

Extensão Rural na América do Sul: estratégias digitais de comunicação em instituições de ATER no Brasil, Argentina, Chile e Colômbia¹²

Milena Carolina de ALMEIDA³

Larissa Placca AMURIM⁴

Caroline Kraus LUVIZOTTO⁵

Isadora da Silva PRESTES⁶

Livia SALLES⁷

Unesp - Universidade Estadual Paulista

Resumo

O estudo analisa a comunicação digital de instituições de ATER na América do Sul: ANATER, INTA, INDAP e AGROSAVIA. Avaliando publicações no Instagram, identificou-se comunicação autorreferencial em ANATER e AGROSAVIA e práticas mais interativas em INTA e INDAP. A limitada resposta a comentários evidencia lacunas no diálogo. Os resultados destacam o papel das redes sociais na mobilização de públicos e no fortalecimento da legitimidade institucional, alinhando-se à proposta do projeto CCD-SB100 da FAPESP.

Palavras-chave

Comunicação organizacional; Extensão rural; Mobilização de públicos.

Corpo do trabalho

¹Trabalho apresentado no Grupo de Pesquisa GP 7: Comunicação pública e política integrante do XX Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas

² As reflexões apresentadas neste texto integram pesquisas financiadas pela Fapesp – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Processos 2024/00985-1; 2025/02747-3 e 2025/08654-7).

³ Mestre e Doutoranda pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Unesp - Universidade Estadual Paulista. Membro do Centro Avançado de Pesquisa Smart B100 (CCD-SB100). Bolsista da Fapesp – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo. Contato: milena.almeida@unesp.br.

⁴ Mestranda pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Unesp - Universidade Estadual Paulista. E-mail: larissa.placca@unesp.br. Membro do Centro Avançado de Pesquisa Smart B100 (CCD-SB100).

⁵ Doutora em Ciências Sociais. Livre-Docente em Comunicação e Cidadania. Docente do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Unesp - Universidade Estadual Paulista. Pesquisadora do Centro Avançado de Pesquisa Smart B100 (CCD-SB100). Contato: caroline.luvizotto@unesp.br

⁶ Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UNESP isadora.prestes@unesp.br. Membro do Centro Avançado de Pesquisa Smart B100 (CCD-SB100).

⁷ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista - Unesp. E-mail: Livia.salles@unesp.br. Membro do Centro Avançado de Pesquisa Smart B100 (CCD-SB100).

O conceito moderno de extensão rural, formulado na academia britânica no século XIX, consolidou-se como um processo educativo voltado à difusão do conhecimento científico junto a agricultores, com foco no aumento da produtividade (Peixoto, 2008). Ao longo do século XX, sobretudo na Europa e nos Estados Unidos, esse modelo articulou-se aos processos de urbanização, industrialização e expansão demográfica, respondendo à crescente demanda por alimentos. Contudo, sua implementação em países em desenvolvimento revelou limitações estruturais, especialmente em razão da fragilidade institucional das universidades rurais e da baixa articulação entre pesquisa e extensão (Peixoto, 2014).

Na América Latina, a institucionalização da Assistência Técnica e Extensão Rural (ATER) ocorreu majoritariamente por meio de organismos vinculados aos ministérios da agricultura. Embora tenha representado um avanço na organização do setor, esse modelo enfrentou, nas décadas seguintes, uma crise multidimensional. Caporal (1998) identifica problemas financeiros, decorrentes da redução de recursos públicos; dificuldades de efetividade, especialmente quanto à sustentabilidade ambiental; fragilidades programáticas; e, principalmente, uma crise de legitimidade junto aos produtores. Trigo e Kaimowitz (1994) associam esse processo à burocratização dos serviços, que perderam agilidade e autonomia. No contexto latino-americano, a crise econômica dos anos 1980 agravou esse cenário, reduzindo investimentos públicos e ampliando o descrédito institucional (Da Ros, 2012). Para Berdegué (2002), a baixa participação dos agricultores na definição e avaliação dos serviços extensionistas contribuiu decisivamente para o enfraquecimento da legitimidade dessas instituições.

