

**Entre o presencial e o digital: comentários em perfis de feiras universitárias federais**

***Between the Physical and the Digital: Comments on Federal University Market Profiles***

**Gabriela Bertoldo Silva Ignacio**

Universidade Federal dos Vales Jequitinhonha e Mucuri (UFVJM). Diamantina, MG, Brasil

**Ezequiel Redin**

Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Santa Maria, RS, Brasil

**GT10. Abastecimento, segurança alimentar e nutricional e dinâmicas de consumo**

**Resumo:** O objetivo deste trabalho foi analisar os comentários em cinco perfis de feiras organizadas por universidades federais no Instagram. As feiras analisadas foram: Feira Agroecológica da UFRJ (@feiraagroufrj), Feira Agroecológica da UNILA (@feiraunila), Quintal Solidário da UFV (@quintal\_solidario), PoliFeira do Agricultor da UFSM (@polifeira) e a Ecofeira da Rural da UFRPE (@ecofeira\_da\_rural). A metodologia adotada consistiu na coleta, análise qualitativa e quantitativa e classificação em oito categorias analíticas. Os resultados evidenciaram que as comunidades online das feiras analisadas são extensões do evento presencial com características da cultura participativa e a interação nos comentários amplia o alcance das práticas presenciais da feira, configurando um fluxo contínuo de circulação informacional característico da sociedade em rede. Além disso, verificou-se que os comentários são majoritariamente positivos e relacionados ao evento, enquanto uma parcela menor se refere a produtos ou dúvidas. Esse resultado permite compreender esses perfis como espaços virtuais de socialização que estão vinculados às atividades presenciais das feiras.

**Palavras-chave:** circuitos curtos de consumo, projetos de extensão, universidades federais, comunicação digital, feiras de alimentos

**Abstract:** The goal of this article was to analyze the comments published on five Instagram profiles of markets organized by Brazilian federal universities: Feira Agroecológica da UFRJ (@feiraagroufrj), Feira Agroecológica da UNILA (@feiraunila), Quintal Solidário da UFV (@quintal\_solidario), PoliFeira do Agricultor da UFSM (@polifeira), and Ecofeira da Rural da UFRPE (@ecofeira\_da\_rural). The methodology consisted of collecting the comments, followed by qualitative and quantitative analysis and their classification into eight analytical categories. The results showed that the online communities of these markets function as extensions of the in-person events, presenting characteristics of participatory culture, since interactions in the comments expand the reach of the markets' on-site activities and contribute to a continuous flow of information circulation typical of network society. In addition, most comments were positive and related to the events themselves, while a smaller portion referred to products or questions. These findings suggest that these profiles operate as virtual spaces of socialization closely connected to the markets' face-to-face activities.

**Keywords:** Short food supply chains; university extension projects; federal universities; digital communication; farmers' markets.

## **1. Introdução**

Desde os anos 2000, com a popularização da internet, a humanidade tem caminhado cada vez mais para uma convergência entre o mundo físico e o digital (Jenkins, 2008).

Havendo cada vez mais pontos de convergências, como cursos semipresenciais, comunidades que existem no mundo online e offline, dentre outras. Sendo, por isso, fundamental o estudo de como essas comunidades operam nessas novas lógicas, especialmente, se tratando no âmbito da educação, universidades federais e circuitos curtos de consumo.

Os circuitos curtos de consumo conectam produtores rurais e consumidores urbanos, reduzindo intermediários, custos e promovendo preços mais justos (Marsden; Banks; Bristow, 2000). No contexto universitário, esse modelo encontra um público diversificado, interessado sobretudo em produtos hortifrutigranjeiros de base orgânica ou agroecológica (Guedes *et al.*, 2024).

As feiras universitárias são projetos de extensão que visam aproximar a universidade da agricultura familiar, fortalecer circuitos curtos e consolidar espaços educativos orientados pela economia solidária (Beraldo *et al.*, 2018; Guedes *et al.*, 2024; Ramos, 2022). Além disso, promovem parcerias de ensino, pesquisa e extensão, beneficiando agricultores e comunidade acadêmica.

A Constituição Federal de 1988 estabelece a indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão, definindo as universidades como instituições voltadas à formação, produção de conhecimento e interação social. Atualmente, a curricularização da extensão determina que, no mínimo, 10% da carga horária dos cursos seja destinada a essas atividades.

O objetivo deste artigo é analisar os comentários em cinco perfis de feiras organizadas por universidades federais. As feiras analisadas foram: Feira Agroecológica da UFRJ (@feiraagroufrj), Feira Agroecológica da UNILA (@feiraunila), Quintal Solidário da UFV (@quintal\_solidario), PoliFeira do Agricultor da UFSM (@polifeira) e a Ecofeira da Rural da UFRPE (@ecofeira\_da\_rural).

## 2. Revisão da literatura

### 2.1 Feiras em universidades federais

O art. 207 da Constituição Federal de 1988 estabelece o princípio da indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão, posteriormente reafirmado pela Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (Lei nº 9.394/1996), que define as universidades como instituições voltadas à formação superior, à produção de conhecimento e à interação com a sociedade. Nesse contexto, as feiras universitárias configuram-se como iniciativas que materializam esse

princípio, ao integrarem, de forma articulada, as três funções fundamentais estabelecidas pela Constituição: ensino, pesquisa e extensão.

