



MÍDIAS SOCIAIS COMO FONTE DE CONSCIENTIZAÇÃO E DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA EM SAÚDE

Giane Aparecida Chaves Forato Santos (UEM)

Emilli Karine Marcomini (UEM)

Fernanda Ferreira Evangelista (UFMS)

Maria Carolina Lins de Souza (UEM)

Isabelly Vitoria Da Silva Gonçalves (UEM)

Tais Valencio da Silva (UEM)

Maria Julia M. Francisco Fernandes (UEM)

Melyssa Negri (UEM)

gianeforato@gmail.com

Resumo:

O projeto de extensão da Universidade Estadual de Maringá (UEM) utiliza o *Instagram* @uempcs para conectar a população com o mundo científico, divulgando informações sobre saúde e sobre o programa de Pós-Graduação em Ciências da Saúde, além de responder a dúvidas dos estudantes e promover a integração entre a universidade e a comunidade. Este estudo tem por objetivo descrever as atividades científicas promovidas por um perfil do *Instagram*. Os dados foram coletados do painel profissional do *Instagram*, com gráficos e figuras referentes ao período de maio a julho de 2024. A análise dos dados mostrou que o perfil realizou 46 publicações entre maio e julho de 2024, alcançando aproximadamente 9.680 contas. O alcance foi maior entre não seguidores (8.337 contas). Os temas mais populares envolveram submissão de resumos e divulgação de eventos científicos, atingindo até 3,2 mil contas. O *Instagram* mostrou-se uma ferramenta valiosa, e recomenda-se a continuidade e expansão dessas práticas para melhorar o engajamento da comunidade acadêmica e do público geral.

Palavras-chave: Tecnologia; Rede social; Extensão; Saúde.

1. Introdução



Os avanços tecnológicos das últimas décadas transformaram os meios de comunicação, com a democratização do acesso à internet, ampliando o uso das tecnologias de informação e comunicação, facilitando as interações sociais. No Brasil, o acesso à internet aumentou de 69,8% em 2017 para 74,7% em 2018, ampliando a rede digital (TOKARNIA, 2020). As mídias sociais, como *Facebook*, *WhatsApp* e *Instagram*, são tecnologias de informação e comunicação com alcance global que oferecem interatividade, autonomia, instantaneidade e empoderamento, permitindo que os usuários expressem suas opiniões livremente (AMADIGI et al., 2019; CUNHA, 2020). As tecnologias de informação e comunicação proporcionam acesso a diversas informações e contextos, funcionando como ferramentas de aprendizagem e socialização no contexto educacional, promovendo a construção de saberes científicos (BERTULINO et al., 2020).

O uso dessas tecnologias, especialmente das redes sociais, no ensino superior, facilita o compartilhamento de conteúdos acadêmicos e cria ambientes para discussões, promovendo a troca de conhecimentos e incentivando mudanças positivas em comportamentos relacionados à educação em saúde (CUNHA, 2020). O *Instagram @uempcs* é parte de um projeto de extensão do Programa de Pós-graduação em Ciências da Saúde da Universidade Estadual de Maringá (UEM), focado na divulgação científica sobre saúde, pesquisa e atividades acadêmicas do programa. O uso do Instagram foi escolhido por sua ampla visibilidade na sociedade, facilitando a difusão do conhecimento científico em Maringá-PR e região, permitindo a interação direta com os pós-graduandos. O estudo tem como objetivo descrever as atividades científicas promovidas por esse perfil.