Paradoxalmente, Brasil, Argentina, Chile e Colômbia consolidaram-se como protagonistas na produção agropecuária sul-americana, mantendo organismos públicos de ATER como instrumentos estratégicos de política agrícola. No cenário contemporâneo, marcado pela digitalização das práticas sociais, a comunicação institucional assume papel central na reconstrução da legitimidade dessas organizações.

No campo da extensão rural, a comunicação articula-se diretamente ao modelo teórico adotado. Silva e Müller (2015) distinguem três vertentes: o humanismo assistencialista, o difusionismo produtivista e o humanismo crítico. As duas primeiras privilegiam a transmissão vertical de conteúdos, frequentemente desconsiderando os saberes locais e a participação ativa dos produtores. Bordenave (1993) argumenta que

tal lógica gera incomunicação, pois os códigos institucionais não dialogam com a realidade cotidiana dos agricultores. Já o humanismo crítico, inspirado em Paulo Freire (1992), propõe uma comunicação dialógica, baseada na construção coletiva do conhecimento. Nessa perspectiva, as redes sociais digitais configuram-se como espaços potenciais de interação e mediação, ampliando possibilidades de mobilização e engajamento (Luvizotto et al., 2024).

Considerando esse contexto, o presente estudo tem como objetivo analisar comparativamente as estratégias de comunicação digital adotadas por quatro instituições de ATER em países sul-americanos de elevada relevância agrícola: a Agência Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural (ANATER), no Brasil; o Instituto Nacional de Tecnologia Agropecuária (INTA), na Argentina; o Instituto de Desenvolvimento Agropecuário (INDAP), no Chile; e a Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria (AGROSAVIA), na Colômbia. A escolha dessas instituições justifica-se por sua centralidade histórica nas políticas de inovação agrícola de seus respectivos países (Goulet et al., 2019).

Tal objetivo articula-se diretamente ao contexto de pesquisa do Centro de Ciência para o Desenvolvimento Smart B100 (CCD-SB100), iniciativa da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) voltada à promoção da transferência ágil e qualificada de conhecimento técnico-científico agrônomo aos públicos agrícolas e do agronegócio do estado de São Paulo, cujo núcleo de comunicação busca estabelecer dinâmicas comunicacionais sustentáveis capazes de mobilizar públicos estratégicos em torno de agendas estruturantes. Assim, a investigação das redes digitais das instituições de extensão rural não se limita à descrição de práticas comunicacionais, mas integra-se a uma agenda mais ampla de análise de ecossistemas comunicacionais, considerando sua capacidade de gerar engajamento, circulação de informação qualificada e fortalecimento institucional.

A pesquisa adota abordagem qualitativa, com base na observação direta das publicações realizadas no Instagram durante o mês de janeiro de 2025. O corpus foi composto por 106 publicações, distribuídas entre os quatro perfis institucionais. A coleta foi realizada em setembro de 2025, e os dados foram organizados e sistematizados com auxílio do Excel. Aplicou-se a técnica de Análise de Conteúdo proposta por Bardin (2011), considerando categorias como formato da publicação, objetivo (informativo,

ações institucionais ou datas comemorativas), número de curtidas, comentários e respostas institucionais.

A escolha do Instagram fundamenta-se em sua relevância como meio de busca de informações sobre organizações, utilizado por parcela significativa dos usuários adultos ativos (DataReportal, 2025). Além disso, estudos indicam o potencial das redes sociais para ampliar o alcance de conteúdos científicos e fortalecer estratégias de engajamento (Davis & Forlini, 2020).

Os resultados evidenciam diferenças significativas nas estratégias comunicacionais adotadas. A ANATER apresentou predominância de conteúdos voltados a ações institucionais, com média de 125 curtidas e cinco comentários por publicação, mantendo perfil mais centrado na divulgação de eventos e atividades administrativas. A AGROSAVIA também priorizou conteúdos institucionais, apresentando menor nível médio de interação, com 53 curtidas e 0,3 comentários por publicação.

Em contraste, o INTA concentrou 100% de suas publicações na categoria informativa, frequentemente direcionando o público a conteúdos complementares em outras plataformas. O perfil registrou média de 289 curtidas por publicação, evidenciando maior engajamento. O INDAP, por sua vez, combinou conteúdos informativos e institucionais, destacando-se pelo uso estratégico do formato reels e por níveis expressivos de interação, especialmente em publicações com especialistas explicando temas técnicos de forma acessível.