No campo pedagógico, Paulo Freire (1983) compreende a educação como uma prática dialógica, baseada na construção coletiva do conhecimento, em oposição ao modelo tradicional bancário. Já Boaventura de Sousa Santos e Naomar de Almeida Filho (2008) ampliam esse debate ao proporem a noção de ecologia de saberes, que articula o conhecimento acadêmico com saberes populares e tradicionais. Nesse sentido, ao organizarem feiras de alimentos em seus campi, as universidades materializam ambas as perspectivas, uma vez que promovem espaços de diálogo capazes de gerar processos de emancipação e produção compartilhada do conhecimento, conforme proposto por Freire, ao mesmo tempo em que favorecem a circulação e a troca contínua de saberes entre produtores, estudantes, docentes e técnicos administrativos, caracterizando uma ecologia de saberes, nos termos de Santos e Almeida Filho.

Essas concepções influenciaram as diretrizes da extensão universitária no Brasil, especialmente a partir dos anos 2000, com destaque para a Resolução CNE/CES nº 7/2018, que integra a extensão ao currículo como processo interdisciplinar e de interação com a comunidade. Documentos como o Plano Nacional de Extensão (1999) e a Política Nacional de Extensão (2012) reforçam seu papel na transformação social e democratização do conhecimento. Havendo, hoje, uma legislação de curricularização da extensão que obriga que, no mínimo, 10% da carga horária dos cursos seja destinada a atividades extensionistas.

Das ações de extensão organizadas por Universidades Federais, as feiras de alimentos são uma prática amplamente disseminada. Entre os benefícios, destacam-se o caráter socioeducativo, a promoção da saúde, da sociabilidade e da inclusão, bem como a criação de vínculos de confiança entre produtores e consumidores (Soares; Silva, 2022; Specht et al., 2019). Esses espaços também funcionam como ambientes de aprendizagem prática para estudantes (Soares; Silva, 2022). Além disso, os consumidores valorizam frescor, qualidade nutricional e ausência de agrotóxicos, além da relação direta com os agricultores (Araújo et al., 2020; Beraldo et al., 2018; Guedes *et al.*, 2024; Costa *et al.*, 2018; Padilha *et al.*, 2021).

A literatura sobre feiras em universidades federais identifica dois eixos principais: o econômico, relacionado ao fortalecimento da agricultura familiar e à formação de mercados locais, e o extensionista, no qual a feira atua como instrumento de transformação social e articulação entre saberes (Costa *et al.*, 2018; Guedes *et al.*, 2024). Assim, as feiras universitárias configuram-se como espaços de extensão, inclusão e promoção da

agroecologia, contribuindo para a segurança alimentar e o fortalecimento da agricultura familiar. Contudo, são um universo pouco sistematizado do ponto de vista nacional, especialmente, se tratando da comunicação dos projetos.

## 2.2 Comentários em redes sociais e construção coletiva de sentidos

Segundo Jenkins (2009), a era da convergência das mídias permite com que as experiências analógicas ou presenciais sejam vividas de modo comunitário, em vez de individualista. Para o autor a convergência ocorre na interação entre tecnologia, indústria, cultura e público. Sendo a internet, especialmente os fóruns, um local de construção de conhecimento coletivo, em que cada membro com sua expertise contribui de alguma maneira para o acesso à informação, que em muitos aspectos pode ser visto de forma utópica como uma democratização do conhecimento. Aplicada ao universo rural, essa dinâmica aproxima-se do que ocorre nas ATER Digitais e em comunidades virtuais de agricultores e consumidores, que promovem a troca de informações e saberes relacionados a diferentes etapas da produção e comercialização de alimentos.

Ainda segundo Henry Jenkins (2009), é nesse processo de compartilhamento de informações, muitas vezes associado à chamada inteligência coletiva (collective intelligence), que emergem os fandoms digitais. O termo fandom, de origem inglesa, resulta da junção das palavras fan e kingdom e refere-se a comunidades de admiradores que se organizam em torno de obras, artistas, marcas ou produtos culturais, produzindo e compartilhando interpretações, conteúdos e narrativas próprias. Embora a análise de Jenkins se baseie originalmente em fóruns de fãs de programas de reality show, a expansão do acesso à internet e das mídias sociais tem ampliado essa lógica para outros contextos sociais, incluindo o meio rural. Nesse cenário, observam-se dinâmicas semelhantes na formação de comunidades digitais vinculadas a diferentes projetos e visões de agricultura, como aquelas relacionadas ao agronegócio, à agroecologia, ao campesinato e à produção orgânica, cujos participantes produzem e compartilham narrativas, posicionamentos e formas de identificação coletiva que se aproximam, em certa medida, da lógica dos fandoms.

Cabe ressaltar que Jenkins (2009), não enxerga a cultura de comunidades online como uma utopia do conhecimento coletivo. O autor faz críticas afirmando que a cultura digital surge ao mesmo tempo em que há uma desconexão dos indivíduos com os territórios,

comunidades tradicionais, com Estados-nações, e até mesmo com a família estendida ou com a família nuclear.

Para Castells (2002), o processo de transformação digital expande-se exponencialmente devido à existência de uma linguagem digital comum que integra diferentes campos tecnológicos e permite que a informação seja gerada, armazenada, recuperada, processada e transmitida de forma articulada.

