

# IMPACTO DA UTILIZAÇÃO DE PLATAFORMAS DE REDE SOCIAL NA DISSEMINAÇÃO DE INFORMAÇÕES HIDROAGRÍCOLA E AMBIENTAIS<sup>1</sup>

B.F.R. SILVA<sup>2</sup>; F.B.T. HERNANDEZ<sup>3</sup>; M.A. LEITE<sup>4</sup>; J.L. ZOCOLER<sup>5</sup>

PALAVRAS-CHAVES: extensão, redes sociais, clima, agricultura irrigada

## INTRODUÇÃO

Paralelamente às atividades de ensino e pesquisa, a Área de Hidráulica e Irrigação da UNESP Ilha Solteira tem como objetivo a disseminação do conhecimento. Para isso, realiza desde 2005 o projeto de extensão: “PLANEJAMENTO E GERENCIAMENTO HIDROAGRÍCOLA E AMBIENTAL”, através do qual, procura disponibilizar de maneira livre e gratuita, informações ligadas ao clima na região do noroeste paulista, as práticas de irrigação e agricultura irrigada. Para tanto, a internet é a principal ferramenta utilizada pela AHI, mantendo diversos canais de comunicação online para atingir seu objetivo.

A AHI mantinha até setembro de 2012 cinco canais: Blog, Canal da Irrigação, Canal do Clima, Canal no Youtube e Grupo de Discussões. Tendo em vista o crescente número de usuários da plataforma de rede social “Facebook”, a equipe responsável pelo projeto de extensão, junto a seu coordenador, decidiu criar uma página na rede social, de maneira a transmitir as informações já disponíveis nos demais canais, de maneira mais rápida, direta e simples. Essa decisão acabou refletindo nas estatísticas de acesso aos demais canais de modo geral.

## MATERIAIS E MÉTODOS

A AHI sempre procurou investir na Internet como meio de comunicação, buscando diferentes canais e linguagens, para garantir uma ampla disponibilidade de informações. Para tanto, mantém: o Canal da Irrigação ([www.agr.feis.unesp.br/irrigacao.php](http://www.agr.feis.unesp.br/irrigacao.php)), Blog ([irrigacao.blogspot.com.br/](http://irrigacao.blogspot.com.br/)), Canal do Clima ([clima.feis.unesp.br](http://clima.feis.unesp.br)), Grupo de Discussões

---

<sup>1</sup> Projeto Planejamento e Gerenciamento Hidroagrícola e Ambiental desenvolvido com suporte financeiro da PROEX - UNESP

<sup>2</sup> Graduando na UNESP Ilha Solteira. Bolsista PROEX de Extensão Universitária. Caixa Postal 34. CEP 15.385-000. Ilha Solteira - SP. Fone: (18) 3743-1959. [brunofelipe88@gmail.com](mailto:brunofelipe88@gmail.com)

<sup>3</sup> Professor Titular do DEFERS, UNESP Ilha Solteira.

<sup>4</sup> Professor Assistente Doutor do DEFERS, UNESP Ilha Solteira.

<sup>5</sup> Professor Adjunto do DEFERS, UNESP Ilha Solteira.

IRRIGA-L ([www.agr.feis.unesp.br/irriga-l.php](http://www.agr.feis.unesp.br/irriga-l.php)), e Canal no Youtube (<http://www.youtube.com/fernando092>).

Mensalmente, registram-se as estatísticas de acesso de cada canal, destacando o número de visitas e o de páginas visitas/visualizações. A fim de projetar todos os meios de comunicação mantidos pela AHI, a equipe procura integrar todos os canais, associando-os entre si. Em postagens no Blog, por exemplo, mesmo que o assunto seja um evento promovido pela AHI, busca-se direcionar o internauta para todos os demais veículos.

Segundo ROBERTO (2009) “As redes sociais também modificaram a forma das pessoas se comunicarem por meio da Internet. De acordo com uma pesquisa do Instituto Nielsen desse ano, 27 milhões de pessoas usaram o *e\_mail* nos Estados Unidos, Europa, Austrália e Brasil, enquanto que o acesso a redes sociais é feito por 301 milhões de pessoas. Alguns especialistas inclusive até cogitam o fim do *e\_mail* em um futuro próximo, mas até o momento não há nada comprovado”.

A utilização do “Facebook” foi proposta e se concretizou no dia 18 de setembro de 2012, quando foi criada a *Fan Page* da AHI ([www.facebook.com/ahiunespilhasolteira](http://www.facebook.com/ahiunespilhasolteira)) e com isso, a informação passou a ser transmitida de maneira mais rápida e intensa, garantindo um diário direcionamento dos seguidores da página, aos outros canais. Em cada um deles o reflexo foi distinto, mas de modo geral, este instrumento contribuiu para os resultados positivos obtidos no ano de 2012.

