

A COMUNICAÇÃO DA POLIFEIRA DO AGRICULTOR DA UFSM E O ENGAJAMENTO EM TORNO A TRANSFORMAÇÃO DOS SISTEMAS ALIMENTARES

THE COMMUNICATION OF UFSM'S POLIFEIRA DO AGRICULTOR AND THE ENGAGEMENT AROUND THE TRANSFORMATION OF FOOD SYSTEMS

Ana Beatriz Guedes Bacovis, Acadêmica de Comunicação Social Jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria, e-mail: bacovis.ana@acad.ufsm.br

Gustavo Pinto da Silva, Professor do Colégio Politécnico da UFSM e do Programa de Pós Graduação em Extensão Rural da Universidade Federal de Santa Maria, e-mail: gustavo.pinto@ufsm.br

Grupo de Trabalho (GT): <<10 – Abastecimento, segurança alimentar e nutricional e dinâmicas de consumo >>

Resumo

Este relato de experiência descreve a comunicação do projeto de extensão universitária Polifeira do Agricultor, vinculado ao Colégio Politécnico da UFSM, como ferramenta de construção da cidadania alimentar e transformação dos sistemas alimentares. Direcionado à comunidade acadêmica, mas também a comunidade de Santa Maria e Região central do RS, foram analisados os conteúdos comunicacionais digitais publicados entre outubro de 2024 e março de 2025 na rede social Instagram. Através de vídeos educativos, cards informativos e sorteios com rádios locais, consolidou-se um vínculo entre produção, comercialização e comunicação. Os resultados refletem o papel da comunicação como promotora de cidadania alimentar, aproximando os consumidores da realidade rural e incentivando escolhas alimentares conscientes.

Palavras-chave: Agricultura Familiar; Extensão universitária; Comunicação; Redes sociais; Cidadania Alimentar.

Abstract

This experience report describes the communication strategy of the university extension project Polifeira do Agricultor, linked to the Polytechnic School of UFSM, as a tool for building food citizenship and transforming food systems. Aimed at both the academic community and the broader community of Santa Maria and the central region of Rio Grande do Sul, the study analyzed digital communication content published on the social media platform Instagram between October 2024 and March 2025. Through educational videos, informative posts, and prize draws in partnership with local radio stations, a strong connection between production, marketing, and communication was established. The results highlight the role of communication in promoting food citizenship by bringing consumers closer to rural realities and encouraging conscious food choices.

Key words: Family Farming; University Extension; Communication; Social Media; Food Citizenship.

1. Introdução

A cidadania alimentar, conforme Wilkins (2005), é a prática de se envolver em comportamentos alimentares que apoiem, em vez de ameaçar, o desenvolvimento de um sistema alimentar democrático, social e economicamente justo e ambientalmente sustentável. Lozano-Cabedo e Gómez-Benito (2017) diferenciam cidadão consumidor de cidadão alimentar, mostrando que, enquanto o primeiro está mais confinado às decisões de consumo, o segundo está mais envolvido com a configuração do sistema alimentar. A comunicação torna-se mediadora na relação entre as pessoas e os alimentos, devendo assumir um compromisso de promover informações verdadeiras, suficientes e compreensíveis.

Verifica-se que boa parte das pessoas não se dá conta que suas ações podem potencializar mudanças em relação a promover sistemas alimentares social e economicamente justos e ambientalmente sustentáveis. Nesse sentido, existe um desafio de identificar como a comunicação pode tomar parte no processo de gerar informações que apoiem a formação desses espaços críticos em torno da alimentação, como uma forma de construir a cidadania alimentar e reconstruir os sistemas alimentares.

Este trabalho analisa as atividades desenvolvidas pelo projeto de extensão Polifeira do Agricultor da Universidade Federal de Santa Maria, o qual destaca a questão alimentar por meio de uma feira livre, gerando espaços para discutir elementos construtivos da cidadania alimentar e que enfrentam o tema da transformação dos sistemas alimentares. O objetivo é compreender como as formas de comunicação desenvolvidas por meio de redes sociais permite o engajamento em torno de temas relacionados a transformação dos sistemas alimentares.

O trabalho se baseia nas publicações realizadas por meio da rede social Instagram e suas estratégias de promoção de conteúdo, desenvolvido pela equipe da Polifeira com a finalidade de divulgar os eventos – feiras -, mas também para constituir-se como um espaço educativo e de formação de cidadãos. Por fim, busca-se relacionar esses achados com as dimensões constitutivas da cidadania alimentar, propostas por Lozano-Cabedo e Benito (2017).