Conclui-se que a presença digital das instituições de ATER não se define apenas pela frequência de publicações ou pelo número de seguidores, mas principalmente pela qualidade das estratégias comunicacionais e pela abertura ao diálogo. INTA e INDAP demonstram maior alinhamento com práticas interativas e informativas capazes de ampliar legitimidade institucional. Já ANATER e AGROSAVIA permanecem mais restritas a uma comunicação institucional autorreferencial, o que tende a limitar o engajamento.

Nesse contexto, os resultados articulam-se ao escopo de pesquisa do Centro de Ciência para o Desenvolvimento Smart B100 (CCD-SB100), iniciativa financiada pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), especialmente no que se refere às investigações desenvolvidas por seu núcleo de comunicação acerca da estruturação de dinâmicas comunicacionais sustentáveis voltadas à mobilização de

públicos de interesse. Ao evidenciar padrões, limites e possibilidades nas práticas digitais das instituições de ATER, o estudo contribui empiricamente para essa agenda de pesquisa, oferecendo subsídios analíticos sobre como organizações públicas do setor agrícola estruturam, ou deixam de estruturar, interações capazes de fortalecer circulação de conhecimento, engajamento e legitimidade institucional.

Referências

- AGÊNCIA NACIONAL DE ASSISTÊNCIA TÉCNICA E EXTENSÃO RURAL. **Institucional**. Brasília: Anater, 2024. Disponível em: <https://www.anater.org/index.php/apresentacao/>. Acesso em: 20 jan. 2025.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 4. ed. Lisboa: Edições 70, 2011.
- BERDEGUÉ, J. **As reformas dos sistemas de extensão na América Latina a partir da década de 1980**. Santiago de Chile: RIMISP, 2002.
- BORDENAVE, R. D. Comunicação rural: discurso e prática. **Congresso Brasileiro de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**, Viçosa, Brasil, 1993.
- CAPORAL, F. R. **A extensão agrária do setor público frente aos desafios do desenvolvimento sustentável: o caso do Rio Grande do Sul, Brasil**. Tese (Doutorado) – Universidade Católica de Córdoba, Córdoba, 1998.
- DA ROS, C. A. Gênese, desenvolvimento, crise e reformas nos serviços públicos de extensão rural durante a década de 1990. **Mundo Agrário**, v. 13, n. 25, 2012. Disponível em: https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1515-59942012000200004&lng=es. Acesso em: 29 jun. 2025.
- DATAREPORTAL; WE ARE SOCIAL; MELTWATER. **Digital 2025: Global Overview Report**. 2025. Disponível em: datareportal.com/reports. Acesso em: 8 set. 2025.
- DAVIS, C.; FORLINI, S. Social media in higher education: A literature review and research directions. **Frontiers in Education**, 2020.
- FREIRE, P. **Extensão ou comunicação?** 10. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.
- GOULET, F. et al. Sistemas e políticas de inovação para o setor agropecuário na América Latina: elementos introdutórios. In: **Sistemas e políticas de inovação para o setor agropecuário na América Latina**. 2019. p. 5–21. Disponível em: <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02846571>. Acesso em: 8 set. 2025.
- LUVIZOTTO, C. K. et al. Digital Mobilization of Publics: The Articulation Between Women and Agribusiness Proposed by the Brazilian Confederation of Agriculture and Livestock. **Social Sciences**, v. 13, n. 6, p. 279–290, 2024.
- PEIXOTO, M. **Extensão rural no Brasil: uma aproximação histórica da legislação**. San José: IICA, 2008.
- PEIXOTO, M. Mudanças e desafios da extensão rural no Brasil e no mundo. **O mundo rural no Brasil do século XXI**, p. 891–924, 2014.
- SILVA, N. G.; MULLER, L. Comunicação rural. **ReGet**, v. 19, n. 1, p. 121–128, 2015.
- TRIGO, E. J.; KAIMOWITZ, D. Pesquisa agrícola e transferência tecnológica. **Cadernos de Ciência e Tecnologia**, v. 11, n. 1/3, p. 99–126, 1994.