Castells, assim como Jenkins, analisa a influência das transformações informacionais na sociedade. Para o autor, o que caracteriza a atual revolução tecnológica não é apenas a centralidade da informação, mas sua aplicação na geração de novos conhecimentos e tecnologias de processamento e comunicação, formando um ciclo cumulativo de retroalimentação entre inovação e uso, que amplia as possibilidades de interação social mediada digitalmente (Castells, 2002).

Bacelar e Damasceno-Moraes (2021), investigam a página do Instagram do Escola Sem Partido objetivando compreender “o que é ser professor”. Os resultados, embora num contexto de conflito identitário, mostram que os comentários em redes sociais não são apenas reações espontâneas, mas espaços de negociação de sentidos e identidades, organizados por posicionamentos coletivos que emergem na interação. Já Ciunova-Shuleska *et al* (2024), analisou quais fatores motivam ou desmotivam as pessoas a comentar em conteúdos de marca nas redes sociais. Os resultados indicam que o usuário precisa ter a sensação de que irá ganhar alguma recompensa, sendo fortemente motivado por pertencimento, interação social e reconhecimento simbólico.

Nesse sentido, os comentários em redes sociais não operam apenas como respostas informativas a conteúdos publicados, mas como práticas de interação relacional, nas quais os usuários expressam pertencimento, reconhecimento e vínculo com comunidades específicas, constituindo extensões simbólicas das experiências vividas presencialmente.

Portanto, os comentários em redes sociais podem ser compreendidos não apenas como manifestações individuais de opinião, mas como práticas coletivas de interação que produzem sentidos compartilhados, reforçam vínculos sociais e expressam formas de pertencimento a determinados espaços e experiências. Nesse contexto, a análise dos comentários publicados nas páginas das feiras universitárias permite compreender como os participantes constroem, no ambiente digital, narrativas sobre a experiência da feira, suas relações comunitárias e os valores associados à agricultura familiar e à alimentação.

### 3. Metodologia

A metodologia adotada para esta pesquisa consistiu na análise qualitativa de comentários publicados em perfis de feiras universitárias na plataforma Instagram, com o objetivo de compreender as formas de interação dos usuários e os sentidos atribuídos a esses espaços. Inicialmente, definiu-se o conjunto de perfis e utilizou-se como critérios: perfis ativos nas redes sociais, dedicados unicamente a feiras e vinculados a universidades federais. Em seguida, realizou-se um recorte temporal, selecionando apenas as feiras que apresentaram publicações no ano de 2025, de modo a garantir a atualidade do material analisado.

É importante destacar que assim como Bacelar e Damasceno-Moraes (2021), optou-se pela coleta de dados na plataforma Instagram devido às formas de organização, à grande adesão dos usuários e ao elevado grau de interatividade da plataforma e, pela riqueza plurissemiótica daquele ambiente virtual.

Após essa etapa, foi elaborada uma planilha contendo o nome das feiras, o nome de usuário na plataforma e o link de acesso aos respectivos perfis. A partir desse levantamento, procedeu-se à coleta dos comentários associados às postagens selecionadas, sendo inserido um comentário em cada célula da planilha para organização do corpus. Ao final do processo de coleta, totalizou-se um conjunto de 120 comentários.

Na sequência, os comentários foram classificados em oito categorias analíticas definidas a partir de sua recorrência e conteúdo: elogio à experiência ou ao evento, emojis, interação social, elogio ao produto, expectativa futura, dúvida ou solicitação de informação, comentários contextuais e valores. Em seguida, realizou-se o somatório geral das ocorrências e a contabilização individual por perfil analisado, permitindo identificar padrões de distribuição entre as categorias. As categorias analíticas foram construídas de forma indutiva a partir da leitura exploratória do corpus, considerando a recorrência temática dos comentários e seus sentidos comunicacionais predominantes.

Por fim, realizou-se a análise qualitativa dos comentários, buscando interpretar os sentidos presentes nas interações, as formas de engajamento dos participantes e as principais características da comunicação estabelecida entre as feiras e seus públicos. Esse procedimento possibilitou compreender não apenas a frequência das categorias identificadas, mas também os significados associados à participação dos usuários nesses espaços digitais.

#### 4. Análise de resultados

Os resultados devem ser interpretados como tendências observadas no recorte analisado, não como padrão generalizável das feiras universitárias brasileiras, visto que foram analisados apenas 120 comentários.

Os comentários são evidências empíricas da participação em rede, inteligência distribuída e convergência entre espaços *online* e *offline*, descritos por Castells (2002) e Jenkins (2009). Na visão dos autores pode-se caracterizar as feiras como territoriais (acontecem fisicamente), comunitárias (envolvem relações locais), institucionais (universidade), digitais (Instagram). Sendo os comentários uma ponte entre esses níveis, pois mantêm a comunidade ativa entre edições da feira, ampliam visibilidade dos produtores, criam memória coletiva do evento e organizam participação futura. O Instagram, neste caso, é uma interface entre espaço físico e espaço informacional.

