assunto relacionado à agropecuária que possa influenciar diretamente a sua atividade econômica, qual a fonte que você procura?**, eles preferiram as opções *Cursos ou palestras* (35,3%), *Profissional da área* (28,7%) ou ainda *Órgãos do governo federal ou estadual* (27,5%), conforme visualizado na Figura 18.

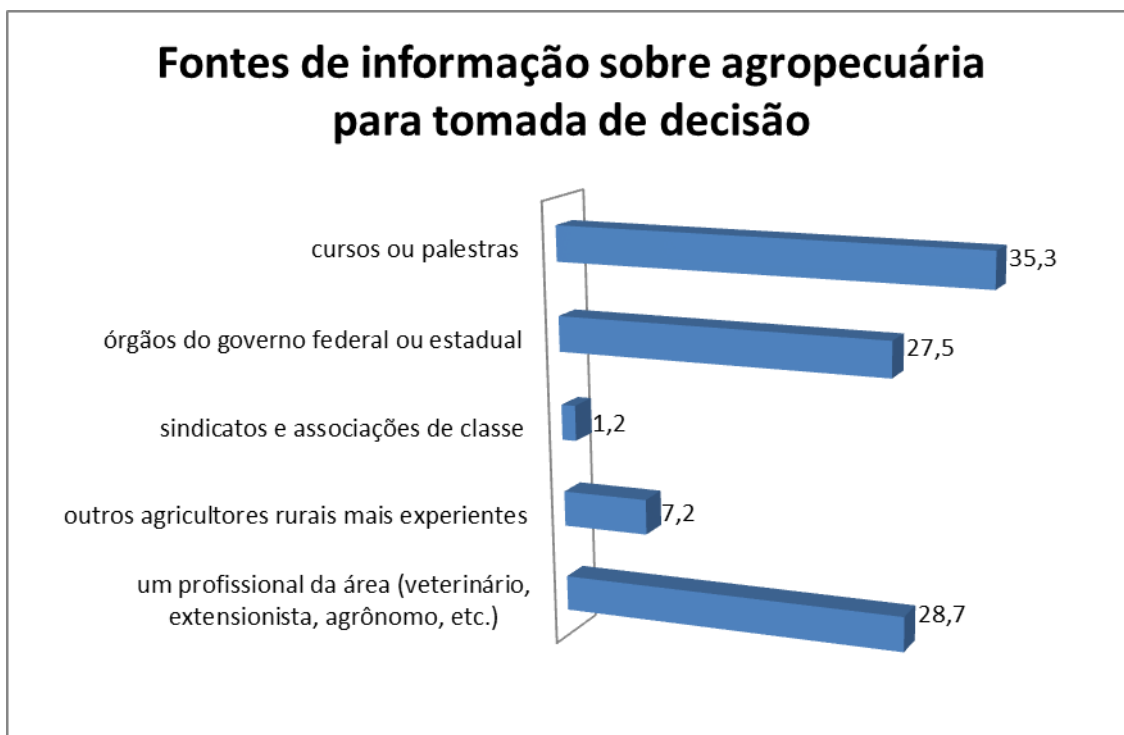


Figura 18 - Fontes de informação confiável sobre a agropecuária para tomada de decisão.

Ainda dentro dessa área, de acordo com o questionário, a maior tendência desses usuários (64,7%), no dia-a-dia, é a de se informar sobre suas atividades por *sites* variados da internet. Vale ressaltar que, dentre as respostas abertas, além de reforçarem por escrito as opções feitas na múltipla escolha, eles acrescentaram *Livros* (17,9%) e *Revistas e periódicos* (16,3%), conforme Figura 19.

Essa preocupação do público respondente com uma fonte de informação de fonte idônea, confiável, novamente, se revelou quando pedido que escrevessem (respostas abertas) o **nome do site ou fonte de informação sobre produção agrícola mais utilizado** (Tabela 10). As opções escolhidas pelos usuários foram lideradas pela *Embrapa* (16,7%) e *Universidades* (11,6%). Mas mereceram destaque os desempenhos do *Espaço do Produtor* (8,2%), que ficou em terceiro lugar, e a *UFV* (7,7%), em quarto.

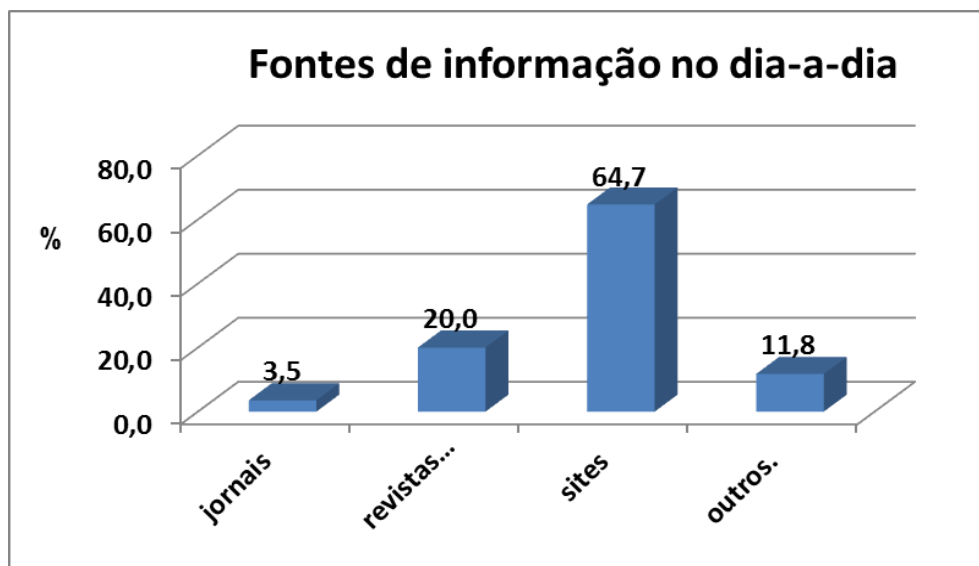


Figura 19 - Fontes de informação utilizadas pelos usuários no dia-a-dia.

Tabela 10 - Fontes de informação sobre produção agrícola mais utilizadas

Fontes	%
-	
Agrolink	1,7
Embrapa	16,7
Universidades	11,6
UFV	7,7
Agrosoft	1,7
FGV	1,3
Google	7,3
Canal Rural	2,1
Canal do Boi	0,9
Emater	7,3
Espaço do Produtor	8,2
Globo Rural	6,9
Epamig	2,1
Senar	1,3
Balde Branco	0,9
Mapa	2,6
Sebare	1,7
Milkpoint	1,7
Beefpoint	0,9
Bovespa	0,9
Sindicatos rurais	0,9
ILCT	0,9
TV	1,7
Sites de órgãos oficiais	1,3
Scielo	0,9
Sites de empresas do setor	0,9
Diversos*	7,3
Não respondeu	0,9

*Em "Diversos", estão reunidas as opções que obtiveram apenas um voto.

Especificamente com relação ao Espaço do Produtor, os usuários disseram que preferem ser comunicados para consultar as novidades do *site*. Sobre a frequência de acesso, a maioria escolheu a opção *Quando recebo o boletim por e-mail* (48%), conforme Figura 20.

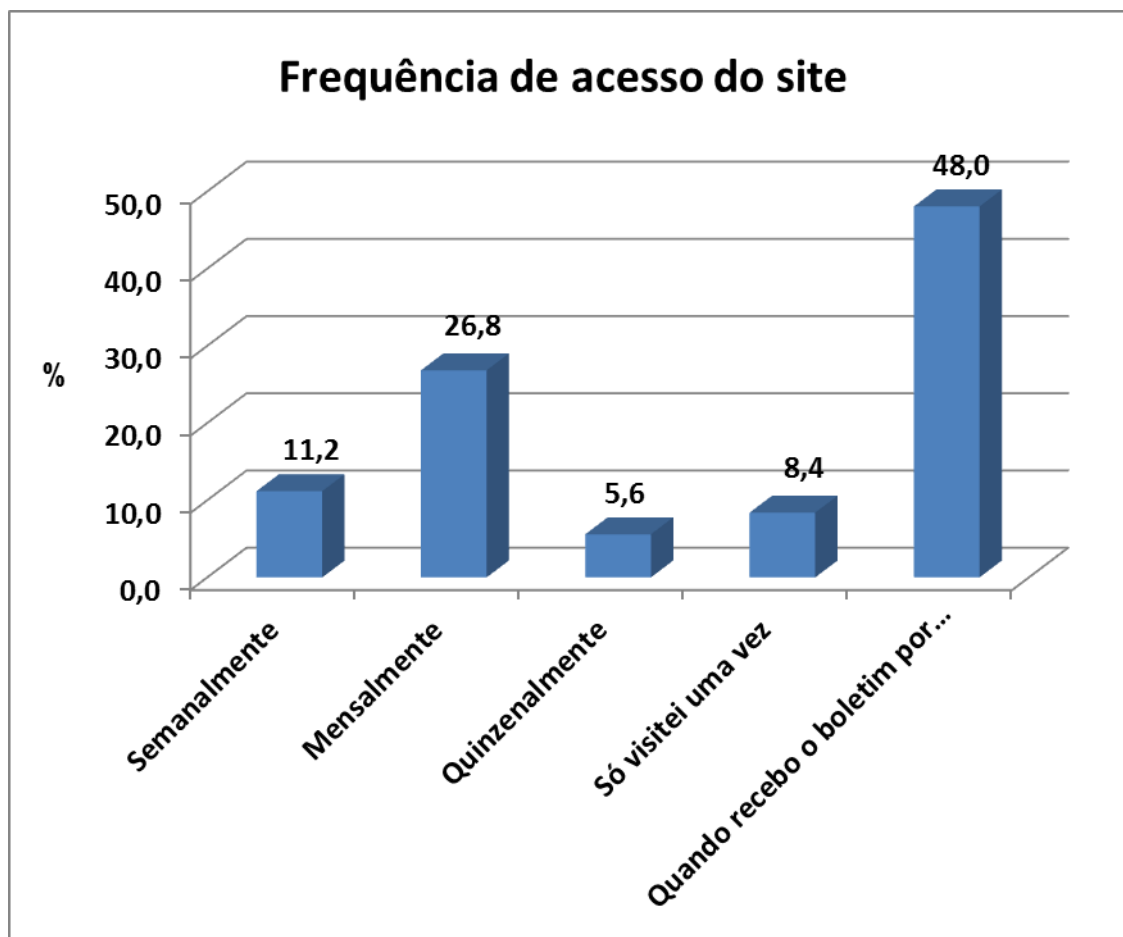


Figura 20 - Frequência com que os usuários acessam o site Espaço do Produtor.