Além de analisar estratégias de comunicação digital voltadas à cidadania alimentar, a presente experiência também permite refletir sobre o papel das universidades como espaços formadores de consciência crítica em torno dos sistemas alimentares. A partir da articulação entre ensino, pesquisa e extensão, observa-se como a universidade pode atuar na construção de práticas que promovem o direito à alimentação adequada, fortalecem vínculos entre comunidade e fomentam o engajamento social em torno da sustentabilidade e da justiça alimentar.

2. Aspectos metodológicos

A Polifeira do Agricultor foi criada em 17 de abril de 2017, tratando-se de uma feira livre que funciona semanalmente no Campus da Universidade Federal de Santa Maria e põe em evidência a questão alimentar, a agricultura familiar, a transição agroecológica e a sustentabilidade. Trata-se de uma experiência alternativa ao sistema alimentar convencional onde se relacionam agricultores, consumidores, comunidade acadêmica, mas também as pessoas da comunidade. Ao longo de 8 anos já participaram 56 agricultores familiares, provenientes de 16 municípios diferentes, 70 estudantes bolsistas e um volume comercializado de mais de 8 milhões de reais.

Para comunicar as atividades a Polifeira privilegia suas redes sociais (Instagram e Facebook), além da comunicação por meio da imprensa universitária e inserções nos meios de comunicação de Santa Maria. Entre 2019 e 2023, foram noticiadas 324 reportagens jornalísticas sobre o projeto em meios impressos, digitais, radiofônicos e televisivos não pertencentes à UFSM, correspondendo a um valor de R\$ 448.000,00 caso essa mídia tivesse sido paga. Segundo Specht et al. (2021) a comunicação da Polifeira do Agricultor é segmentada, buscando dar conta de diferentes públicos em função da idade e do ambiente que tem contato com a feira, podendo ir desde as mídias digitais, impressos, até a comunicação interpessoal.

O trabalho é delineado como de natureza exploratória-descritiva, empregando a metodologia de estudo de caso único (Yin, 2015) para realizar um exame completo das estratégias que foram implementadas para promover informações a partir do projeto Polifeira do Agricultor e seus resultados. As informações para a pesquisa são o planejamento comunicacional da Polifeira realizado uma vez por mês, e especialmente as atividades com maior impacto na rede social Instagram. O período analisado foi entre os meses de outubro de 2024 e março de 2025. Posteriormente se fez um cruzamento dessas informações procurando

destacar um tema relacionado a cidadania alimentar, conforme proposto por Lozano-Cabedo e Benito (2017), para suas dimensões constitutivas.

3. Estratégia comunicacional e ações práticas

O perfil da Polifeira no Instagram, até 31 de março de 2025, alcançou cerca de 7.600 seguidores: 73,3% mulheres, 26,5% homens, com predominância entre 18–24 anos (40%) e 25–34 anos (26,6%). Santa Maria concentra 62,6% do público.

Entre as ações destaque está o *reels* publicado em 31 de outubro de 2024, alusivo ao Dia Mundial do Arroz, que obteve 13.350 visualizações. Esta ação foi voltada a apresentar o projeto arroz sem defensivos agrícolas, o qual visa construir um sistema de produção diferente do convencional, onde num primeiro momento substituíu pesticidas químicos por bioinsumos, melhorando a comunicação e a informação sobre esse tipo de alimento. Além de tocar na questão da contaminação química dos alimentos, o projeto valoriza a origem dos alimentos, vinculado a ser produzido pela agricultura familiar em um território específico da Quarta Colônia de Imigração Italiana.

Outro destaque foi o *reels* de 24 de outubro, quando a Polifeira recebeu a visita de dois personagens da UNICOM, e com Samile Marie do Centro de Ações Integradas para o Consumo Seguro de Alimentos e Conservação do Meio Ambiente (Centro SAMA), destacam a análise de resíduos dos alimentos no Laboratório de Análises de Pesticidas da UFSM. Essa publicação atingiu 23,1 mil visualizações, reforçando o vínculo entre informação sobre a produção, distribuição e características dos alimentos, com vistas a reduzir a opacidade que normalmente os alimentos estão sujeitos.

A publicação realizada pelo Portal O Extensionista em janeiro/2024 referente a diminuição da oferta de alimentos na Polifeira destacou a dificuldade que os agricultores que enfrentaram enchentes, calor extremo e uma praga devastadora sobre suas produções agrícolas. A publicação alcançou 18,3 mil visualizações, tendo sido desenvolvido como forma de desenvolver a empatia dos consumidores e demais participantes em torno aos problemas vividos pela agricultura familiar. Ademais a publicação chama atenção para aspectos derivados das mudanças climáticas e que de alguma forma comprometem a oferta de alimentos produzidos em seu próprio território.