Para Jenkins (2009), pode-se interpretar os comentários nas postagens da feira que funcionam como extensões do evento presencial, permitindo que participantes compartilhem experiências, informações e avaliações coletivas, caracterizando práticas de cultura participativa. Por outro lado, interpretando o fenômeno na lógica de Castells (2002), a interação nos comentários amplia o alcance das práticas presenciais da feira, configurando um fluxo contínuo de circulação informacional característico da sociedade em rede.

Contudo, os comentários analisados não funcionam como construção de conhecimento coletivo, mas como manutenção de uma comunidade entre eventos presenciais, extensão digital do espaço da feira, construção de memória coletiva e reforço de identidade local.

Esse resultado dialoga com os estudos de Henry Jenkins (2009) e Ciunova-Shuleska et al. (2024), que indicam que a participação em ambientes digitais ocorre, em grande medida, quando os usuários percebem que integram uma comunidade e podem contribuir simbolicamente para sua construção coletiva.

Após a coleta de dados, elaborou-se um quadro com todos os 120 comentários visando comparar qual o tipo de comentário mais realizado.

**Quadro 1 - Frequências de categorias em comentários dos perfis analisados**

| Categoria                   | Frequência | %     |
|-----------------------------|------------|-------|
| Elogio à experiência/evento | 46         | 38,3% |

|                    |    |       |
|--------------------|----|-------|
| Emojis             | 20 | 16,7% |
| Interação social   | 15 | 12,5% |
| Elogio ao produto  | 13 | 10,8% |
| Expectativa futura | 12 | 10,0% |
| Dúvida/informação  | 7  | 5,8%  |
| Contextual         | 5  | 4,2%  |
| Valores            | 2  | 1,7%  |

Fonte: Elaborado pelos autores

Os dados gerais demonstram que a categoria experiência concentra a maior parte dos comentários analisados (38,3%), indicando que a percepção das feiras pelos frequentadores está centrada predominantemente na vivência proporcionada por esses espaços, e não apenas nos produtos comercializados. Comentários como “Um local maravilhoso, bem familiar e acolhedor. Eu e minha esposa moramos em São Paulo e, todas as vezes que vamos a Viçosa, faço questão de passar umas horas na feira e fazer novos amigos. É um exemplo a ser seguido essa feira, estão de parabéns pela atitude” e “Muito bom ser recebida com esse sorriso de D. Efigênia” evidenciam a presença de elementos de sociabilidade e proximidade relacional entre produtores e consumidores, reforçando a dimensão comunitária que caracteriza esse tipo de iniciativa.

O uso de emojis, somado às interações gerais, totaliza 29,2% dos comentários, o que demonstra que a comunicação é afetiva e relacional. A maioria dos emojis corresponde a 🙌 palmas (49), ❤️ corações (46) e 😍 expressões de encantamento (37), que, juntos, somam 132 ocorrências, equivalentes a 68% do total. Ao todo, foram identificados 193 emojis, distribuídos entre os perfis da seguinte forma: UFRPE com 32,1%, UFSM com 25,4%, UNILA com 20,2%, UFRJ com 12,4% e UFV com 9,8%. Esses dados indicam que a comunicação é majoritariamente positiva, marcada por aprovação, afeto e admiração.

A predominância de emojis de aprovação e afeto sugere que a comunicação digital associada às feiras universitárias opera em uma lógica relacional, na qual a validação simbólica da experiência coletiva se sobrepõe à avaliação utilitária dos produtos.

Os produtos aparecem como elemento secundário (10,8%), indicando que o alimento não ocupa o centro da narrativa. Os dados apontam que 10,8% dos comentários expressam intenção de retorno e desejo de participação, o que sugere fidelização do público. Além disso,

5,8% dos comentários apresentam perguntas ou solicitações de informação, reforçando o caráter informacional das redes sociais. Os valores sociais aparecem com menor frequência (1,7%), mas possuem relevância qualitativa, geralmente associados à agroecologia e à identidade.

Os comentários relacionados aos produtos apresentam forte conteúdo emocional, como em “Amo! Toda quinta-feira temos alimentos frescos e saborosos” e “Deu água na boca 😊”. Apesar de menos mencionados, os produtos também mobilizam comunicação afetiva. A análise qualitativa dos comentários evidencia que as feiras livres são percebidas como espaços de sociabilidade, pertencimento e experiência, nos quais as relações humanas assumem centralidade em relação à lógica estritamente comercial.

Não foram identificadas críticas ou sugestões nos comentários dos perfis analisados. No entanto, não é possível afirmar que elas não existam, pois podem ter sido expressas por outros meios.

#### 4.1 Feira Agroecológica UFRJ

A Feira Agroecológica da UFRJ é um projeto de extensão da Universidade Federal do Rio de Janeiro, desenvolvido em parceria com os projetos MUDA e Capim Limão, além de estar associada ao Projeto Casa, responsável pela oferta de cestas alimentares (UFRJ, 2025).