5.3.5. Conteúdo e conhecimento

De maneira geral, as 10 seções do Espaço do produtor foram bem avaliadas pelo usuário²⁴, de acordo com as respostas dos questionários, no que se refere à utilidade de cada uma delas. Entre as preferências, *Cursos* foi

²⁴ Para facilitar o trabalho de análise e, ao mesmo tempo, oferecer opções adequadas ao usuário, adotou-se o seguinte esquema de avaliação de 0 a 5, com as seguintes alternativas: 0 - sem condições de informar; 1 - inútil; 2 - pouco útil; 3 - medianamente útil; 4 - muito útil, e 5 - extremamente útil.

escolhida como a opção “extremamente útil”, com 43,3% das opiniões, enquanto *Notícias* ficou com 50% de “muito útil”. Mas *Artigos*, *Dica do Produtor* e *Receitas* também tiveram boas avaliações (Tabela 11)

Tabela 11 - Avaliação das 10 seções do Espaço do Produtor

Seções	Sem condições de informar	Inútil	Pouco útil	Mediamente útil	Muito útil	Extremamente útil
-						
Notícias	2,8	0,6	7,2	22,2	50,0	17,2
Eventos	6,1	1,7	10,6	31,8	34,1	15,6
Cursos	1,7	3,3	5,6	15,0	31,1	43,3
Classificados	8,0	4,0	17,6	32,4	28,4	9,7
Previsão do tempo	7,4	4,5	9,7	19,9	35,8	22,7
Artigos	1,2	1,2	8,3	22,6	41,7	25,0
Dica do produtor	2,9	0,6	5,2	18,5	41,0	31,8
Receitas	5,2	5,2	7,0	21,5	35,5	25,6
Causos da roça	8,0	5,1	9,7	28,6	32,6	16,0
Cotações de produtos agrícolas	7,4	4,0	7,4	22,2	33,0	26,1

Manter-se atualizado (74,8%) é a principal finalidade da informação apreendida no site, segundo as respostas dos usuários (Figura 21). No entanto, a preocupação em compartilhar o conhecimento disponibilizado, novamente, está presente nas respostas abertas de parte dos usuários. Dentre essas finalidades, eles apontaram *Conhecimento* (66,7%) e *Repasse a produtor rural* (7,7%). Assim, conforme Costa et al. (2009), constatou-se que, no caso do Espaço do Produtor, a informação está relacionada à produção de conhecimento no indivíduo, valorizando, assim, o caráter social e emancipatório propiciado por essa informação – benefício compartilhado a outros agricultores.

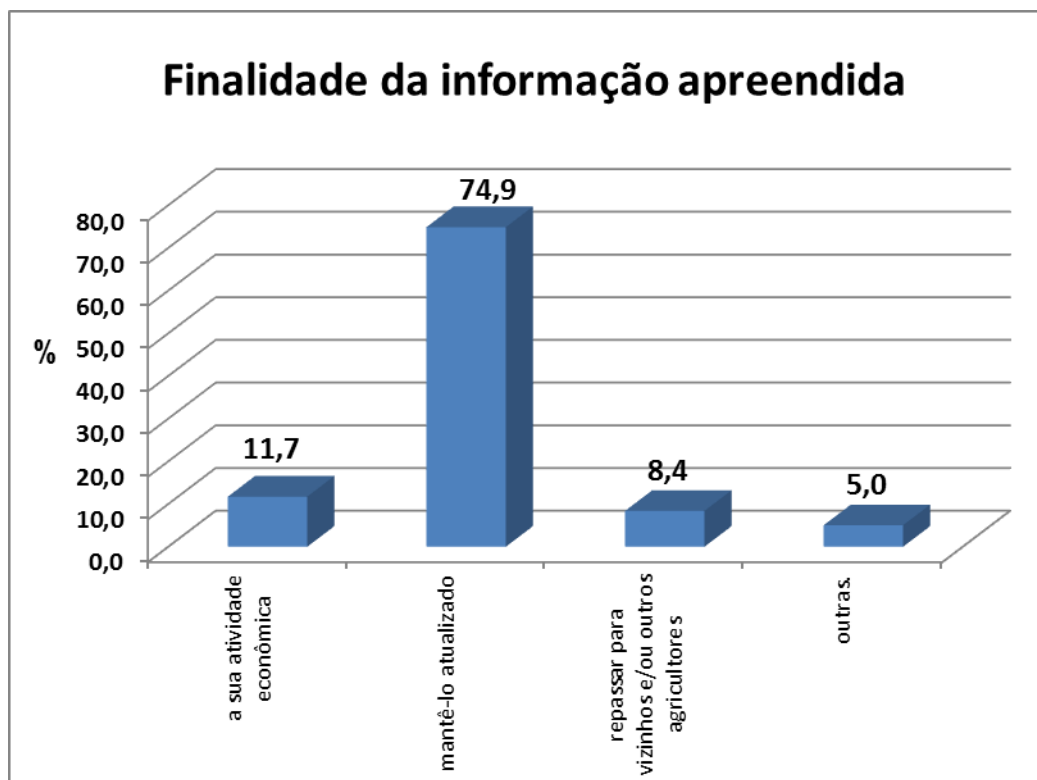


Figura 21 - Finalidade dos usuários com informação apreendida no Espaço do Produtor.

Diante disso, os usuários demonstraram bastante satisfação com relação ao conteúdo oferecido pelo Espaço do Produtor²⁵: 54,2% dos usuários disseram estar *Muito satisfeitos*. Para ratificar essa opinião, basta observar que aqueles que se mostraram *Insatisfeitos* e *Pouco satisfeitos* com o *site* formaram percentuais insignificantes (Figura 22).

Mais *Artigos*. Este é o desejo da maioria (39,8%) dos usuários que responderam ao questionário sobre **o que sentiam falta ou deveria ser privilegiado no site** (Figura 23) – independentemente da satisfação ou não com o conteúdo disponibilizado. Uma parte considerável do público pesquisado (29,4%) pediu ainda a criação de um *Tira-dúvidas on-line*, mas vale ressaltar que 11,7% deles disseram não sentir falta de coisa alguma.

²⁵ Da mesma forma que nas seções, adotou-se uma escala para medir a satisfação dos usuários com o conteúdo: 0 - Sem condições de informar; 1 - Insatisfeito; 2 - Pouco satisfeito; 3 - Medianamente satisfeito; 4 - Muito satisfeito, e 5 - Totalmente satisfeito.

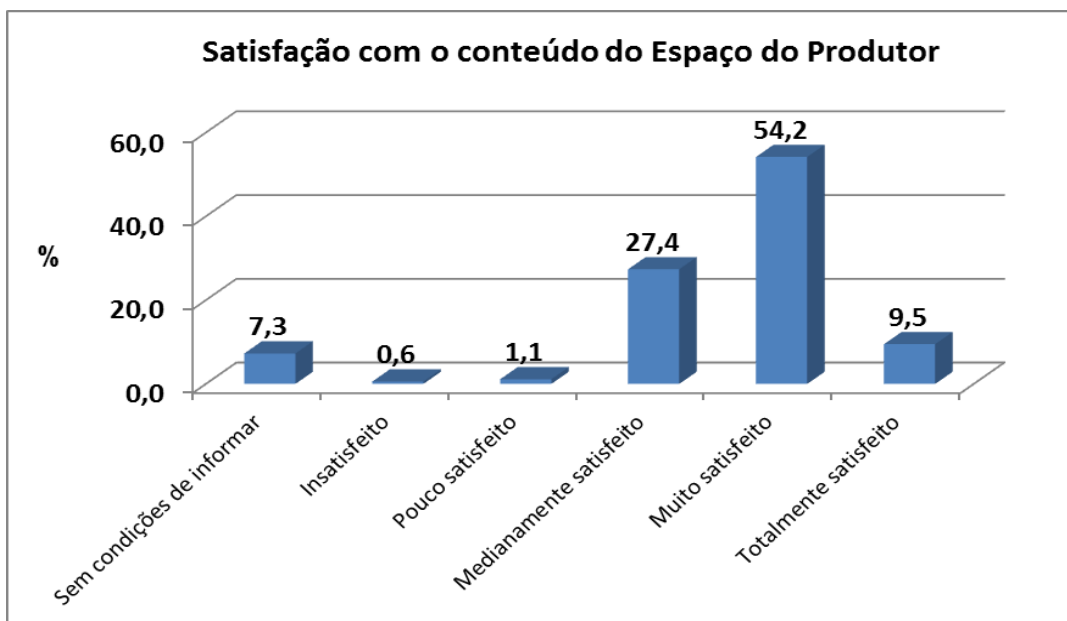


Figura 22 - Níveis de satisfação do usuário com o conteúdo do Espaço do Produtor.

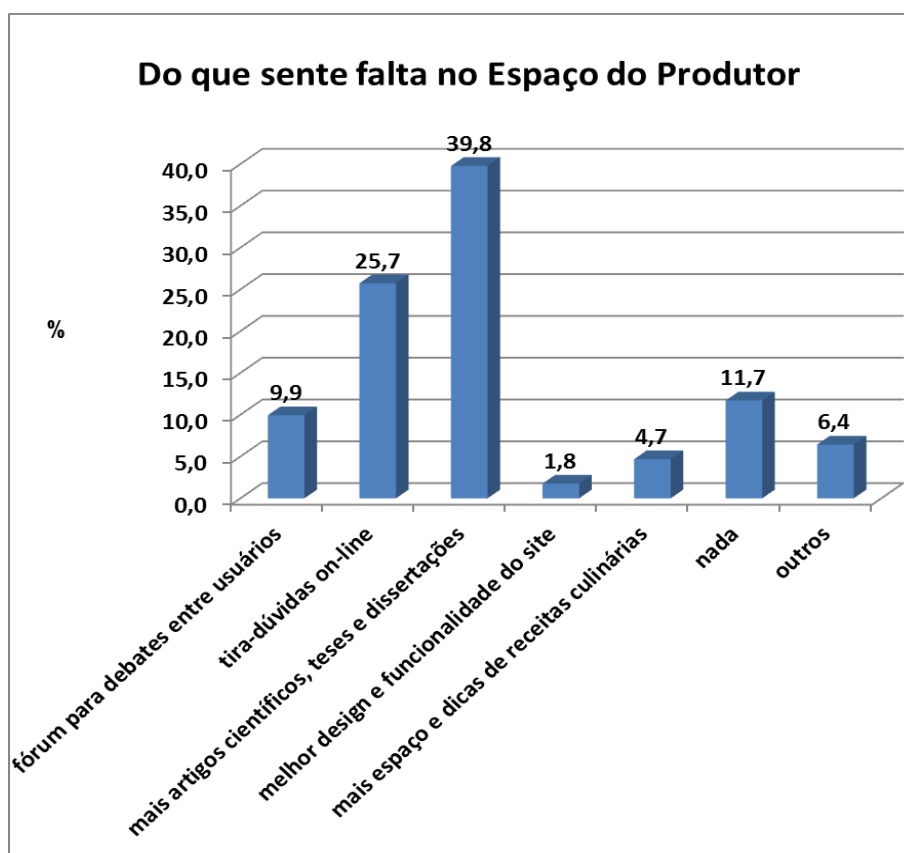


Figura 23 - Do que os usuários sentem falta no Espaço do Produtor.

Tema frequente dos *e-mails* e comentários espontâneos enviados aos administradores do Espaço do Produtor, os *Cursos on-line* apresentaram grandes percentuais de *Sem condições de informar* na escala²⁶ de avaliação. Isso ocorreu porque, obviamente, somente poderiam opinar aqueles que efetivamente tivessem participado deles; ou seja, nem todos os que responderam ao questionário fizeram todos os cursos disponíveis (veja Tabela 5, no capítulo 2 desta dissertação).

