

## NÍVEL DE ALCANCE DAS PUBLICAÇÕES E PERFIL DE SEGUIDORES DE UM GRUPO DE PESQUISA, ENSINO E EXTENSÃO EM PECUÁRIA NAS REDES SOCIAIS

DAVI DAYAN ASSENHEIMER<sup>1,2</sup>; GABRIELA BUENO LUZ<sup>2</sup>; MICHELLE DE ALMEIDA OLLÉ<sup>2</sup>; CÁSSIO CASSAL BRAUNER<sup>2,3</sup>

<sup>1</sup>Graduando em Medicina Veterinária – assendavi@gmail.com

<sup>2</sup>Núcleo de Pesquisa, Ensino e Extensão em Pecuária (NUPEEC) – nupeec@gmail.com

<sup>3</sup>Departamento de Zootecnia UFPEL – cassiocb@gmail.com

### 1. INTRODUÇÃO

A agilidade e dinamicidade dos processos digitais é cada vez mais uma realidade para grande parte da população. O surgimento da Internet proporcionou que as pessoas pudessem difundir as informações de forma mais rápida e interativa. Tal mudança criou novos canais e, ao mesmo tempo, uma pluralidade de novas informações circulando nos grupos sociais (RECUERO, 2007).

O Facebook é o site de rede social mais utilizado entre as pessoas atualmente. No ano de 2018, a plataforma chegou a 2,6 bilhões de usuários em todo o mundo (VALENTE, 2018). Ao associar-se a uma página ou grupo público que congrega muitas pessoas por conta de um gosto ou fator em comum, o sujeito obtém a possibilidade de ter uma publicação vista pelos membros dessa comunidade — mesmo que não haja laços relacionais e mútuos com todos os participantes (OLIVEIRA, 2016).

A sociedade cada vez mais influenciada pelo apelo digital da facilidade, celeridade e instantaneidade, demanda gradativamente maior criatividade nos processos informativos, interativos e comunicativos nas redes. Nesse sentido, OLIVEIRA (2016) afirma que o que vai determinar a difusão é a capacidade que os conteúdos têm de despertar interesse entre os componentes.

Na área das ciências agrárias, os atores e locais desse cenário são as universidades, trabalhadores de campo, produtores rurais e empresas, os quais buscam informações eficientes e confiáveis. Apesar de quase todos os produtores rurais possuírem celular, apenas metade deles (52%) acessa a internet por meio do aparelho e apenas 16% desses, possuem perfil ou página em redes sociais (SEBRAE, 2017). Nesse sentido, o objetivo do presente trabalho foi avaliar o alcance e efetividade de publicações de resumos de artigos em diferentes públicos-alvo na página do Núcleo de Pesquisa, Ensino e Extensão em Pecuária – NUPEEC no Facebook.

### 2. METODOLOGIA

Para a realização do trabalho, foram analisadas o alcance e a repercussão de 16 postagens de resumos de artigos científicos na página do Núcleo de Pesquisa, Ensino e Extensão em Pecuária (NUPEEC) na plataforma Facebook, produzidos pelos integrantes do grupo e publicados em periódicos e revistas de grande impacto no mundo científico.

A Internet também está explodindo na educação. Universidades e escolas correm para tornar-se visíveis, para não ficar para trás. Uns colocam páginas padronizadas, previsíveis, em que mostram a sua filosofia, as atividades administrativas e pedagógicas. Outros criam páginas atraentes, com projetos

inovadores e múltiplas conexões (MORAN, 1997). Assim, os resumos foram elaborados de forma a chamar atenção dos leitores e seguidores da página, de modo a informar sobre os mais variados temas da pecuária, de maneira clara e objetiva.

As atividades do bolsista no projeto de extensão envolveram o auxílio na divulgação de mídias e análise da difusão das mesmas. As publicações foram semanais e os dados para este resumo foram computados a partir do período de contemplação com a bolsa, entre o início do mês de abril e fim de agosto de 2019, abordando os mais variados temas, sobre saúde, inovação, pesquisa, extensão e ensino no cenário da produção animal. Analisou-se o número de curtidas e compartilhamentos de cada postagem, bem como o número de pessoas que visualizaram as mesmas, verificando-se assim o estreitamento da relação entre a universidade e os diferentes meios, principalmente o campo.

