

IRSA - CONGRESSO MUNDIAL DE SOCIOLOGIA RURAL (01/10/2025 A
20/01/2026) - IRSA 33 - KNOWLEDGE MANAGEMENT, EXTENSION
SERVICES, AND AGRI-FOOD INNOVATION

**MEDIAÇÃO SOCIAL E PROTAGONISMO DOS CONSUMIDORES: UMA
EXPERIÊNCIA DE EXTENSÃO ENTRE COMUNIDADE, FEIRA ECOLÓGICA
E UNIVERSIDADE**

Ana Lúcia Oliveira Da Silva (gand030303@gmail.com)

Livia Silva Santos (liviabida23@gmail.com)

Dorleas Freitas (dorleasfernandobf@gmail.com)

Este trabalho analisa uma atividade de extensão universitária em praça pública cuja mediação social foi protagonizada pelos consumidores de uma feira ecológica, em um bairro do município de Porto Alegre, Rio Grande do Sul. Estes atores sociais articularam a aproximação entre as famílias agricultoras certificadas participantes da feira ecológica, comunidade local, artesãos, docentes e discentes do curso de pós-graduação em gastronomia cultural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. O evento ocorreu no início de novembro de 2025 para celebrar a chegada da primavera, promovendo a feira ecológica. O objetivo deste resumo é destacar como essa mediação cidadã fortalece a interação entre uma comunidade urbana local, o campo e a

academia, promovendo o desenvolvimento territorial por meio da extensão dialógica. A metodologia pautou-se na colaboração horizontal entre todos os atores sociais participantes. Sob a coordenação social dos consumidores, os alunos do curso adquiriram insumos da sociobiodiversidade diretamente na feira para preparações gastronômicas. Esses alimentos foram posteriormente distribuídos à comunidade local e aos doadores na praça, no dia da atividade, materializando o conceito de Segurança Alimentar e Nutricional e consolidando redes alimentares alternativas baseadas na confiança. Os resultados demonstraram que, quando a mediação social é realizada pelos consumidores, a universidade cumpre seu papel social de forma mais aderente às realidades locais. A interação entre os feirantes, o público e os discentes validou o conhecimento tradicional e a certificação ecológica. Conclui-se que esse modelo de governança social, conduzido por consumidores, é capaz de transformar o espaço público em um ambiente de inovação e de democracia alimentar, fortalecendo o nexo rural-urbano de forma autônoma e participativa.

Palavras-chave: social mediation; public space; family farming; cultural gastronomy; university extension.