A preferência desses usuários foi por cursos essencialmente práticos: os três considerados “bem relevantes” por aqueles que responderam ao questionário, por ordem, foram: *Produção de sabão ecológico* (25,4%), *Administração financeira na família* (24,8%) e *Produção de queijo coalho artesanal* (24,6%). Já os “totalmente relevantes” foram: *Criação de galinhas caipiras* (37,8%), *Higiene na manipulação dos alimentos* (32,4%) e *Cuidados higiênicos na obtenção do leite* (31,5%).

No aprofundamento dessa questão, os usuários destacaram *Conteúdo* (43,9%) e *Temas* (18,3%) como os aspectos que mais os influenciaram na avaliação positiva dos *Cursos* realizados no *site* (Figura 24). A sua qualidade foi ratificada pela questão posterior: 94,5% dessas pessoas responderam que acreditam que **“os cursos oferecidos pela modalidade da educação a distância *on-line* têm sido eficientes para apreender o(s) conteúdo(s)”**. Desta forma, sem dúvida alguma, confirmam o potencial da EaD para a inclusão de parte considerável da população educacional, conforme Pimentel (2006).

²⁶ 0 - Sem condição de informar; 1 - Irrelevante; 2 - Pouco relevante; 3 - Medianamente relevante; 4 - Bem relevante; 5 - Totalmente relevante.

Tabela 12 - Avaliação dos usuários sobre os cursos *on-line*

	Sem condição de informar	Irrelevante	Pouco relevante	Medianamente relevante	Bem relevante	Totalmente relevante	Total
-							
Como explorar o açaí da juçara	47,6	3,4	11,0	16,6	14,5	6,9	100
Administração financeira na família	33,1	0,7	4,1	18,6	24,8	18,6	100
Produção de sabão ecológico	35,2	1,4	7,0	13,4	25,4	17,6	100
A comunidade no combate à dengue	42,8	2,2	2,9	11,6	18,8	21,7	100
Higiene na manipulação de alimentos	33,1	0,7	2,1	7,6	24,1	32,4	100
Cogumelo shiitake: cultivo e processamento	48,2	1,4	6,5	14,4	18,7	10,8	100
Uso do GPS na agricultura	35,4	2,1	6,3	12,5	20,8	22,9	100
Cuidados higiênicos na obtenção do leite	37,8	1,4	0,7	11,9	16,8	31,5	100
Produção de queijo coalho artesanal	37,3	3,5	9,9	24,6	24,6	-	100
Criação de galinhas caipiras	29,7	1,4	2,7	11,5	16,9	37,8	100
Cores da terra	38,1	2,2	5,8	12,2	20,9	20,9	100
Fazendeiro florestal	44,7	1,4	0,7	14,9	19,1	19,1	100

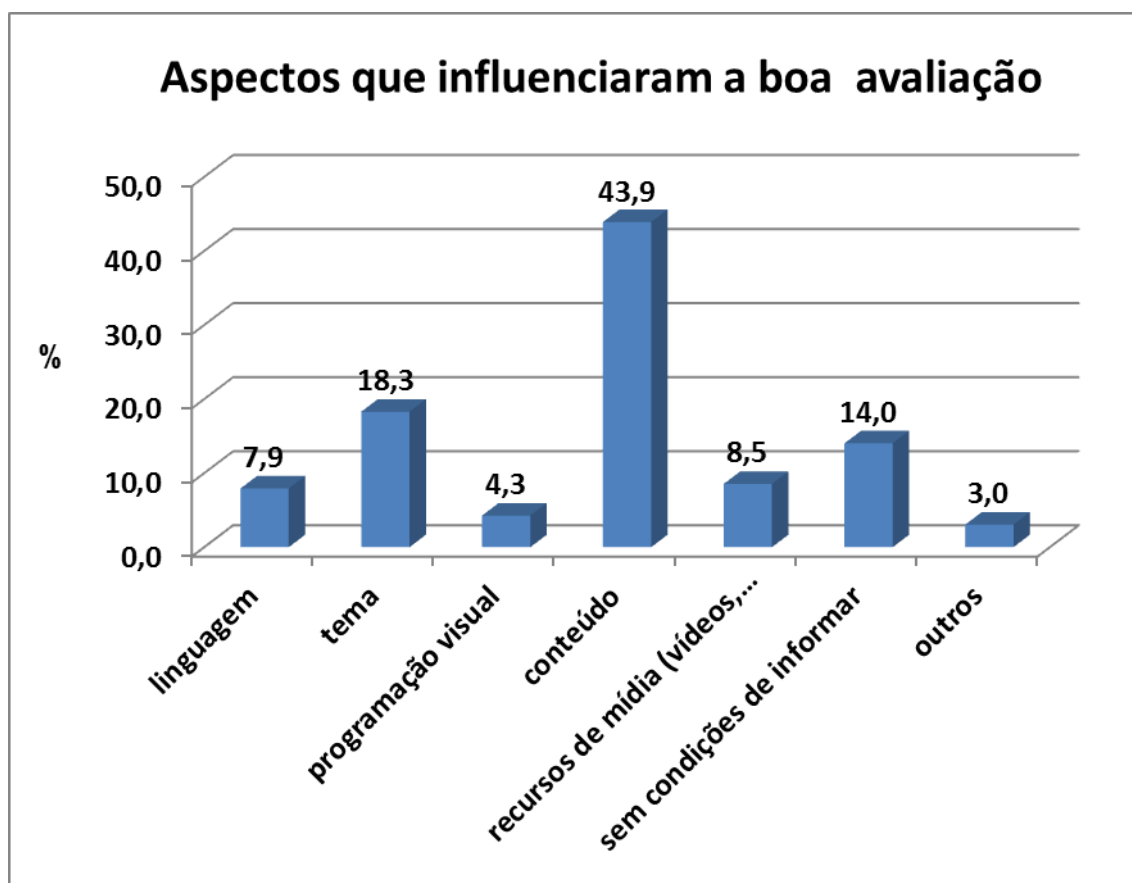


Figura 24 - Aspecto que mais influenciou a boa avaliação dos cursos *on-line* pelos usuários do Espaço do Produtor.

5.3.6. Extensão e instrumento extensionista

A pesquisa buscou conhecer também a opinião dos usuários sobre a extensão universitária e o Espaço do Produtor como instrumento extensionista. Tais aspectos vieram confirmar questões apresentadas nos capítulos anteriores da presente dissertação e que merecem reflexão por parte da administração da Universidade Federal de Viçosa. Por exemplo, de acordo com as respostas, por um lado, pode ser confortador para a UFV que 61,5% dos usuários **conhecessem a sua produção acadêmica e/ou científica antes de ter acesso ao Espaço do Produtor**, mas, por outro lado, é preocupante que quase 40% desse público desconheça a sua produção.

Da mesma forma, ainda que a maioria dos usuários (97,7%) considere uma **obrigação das universidades públicas compartilharem com a sociedade o conhecimento que produzem**, é bastante revelador saber que boa parte deles (62,3%) nunca **tenha feito um curso de extensão universitária** – à exceção daqueles oferecidos pelo Espaço do Produtor.

Por último, foi reservado um espaço para que os usuários escrevessem sua crítica, elogio ou sugestão ao site. Por ter que ser escrita – e, por isso mesmo, muito mais espontânea -, um número menor de pessoas respondeu à questão. Mas, destas, 60,7% fizeram *Elogios* à iniciativa (Figura 25). Dentre as sugestões (bastante pulverizadas), as proposições mais recorrentes foram os pedidos de *Mais Cursos on-line* e *Maior divulgação do site*.

As respostas mostraram que esses usuários aprovam o conteúdo do site, por meio da boa avaliação da maioria das seções, principalmente dos *Artigos* e *Cursos on-line*. Tais aspectos foram confirmados nas muitas mensagens, deixadas ao final do questionário (as quais não foram obrigados a escrever), elogiando e incentivando a iniciativa.

Acho que a universidade brasileira foca muito o produtor da sua vizinhança e esquece o [aquele] que está mais distante. O Espaço do Produtor nos permite esta aproximação, ainda de uma maneira tímida. Minha região necessita que uma universidade instale por aqui um campus avançado para socorrer o produtor em tecnologias de ponta onde nos permitirá produzir mais e com qualidade.

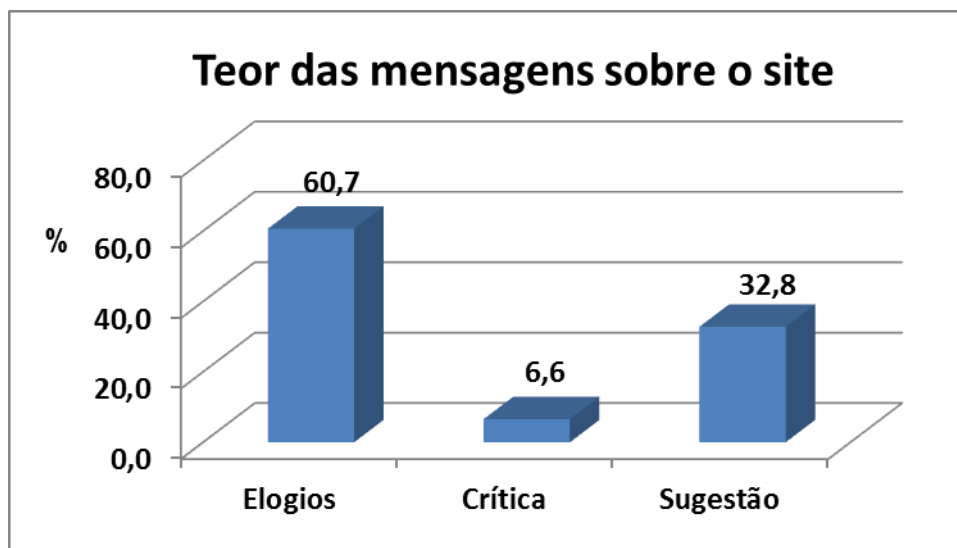


Figura 25 - Teor das mensagens finais sobre o Espaço do Produtor escritas pelos usuários.

Excelente iniciativa! Tenho recomendado-a aos profissionais da agropecuária, produtores e alunos do curso técnico em agropecuária do CETEP - Oeste Baiano. Acredito pela opinião dos meus amigos que o aumento no número e variedade de cursos em muito pode ajudar aos produtores e profissionais da área. Também a informação do tempo mais apurada por regiões produtoras dentro dos estados pode em muito aumentar o acesso do site, ajudando a cumprir o seu papel de informar e disseminar técnicas agropecuárias.

É muito útil para a inclusão social. É um fator indutor na busca do conhecimento.

É evidente que o Espaço do Produtor é fantástico, principalmente os Cursos. É um trabalho sério que merece ser copiado por outras Universidades no Brasil, assim como também no exterior, por países ditos do 3º Mundo. Sugestão: aumentar o número (temas) de cursos.