#### Quadro 2 - Frequências de categorias em comentários da UFRJ

| Categoria                   | Frequência | %     |
|-----------------------------|------------|-------|
| Elogio à experiência/evento | 9          | 36,0% |
| Emojis                      | 4          | 16,0% |
| Interação social            | 4          | 16,0% |
| Elogio ao produto           | 3          | 12,0% |
| Expectativa futura          | 2          | 8,0%  |
| Dúvida/informação           | 2          | 8,0%  |
| Valores                     | 1          | 4,0%  |

Fonte: elaborado pelos autores

Nos comentários da Feira Agroecológica da UFRJ, observou-se que 37,5% correspondem a elogios à experiência/evento, 16,7% à interação social e 8,3% à expectativa futura. Consideradas conjuntamente, essas categorias totalizam 62,5% dos comentários,

indicando que a maior parte das interações se refere à dimensão experiencial e comunitária da feira, e não diretamente aos produtos ou a solicitações de informação. Comentários como “Vamos fortalecer a agricultura familiar agroecológica na nossa Universidade!” e “Que fartura linda essa temporada de fevereiro!” reforçam a ideia de que os usuários comentam principalmente motivados por pertencimento e reconhecimento coletivo, conforme observado por Ciunova-Shuleska et al. (2024).

Esses resultados sugerem que o perfil funciona como espaço de sociabilidade digital entre participantes, no qual os comentários operam como formas de reconhecimento e pertencimento coletivo, em consonância com a perspectiva de Henry Jenkins (2009) sobre comunidades participativas em ambientes digitais

#### 4.2 Feira da UNILA

A Feirinha Agroecológica da UNILA é um projeto de extensão que envolve atividades de voluntariado e ações vinculadas a um Trabalho de Conclusão de Curso posteriormente institucionalizado (UNILA, 2024). A comunicação da feira mescla português e espanhol, refletindo sua identidade regional e transfronteiriça.

#### Quadro 3 - Frequências de categorias em comentários da UNILA

| Categoria                   | Frequência | %      |
|-----------------------------|------------|--------|
| Elogio à experiência/evento | 12         | 50,00% |
| Elogio ao produto           | 3          | 12,50% |
| Interação social            | 2          | 8,30%  |
| Expectativa futura          | 3          | 12,50% |
| Emojis                      | 1          | 4,20%  |
| Dúvida/informação           | 1          | 4,20%  |
| Valores                     | 1          | 4,20%  |
| Contextual                  | 1          | 4,20%  |

Fonte: elaborado pelos autores

Nos comentários da Feira da UNILA, observou-se que 50,0% correspondem a elogios à experiência/evento, 12,5% à expectativa futura e 8,3% à interação social. Consideradas conjuntamente, essas categorias totalizam 70,8% dos comentários, indicando que a maior

parte das interações se refere à dimensão experiencial e comunitária da feira, e não diretamente aos produtos ou a solicitações de informação.

Nesse perfil, são recorrentes comentários marcados por proximidade relacional, como “Uhuuu!!! Bom final de ano, gente!! 🌱❤️” e “Ô genti ❤️ meu coração chega saltou”, que evidenciam um elevado grau de familiaridade discursiva entre participantes e organizadores. Esse tipo de interação sugere a consolidação de vínculos simbólicos entre público e feira, reforçando sua configuração como espaço de sociabilidade digital, em consonância com a perspectiva de Henry Jenkins (2009) sobre comunidades participativas mediadas por plataformas digitais.

#### 4.3 Quintal Solidário da UFV

A feira Quintal Solidário: Feira de Economia Solidária e Agricultura Familiar é um projeto de extensão que existe há 10 anos na Universidade Federal de Viçosa (UFV, 2022). Apoiado pelo Programa de Extensão do Departamento de Economia Rural, o usuário no Instagram existe desde 2017 e eles também possuem página no Facebook e um canal no YouTube.

Foram coletados 25 comentários de 17 postagens feitas pelo Quintal Solidário. Um destaque perceptível nos comentários é o senso de comunidade e elogio a experiência. Nota-se menção a feirantes. Os resultados indicam que a feira se comporta como um espaço social e relacional, não apenas econômico, em que o consumo é orientado por afeto, experiência e pertencimento. Nota-se um clima de intimidade e comunidade que a feira constrói com os frequentadores.

#### Quadro 4 - Frequências de categorias em comentários da UFV

| Categoria                   | Frequência | %      |
|-----------------------------|------------|--------|
| Elogio à experiência/evento | 10         | 41,70% |
| Interação social            | 5          | 20,80% |
| Elogio ao produto           | 5          | 20,80% |
| Expectativa futura          | 2          | 8,30%  |
| Emojis                      | 1          | 4,20%  |
| Dúvida/informação           | 1          | 4,20%  |

Fonte: elaborado pelos autores

Quantitativamente há um reflexo da percepção qualitativa, visto que 79,2% dos comentários não envolvem produtos, e sim, interações sociais, elogios ao evento, dúvidas ou expectativas futuras. Sendo assim, o evento em si carrega fidelidade e peso. As pessoas não frequentam a feira para adquirir produtos, e sim, por valores afetivos como um sorriso, acolhimento, amizades e brincadeiras”

Isso reforça a ideia de que as feiras produzem capital social e simbólico (não só econômico). O valor da feira está na experiência vivida, nas relação com feirantes e no ambiente comunitário, havendo uma construção de identidade coletiva, sentimento de pertencimento. Sendo que os frequentadores retornam não apenas para comprar, como também para conviver e se reconectar.

