

EL SUELO CONECTADO

Carfagno, Patricia^{1*}; Deluca Alfano, Djasmine² y Vangeli, Sebastián²

1. Instituto de Suelos, INTA Castelar

2. Facultad de Agronomía, Universidad Nacional de Buenos Aires (UBA)

*Autor de contacto: carfagno.patricia@inta.gob.ar



Las redes sociales aumentan la visibilidad de las actividades de la AACs y sus socios en general.

Las Redes de la Asociación Argentina de la Ciencia del Suelo han incrementado el número de seguidores en los últimos años. El objetivo es difundir las actividades vinculadas al suelo, y se encuentran disponibles para que los socios puedan comunicarse con el medio.

Estar presente en las redes sociales permite estar conectados como comunidad. Para la AACs, estas plataformas se han convertido en canales de difusión fundamentales para dar a conocer publicaciones, eventos, capacitaciones, congresos y más. Las redes se suman a las estrategias comunicativas previas, como la página web y la lista de difusión por correo electrónico, pero estas, no sólo se dirigen a un público especializado, sino que también buscan involucrar a la comunidad en general, extendiendo así el impacto.

Las redes sociales, en su conjunto abarcan una audiencia más amplia y participativa en discusiones relacionadas con ciencia, tecnología, innovación, y producción. A través de ellas, se reciben valiosas

contribuciones de la sociedad en general, incluyendo la comunidad “Suelera”. Asimismo, estas redes conectan a la AACs con otras asociaciones, grupos de productores, y empresas que trabajan cuidando el recurso natural suelo, y permite visibilizar las actividades realizadas en una comunidad global.

A partir de 2019, la AACs emprendió una estrategia de ampliación de su presencia en redes sociales, abarcando plataformas clave como Facebook, Instagram y Twitter. Esta iniciativa incluyó la contratación de una “Community Manager” y la dedicación de miembros de la Comisión Directiva para planificar y coordinar la difusión en estos medios. Como resultado, la AACs experimentó una profesionalización en el contenido compartido en redes sociales, reflejada en una notable mejora en la cantidad y frecuencia de publicaciones. Esta evolución condujo a un aumento sostenido en el número de seguidores (alrededor del 30%) (Figura 1) como de la participación de la comunidad, impulsando un mayor alcance de las actividades de la Asociación.

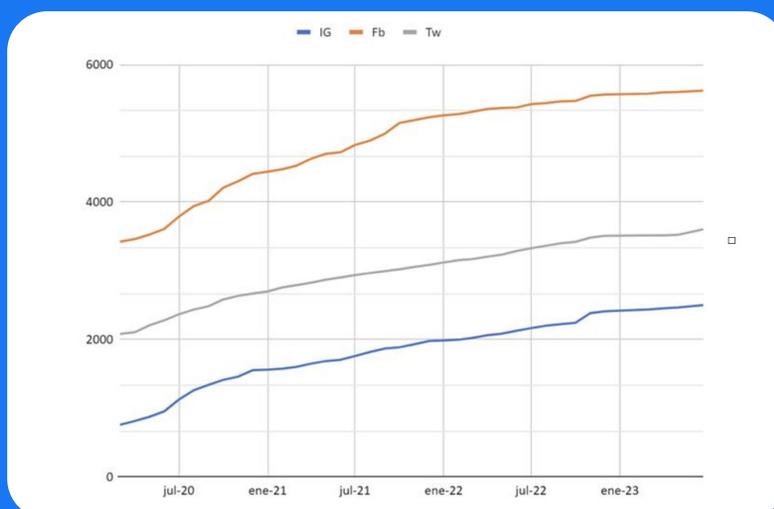


Figura 1. Evolución de seguidores de Facebook (Fb); Instagram (IG) y Twitter (Tw) desde el año 2020 hasta la actualidad