É um canal de acesso a informações importantes que podemos usufruir com segurança por constar de conteúdos sérios e instrutivos. É preciso manter este Espaço do Produtor sempre com novos cursos. É excelente este site, pois ajuda os agricultores de nosso país a se atualizar e a se instruir sobre assuntos pertinentes à produção agropecuária.

5.4. Análise conjunta dos dados coletados

Embora possa parecer contraditório para um *site* que pretenda alcançar um público do meio rural, o perfil do público do Espaço do Produtor,

principalmente urbano e de alta qualificação escolar, soa perfeitamente condizente com a realidade brasileira. Em primeiro lugar, deve-se levar em conta aspectos que influenciam diretamente essa realidade: dentre outros, qualidade da infraestrutura do meio rural (falta de acesso à internet, rede elétrica insuficiente, etc.), custo de computadores e falta de capacitação na utilização dessa ferramenta.

Afinal, apesar de, ano a ano, terem avançado o acesso e a variedade de aplicações da internet no Brasil, a inclusão digital rural ainda está distante do ideal e, mesmo, de outros países. As iniciativas isoladas dos governos federal e estaduais e de algumas instituições da sociedade civil não foram ainda capazes de reverter esse quadro. Para isso, há necessidade de um esforço conjunto maior e que englobe facilidades de acesso, de aquisição e, ou, uso de equipamentos e cursos de capacitação.

Além disso, conforme dito anteriormente, Velloso (2010) confirma a tendência de crescimento dos moradores da área urbana, em detrimento da rural. Para ser ideia, em 2010, 15,65% da população brasileira (29.852.986 pessoas) viviam em situação rural, contra 84,35% (160.879.708 pessoas) em área urbana:

Outro dado interessante é que, entre os municípios, apenas nove tinham mais de 90% de sua população vivendo em situação rural, o que demonstra que a maior parte dos brasileiros vive em cidades, mesmo que em pequenas aglomerações (VELLOSO, 2010, p.13-14).

Com relação à localização dos usuários ocasionais e assíduos, os dados das estatísticas de acesso e das respostas dos questionários divergem um pouco, mas coincidem principalmente nas regiões: Sudeste, Centro-Oeste e Sul. As cidades mais frequentes do público visitante e cadastrado são praticamente as mesmas, mas variam na ordem, de acordo com a fonte: Belo Horizonte, São Paulo, Rio de Janeiro e Viçosa e Brasília, de acordo com o Google Analytics; Viçosa, Belo Horizonte e São Paulo, Uberlândia, Goiânia, Cáceres, Brasília e Fortaleza, segundo o questionário.

A profissão do público usuário, revelada principalmente por aqueles que responderam ao questionário, merece algumas considerações. Primeiramente, porque, conforme comprovaram as respostas abertas, observou-se certa incoerência entre o que eles realmente são ou atuam daquilo

como eles se autodefinem profissionalmente. Isso porque entre aqueles que se disseram “funcionários públicos”, há muitos que trabalham em secretarias de agricultura, de saúde ou de assistência social, bem como em empresas de assistência técnica e rural, cujas atividades profissionais se aproximam mais de assistência social ou extensionismo rural do que propriamente daquelas mais características do funcionalismo público tradicional (burocrático).

O que se constata, por seu perfil, é que os usuários se caracterizam por serem *multiplicadores de informação e de conhecimento*. Portanto, esses “funcionários públicos” (18% daqueles que responderam ao questionário), “professores” (16%) e “profissionais de nutrição e saúde” (8%), até pelas características de suas funções dentro das profissões e por meio das respostas aos questionários, bem como das mensagens enviadas ao *site*, demonstraram o claro interesse em compartilhar o conhecimento apreendido no Espaço do Produtor com outros agricultores ou pessoas que moram no interior e não têm facilidade de acesso ao conhecimento:

Gostaria de manifestar a todos vocês o quanto estou feliz por esse curso gratuito, pois desenvolvo um projeto a famílias carentes no estado do maranhão e meu objetivo com isso é obter conhecimento e colocar em pratica para transmitir aos menos favorecidos de informação e que com isso enriquecerei o meu currículo levando conhecimentos a pequenos grupos na zona rural do estado do maranhão (e-mail n.º 34).

Gostaria de pedir se possivel estar enviando material que eu possa repassar para as serventes escolares da rede municipal, pois trabalho com a coordenação da merenda e vejo muita necessidade em aprimorar e insentivar essa classe que é fundamental para o desenvolvimento da educação (e-mail n.º 35).

Como se constatou na pergunta sobre as razões que levaram o usuário a consultar o *site*, observou-se que, além da maioria querer *Obter ou atualizar conhecimento* (42,5%), um bom número tem projetos mais específicos: embora não seja a principal atividade profissional desses usuários, eles pretendem ter *Futuro investimento na agropecuária* (27,4%) ou a *Agropecuária é segunda atividade* (11%). Alguns comentários realizados nas respostas abertas ao questionário confirmam isso:

Possuo uma propriedade rural pequena e que exploro como segunda atividade, em conjunto com minha esposa. Espero, em breve, que seja minha atividade principal.

Em breve, pretendo comprar uma fazenda e investir na área. Por isso, uso o Espaço do Produtor como um ponto de pesquisa e de referência para futuras decisões sobre o que e como investir.

Tenho a proposta de iniciar uma atividade rural lucrativa para desenvolver após aposentar-me.

Ao se associar as informações reveladas nas três fontes de coleta de dados, obteve-se um perfil curioso do público do site, seja do ocasional ou o assíduo. Ele se revelou uma pessoa preocupada com as questões de preservação ambiental e com tecnologias e técnicas limpas a serem desenvolvidas na sua propriedade rural. Além da procura pelos artigos de temas nesta área, exemplo disso é *Produção de sabão ecológico* (elaborado a partir de óleo de cozinha usado), o *Curso on-line* que registrou o maior número de participantes: 2.161 pessoas (até 2011).

Outro exemplo são as reportagens sobre tais temas, veiculada na seção Notícias que despertam o interesse de comentários dos usuários: “*Busquei [o site] no Google e estou maravilhada. Quanta diversidade: curso de Sabão Ecológico, e a fossa [ecológica implantada no Sul de Minas Gerais e divulgada em Notícias] então...*”

Ainda com base nessas mensagens e nos dados fornecidos pelo Google Analytics – pesquisa por palavras-chave apontando, além das receitas, principalmente artigos como o de “controle biológico de pragas” – percebeu-se que o *site* começa a ser associado a temas ecológica e socialmente responsáveis e que há um grupo de usuários muito interessados nesses assuntos. Tais aspectos estão presentes também em mensagens e comentários enviados:

Muito importante o controle biológico. Chega de tanto veneno na produção agrícola e pecuária! Vamos dar um basta nisso! (e-mail n.º36).

Nós [...] gostaríamos de cumprimentá-los por seu *site*. É de extrema importância discutir temas referentes ao desenvolvimento sustentável e os obstáculos que se apresentam para alcançá-lo (e-mail n.º37... O nome do usuário foi omitido).

A Agroecologia tem por princípio a construção e manutenção da relação cultura e natureza, ou seja nosso modo de vida com o entorno ambiental e não meio de vida, expropriação! (e-mail n.º38 ...).

Esses usuários, conforme revelado nas mensagens e nas respostas ao questionário, também têm diversificado sua produção agropecuária em

propriedades de pequeno porte (somando-se os percentuais das opções até 30 hectares). São pessoas exigentes com relação à idoneidade e qualidade da informação e do conhecimento utilizados na tomada de decisão ou em seus negócios. Por isso, preferem “*Cursos ou palestras*” (35,3%), “*Profissional da área*” (28,7%) ou ainda “*Órgãos do governo federal ou estadual*” (27,5%). Para se informar no seu dia-a-dia, porém, a opção é por *sites* (64,7%), desde que também sejam confiáveis, como os da *Embrapa* (16,7%), *Universidades* (11,6%) e *Espaço do Produtor* (8,2%).

Esse perfil criterioso dos usuários, relacionado à procura de informações para iniciar negócios caseiros, aumentar a sua produtividade ou ainda a melhora da qualidade de vida, comprova que o Espaço do Produtor vem praticando algumas das determinações do Fórum dos Pró-Reitores de Extensão, contribuindo para proporcionar mais acesso ao conhecimento gerado na universidade. Isso porque, de acordo com o Plano Nacional de Extensão (PNEX), utilizando tecnologias (como as TICs), seria possível ao ensino atender à maioria da população, por meio de um processo de educação superior crítico, “que os preparassem para a cidadania, com competência técnica e política” (SANTOS, 2000/2001, p. 3).

Há ainda aqueles usuários que associam a atividade quase pessoal à profissional, como comprovam respostas como estas:

Faço algumas orientações a amigos que têm sítios. *Me formei* em agropecuária e nunca exerci [a profissão] de fato. Sou muito triste com isso. Minha região nunca deu muitas oportunidades, ainda mais naquela época.

Sou administrador de empresas, mas também leciono Pesquisa Operacional no Curso de Administração. Possuo uma propriedade rural em fase de investimentos para poder produzir com profissionalismo.

O que se observou em parte deste público que não vive da agropecuária ou não tem nela a sua principal atividade profissional é que há uma relação intensa com o meio rural, originada principalmente pelo fato de sua família ser ou ter vindo desse meio (23,8% das respostas ao questionário), como comprovaram esses exemplos das respostas abertas:

Acrescento como motivo o interesse em assuntos relacionados ao meio rural, para cuidar melhor do nosso pequeno patrimônio de forma responsável e eficiente.

Já trabalhei com vendas de ração e mantenho relação com produtores rurais e tenho interesse em me manter atualizado.

Outros procuram compensar decisões que tomaram no passado, como nesta resposta que merece destaque:

Sempre tive uma aproximação muito grande pela área rural. Amo este espaço e desejei fazer um curso de graduação de Engenharia Agrônômica, mas minhas condições financeiras e o local não permitiram. Sempre sinto meu coração partido por isso, mas nunca deixei de me envolver. Busco alternativas de plantar na pouca área do quintal de minha casa. Vou morrer com o meio rural tomando conta de mim.

Na questão operacional, ao se analisar os dados fornecidos pelas estatísticas de acesso, porém, observou-se que na questão de fonte de tráfego, o “tráfego ou acesso direto” (o endereço do site digitado diretamente pelo usuário) foi responsável pelo envio de 13,28% dos visitantes ao Espaço do Produtor. Tal percentual ficou bem distante das outras duas fontes de envio de visitantes ao Espaço do Produtor: mecanismos de pesquisa” (44,91%) e “sites de referência” (41,81%). Tal constatação pode revelar uma falha de localização do Espaço do Produtor, um problema que pode estar prejudicando o *site*: a sua URL (sigla de *Uniform Resource Locator*, ou *Localizador Uniforme de Recursos*, em português, é o endereço de um *site* na *web*).

Isso porque “URLs cuidadosamente projetadas, legíveis por humanos, são fáceis de serem lembradas” (KALBACH, 2009, p. 48). Este não é o caso do Espaço do Produtor, cujo endereço é bastante difícil: <https://www2.cead.ufv.br/espacoProdutor/scripts/inicio.php>. Há necessidade, portanto, de se rever sua URL. No entanto, merece registro que, quando se digita o nome “Espaço do Produtor” na pesquisa comum do Google, o *site* da Cead é o primeiro a aparecer na lista; Quando se digite somente “produtor” é o sexto.