Além disso foram investigados os diferentes perfis de usuários que reagiram às postagens, separando-os em indivíduos relacionados à universidades ou meio acadêmico de um modo geral, compreendendo professores, graduandos, pós-graduandos e funcionários. Em profissionais relacionados à empresas ou vendas de produtos, produtores e trabalhadores do meio rural e na área das ciências agrárias sendo estes agrônomos, zootecnistas e médicos veterinários. E por fim, foi criada uma última categoria para caracterizar os usuários que não se encaixaram em nenhum dos perfis anteriores.

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A página do NUPEEC no Facebook conta com aproximadamente 4.180 seguidores (agosto de 2019), os quais tem em sua maioria, alguma relação com a pecuária ou com a produção animal. Durante os cinco meses de análise, as 16 publicações somaram um total de 368 curtidas e 16.649 pessoas alcançadas (número de usuários que visualizaram as publicações), tendo uma média de 23 curtidas e 1040 visualizações por publicação. No período, os resumos foram compartilhados 45 vezes, correspondendo a uma média de 2,81 compartilhamentos por postagem. Os dados revelam que as informações divulgadas obtiveram um impacto satisfatório, de aproximadamente 25%, quando comparados o número de seguidores da página e o número médio de visualizações por publicação.

Foram investigados os perfis dos seguidores que reagiram às publicações no período. O gráfico abaixo (Figura 1.) demonstra que a maioria das reações, um total de 221 (59%), foram provocadas por usuários que estão de alguma forma interligados com universidades. Nesta perspectiva, um estudo realizado por CUENCA; TANAKA (2002), revelou que 94,4% de uma comunidade acadêmica em São Paulo utilizava a internet como meio de comunicação e estudo. A partir disso, evidencia-se um grande potencial de crescimento da dimensão da página, principalmente quando se diz respeito à atuação dela no panorama acadêmico.

Ainda é possível observar que apenas 1% das reações foram de produtores rurais. Algumas das justificativas são que a maioria dos produtores rurais (60%) não utiliza computador no seu negócio rural. Além disso, apesar de quase todos os produtores rurais possuírem celular, apenas metade deles (52%) acessa a internet por meio do aparelho. Esse dado indica que a utilização de aplicativos para esse público tem um alcance limitado (SEBRAE, 2018).

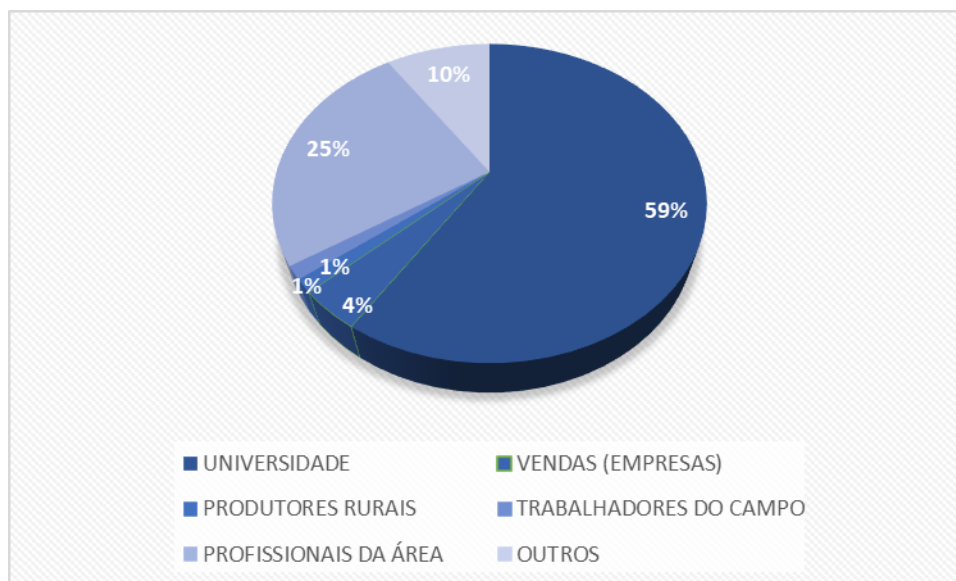


Figura 1: Perfil de seguidores que acessam e curtem as publicações de artigos científicos publicados na página do Núcleo de Pesquisa, Ensino e Extensão em Pecuária.