#### 4.4 PoliFeira da UFSM

A PoliFeira do Agricultor é um projeto vinculado ao Colégio Politécnico da UFSM que existe desde 2016, conecta agricultores, familiares, consumidores, estudantes e a comunidade em geral ao acesso a alimentos saudáveis, agroecológicos e livres de resíduos de químicos (agrotóxicos) (UFSM, 2025). Essa feira tem trabalhado com ações de comunicação, da criação da marca, selos, elaboração de materiais gráficos, visando criar um relacionamento com o público desde a sua criação em 2017 (Souza, et. al, 2017). Em pesquisa sobre os hábitos de consumo dos frequentadores da PoliFeira, Rodrigues e Lehnhart (2023) identificaram que os principais motivos citados para a compra dos produtos nesse espaço foram a qualidade e o frescor dos alimentos, o baixo uso de agrotóxicos e a praticidade, associada à proximidade da residência dos consumidores ou à localização da feira em trajetos percorridos rotineiramente.

**Quadro 6 - Frequências de categorias em comentários da UFSM**

| <b>Categoria</b>            | <b>Frequência</b> | <b>%</b> |
|-----------------------------|-------------------|----------|
| Elogio à experiência/evento | 10                | 41,7%    |
| Emojis                      | 6                 | 25,0%    |
| Dúvida/informação           | 3                 | 12,5%    |
| Expectativa futura          | 2                 | 8,3%     |
| Interação social            | 1                 | 4,2%     |
| Elogio ao produto           | 1                 | 4,2%     |

Fonte: elaborado pelos autores

Além disso, qualitativamente, observa-se que os comentários apresentam elevado grau de especificidade, e não apenas manifestações genéricas de aprovação, como exemplificado em “Melhor coisa que podia ter acontecido! Agora sim temos pastel de qualidade, delicioso! Queria que ficasse sempre! Pastel e caldo de cana, sugestão e combinação perfeita! 100 🙌🙌🙌🙌🙌🎉🎊” e “Preciso das opções veganas da PoliFeira lá 🥰🥰🥰”. Esses registros indicam formas de engajamento ativo dos participantes, que incluem sugestões, valorização de produtos específicos e manifestações de vínculo com a feira, reforçando sua configuração como espaço de interação comunitária também no ambiente digital.

Iniciou as atividades em 2023, e surgiu através da Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares-INCUBACOOOP (PAPE - UFRPE), do PET Conexões Comunidades Populares /Políticas Públicas e da Pró Reitoria de Extensão da UFRPE (IPA, 2023).

| <b>Categoria</b>            | <b>Frequência</b> | <b>%</b> |
|-----------------------------|-------------------|----------|
| Emojis                      | 8                 | 34,80%   |
| Elogio à experiência/evento | 5                 | 21,70%   |
| Interação social            | 5                 | 21,70%   |
| Expectativa futura          | 3                 | 13,00%   |
| Elogio ao produto           | 1                 | 4,30%    |
| Dúvida/informação           | 0                 | 0%       |
| Valores                     | 0                 | 0%       |

Fonte: elaborado pelos autores

Assim como nos demais perfis, a feira da UFRPE segue o mesmo padrão: comentários relacionados ao evento e à comunidade são mais numerosos do que os comentários sobre produtos. Contudo, a UFRPE destaca-se pela quantidade de mensagens que são apenas emojis (34,8%), enquanto elogios à experiência/evento (21,70%), interação social (21,70%) e expectativa futura (13,00%) totalizam 56,4% dos comentários. Isso indica que a comunidade ainda não é tão engajada quando comparada aos demais perfis.

## 5. Considerações finais

O objetivo deste estudo foi investigar e analisar os comentários em cinco perfis de feiras organizadas por universidades federais, buscando compreender como se performam as comunidades digitais dessas feiras a partir de uma análise quali-quantitativa.

Os resultados evidenciaram que as comunidades das feiras analisadas apresentam características próximas às descritas na literatura, especialmente em Jenkins (2009) e Ciunova-Shuleska et al. (2024), e de forma mais geral em Castells (2002), indicando uma relação entre o evento presencial e a interação digital. Observou-se que os usuários participam dos comentários online de acordo com o nível de interação associado à feira presencial. Além disso, verificou-se que a maior parte dos comentários está relacionada à experiência do evento e à interação entre participantes, o que reforça a dimensão relacional desses espaços digitais. Destaca-se também a presença frequente de elogios, saudações e manifestações de apoio às feiras.

Portanto, os resultados indicam que os usuários que comentam em publicações de feiras universitárias demonstram maior vinculação com a experiência de sociabilidade e pertencimento proporcionada por esses espaços, tanto no ambiente presencial quanto no digital, do que com os produtos comercializados em si. Esse padrão reforça a compreensão das redes sociais como extensões das interações presenciais e pode ser interpretado à luz da noção de convergência midiática proposta por Henry Jenkins (2009), na qual diferentes esferas de experiência social se articulam em fluxos contínuos de participação e circulação de sentidos.

No caso específico dos comentários nos perfis do Instagram analisados, verificou-se que eles são majoritariamente positivos e relacionados ao evento, enquanto uma parcela

menor se refere a produtos ou dúvidas. Esse resultado permite compreender esses perfis como espaços de sociabilidade vinculados às atividades presenciais das feiras.

Do ponto de vista metodológico, o estudo demonstrou a possibilidade de utilização da análise quali-quantitativa de comentários em redes sociais como estratégia exploratória para observar padrões de interação em perfis institucionais vinculados a projetos de extensão. Como limitação, reconhece-se o número de comentários e o conjunto restrito de perfis analisados, o que indica a necessidade de estudos com bases empíricas mais amplas.