Portanto, concluiu-se que há necessidade também de maior divulgação do site, como comprovam algumas mensagens e respostas abertas ao questionário:

O site é um excelente meio de aprendizagem, porém precisa ser mais divulgado [grifo nosso]. Em minha região, mesmo no meio acadêmico, é pouco conhecido. Parabéns pelo trabalho!

Por outro lado, o Espaço do Produtor parece seguir a máxima de Wurman (1995): “tornar claro o que é complexo”. Isso porque, dificilmente,

entre as mensagens enviadas e as respostas abertas ao questionário, há registros de problemas dos usuários sobre a sua funcionalidade ou sobre como encontrar determinada informação no site (SANTA ROSA; MORAES, 2010).

Notou-se ainda que, no uso da informação, os usuários mantêm também uma relação próxima com a administração do site, com a qual buscam a solução de dúvidas e demandas, entendidas aqui como “o que o usuário solicita, podendo ou não se converter em uso” (D’ANDRÉA, 2003, p. 19). Afinal, não se pode esquecer que necessidades e usos são interdependentes: “se influenciam reciprocamente de uma maneira complexa que determinará o comportamento do usuário e suas práticas” (COSTA et al., 2009, p. 4).

Observou-se que, os usuários do Espaço do Produtor fazem uso de praticamente todas as funções da informação apontadas por Yves-François Le Coadic (*apud* DIAS; PIRES, 2004): do *conhecimento*, derivada do desejo de saber; da *ação*, derivada de necessidades materiais exigidas para realizar atividades humanas, profissionais e pessoais, e dos *desejos*: carências por satisfações específicas para atender a essas necessidades mais profundas (DIAS; PIRES, 2004).

Por algumas mensagens ou respostas abertas ao questionário, constatou-se, portanto, que muitos usuários vêm praticando o conhecimento proporcionado pelos *Cursos*, mudando seus hábitos e condutas e, até mesmo, iniciando pequenos negócios caseiros a partir deste conhecimento, nos quais vão aprendendo e testando o que aprendem. Para algumas pessoas, o *site* é ainda uma forma de angariar conhecimento para investimentos futuros:

Gostaria nesta oportunidade estar parabenizando a Pós Graduada em economia doméstica Vivian Tavares, pelo excelente curso on line de Economia Doméstica [*Administração financeira na família*]. Fiz o curso e gostei muito. Para este ano de 2012 já vou colocá-lo em prática juntamente com os meus familiares. Não vou deixar de rever suas orientações de vez em quando, para não cair no erro do esquecimento, quanto as práticas recomendadas. (E-mail nº1)

Sou professora, mas estou trabalhando para tornar a agropecuária minha principal atividade.

A propriedade de minha família ainda não é rentável. Procuo informações pra tentar fazer a propriedade rentável, atualmente é somente para o consumo próprio. Pois a Banana é difícil vender, a cana-de-açúcar que vai para o alambique o preço é baixo...

Esse aspecto demonstra que o conhecimento proporcionado principalmente pelos *Cursos on-line* do Espaço do Produtor se revela

essencialmente acessível e prático, mas com uma fundamentação científica e o respaldo de instituição de ensino respeitada. Aqueles que responderam ao questionário e que enviaram mensagens fazem questão de destacar a idoneidade do conhecimento disponibilizado no *site*:

Quero parabenizar a iniciativa de trazer informações tão importantes para este ramo de atividade, trazendo cursos e explicações que podem realmente fazer diferença na atividade econômica das famílias produtoras rurais, principalmente por serem informações embasadas em conhecimento técnico e científico, ou seja, realmente confiáveis. O ramo de atividade agrícola por si só é uma atividade custosa e bastante difícil de praticar. Portanto, é de suma importância que tenham recursos para que os envolvidos nessas atividades possam ter acesso a informações que dificilmente teriam por meios próprios.

Agradeço o apoio aos produtores, principalmente, àqueles que estão no início de suas atividades no *set* e buscam fontes idôneas de informação. Como sugestão, gostaria que houvesse uma oferta maior de cursos *on-line*.

Desta forma, os *Cursos on-line* vêm cumprindo um dos referenciais do MEC com relação à educação a distância. Ou seja: o material didático disponibilizado vem desenvolvendo habilidades e competências específicas, “recorrendo a um conjunto de mídias compatível com a proposta e com o contexto socioeconômico do público-alvo” (BRASIL, 2007, p. 13). Portanto, conforme observado nas respostas e mensagens anteriores, o conhecimento proporcionado pelo *site* está integrado a determinado contexto (FERREIRA, 1995). Conforme Belloni (2001) e de acordo com as respostas abertas ao questionário, portanto, os cursos estão não só utilizando novas tecnologias, mas principalmente voltando todo o processo de ensino para a autoaprendizagem.

A aprovação do Espaço do Produtor pode ser constatada ao se associar o teor das mensagens enviadas ao *site* aos dados fornecidos pelas respostas do questionário: boa aceitação do seu conteúdo (54,2% dos usuários se disseram “muito satisfeitos”); aprovação do “conteúdo” (43,9%) e “temas” (18,3%) dos *Cursos on-line*, considerados também extremamente úteis (43,3%) pelos usuários; bem como a principal finalidade de uso da informação obtida, Manter-se atualizado (74,8%).

Esses índices demonstram que a multidisciplinaridade na elaboração dos *Cursos*, conforme Pimentel (2006), é de grande importância para a aceitação do público. Isso porque a parceria entre pesquisador e técnicos das

áreas de Comunicação Social, *design* e Ciência da Informação resulta em uma linguagem dinâmica e de fácil compreensão, com eficientes recursos didáticos. Trata-se, portanto, de uma mistura ainda pouco explorada pelos *sites* das universidades públicas, especialmente pelo fato de serem *on-line*.

Da forma como o trabalho se encaminha, reunindo alunos de graduação como estagiários técnicos e de pós-graduação na organização do conteúdo elaborado por professores-pesquisadores, o Espaço do Produtor poderá vir a praticar, dentro de algum tempo, o que Freire (2000, p. 15) previa para a extensão: “ser parte efetiva do processo de formação dos alunos, como possibilidade de realização de novas e significativas pesquisas, como integração de professores e alunos de áreas diferenciadas na obtenção de uma perspectiva interdisciplinar”.

Diante das respostas do questionário, pode-se dizer que o Espaço do Produtor pratica o que preconiza a Política Nacional de Extensão, referenciada pelo Fórum de Pró-reitores no Plano Nacional de Extensão e resumida nesses quatro princípios que apresentamos aqui (eles podem ser conferidos na íntegra no referencial teórico):

Impacto e transformação: estabelecimento de uma relação entre a Universidade e outros setores da sociedade, com vistas a uma atuação transformadora, voltada para os interesses e necessidades da maioria da população (...); **Interação dialógica:** desenvolvimento de relações entre universidade e setores sociais marcadas pelo diálogo, pela ação de mão-dupla, de troca de saberes, de superação do discurso da hegemonia acadêmica (...); **Interdisciplinaridade:** caracterizada pela interação de modelos e conceitos complementares, de material analítico e de metodologias (...), e **Indissociabilidade ensino – pesquisa – extensão:** reafirmando a extensão como processo acadêmico – justificando-lhe o adjetivo “universitária” –, em que toda ação de extensão deverá estar vinculada ao processo de formação de pessoas e de geração de conhecimento” (CORREA, 2007, p. 18-19).

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise conjunta dos dados das três formas de coleta de informação desta pesquisa possibilitou novas abordagens e conclusões, que ratificaram ou ampliaram as constatações individuais decorrentes de cada um dos métodos. Conseqüentemente, permitiu ainda a elaboração de sugestões para ajustes e/ou aprimoramento do Espaço do Produtor, apresentadas ao final deste capítulo, que deverão ser avaliadas pela Cead em termos de interesse e de viabilidade.

Conforme comprovado pelos dados analisados no capítulo anterior, o objetivo geral da presente dissertação foi alcançado. Além de se obter um retrato do público do *site* bastante próximo do real, foi possível mensurar o uso, a qualidade e acessibilidade do conteúdo – todos eles aprovados, de maneira geral, pelos usuários, de acordo com o questionário e os *e-mails* enviados – e suas demandas, conforme previsto nos objetivos específicos.

Dentre as informações provenientes dessas análises, uma das mais importantes é a potencialidade de público – principalmente os visitantes ocasionais –, em termos de número e de alcance geográfico, conforme apontaram as estatísticas de acesso.

Outro dado importante que a pesquisa ressaltou diz respeito à profissão do público. De acordo com as mensagens enviadas e as respostas ao questionário, ainda que boa parte não viva somente de atividades da agropecuária, o público as tem como segunda atividade profissional ou pretendem torná-la sua principal atividade, ou ainda investir nela num futuro próximo. De maneira geral, todos os os usuários do Espaço do Produtor estão intimamente relacionados à área ou ao meio rural. Há pessoas que pretendem usar o *site* como fonte futura de conhecimento, mas há também aquelas que o utilizam como forma de se manter atualizadas sobre questões referentes ao meio rural.

Com a aprovação que se obteve – “insatisfeitos” e “pouco satisfeitos” com o conteúdo são, respectivamente, de 0,6% e 1,1%, e aqueles que disseram não sentir falta de nada no *site* são 11,7% dos usuários -, basta seguir algumas observações para tornar o visitante ocasional em assíduo e aumentar o número de cadastrados.

Para avaliar essa tendência, deve-se observar os dados dos *e-mails* e do questionário, pelos quais se constatou a grande identificação dos usuários – pelo menos, daqueles que manifestaram suas opiniões – com o Espaço do Produtor. A aprovação da maioria das seções e, principalmente, dos cursos *on-line* por esse público confirma que o *site*, de maneira geral, vem satisfazendo parte das demandas e necessidades dos usuários – embora ainda haja algumas a serem atendidas. Tal avaliação se reveste de maior relevância na medida em que esse público tem se revelado criterioso na escolha das suas formas e fontes de informação, bem como na utilização da informação e do conhecimento apreendidos no Espaço do Produtor.

Por exemplo, as respostas dos questionários revelaram que, para esses usuários, a informação e o conhecimento disponibilizados são utilizados para a tomada de decisão em suas atividades (sejam principais, sejam secundárias) atuais ou futuras na área da agropecuária.

Percebe-se ainda, por meio das três formas de coleta de dados, que o Espaço do Produtor tem o seu perfil associado a preocupações menos mercadológicas, e mais ecológica e socialmente responsáveis. Esse aspecto é importante, pois difere da maioria dos *sites* voltados para a agricultura e pecuária disponíveis atualmente no mercado. Muitos deles, inclusive, têm interesses única e nitidamente comerciais.