VIERO; SILVEIRA (2011) complementam que o meio rural sofreu, especialmente nas últimas três décadas, profundas alterações na sua configuração. Os produtores tiveram de se adaptar a mudanças nas formas de produção, de comercialização e, até mesmo, de relações sociais, que implicaram na necessidade de aderir a inovações tecnológicas. Diante desse contexto, os autores dizem que especialmente a internet, tornou-se uma necessidade para o meio rural, tanto quanto já era para o urbano, visando atender à demanda por conhecimento e informações atualizadas e constantes.

Dada essa situação, quem se torna protagonista e fundamental para aproximação do campo à informação e tecnologia é a universidade. Essas instituições são espaços que possibilitam a agregação de inúmeros saberes heterogêneos. São a base para a formação dos estudantes, para uma carreira profissional e também para estender os limites do conhecimento, intensificar a criatividade e moldar a identidade de uma nação (FERNANDES et. al., 2012).

Uma das estratégias que a universidade utiliza para a formação de um profissional cidadão é baseada na efetiva relação recíproca do acadêmico com a comunidade, seja para se situar historicamente, para se identificar culturalmente ou para referenciar sua formação com os problemas que um dia terá que enfrentar (BRASIL, 1999). Assim, acredita-se que esse compartilhamento de dados, aproxima quem trabalha no meio rural da academia. O compromisso com a extensão é permanente, e sem dúvida o retorno para a sociedade através de atividades como essa, é incalculável.

#### 4. CONCLUSÕES

Diante dos resultados obtidos pelo estudo, fica clara a eficiência informativa da página do NUPEEC no Facebook a algumas categorias de perfis de seguidores, contudo visualiza-se também a necessidade de uma nova abordagem de divulgação e compartilhamento de informações para produtores e

trabalhadores rurais, uma vez que o alcance das postagens para esse público mostrou-se baixo.

Fica evidente a entrada e o aumento gradativo e inevitável da necessidade de tecnologia pela sociedade. Cada vez mais a rapidez e a facilidade que a internet traz, influencia diretamente o indivíduo a conectar-se às redes, de forma a interagir socialmente, comunicar-se e adquirir novas habilidades e conhecimentos.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BRASIL. **Plano Nacional de Extensão Universitária**. MEC, CRUB., 1999. Acessado em: 12 set. 2019. Online. Disponível em: [http://www.uemg.br/downloads/plano\\_nacional\\_de\\_extensao\\_universitaria.pdf](http://www.uemg.br/downloads/plano_nacional_de_extensao_universitaria.pdf)
- CUENCA, A. M. B.; TANAKA, A. C. A. Influência da internet na comunidade acadêmico-científica da área de saúde pública. **Revista de saúde pública**, São Paulo, v. 39, n. 5, 840-846, 2005.
- FERNANDES, M. C.; SILVA, L. M. S.; MACHADO, A. L. G.; MOREIRA, T. M. M. Universidade e a extensão universitária: a visão dos moradores das comunidades circunvizinhas. **Educação em Revista**, Belo Horizonte, v. 28, n. 4, p. 169-193, 2012.
- MORAN, J. M. Como utilizar a internet na educação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 26, n. 2, 1997.
- OLIVEIRA, W. S. **Difusão de informações em redes sociais na internet: uma análise do grupo desabafo formosense**. 2016. 52f. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social) - Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília.
- RECUERO, R. Considerações sobre a Difusão de Informações em Redes Sociais na Internet. In: **CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO DA REGIÃO SUL**. 8., Passo Fundo, 2007. Anais: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2007.
- SEBRAE, **Tecnologia no meio rural**. Data Sebrae, mai. 2017. Acessado em 13 set. 2019. Online. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/tecnologia-no-meio-rural/#celularinternet>
- VALENTE, J. **Facebook chega a 2,6 bilhões de usuários no mundo com suas plataformas**. Agência Brasil. Brasília, 30 out. 2018. Online. Acessado em: 14 set. 2019. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2018-10/facebook-chega-26-bilhoes-de-usuarios-no-mundo-com-suas-plataformas>
- VIERO, V. C.; SILVEIRA, A. C. M. Apropriação de tecnologias de informação e comunicação no meio rural brasileiro. **Cadernos de Ciência e Tecnologia**, Brasília, v. 28, n.1, 257-277, 2011.