2. Metodologia

Trata-se de um estudo descritivo que analisa a experiência de desenvolvimento de tecnologias educativas para a divulgação científica via redes sociais, focando no perfil



@uempcs no *Instagram*, vinculado à pós-graduação em Ciências da Saúde da UEM. A equipe, composta por 12 membros entre alunos de graduação, mestrado, doutorado, egressos e residentes da UEM, organiza atividades de divulgação, como postagens diárias de stories, publicações no feed, criação de *reels* e respostas a perguntas, visando alcançar a comunidade interna e externa da UEM. O público-alvo abrange a comunidade interna e externa da UEM, incluindo alunos de graduação, pós-graduação e professores universitários. Os dados sobre o alcance e engajamento das publicações foram obtidos através do painel profissional do *Instagram*, reunindo informações em gráficos e figuras para o período de maio a julho de 2024, coletadas em agosto do mesmo ano. Esses dados foram essenciais para a construção do resumo, fornecendo uma visão detalhada sobre o impacto das atividades de divulgação científica realizadas pelo projeto nas redes sociais.

3. Resultados e Discussão

Considerando as publicações, que totalizam 46 no ano de 2024, ao se analisar o período de 90 dias, o alcance de contas soma-se o quantitativo de 9.680 mil aproximadamente, no qual dessas 4.200 mil são atingidas por meio de *reels*, 2.100 mil são por stories e 6.800 mil de posts no feed. De todas as postagens, é perceptível que o alcance é maior em contas de não seguidores, totalizando 8.337, e 1.343 contas de seguidores, indicando alcance expressivo por meio de compartilhamentos na rede social (Figura 1).

Ao desenvolver essa atividade o grupo teve sua inserção à pesquisa pelo uso das diferentes bases de dados, onde apreende-se a importância de reunir informações relevantes sobre a temática trabalhada com fontes confiáveis, atualizadas e com qualidade da evidência (BERTULINO et al., 2020). No planejamento dos posts educativos, priorizou-se a criação de layouts simples, com imagens associadas ao tema e textos concisos para facilitar a compreensão.



Figura 1. Número de contas alcançadas entre maio a julho de 2024 seguidores e não seguidores



Fonte: Instagram, 2024.

A equipe se dedica a aumentar a visibilidade do programa compartilhando informações relevantes, como defesas de trabalhos, pesquisas, linhas de pesquisa, processos seletivos e eventos. Os estudantes demonstram maior interesse em conteúdos sobre ingresso no programa, submissão de trabalhos e esclarecimento de dúvidas (Figura 2).

Figura 2. Número de contas alcançadas entre maio a julho de 2024 de seguidores e não seguidores.



Fonte: Instagram, 2024

A análise das publicações de 2024 revela que a publicação mais interativa atingiu 3,2 mil contas e abordava a submissão de resumos em eventos científicos, enquanto a de menor alcance, com 457 contas, divulgava palestrantes. O uso de redes sociais digitais na disseminação científica facilita a interação direta entre leitores e disseminadores, promovendo um intercâmbio que transforma o público em agentes ativos e garante acesso a informações mais confiáveis (CUNHA et al., 2020).



4. Considerações

A análise do perfil @uempcs no *Instagram* revelou a eficácia da plataforma na disseminação do conhecimento acadêmico. A alta taxa de alcance entre contas não seguidoras demonstra o sucesso das estratégias de marketing digital em ampliar a visibilidade do projeto. O *Instagram* mostrou-se uma ferramenta valiosa, e recomenda-se a continuidade e expansão dessas práticas para melhorar o engajamento da comunidade acadêmica e do público geral.

Referências

AMADIGI, F. R. et al. A gestão de Enfermagem frente às mídias sociais. **Associação Brasileira de Enfermagem**. PROENF, Porto Alegre, v. 3, p. 115- 142, 2019.

BERTULINO, T. A. *et al.* O instagram como ferramenta de comunicação e integração entre universidade e comunidade no projeto pró mente. **Revista de extensão da UPE – REUPE**, Recife, v. 5, n. 1, p. 19-29, 2020.

CUNHA, Ruth Ribeiro et al. Postagens em rede social digital como meio de divulgação científica. **Revista Diálogos Acadêmicos**, v. 9, 2020.

TOKARNIA, M. Um em cada 4 brasileiros não tem acesso à internet, mostra pesquisa. Agência Brasil. 2020. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-04/um-em-cada-quatro-brasileiros-nao-tem-acesso-internet>>.