Conforme previsto em um dos objetivos específicos, **os cursos de extensão *on-line* são eficientes na socialização do conhecimento gerado na UFV**, pela confiança demonstrada pelos usuários nas respostas do questionário e nas mensagens enviadas ao *site*. Como afirma um dos respondentes do questionário: “Excelente oportunidade para adquirir conhecimento com mais eficiência, praticidade e economia”. Isso porque têm permitido aos usuários se capacitar para suas atividades econômicas e, mesmo, contribuído para a melhoria da sua qualidade de vida.

De acordo com os usuários nas mensagens ao *site* e nas respostas ao questionário, além dos temas e conteúdo, o grande diferencial dos *Cursos* está na sua facilidade de compreensão, seja por meio da linguagem acessível, seja pelos recursos técnicos utilizados (vídeos, animações, etc.). Consequentemente, essas pessoas apontam os recursos da EaD como também responsáveis pelo êxito desses cursos.

Dessa forma, desmitifica-se o mero caráter de “solução paliativa” da EaD (por exemplo, apenas para conseguir um diploma para ascensão financeira dentro da empresa) para se transformar em algo efetivo e constante na vida dos participantes, coerente com os princípios da educação continuada. Mais uma vez, é o autoaprendizado, portanto, contribuindo para a emancipação dos usuários, por meio do conhecimento.

Observa-se também que os desencontros dos usuários com o funcionamento do *site* não são questões graves. Boa parte deles diz mais respeito à falta de atenção e a pouca familiaridade com os recursos e funcionamento da informática ou configuração do equipamento aquém do recomendado, do que propriamente a problemas técnicos. Por exemplo, considerar que os resumos dos *Cursos* seriam “anúncios”, e não o “acesso” para a sua realização *on-line* é um desses casos. Independentemente disso, porém, este aspecto deve merecer a atenção da administração da Cead.

Os dados apurados pelo questionário revelaram ainda que os usuários demonstraram duas tendências apresentadas ao longo deste trabalho: a consciência da necessidade de as universidades intensificarem a prática da extensão universitária (embora a defendam, a maioria dos usuários nunca fez um curso presencial na área) e a confiança crescente na eficiência didática da educação a distância.

Com base nas análises realizadas, observou-se que **o usuário tem a percepção do Espaço do Produtor como instrumento de extensão universitária**. Pelas respostas e mensagens, eles demonstraram que, na prática, já têm essa percepção, em função da forma que utilizam a informação e o conhecimento disponibilizados. Ainda que seja dirigido aos agricultores, usuários de outras profissões também vêm usufruindo deste conteúdo não só nas suas atividades profissionais, mas também no seu dia-a-dia. Todo esse público tem a consciência de que a universidade tem o compromisso de praticar a extensão e de socializar - cada vez mais e com maior qualidade - com a sociedade o conhecimento gerado.

Diante disso, conclui-se que o Espaço do Produtor tem condições de se tornar um instrumento de extensão universitária institucionalmente reconhecido pela UFV. Fica evidente, portanto, ainda que o formato de extensão praticado pelos *Cursos on-line* está aprovado pelos seus usuários.

Tal formato tem uma boa relação custo-benefício (o custo é alto na medida em que exige uma equipe altamente qualificada, mas esse valor se dilui com o grande número de pessoas que pode atingir) e contorna os principais problemas apontados pelo Fórum de Pró-reitores de Extensão das Universidades Públicas Brasileiras para essa prática: veículos, salas e equipamentos para informática. Isso porque, com um único custo elabora-se um material didático eficiente e dinâmico, que por meio da linguagem objetiva e acessível, além da inserção de vídeos, aulas práticas e animações, possibilita a rápida compreensão do conteúdo. Assim, pode-se atingir a um público numeroso e geograficamente disperso, que dificilmente seria alcançado por cursos de extensão presenciais.

É importante ressaltar também que, a partir da pesquisa bibliográfica realizada para a confecção desta dissertação, tem-se a certeza de que somente um *site não* irá mudar a realidade da atividade extensionista na UFV ou no Brasil. Para isso, também há necessidade, por exemplo, de se aumentar a pontuação acadêmica dos professores que realizam essas atividades, bem como de se estruturar uma política institucional que una efetivamente ensino, pesquisa e extensão na universidade, na qual professores e estudantes sejam despertados para a importância desta prática para a sociedade. Tal ação pode ser realizada por meio de uma mudança curricular (incluindo a extensão como prática comum obrigatória a todos os cursos de graduação) e também pela criação de mais bolsas para os alunos.

Obviamente, o modelo extensionista do Espaço do Produtor pode e deve ser aprimorado, investindo principalmente em formas que resultem em maior interatividade, em maior relação *site*-usuário, tornando mais eficiente a “via de mão dupla” preconizada pela extensão universitária atual. Hoje, esses espaços de interação estão na seção Dica de produtor, nos *e-mails* e comentários e nas seções que podem intervir diretamente (Receitas, “Causos” da roça, eventos também recebem contribuições dos usuários). Pode-se pensar, por exemplo, na possibilidade de criação de um ambiente virtual de aprendizado (AVA), onde essa relação poderia ser intensificada.

Em nenhum momento, porém, observou-se – por meio dos e-mails e respostas abertas - uma relação impositiva dos administradores do *site* em relação aos usuários, defendendo seu conteúdo como “verdade absoluta”. Na

abertura dos cursos *on-line*, sempre é ressaltado que “não há a intenção de se esgotar o assunto, nem de substituir o apoio técnico, em determinadas circunstâncias de um profissional da área”. Até por uma característica da própria internet, o conteúdo é disponibilizado ao usuário para que ele escolha o que melhor lhe interessa e da forma que desejar.

Há que se ressaltar também que não se está defendendo aqui o uso de *websites* – como o Espaço do Produtor – ou de *Cursos on-line* como **únicas formas da prática extensionista**. Pelo contrário; o que se comprovou com esta pesquisa é que eles podem ser importantes instrumentos de extensão universitária, por exemplo, substituir ou oferecendo novos ângulos para a apresentação do conteúdo. Além disso, podem ser associados a outras formas e modalidades de se praticar essa atividade. Por exemplo, combinar o atendimento presencial com o material didático oferecido pelo *site*; utilizá-lo como base para videoconferências de uma comunidade com o autor de um conteúdo, após conhecê-lo por meio de curso *on-line*, etc.

Sugere-se ainda alguns aspectos que podem ser considerados pela administração da Cead ou da UFV no aprimoramento do funcionamento do Espaço do Produtor ou ao se criar novos *sites* de extensão universitária, conforme se observou nas análises realizadas. Dentre eles, a possibilidade de se criar uma área dedicada exclusivamente ao desenvolvimento de atividades de extensão dentro da própria Cead. De cada uma dessas sugestões, porém, deve ser avaliada, com cuidado, a viabilidade técnica ou institucional. Todas essas sugestões e recomendações estão listadas a seguir:

- Criar uma URL que seja fácil de guardar e acessar o Espaço do Produtor. Pode ser até mesmo de “fantasia”, ou seja, ao ser digitada, ela redirecionaria a pessoa para o endereço antigo, por exemplo), um endereço mais fácil de ser guardado pelo usuário.
- Concessão de certificado ou declaração de conclusão dos cursos, por exemplo, a ser impresso pelo próprio usuário. Tal concessão, obviamente, poderia estar condicionada ao cumprimento de determinadas exigências ou avaliação;
- Disponibilização de um tutorial, orientando sobre o acesso e a utilização dos recursos para participação nos cursos;
- A criação de uma seção de tira-dúvidas *on-line*;

- Oferecimento do conteúdo dos *Cursos* em outras mídias, para atender àqueles que não dispõem permanentemente de acesso à internet de boa qualidade;
- Reduzir a periodicidade da atualização do conteúdo original do *site*, bem como do envio do *newsletter* – a maioria dos que responderam ao questionário disse que confere as novidades somente quando o recebe;
- Dentro do conteúdo, deve-se privilegiar os *Artigos* – conforme revelado pelos dados do *Google Analytics* e pedido por uma parcela daqueles que responderam ao questionário –, mas também os *Cursos on-line*, ampliando as áreas e temas abordados, voltando para aqueles que representem a possibilidade de abertura de negócios caseiros. Dentre esses temas, o site deveria se voltar também para inclusão digital, oferecendo cursos de introdução à informática e, ou, internet para a parcela de público rural que está afastada dessa possibilidade.
- “*Causos*” da roça e *Notícias*, além de *Receitas*, apontadas também pelo *Google Analytics* como páginas mais visitadas, também devem ter uma renovação mais constante. Essa renovação de conteúdo também poderá tornar assíduo o visitante “acidental” – que foi ao *site* por meio de mecanismo de buscas da internet.
- Sensibilizar a comunidade acadêmica, no sentido de obter mais colaboradores para a produção desse conteúdo original.
- Desenvolver estudos sobre formatos e proporções de tela, além de outros recursos, a fim de obter uma boa visualização em outras mídias;
- Realizar maior divulgação, tanto dentro da UFV como em outras instituições, até mesmo como forma de atualizar mais as seções alimentadas pelos próprios usuários (*Receitas*, “*Causos*” da Roça, *Dica do Produtor* e *Eventos*). Conforme recomenda um usuário: “O site é um excelente meio de aprendizagem, porém precisa ser mais divulgado [grifo nosso]”.
- Firmar parcerias com sindicatos e associações de pequenos agricultores, de onde essas pessoas poderiam acessar o *site*, usando o equipamento e a internet desses locais; secretarias de agricultura e demais órgãos estaduais e federais ligados à área de extensão rural.

- Firmar parcerias também para a utilização dos Centros de Vocação Tecnológica²⁷, parceria do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação com as prefeituras, que estão presentes em várias cidades do país. Ou ainda, por meio do projeto *Cidadão.NET*²⁸, utilizar os telecentros (*salas equipadas com 8 a 10 computadores, conectados à internet via satélite, impressora e câmera digital, que ficam à disposição da comunidade para uso público e livre*) disponíveis em determinadas regiões de Minas Gerais.

Com pequenas adaptações, além do Espaço do Produtor, tais sugestões poderão ser consideradas em outros *sítes* de extensão universitária que venham a ser criados na universidade, bem como incentivar a discussão da prática extensionista na UFV. Nele, não se pode esquecer de que o processo sistemático e permanente de divulgação tem importante papel na sua realização. Um exemplo é o *e-mail* de uma usuária enviado ao Espaço do Produtor, em resposta à mensagem-convite para que respondesse ao questionário desta pesquisa:

Olá, recebi por *e-mail* um questionário. Respondi achando que se tratava dos meus acessos ao Senar, pois já fiz vários cursos, inclusive aqui em casa, onde muitos produtores vizinhos e eu pudemos partilhar momentos de conhecimento. Porém, estranhei algumas perguntas que citavam artigos que eu não tinha acessado. Busquei no Google e estou maravilhada. Quanta diversidade: curso de Sabão Ecológico, e a fossa então... Vcs me ganharam! Por favor me informem de todas as novidades. Abraço de uma produtora de Brasília, fiel seguidora doravante.

²⁷ “Os Centros Vocacionais Tecnológicos (CVTs) são unidades de ensino e de profissionalização, voltados para a difusão do acesso ao conhecimento científico e tecnológico, conhecimentos práticos na área de serviços técnicos, além da transferência de conhecimentos tecnológicos na área de processo produtivo” (<http://www.mct.gov.br/index.php/content/view/77600.html>).