Ainda se destaca o *reels* publicado por um vereador da cidade, realizado no mês de março por conta de uma sessão da Câmara Municipal de Vereadores de Santa Maria, onde destaca a importância da Polifeira do Agricultor para o município de Santa Maria. Esse *reels* teve um alcance de 11,3 mil visualizações, enfatizando aspectos como a qualidade dos alimentos, a justiça social, mas também as dificuldades que os agricultores familiares enfrentam especialmente em termos de logística e mobilidade. Neste aspecto, visualiza-se que a forma de funcionamento do projeto de extensão permite elementos para serem considerados para ser potencializado ou mesmo replicado para outras realidades.

Entre dezembro e março foram realizados sorteios de cestas para os consumidores da Polifeira, realizados em parceria com rádios locais, além da criação de uma comunidade de WhatsApp para troca de informações sobre as atividades desenvolvidas pelo Projeto Polifeira do Agricultor. O grupo reuniu 233 participantes e motivou a criação espontânea de um segundo grupo voltado ao debate sobre alimentação saudável e agricultura familiar – evidência da ressonância das estratégias comunicacionais. Também houve crescimento expressivo nos cards mensais com agendas e destaques de produtos: de 8.733 visualizações em outubro para 18.521 em março, o que representa um aumento de 112,04%.

Esses elementos com maior destaque revelam uma série de ideias e valores que divulgam e promovem a Polifeira como um contexto que coloca a questão alimentar entre as

atividades de ensino, pesquisa e extensão na Universidade Federal de Santa Maria, mobilizando múltiplos sujeitos em âmbitos públicos e privados a tomar parte nos temas relacionados a transformação dos sistemas alimentares. Mesmo que a Polifeira não mencione a cidadania alimentar como uma direção a ser seguida, suas estratégias de comunicação tocam em boa parte de suas dimensões constitutivas, com maior ênfase em que o direito à uma alimentação suficiente, saudável e de qualidade não se faz sem uma informação verdadeira, suficiente e compreensível. Aquelas publicações que mencionam os “pontos escuros” do sistema alimentar, como por exemplo, a contaminação química dos alimentos aparece com maior grau de interesse pelos seguidores das redes sociais, ao mesmo tempo em que chamam atenção para um sistema alimentar que seja mais transparente e responsável. Também se destaca questões relacionadas a responsabilidade e obrigações da sociedade, chamando atenção que os comportamentos alimentares têm consequências sobre outras pessoas, outros seres vivos e sobre o meio ambiente, dentro de uma complexidade que nem sempre resulta se torna evidente, mas que são questões globais.

4. Considerações Finais

As estratégias comunicacionais adotadas pela Polifeira do Agricultor demonstram que a comunicação digital pode ser um instrumento potente na construção da cidadania alimentar e na transformação dos sistemas alimentares. O aumento do alcance nas redes sociais, o engajamento com conteúdo educativos e a criação de comunidades digitais evidenciam que a comunicação vai além da divulgação: torna-se ferramenta de educação e mobilização social.

As ações desenvolvidas ampliam a transparência sobre a origem e a qualidade dos alimentos, valorizam a produção familiar e agroecológica e estimulam reflexões sobre responsabilidade coletiva, justiça social e sustentabilidade. As publicações que abordam temas sensíveis, como a contaminação química e os impactos das mudanças climáticas, geraram maior interesse do público, revelando a potência da comunicação em revelar pontos críticos do sistema alimentar.

A Polifeira consolida-se como espaço articulador entre produção, consumo e cidadania alimentar, mesmo sem nominar explicitamente essa diretriz em suas formas de comunicação. A comunicação consegue tocar em grande parte em suas dimensões constitutivas, demonstrando como na prática pode formar cidadãos mais comprometidos com a transformação dos sistemas alimentares.

4. Referências Bibliográficas

- LOZANO-CABEDO, Carmen; GÓMEZ-BENITO, Cristóbal. A Theoretical Model of Food Citizenship for the Analysis of Social Praxis. **Journal of Agricultural and Environmental Ethics**, [s. l.], vol. 30, n.º 1, p. 1-22, 2017. Disponível em: <http://link.springer.com/10.1007/s10806-016-9649-0>.
- SPECHT, S. et al. Do Campo para o Campus: A trajetória da “Polifeira do Agricultor” no espaço do Campus da UFSM. In.: Brandão, J. B.; Blume, R. Do campo para os mercados. Santa Maria: Editora da UFSM, 2021. p.
- WILKINS, Jennifer L. Eating right here: Moving from consumer to food citizen: 2004 presidential address to the agriculture, food, and human values society, Hyde Park, New York, June 11, 2004. **Agriculture and Human Values**, [s. l.], vol. 22, n.º 3, p. 269-273, 2005.
- YIN, R. K. Estudo de caso: planejamento e métodos. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.