



## **Ferramentas do Instagram norteando campanhas de conscientização online acerca de pandemias e epidemias.**

**\*Maria Clara Oliveira Costa<sup>1</sup> (IC), Osvaldo Jose da Silveira Neto<sup>2</sup> (PQ), Vanessa Gonçalves de Andrade<sup>3</sup> (IC) e Victoria Helena Pomponi da Silva<sup>3</sup> (IC).**

mariaclaraoliveirc@gmail.com

Universidade Estadual de Goiás (UEG)

Resumo: Este resumo objetiva analisar a rede social Instagram como propagadora de informações de educação em saúde, especialmente no conhecimento e conscientização acerca de pandemias e epidemias, sendo este o objetivo do projeto de extensão executado por alunas do 4º período de Medicina Veterinária da Universidade Estadual de Goiás (UEG). A metodologia para a realização do projeto consistiu na criação de um perfil no Instagram e divulgação de conteúdo nos formatos de folders e vídeos. Os dados obtidos através do painel profissional, que entre outros informa o número de comentários, compartilhamentos, curtidas, visualização e alcance de cada publicação, além de gênero e faixa etária mais alcançados, possibilita o direcionamento das publicações e mensuração de cobertura das informações publicadas. A alta adesão da população em geral ao Instagram e as diversas ferramentas que o aplicativo dispõe, facilitam não só a disseminação dos conteúdos bem como a personalização das publicações que podem ser realizadas com base no público.

Palavras-chave: Algoritmos. Perfil. Usuários. Promover. Comunidade. Coleções.

### **Introdução**

As redes sociais são a forma mais moderna de interação entre pessoas. No tocante à disseminação de informações com foco em conscientização, panfletos se tornaram obsoletos com o advento do Instagram, e para manter os padrões de abrangência do público, os criadores de conteúdo devem se requalificar se adaptando às novas tecnologias (MORAES; BRITO, 2020).

Os eventos de disseminação de informações falsas, e as falhas nos mecanismos de conscientização evidenciados na atual pandemia de COVID-19 confirmam a necessidade de fontes acessíveis e confiáveis para informações acerca de pandemias e epidemias. (DADICO, 2020)

Diante disto, o objetivo deste trabalho foi relatar os resultados de alcance obtidos





utilizando o Instagram como difusor de educação em saúde, especialmente no conhecimento e conscientização acerca de pandemias e epidemias.

## Material e Métodos

Este trabalho é um relato de ações extensionistas realizadas por alunas do 4º período de Medicina Veterinária da Universidade Estadual de Goiás. Para a materialização do projeto o meio utilizado foi a rede social Instagram. Foi criado um perfil público na plataforma, cujo endereço é @saudeunica.ueg, e nele, semanalmente publicações são apresentadas direcionadas à população alheia aos assuntos de saúde, em especial os direcionados à prevenção e conhecimento acerca de pandemias e epidemias. O projeto foi iniciado em 7 de junho e está em andamento. As publicações são realizadas em vários formatos, são eles: Vídeos, os quais são publicados no Reels ou IGTV que são ferramentas internas do aplicativo; Folders, os quais são produzidos em aplicativos de criação e edição de designs gráficos; Enquetes, as quais são publicadas no Stories que é uma ferramenta interna do Instagram, programada para desaparecer após 24 horas, nela, existem opções de interação, como é o caso da enquete, desta forma, o público pode responder a perguntas votando e no mesmo instante receber o feedback da resposta correta. Os conteúdos contidos em todas as subdivisões de publicação são produzidos com base em artigos científicos.

Ainda que a linguagem contida em artigos científicos seja decerto inabitual ao público alvo (população leiga em geral), a complexa linguagem acadêmica é convertida em textos simples e publicações elucidativas para que o objetivo de explanação de conceitos de saúde seja acessível e popular.

## Resultados e Discussão

O Instagram está entre as redes sociais mais acessadas no mundo, e segundo Patrício & Gonçalves (2010) este fato faz com que ele seja o local ideal para a disseminação de informações, pois, a familiaridade do público com tal, eleva a





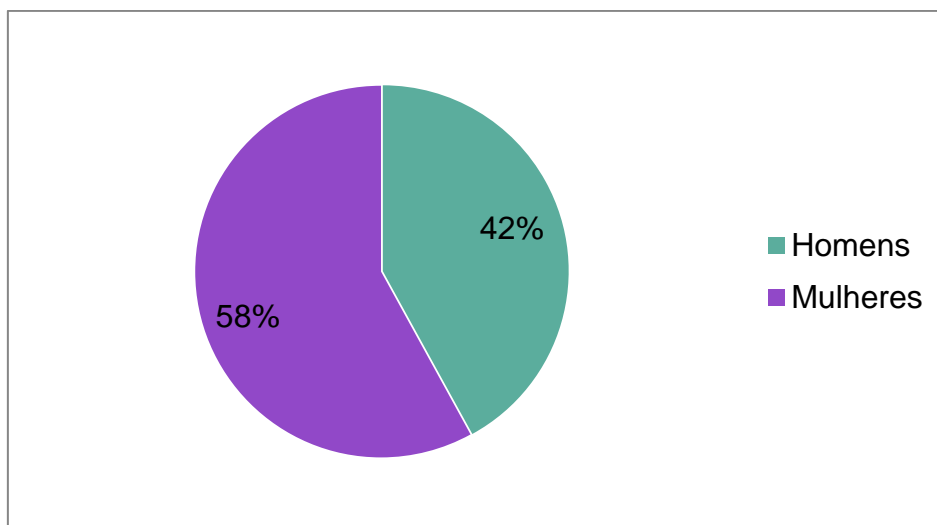
interação. O perfil se encontra atualmente com 503 seguidores os quais interagem e compartilham os conteúdos publicados.