²⁸ O Cidadão. NET é um programa que pretende propiciar a inclusão ao universo digital dos cidadãos das comunidades dos municípios da área de abrangência da Secretaria de Desenvolvimento dos Vales do Jequitinhonha e do Mucuri e do Norte de Minas (SEDEVAN). Além disso, espera prepará-los para o exercício efetivo e amplo da cidadania, através das tecnologias da informação e da comunicação. Com esse conhecimento, há a contribuição para a capacitação profissional e implementação de campanhas e ações comunitárias com vistas à melhoria do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) (<http://www.mg.gov.br/governomg/portal/c/governomg/governo/acoes-do-governo/5816-vaes-do-jequitinhonha-mucuri-e-norte-de-minas/61442-cidadao-net/5794/5040>).

REFERÊNCIAS

ALVIM, P.C.R. Comunicação da ciência. In: DUARTE, J.; BARROS, A.T. (Eds.). **Comunicação para ciência, ciência para comunicação**. Brasília: Embrapa, 2003.

ARAÚJO, C.A.A. Estudos de usuários conforme o paradigma social da ciência da informação: desafios teóricos e práticos de pesquisa. **Em Questão**, Porto Alegre, RS, v. 15, n. 1, p. 11-26, 2009.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA. **Censo EaD-BR. Relatório Analítico da aprendizagem a distância no Brasil**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2010.

BAPTISTA, S.G.; CUNHA, M.B. Estudo de usuários: visão global dos métodos de coleta de dados. Belo Horizonte. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 12, n. 2, p. 168-184, 2007.

BARRETO, A.A. **As tecnologias intensivas de informação e comunicação e o reposicionamento dos atores do setor**. Cuba, 1997. Disponível em: <<http://serprofessoruniversitario.pro.br/m%C3%B3dulos/educa%C3%A7%C3%A3o-na-sociedade-de-informa%C3%A7%C3%A3o/tecnologias-intensivas-de-informa%C3%A7%C3%A3o-e-comunica%C3%A7%C3%A3o-e-o-r>>. Acesso em: 01 dez. 2011.

BELLONI, M.L. **Educação a distância**. 2.ed. Campinas: Autores Associados, 2001. 115 p.

BELLONI, M.L. Ensaio sobre a educação a distância no Brasil. **Educação & Sociedade**, Campinas, ano 23, n. 78, p. 117-142, 2002.

BRASIL. Ministério das Comunicações. **Setenta milhões de brasileiros têm acesso à Internet**. Disponível em <http://www.secom.gov.br/sobre-a-secom/acoes-e-programas/comunicacao-publica/em-questao/edicoes-anteriores/maio-2012/boletim-1535-22.05/setenta-milhoes-de-brasileiros-tem-acesso-a-internet?utm_campaign=Newsletteremquestao&utm_medium=Informatica&utm_source=Acesso.Internet.Brasileiros&utm_content=220512>. Acesso em: 22 mai de 2012.

BRASIL. Ministério da Educação. Secretaria de Educação a Distância. **Referenciais de qualidade para educação superior a distância (2ª VERSÃO)**. 2007. Disponível em <<http://portal.mec.gov.br/seed/arquivos/pdf/legislacao/refead1.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2011.

BRASIL. Ministério da Educação. Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. **Universidade Aberta do Brasil**. 2008. Disponível em <http://uab.capes.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=6&Itemid=18>. Acesso em: 09 set. 2011.

BRASIL. Ministério da Educação. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisa Anísio Teixeira. **Censo da educação Superior 2010**. Disponível em: <portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&task...>. Acesso em: 14 abr. 2012.

BRASIL. Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação. **Padrões Brasil e-Gov**: Cartilha de usabilidade. Brasília, MP/SLTI, 2010.

BROOK, D. O tsunami provocado pela internet nas universidades. UOL, São Paulo, 07 maio 2012. Disponível em: <<http://m.noticias.uol.com.br/midiaglobal/nytimes/2012/05/07/comentario-o-tsunami-provocado-pela-internet-nas-universidades.htm?tipodemidia=app-oi>>. Acesso em: 18 maio 2012.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2003.

CASTELLS, M. Internet e sociedade em rede. In: **Por uma outra comunicação**: mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro: Record, 2003.

CASTELLS, M. A sociedade em rede: do conhecimento à política. In: _____. **A sociedade em rede**: do conhecimento à ação política. Lisboa: Imprensa Nacional, Casa da Moeda, 2005.

CETIC-BR. **7ª pesquisa TIC - empresas 2011**. Disponível em: <<http://www.cetic.br/empresas/2011>>. Acesso em: 25 maio 2012.

COMASSETTO, L.S. **Novos espaços virtuais para o ensino e aprendizagem a distância**: estudo da aplicabilidade dos desenhos pedagógicos. 2006. 153 p. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC.

CORRÊA, E.J. **Institucionalização da extensão nas universidades públicas brasileiras**: estudo comparativo 1993/2004. Belo Horizonte: Coopmed, 2007.

COSTA, L.F.; SILVA, A.C.P.; RAMALHO, F.A. (Re)visitando os estudos de usuários: entre a “tradição” e o “alternativo”. **DataGramaZero**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 4, p. 1-14, 2009.

CRUZ, F. L. **A necessidade de informação dos projetistas de interfaces de sistemas interativos na web, com foco em usabilidade.** 2008. Dissertação (Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação) - Universidade de Brasília, Brasília, DF

CUNHA, M.B. Metodologias para estudo dos usuários de informação científica e tecnológica. **Revista Bibliotecon**, Brasília, v. 10, n. 2, p. 5-19, 1982.

D'ANDRÉA, C.F.B. **Estratégias de produção e organização de informações na www:** uma análise de sites turísticos. Belo Horizonte: UFMG, 2005.

D'ANDRÉA, C.F.B. **Usos e demandas de informação de grupos de usuários de um site sobre Ouro Preto.** Belo Horizonte: UFMG, 2003. 53 p.

DIAS, M.M.K.; PIRES, D. **Usos e usuários da informação.** São Carlos: EdUFSCar, 2004. 48 p.

FERREIRA, S.M.S.P. Novos paradigmas e novos usuários de informação. **Ciência da Informação**, v. 25, n. 2, p. 1-10, 1995.

FREIRE, I.M. Barreiras na comunicação da informação tecnológica. **Ciência da Informação**, Distrito Federal, v. 20, n. 1, p. 51-54, 1991.

FREIRE, R.B. Repensando a extensão universitária. **Participação**, Brasília, n. 7, p. 12-15, 2000.

FREITAS, H.; OLIVEIRA, M.; SACCOL, A.; MOSCAROLA, J. O método de pesquisa survey. **Revista de Administração da USP - RAUSP**, São Paulo, v. 35, n. 3, p. 105-112, 2000.

KALBACH, J. **Design de navegação web:** otimizando a experiência do usuário. Porto Alegre: Bookman, 2009.

KUNSCH, M.M.K. **Universidade e comunicação na edificação da sociedade.** São Paulo: Edições Loyola, 1992.

MEMÓRIA, F. **Design para a internet:** projetando a experiência perfeita. São Paulo: Elsevier, 2006.

MIRANDA, S. Como as necessidades de informação podem se relacionar com as competências informacionais. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 35, n. 3, p. 99-114, 2006.

MIYAZAKI, A.M. **Website como fonte de informação**: critérios de avaliação. 1997. 41 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, SP.

MONTEIRO, E.P.; PINHO, J.B. **Limites e possibilidades das tecnologias da informação e comunicação na extensão rural**. 2007. Disponível em: <<http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/rbcc/article/viewFile/3316/3125>>. Acesso em: 18 ago. 2009.

MOORE, M.G.; KEARSLEY, G. **Educação a distância**: uma visão integrada. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

MORAES, M.A.S.; MACEDO, D.H.; MENDES, C.I.C.; VENDRUSCULO, L.G.; SOUZA, M.I.F. Limites e potenciais da adoção de TI pela agricultura familiar: perspectivas para micro e pequenas empresas de software. In: SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA, 6., 2009, Resende. **Anais...** Resende: AEBDB, 2009. p. 1-12.

MORAN, J.M. O que é educação a distância. **Informe CEAD**, Rio de Janeiro, ano 1, n. 5, p. 1-3, 1994.

MOZZATO, A.R.; GRZYBOVSKI, D. Análise de conteúdo como técnica de análise de dados qualitativos no campo da administração: potencial e desafios. **RAC**, Curitiba, v. 15, n. 4, p. 731-747, 2011.

NEVES, C.M.C. **Referenciais de qualidade para educação superior a distância** (1ª versão). 2003. Disponível em: <ww2.pucpr.br/reol/index.php/DIALOGO?dd1=2027&dd99...>. Acesso em: 10 fev. 2011.

PIMENTEL, N.M. **Educação a distância**. Florianópolis: SEAD/UFSC, 2006.

PINHO, J.B. **Jornalismo na internet**: planejamento e produção da informação on-line. São Paulo: Summus, 2003.

RIBEIRO, G. Web analytics: analisando os números. In: CARNEIRO, R. (Org.). **Web analytics**: uma visão brasileira. 2009.

ROCHA, M.P.E.F. Extensão universitária: contribuições para o debate. **Sumaré**, São Paulo, n. 2, p. 1-9, 2009.

RODRIGUES, B. **Site ou portal?** Disponível em: <<http://webinsider.uol.com.br/2005/04/18/site-ou-portal>>. Acesso em: 01 jun. 2011.

SANTA ROSA, J.G.; MORAES, A. **Avaliação e projeto no design de interfaces**. Teresópolis: 2AB, 2008.

SANTOS, A.R.; MENDES, C.I.C. O pequeno agricultor e o uso de tecnologias da informação. IN: MOSTRA DE ESTAGIÁRIOS E BOLSISTAS, 6, 2010. **Anais...** Embrapa Informática Agropecuária, 2010.

SOUZA, M.r. **Extensão Universitária: um canal em dupla-mão.** Fortaleza: EUFC, 1986. (Coleção documentos universitários 21).

SANTOS, B.S. **Plano nacional de extensão universitária: 2000/2001.** Disponível em: <<http://www.pr5.ufrj.br/documentos/pne.doc>>. Acesso em: 20 ago. 2009.

SOUSA, A.L.L. O papel articulador da extensão universitária. **Participação**, Brasília, n. 7, p. 9-11, 2000.

TORRES, A.F.B. **Análise e sistematização das proposições sobre a extensão universitária brasileira.** 2003. Dissertação (Mestrado em Extensão Rural) – Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, MG.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA. Pró-Reitoria de Planejamento e Orçamento. **Relatório de atividades 2010.** Viçosa, MG: Divisão de Gráfica Universitária, 2011. Relatório.

VASCONCELLOS, L.; GUEDES, L.F.A. E-surveys: vantagens e limitações dos questionários eletrônicos via Internet no contexto da pesquisa científica. In: SEMINÁRIO EM ADMINISTRAÇÃO, 10, 2007, São Paulo. **Anais...** São Paulo: FEA/USP, 2007.

