



VI CONGRESSO DE EXTENSÃO DA AUGM

MÍDIAS SOCIAIS COMO FERRAMENTA DE EXTENSÃO RURAL

Luana Machado Soares¹, Vanessa Cristina Caron¹

¹ Instituto Federal do Triângulo Mineiro, Campus Uberlândia, Técnico em Agropecuária Integrado ao Ensino Médio.

luana.soares@estudante.iftm.edu.br

Resumo: Existem diversas ferramentas de extensão eficientes na área de ciências agrárias. No entanto, com a pandemia (2020-2021), as redes sociais se tornaram um veículo crucial para o compartilhamento de informações, e seu uso tem sido fundamental para a expansão das ciências, uma vez que atinge diversos lugares, tornando o acesso ao conhecimento global e democrático. Nesse sentido, o GEPEF (Grupo de Estudo, Pesquisa e Extensão em Fruticultura do IFTM-Campus Uberlândia) busca desenvolver temas relacionados a múltiplas culturas frutíferas, bem como conteúdos que se relacionem com a agricultura. Através dessa iniciativa, é proposto expor e discutir estes temas por meio de ações de ensino e pesquisa realizadas pelo grupo, além de apresentar novas concepções sobre a agricultura e divulgar novidades do mundo agrícola. Desse modo, o objetivo do projeto foi avaliar o desempenho da mídia social Instagram do GEPEF como ferramenta de extensão na área de ciências agrárias/fruticultura. Para tanto, foram realizados levantamentos quanto às publicações e os seguidores (número e perfis) do Instagram do GEPEF desde sua primeira postagem. A página do GEPEF possui publicações com base em temáticas associadas a fruticultura, incluindo imagens, textos e vídeos para demonstrar práticas realizadas em culturas e esclarecer conceitos, gerando avanços na capacitação de conteúdos, formação e propagação de materiais de estudo, tais ações são abertas a todo o público. Como resultados, a conta teve sua primeira publicação no ano de 2019, ficando mais ativa a partir do segundo ano da pandemia (2021), porém só tendo um ritmo constante de postagem a partir de 2023. Nesse período de 4 anos a conta do GEPEF conquistou 418 seguidores, com 78 publicações feitas de diversos temas. Além disso, o público alcançado até abril de 2023 foi de 422 contas, provindas em sua maioria do município de Uberlândia (63,2%), seguidas de Araguari (2,5%), Uberaba (2,1%) e Fortaleza (1,8%). Os principais países alcançados são Brasil (97,8%), Portugal (0,7%), Macau (0,4%) e Uruguai (0,2%). Quanto à faixa etária, a maioria do público possui entre 18 e 24 anos (36,5%), seguido de 25 a 34 anos (35,8%) e de 35 a 44 anos (15,2%), sendo mais homens (54,6%) do que mulheres (45,3%). Visualiza-se que a dispersão de conhecimentos está sendo alcançada, guiando os indivíduos a uma melhor compreensão sobre tópicos da fruticultura, resultando em maior ciência da área e fomentando a popularização do conhecimento.

Palavras-chave: Fruticultura. Instagram. Plataforma digital. Comunicação.

Eixo temático: 5. Comunicação e Redes