Por fim, espera-se que este trabalho contribua para a compreensão das interações digitais em perfis de feiras organizadas por universidades federais, destacando o papel da comunicação digital na divulgação das atividades e na manutenção do vínculo com o público participante.

## Referências

- ARAÚJO, C. T. V.; GONÇALVES, G. B.; DIAS, K. L. L. Feira Agroecológica da UFS: espaço para visibilidade e acesso à produtos da agricultura familiar de base ecológica para a população. **Cadernos de Agroecologia**, v. 15, n. 2, 2020. Disponível em: <https://cadernos.aba-agroecologia.org.br/cadernos/article/view/5112>. Acesso em: 4 out. 2025.
- BACELAR, A. P. S.; DAMASCENO-MORAIS, Rubens. As molduras argumentativas do Instagram: design descritivo-analítico de interação multimodal. **Revista da ABRALIN**, [S. l.], v. 20, n. 3, p. 938–954, 2021. DOI: 10.25189/rabralin.v20i3.1957. Disponível em: <https://revista.abralin.org/index.php/abralin/article/view/1957>. Acesso em: 24 mar. 2026.
- BERALDO, K. A.; MENDONÇA, R. M. G.; MELO, J. A.; BRITO, S. C. D. Feira Agroecológica na Universidade Federal do Tocantins. In: Congresso Brasileiro De Agroecologia, v. 13, 2018, Brasília, **Anais eletrônicos** [...]. Brasília: Associação Brasileira de Agroecologia, 2018. Disponível em: <https://cadernos.aba-agroecologia.org.br/cadernos/article/view/39>. Acesso em: 22 nov. 2025.
- BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidente da República, [2016]. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em: 02 fev. 2026.
- BRASIL. Conselho Nacional de Educação. Câmara de Educação Superior. **Resolução CNE/CES nº 7, de 18 de dezembro de 2018**. Estabelece as Diretrizes para a Extensão na Educação Superior Brasileira. Brasília, DF: Ministério da Educação, 2018. Disponível em: [https://portal.mec.gov.br/index.php?option=com\\_docman&view=download&alias=104251-rces007-18&category\\_slug=dezembro-2018-pdf&Itemid=30192](https://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=104251-rces007-18&category_slug=dezembro-2018-pdf&Itemid=30192). Acesso em: 5 jan. 2026.
- BRASIL. **Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996**. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional (LDB). Brasília, DF: Presidência da República, 1996. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/19394.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19394.htm). Acesso em: 27 jan. 2026.
- CASTELLS, M. A Sociedade em Rede. 6. ed. São Paulo, SP: Paz e Terra, 2002. v. 1

CIUNOVA-SHULESKA, A. *et al.* To comment or not? The role of brand-related content type on social media. **Economic Research-Ekonomska Istraživanja**, v. 37, n. 1, p. 2308876, 2 jan. 2024. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/1331677X.2024.2308876?needAccess=true>. Acesso em: 24 mar. 2026.

COSTA, E. A.; RODRIGUES, A.; SOUZA, D. M.; FÉLIX, C. G. S.; PAULA, R. S.; FEIDEN, A. Perfil dos consumidores da feira de produtos de transição agroecológica na UFMS, In: Congresso Brasileiro De Agroecologia, 13, 2018, Corumbá, **Anais eletrônicos** [...]. Corumbá: Associação Brasileira de Agroecologia, 2018. Disponível em: <https://cadernos.aba-agroecologia.org.br/index.php/cadernos/article/view/21816> Acesso em: 18 nov. 2025.

FÓRUM DE PRÓ-REITORES DE EXTENSÃO DAS INSTITUIÇÕES PÚBLICAS DE EDUCAÇÃO SUPERIOR BRASILEIRAS. **Plano Nacional de Extensão Universitária**. 1999. Disponível em: <https://www.ufmg.br/proex/renex/images/documentos/Plano-nacional-de-extensao-universitaria-editado.pdf>. Acesso em: 15 jan. 2026.

FÓRUM DE PRÓ-REITORES DE EXTENSÃO DAS INSTITUIÇÕES PÚBLICAS DE EDUCAÇÃO SUPERIOR BRASILEIRAS. **Política Nacional de Extensão Universitária**. 2012. Manaus, AM: FORPROEX, 2012. Disponível em: <https://www.ufmg.br/proex/renex/images/documentos/2012-07-13-Politica-Nacional-de-Extensao.pdf>. Acesso em: 2 out. 2025.

FREIRE, P. **Comunicação ou extensão?** 8. ed. Rio de Janeiro, RJ: Paz e Terra, 1983. v. 24. Disponível em: <https://fasam.edu.br/wp-content/uploads/2020/07/Extensao-ou-Comunicacao-1.pdf>. Acesso em: 2 ago. 2025.

GUEDES, A. C.; APARECIDA, A.; TOSTES, E. F.; LOPES, J. R. F. Gestão de empreendimentos rurais: a perspectiva de produtores e consumidores sobre a viabilidade de feiras livres no espaço universitário da UEMG – Unidade Ituiutaba. **Observatório De La Economía Latinoamericana**, v. 22, n. 6, p. e5450, 2024. Disponível em: <https://ojs.observatoriolatinoamericano.com/ojs/index.php/olel/article/view/5450>. Acesso em: 18 nov. 2025.