**Quadro 1.** Índices de interação com o conteúdo.

<b>Número de publicações</b>	45
Comentários	123
Compartilhamentos	161
Curtidas	517
Visualizações (vídeos e stories)	3940
Alcance	4994

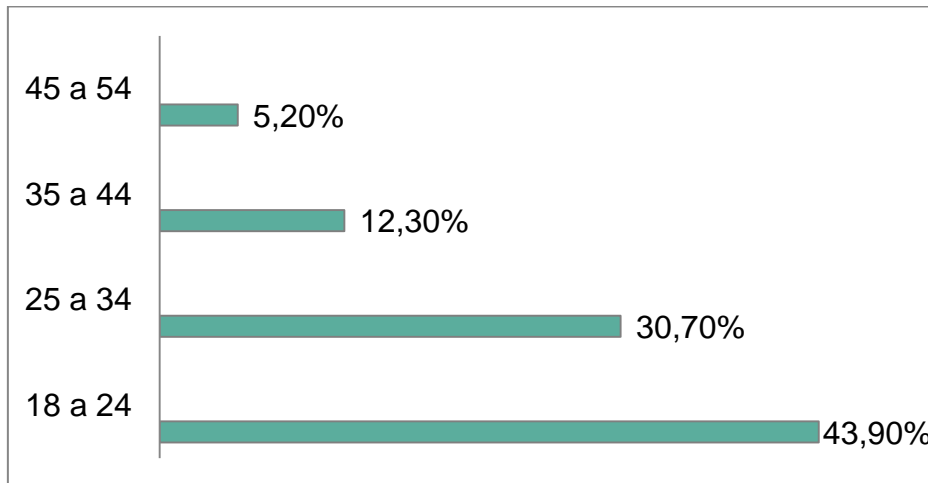
O conjunto de informações apresentados no quadro 1, foram colhidos no banco de dados do Instagram. Segundo Costa & Brito (2020), o primeiro passo para a aproximação com o público é a realização da publicação. O número de comentários, compartilhamentos, curtidas, visualizações e alcance, aumentam o engajamento além de possibilitarem ao criador de conteúdo a identificação das preferências dos seguidores, permitindo o direcionamento e otimização das publicações, desta forma, mais pessoas podem ser alcançadas.

**Gráfico 1.** Gênero do público alcançado





**Gráfico 2.** Faixa etária alcançada.



A porcentagem de alcance por gênero e faixa etária constam nos gráficos 1 e 2. Para perfis cadastrados como criadores de conteúdo como é o caso do @saudeunica.ueg, o Instagram disponibiliza uma ferramenta chamada: Painel profissional, cuja função é apresentar dados administrativos da conta, isto permite que o criador de conteúdo avalie o público e trace metas a partir das informações. Segundo DE ARAÚJO (2020) há ainda outra ferramenta importante, chamada de impulsionamento, -esta ferramenta demanda um investimento financeiro- e a partir dos dados do painel profissional ela direciona as publicações ao público mais atraído através de algoritmos. Esta tecnologia facilita o alcance de pessoas.

### Considerações Finais

Com base no exposto, é possível concluir que o Instagram é uma ferramenta eficiente e moderna, sendo assim ideal para a disseminação de informações, excepcionalmente as de educação em saúde.

### Agradecimentos

Agradeço primeiro a Deus pelo dom da vida, aos meus pais por fazer do projeto da minha vida uma história real, à Universidade Estadual de Goiás pelo evento e incentivos, ao meu orientador Osvaldo Jose da Silveira Neto por confiar em mim e me apresentar com esta oportunidade, e as minhas colegas Vanessa Gonçalves de Andrade e Victoria Helena Pomponi da Silva pela compreensão e apoio.





## Referências

DADICO, C. M. Epidemias, pandemias e o ódio: caminhos para a governamentalidade da pandemia da Covid-19. **Revista Publicum**, v. 6, n. 1, p. 70-93, 2020.

DE ARAÚJO COSTA, M; DE ARAÚJO BRITO, M. L. A utilização da ferramenta Instagram para impulsionar o crescimento de uma pequena empresa. **E-Acadêmica**, v. 1, n. 2, p. e8-e8, 2020.

MORAIS, N. S. D. .; BRITO, M. L. de A. . Marketing digital através da ferramenta Instagram. **E-Acadêmica**, v. 1, n. 1, p. e5, 2020

PATRÍCIO, M. R. V., GONÇALVES, V. M. B. Utilização Educativa do Facebook no Ensino Superior. In: **I Conference Learning and Teaching in Higher Education: Universidade de Évora**. 2010.

