

O USO DO INSTAGRAM PELA LIGA ACADÊMICA DE SAÚDE DA MULHER COMO ALIADO NA DISSEMINAÇÃO DE CONHECIMENTO: UM RELATO DE EXPERIÊNCIA¹

Bruna Schaurich Mativi², Amanda dos Santos Candido³, Brenda Dutra Guterres⁴,
Laura Prodocimo Bortolas⁵, Mariana Lisboa Ricalde⁶, Angela Kemel Zanella⁷

¹ Projeto de Ensino da Universidade Federal de Santa Maria

² Aluna do curso de Graduação em Fisioterapia da UFSM, bruh.mativi@gmail.com - Santa Maria/RS/BR

³ Aluna do curso de Graduação em Fisioterapia da UFSM, amandasscandido9@gmail.com - Santa Maria/RS/BR

⁴ Aluna do curso de Graduação em Fisioterapia da UFSM, brenda_guterres@hotmail.com - Santa Maria/RS/BR

⁵ Aluna do curso de Graduação em Enfermagem da UFSM, laura.bortolas2009@hotmail.com - Santa Maria/RS/BR

⁶ Aluna do curso de Graduação em Fisioterapia da UFSM, marianaricalde@hotmail.com - Santa Maria/RS/BR

⁷ Professora Orientadora, Doutora em Gerontologia, Curso de Fisioterapia da UFSM, angelakemelzanella@gmail.com - Santa Maria/RS/BR

Introdução: O ano de 2020 foi marcado pela pandemia de covid-19, que forçou a sociedade a se reorganizar a fim de evitar aglomerações e frear a transmissão do vírus. Diante disso, as aulas da Universidade Federal de Santa Maria passaram a ser mantidas de maneira remota. Da mesma forma, as atividades da Liga Acadêmica de Saúde da Mulher precisaram ser desenvolvidas sem contato presencial, utilizando a internet e as redes sociais como aliadas. Nesse cenário, fez-se necessária a criação de um Instagram para a Liga, com o objetivo de divulgar os eventos organizados online e propagar conhecimento acerca da saúde da mulher para a comunidade acadêmica, atingindo também um público geral. **Objetivo:** O presente estudo teve como objetivo descrever o processo de criação de conteúdo e o alcance do Instagram na propagação de conhecimento referente à saúde da mulher no decorrer da pandemia do covid-19. **Metodologia:** Este é um estudo do tipo relato de experiência. As postagens eram feitas no Instagram três vezes por semana em formato de imagem e texto no *feed* e diariamente eram publicados *stories*, podendo ser autorais da liga ou de outras páginas com foco em saúde da mulher. Diante disso, foi realizada uma análise das métricas fornecidas pela plataforma, as quais demonstram o alcance das postagens, interações com o conteúdo, crescimento da conta e perfil dos seguidores (idade, localização e gênero) nos últimos 30 dias. Esses dados podem ser acessados pelo administrador da conta clicando na aba de informações no aplicativo. **Resultados:** Segundo as métricas fornecidas pela plataforma, o alcance da página teve uma queda de 44,1% (1.175 contas) e a interação com o conteúdo diminuiu 76% (782 interações), comparado com os 30 dias anteriores. Em relação ao número total de seguidores, houve um aumento de 14,6%, sendo a maior

parte do público composta por mulheres (89,3%). Além disso, a faixa etária mais ativa fica entre 18 e 24 anos (66,5%) e a localização predominante é Santa Maria - Rio Grande do Sul (51,8%). **Conclusão:** Após a avaliação das métricas, notou-se uma queda no alcance e nas interações da página no período posterior a divulgação de um evento online que ocorreu nos 30 dias anteriores à realização dessa análise, concluindo-se que esse tipo de ação gera mais engajamento dos seguidores. Entretanto, a quantidade total de seguidores aumentou, mostrando que o interesse na página continua. Também com base nos dados anteriormente apresentados, as mulheres correspondem a maior parte do público, o que pode ser explicado pelo fato do conteúdo publicado estar voltado para esse gênero. Assim como a faixa etária mais ativa corresponder àquela da comunidade acadêmica e a localização geográfica, referir-se a cidade onde se situa o campus da universidade a qual a Liga está vinculada. Sendo assim, através do estudo foi possível observar que o alcance gerado pelo Instagram foi importante para a disseminação de conhecimento, atingindo o público alvo e sendo uma ferramenta proficiente na divulgação de eventos organizados pela liga.

PALAVRAS CHAVES: Saúde da Mulher; Redes Sociais; Educação em Saúde.