INSTITUTO AGRONÔMICO DE PERNAMBUCO (IPA). Inauguração da Ecofeira da Rural tem participação do IPA. **IPA**. [s.l.]: 7 nov. 2023. Disponível em: <https://site.ipa.br/inauguracao-da-ecofeira-da-rural-tem-participacao-do-ipa/>. Acesso em: 25 mar. 2026.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. [S.l.]: Editora Aleph, 2008.

MARSDEN, T.; BANKS, J; BRISTOW, G. Food supply chain approaches: exploring their role in rural development. **Sociologia Ruralis**, v. 40, n. 4, p. 424-438, 2000. Disponível em: <https://people.duke.edu/~rcd2/Dissertation/last/fulltebxt.pdf> Acesso em: 18 nov. 2025.

PADILHA, A. F.; GODOY, C. M. T.; VARGAS, T. de O.; CAMPOS, J. R. da R. Princípios e práticas agroecológicos: um estudo sobre a Feira de Produtos Orgânicos da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – Câmpus Pato Branco. **Ambiência**, [S.l.], v. 15, n. 3, p. 600-610, 2021. ISSN 2175-9405. Disponível em: <https://revistas.unicentro.br/index.php/ambiencia/article/view/6032>>. Acesso em: 01 dez. 2025.

RAMOS, M. L. Feira agroecológica da Universidade Federal De Minas Gerais: Uma contribuição para divulgação e participação dos produtores rurais e urbanos da região metropolitana de Belo Horizonte no sistema participativo de garantia. **Revista Tocantinense de Geografia**, [S. l.], v. 11, n. 23, p. 203–214, 2022. Disponível em: <https://periodicos.ufmt.edu.br/index.php/geografia/article/view/11944>. Acesso em: 15 dez. 2025.

RODRIGUES, J. P.; LEHNHART, E. R. Quais os hábitos de consumo dos frequentadores da PoliFeira do agricultor? **RELISE** (Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo), v. 8, n. 3, p. 9-33, abr. 2023 ISSN: 2448-2889. Disponível em: <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.relise.e.co.br/index.php/relise/article/download/636/761/2219>. Acesso em 7 abr. 2026.

SANTOS, B. S.; ALMEIDA FILHO, N. A. **A universidade no século XXI: para uma universidade nova**. Coimbra: Almedina Brasil, 2009. Disponível em: [https://flacso.org.br/files/2015/08/AUniversidadenoSeculoXXI\\_Boaventura-Naomar.pdf](https://flacso.org.br/files/2015/08/AUniversidadenoSeculoXXI_Boaventura-Naomar.pdf). Acesso em: 25 ago. 2025.

SOUZA, M. T. M. *et. al.* Inovação por meio da comunicação: a experiência da PoliFeira do agricultor. 6º Fórum Internacional Ecoinovar: Santa Maria, ago. 2017. Disponível em: <http://ecoinovar.com.br/cd2017/arquivos/resumos/ECO1713.pdf>. Acesso em 7 abr. 2026.

SOARES, H. M.; SILVA, T. N. FEW Nexus e sustentabilidade na agricultura familiar: um estudo de caso na PoliFeira da UFSM. **Desenvolvimento em Questão**, [S. l.], v. 20, n. 58, p. e12065, 2022. DOI: 10.21527/2237-6453.2022.58.12065. Disponível em: <https://www.revistas.unijui.edu.br/index.php/desenvolvimentoemquestao/article/view/12065>. Acesso em: 18 nov. 2025.

SPECHT, S., BLUME, R., ENDE, M. V.; SOUZA, M. T. M. É dia de fazer feira na Universidade: análise do perfil do consumidor da Polifeira. **Redes**, [S. l.], v. 24, n. 3, p. 183–197, 2019. DOI: 10.17058/redes.v24i3.14124. Disponível em: <https://seer.unisc.br/index.php/redes/article/view/14124>. Acesso em: 1 dez. 2025.

UNIVERSIDADE DA INTEGRAÇÃO LATINO-AMERICANA (UNILA). Feirinha Agroecológica. **Informes**. Foz do Iguaçu: UNILA, set. 2024. Disponível em: <https://portal.unila.edu.br/informes/feirinha-agroecologica>. Acesso em: 19 fev. 2026.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO (UFRJ). Feira Agroecológica da UFRJ. **Decania do centro de tecnologia da UFRJ**. Rio de Janeiro: UFRJ, mai. 2025. Disponível em: <https://ct.ufrj.br/tag/feira-agroecologica-da-ufrj/>. Acesso em: 9 jul. 2025.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA (UFSM). Polifeira do Agricultor abre edital para novos feirantes. **UFSM**. Santa Maria: 16 mai. 2025. Disponível em: <https://www.ufsm.br/2025/05/16/polifeira-do-agricultor-abre-edital-para-novos-feirantes>. Acesso em: 25 mar. 2026.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA (UFV). Quintal solidário completa seis anos com feira comemorativa. **UFV**. Viçosa: 19 set. 2022. Disponível em: <https://www2.dti.ufv.br/noticias/scripts/exibeNoticiaMulti.php?codNot=37664>. Acesso em: 25 mar. 2026.