VELOSO, E.M. **A conexão nacional de áreas rurais no Brasil: construindo o programa CNAR.** Brasília: Biblioteca Digital da Câmara dos Deputados, 2010.

WARD, M. **Jornalismo online.** São Paulo: Roca, 2006. 212 p.

ANEXO A

QUESTIONÁRIO DA PESQUISA ENVIADO AOS USUÁRIOS

UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA
Departamento de Economia Rural
Programa de Mestrado em Extensão Rural

Pesquisa:

**A web como instrumento de comunicação e extensão universitária: a
experiência do Espaço do Produtor**
Mestrando João Batista Mota

PERFIL SOCIOECONÔMICO

1) Sexo:

- (...) Masculino
- (...) Feminino

2) Idade:

- (...) até 20 anos
- (...) mais de 20 até 30 anos
- (...) mais de 30 até 40 anos
- (...) mais de 40 até 50 anos
- (...) mais de 50 até 60
- (...) mais de 60 anos

3) Você mora em:

- (...) área rural
- (...) área urbana

Escreva os nomes da cidade e estado ou da cidade e país: _____

4) Na sua formação escolar, você tem o ensino:

- (...) fundamental incompleto
- (...) fundamental completo
- (...) médio ou técnico
- (...) superior incompleto
- (...) superior completo
- (...) pós-graduação

5) Tendo em vista o valor do salário mínimo atual (R\$ 622,00), sua renda mensal familiar é de:

- (...) até R\$ 1.866,00
- (...) mais de R\$ 1.866,00 até R\$ 3.732,00
- (...) mais de R\$ 3.732,00 até R\$ 5.598,00
- (...) mais de R\$ 5.598,00 até R\$ 7.464,00
- (...) mais de R\$ 7.464,00 até R\$ 9.330,00
- (...) acima de R\$ 9.330,00

6) A agropecuária é a sua principal atividade profissional?

- (...) sim
- (...) não

7) Caso a agropecuária NÃO seja sua principal atividade profissional, escreva abaixo qual é a sua atividade profissional principal:

8) Se a agropecuária NÃO for sua principal atividade profissional, o que o leva a visitar o Espaço do Produtor:

- (...) sua família é do meio rural
- (...) trabalha em órgão ligado à área rural
- (...) é pesquisador/estudante da área
- (...) outros motivos. Especifique: _____

PERFIL AGROPECUÁRIO

9) Caso a agropecuária seja sua principal atividade profissional, você é:

- (...) proprietário rural
- (...) agricultor familiar
- (...) meeiro
- (...) posseiro
- (...) empregado em propriedade rural
- (...) assentado
- (...) arrendatário
- (...) Outros. Especifique: _____

10) O tamanho da propriedade rural em que você atua é de:

- (...) Até 5 hectares
- (...) mais de 5 até 10 hectares
- (...) mais de 10 até 30 hectares
- (...) mais de 30 até 100 hectares
- (...) mais de 100 hectares

11) Nesta propriedade rural, a principal atividade econômica é:

- (...) extrativismo
- (...) avicultura
- (...) pequenas criações
- (...) piscicultura
- (...) pluriatividade
- (...) hortifrutigranjeiros
- (...) fruticultura
- (...) agroindústria
- (...) outras. Especifique: _____

12) Para desenvolver a atividade econômica citada, trabalha(m) na propriedade:

- (...) só a família
- (...) até 3 funcionários
- (...) de 3 a 11 funcionários
- (...) de 11 a 30 funcionários
- (...) mais de 31 funcionários
- (...) outras. Especifique: _____

13) No caso de a propriedade ter mais do que a família trabalhando, como é desenvolvida essa relação?

- (...) As atividades são trocadas por favores entre proprietários rurais
- (...) As atividades são realizadas por trabalhadores fixos remunerados
- (...) As atividades são realizadas por trabalhadores temporários (na época do plantio, colheita, etc.)
- (...) outra. Especifique: _____

ACESSO À INFORMAÇÃO

14) Você tem dificuldades em acessar a internet?

- (...) Sim
- (...) Não

15) Normalmente, de onde você acessa mais a internet?

- (...) De casa
- (...) Do trabalho
- (...) Da *lan house*

16) Quando deseja obter uma informação confiável sobre determinado assunto relacionado à agropecuária que possa influenciar diretamente a sua atividade econômica, você procura:

- (...) um profissional da área (veterinário, extensionista, agrônomo, etc.)
- (...) outros agricultores rurais mais experientes
- (...) sindicatos e associações de classe
- (...) órgãos do governo federal ou estadual
- (...) cursos ou palestras

17) Você costuma se informar sobre sua atividade por meio de:

- (...) jornais
- (...) revistas especializadas
- (...) sites
- (...) outros. Especifique: _____

18) Cite os sites ou fontes de informação sobre produção agrícola que você costuma utilizar:

19) Com qual frequência você acessa o Espaço do Produtor?

- (...) Semanalmente
- (...) Mensalmente
- (...) Quinzenalmente
- (...) Só visitei uma vez
- (...) Quando recebo o boletim por e-mail

CONTEÚDO E CONHECIMENTO

Nas próximas 10 questões, marque a pontuação que você daria para cada uma das seções do Espaço do Produtor de acordo com a utilidade que têm para você, seguindo este esquema:

0 - Sem condições de informar

1 - Inútil

2 - Pouco útil

3 - Medianamente útil

4 - Muito útil

5 - Extremamente útil

20) Seção de notícias	0	1	2	3	4	5
21) Seção de eventos	0	1	2	3	4	5
22) Seção de cursos	0	1	2	3	4	5
23) Seção de classificados	0	1	2	3	4	5
24) Seção de previsão do tempo	0	1	2	3	4	5
25) Seção de artigos	0	1	2	3	4	5
26) Seção de dica do produtor	0	1	2	3	4	5
27) Seção de receitas	0	1	2	3	4	5
28) Seção de causos	0	1	2	3	4	5
29) Seção de cotações de produtos agrícolas	0	1	2	3	4	5

30) A informação apreendida no Espaço do Produtor é importante para:

(...) a sua atividade econômica

(...) mantê-lo atualizado

(...) repassar para vizinhos e/ou outros agricultores

(...) outras. Especifique: _____

31) De maneira geral, você está satisfeito com o conteúdo apresentado no Espaço do Produtor? Marque a opção que lhe parece mais apropriada:

(...) 0 - Sem condições de informar;

(...) 1 - Insatisfeito;

(...) 2 - Pouco satisfeito;

(...) 3 - Medianamente satisfeito;

(...) 4 - Muito satisfeito;

(...) 5 - Totalmente satisfeito

32) No caso de ter escolhido a opção 2, por favor, escreva o(s) motivo(s):

Avalie abaixo a relevância do(s) curso(s) que você fez no site Espaço do Produtor. Para isso, siga a seguinte pontuação:

- 0 - Sem condição de informar
- 1 - Irrelevante
- 2 - Pouco relevante
- 3 - Medianamente relevante
- 4 - Bem relevante
- 5 - Totalmente relevante

33) Como explorar o açaí da juçara	0	1	2	3	4	5
34) Administração financeira na família	0	1	2	3	4	5
35) Produção de sabão ecológico	0	1	2	3	4	5
36) A comunidade no combate à dengue	0	1	2	3	4	5
37) Higiene na manipulação dos alimentos	0	1	2	3	4	5
38) Cogumelo shiitake: cultivo e processamento	0	1	2	3	4	5
39) Uso do GPS na agricultura	0	1	2	3	4	5
40) Cuidados higiênicos na obtenção do leite	0	1	2	3	4	5
41) Produção de queijo coalho artesanal	0	1	2	3	4	5
42) Criação de galinhas caipiras	0	1	2	3	4	5
43) Cores da terra	0	1	2	3	4	5
44) Fazendeiro florestal	0	1	2	3	4	5

45) Dentre os aspectos abaixo, aponte aquele que mais influenciou a sua opinião sobre o curso realizado no site:

- (...) linguagem
- (...) tema
- (...) programação visual
- (...) conteúdo
- (...) recursos de mídia (vídeos, animações, etc.)
- (...) a duração
- (...) sem condições de informar
- (...) outros. Especifique: _____

46) Você acredita que os cursos oferecidos pela modalidade da educação a distância *on line* têm sido eficientes para você apreender o(s) conteúdo(s)?

- (...) Sim
- (...) Não

47) Se a resposta for NÃO, o que pode ser melhorado:

48) No Espaço do Produtor, você sente falta de:

- (...) fórum para debates entre usuários
- (...) tira-dúvidas *on-line*
- (...) mais artigos científicos, teses e dissertações
- (...) melhor *design* e funcionalidade do site
- (...) mais espaço e dicas de receitas culinárias
- (...) nada
- (...) outros. Especifique: _____

EXTENSÃO E INSTRUMENTO EXTENSIONISTA

49) Você conhecia a produção acadêmica e/ou científica da Universidade Federal de Viçosa antes de ter acesso ao site Espaço do Produtor?

(...) Sim

(...) Não

50) Em sua opinião, é uma obrigação das universidades públicas compartilharem com a sociedade o conhecimento que produzem.

(...) Sim

(...) Não

51) Você já fez algum curso de extensão (presencial ou a distância) em uma universidade pública brasileira?

(...) Sim

(...) Não

52) Em caso afirmativo, escreva quantas vezes, os nomes dos cursos e a instituição:

53) Se quiser, escreva aqui críticas, elogios ou sugestões sobre o Espaço do Produtor:

Obrigado!

João Batista Mota

João.b.mota@ufv.br

(31) 8627-0706

ANEXO B

MENSAGEM DE APRESENTAÇÃO DO QUESTIONÁRIO

Caro(a) amigo(a),

Este questionário é parte fundamental da pesquisa do meu Mestrado em Extensão Rural, no Departamento de Economia Rural, da Universidade Federal de Viçosa (UFV), intitulada: **A web como instrumento de comunicação e extensão universitária: a experiência do site Espaço do Produtor**. O site é desenvolvido pela Coordenadoria de Educação Aberta e a distância (Cead) da UFV, da qual sou também funcionário.

Neste trabalho, pretendo estudar como o site está cumprindo seu propósito de compartilhar a produção de conhecimento da Universidade com vocês e de que forma pode contribuir com outras iniciativas semelhantes na instituição. Os principais objetivos de minha pesquisa são conhecer, com mais detalhes, o usuário do site, sua opinião, suas necessidades de informação e possíveis sugestões para o aperfeiçoamento do **Espaço do Produtor**.

Responder às perguntas não irá tomar muito de seu tempo, mas nos possibilitará o maior conhecimento da eficiência de uma importante ação extensionista da UFV, como também propor ações para melhor atender os interesses dos usuários do Espaço do Produtor.

Assumo o compromisso com a privacidade e a confidencialidade dos dados obtidos, preservando integralmente o anonimato de todos aqueles que responderem aos questionários. Garanto ainda que as informações obtidas somente serão utilizadas para o projeto ao qual se vinculam.

Desde já, agradeço a sua inestimável colaboração, colocando-me à disposição para o esclarecimento de qualquer dúvida.

Atenciosamente,
João Batista Mota
joao.b.mota@ufv.br