## **RESULTADOS E DISCUSSÕES**

**Canal do Clima:** Aliada aos eventos extremos no clima ocorridos na região após sua criação, a página da AHI teve maior impactos neste veículo de informação. Sendo uma das ações do Canal do Clima informar a população quanto a variáveis climáticas excessivamente altas ou baixas, à medida que situações adversas foram ocorrendo, a página da AHI contribuiu para que os seguidores passassem a acompanhar o clima na região do noroeste paulista através do canal. Os fatos de que em menos de 20 dias após o início da utilização do “Facebook”, a região apresentar chuva após cerca de 90 dias de seca, e logo em seguida temperaturas máximas acima de 35°C e a umidade relativa do ar deixar a alguns municípios em estado de alerta, fizeram com que a página fosse constantemente atualizada, impulsionando as estatísticas de acesso ao Canal do Clima a partir de setembro, principalmente em termos de páginas visitadas que subiu de uma média de 12.785 páginas visitadas por mês de janeiro a agosto, para mais de 23.000, de setembro a dezembro;

**Canal da Irrigação:** Sendo este o Canal mais antigo mantido pela AHI, é o veículo de comunicação com maior acúmulo de informações, possuindo um número elevado de visitas e páginas visitadas, tornando mais difícil a obtenção de grandes aumentos de audiência evidenciados nas estatísticas. Em 2012, até o último dia de agosto, o Canal da Irrigação teve uma média de 22.791 páginas visitadas por mês e 14.046 visitas mensais. Já de setembro a dezembro, as médias subiram para 27.323 páginas visitadas por mês e 14.305 visitas.

**Blog e Canal no Youtube:** Estes canais apresentaram menores evidências de impacto da utilização da página no “Facebook”. Analisando o número de visitas e páginas visitadas durante todo o ano, nota-se que não houve uma significativa elevação dos números de visitas e páginas visitadas após o dia 18 de setembro. No entanto, notou-se uma consolidação da utilização do Blog por internautas, mantendo uma boa média de audiência durante todo o ano. Além disso, o número de seguidores foi crescendo à cada mês, passando de 123 em 31 de janeiro para 163 no último dia do ano.

Já no Canal do Youtube, esta análise torna-se mais complexa, uma vez que após o início das postagens na página no “Facebook”, apenas mais quatro vídeos foram adicionados ao canal. Com isso, apesar de o número de exibições totais terem crescido significativamente de 18 de setembro até 31 de dezembro, o que chama a atenção é o fato de, a partir de setembro, as visualizações dos vídeos do canal fora do Youtube, terem se mantido acima de 200, o que só havia acontecido apenas duas vezes anteriormente em 2012.

Assim, nota-se um resultado positivo quanto à decisão de criação da página da AHI no “Facebook”, adequando-a às atividades da equipe. Dessa forma garante-se o cumprimento do objetivo do projeto de extensão, vindo de encontro com Silva (2006), que diz que “a sociedade contemporânea está sendo remodelada através de uma intensa revolução tecnológica que tem como ferramenta primordial as tecnologias da informação”.

## **CONCLUSÕES**

Evidenciou-se a importância de uma reciclagem constante de ideias e de ações que busquem a paridade com o que acontece no mundo a cada dia. Na pretensão de garantir que as informações sejam transmitidas à população, deve atentar-se às mudanças de comportamento das pessoas e estudar-se a possibilidade de adaptação das atividades praticadas, de forma a acompanhar as mudanças, principalmente no uso da Internet.

O uso da página no “Facebook” mostrou que esta ferramenta não apenas disponibiliza a informação e espera que os usuários venham busca-la, mas também contribui para uma

pulverização de conhecimentos e dados de interesse das pessoas, tornando a disseminação da ciência direta e ativa.

A opção da AHI de se apropriar do uso desta plataforma de rede social indica que, não apenas deve-se aderir a novas tendências, como também estudar a possibilidade de se abandonar algumas ferramentas que venham a se tornar obsoletas, garantindo maior produtividade das ações de extensão universitária.

### **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

ROBERTO, L.M. A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL UNIVERSIDADE. 2009. 82p. Trabalho de Graduação (Graduação) - Universidade Nove De Julho (uninove), São Paulo, 2009.

SILVA, C.M.S. AS NOVAS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO E A EMERGÊNCIA DA SOCIEDADE INFORMACIONAL. Parte da monografia de conclusão do curso de Especialização em Pensamento Político Brasileiro, defendida na UFSM intitulada: “Tecnologias de informação e comunicação e suas implicações para o exercício da nova cidadania”. Disponível em: <<http://www.angelfire.com/sk/holgonsi/claudia.html>>. Acesso em: 15 jun. 2013.