



REDE SOCIAL, UMA FERRAMENTA EDUCATIVA - AVALIAÇÃO DOS CONTEÚDOS POSTADOS DO NUPEEC ATRAVÉS DA PLATAFORMA DIGITAL *INSTAGRAM*

BRUNA EMANUELE DA SILVA VELAQUEZ¹; MARIA CAROLINA NARVAL DE
ARAÚJO²; JOSIANE DE OLIVEIRA FEIJÓ²; LETÍCIA ALVES MARTINS
DUARTE²; ANDREZA EBERSOL DOS ANJOS²; MARCIO NUNES CORRÊA³

¹Universidade Federal de Pelotas – velasquezbruna95@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – nupeec@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – marcio.nunescorrea@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O Núcleo de Pesquisa, Ensino e Extensão em Pecuária (NUPEEC) foi criado em 2002 dentro da Universidade Federal de Pelotas e atualmente apresenta uma equipe multidisciplinar de diferentes cursos, composta por professores, pós-doutores e alunos de graduação e pós-graduação, com o objetivo de formar pessoas, além de produzir e disseminar o conhecimento para a sociedade de diferentes formas.

Neste contexto, as redes sociais estão cada vez mais presentes na vida das pessoas, aproximando-as e acelerando a transmissão das informações, tornando-se uma importante ferramenta educativa e de disseminação de conteúdos técnico-científicos (VALENTE, 2014). Dentre as diversas redes sociais destaca-se o *Instagram* no compartilhamento de imagens e vídeos.

O *Instagram* é uma plataforma de mídia social, com mais de 700 milhões de usuários ativos, tendo foco em compartilhamento de imagens e vídeos, que podem ser editados e adicionados com legendas (RANGINWALA & TOWBIN, 2018; SHAFER et al., 2018). Grandes empresas utilizam o Instagram como plataforma de *marketing* para divulgarem seus produtos e terem sucesso em suas vendas. Além disso, o aplicativo tem sido utilizado para compartilhar conteúdos técnicos que abordam diversas áreas, contribuindo e auxiliando nos processos de ensino-aprendizagem (SHAFER et al., 2018).

Por conta disso, no ano de 2017 o NUPEEC criou uma conta no *Instagram*, que atualmente possui 2.122 seguidores, na qual busca compartilhar conteúdos a respeito de diferentes áreas relacionadas à pecuária, de uma forma interativa e dinâmica. Dessa forma, através de *games* com perguntas e respostas, infográficos referentes aos artigos produzidos pela equipe, compartilhamento de vídeo-aulas e casos clínicos e divulgação de eventos e rotinas do grupo é que o NUPEEC faz a difusão do conteúdo gerado e interage com o público.

Portanto, o presente trabalho teve por objetivo identificar o perfil de seguidores do *Instagram* do NUPEEC, assim como obter o *feedback* dos mesmos acerca dos conteúdos postados e compartilhados.

2. METODOLOGIA

A pesquisa foi realizada através de um questionário *online* disponível na plataforma *Google Forms*, no qual foram formuladas 12 perguntas de múltipla escolha aos seguidores do *Instagram* do NUPEEC, sendo elas: “Você é; você cursou ou está cursando o ensino superior, qual; atualmente você trabalha ou estuda em Pelotas; com o distanciamento social, as redes sociais nos aproximam, qual das seguintes você mais utiliza; você costuma seguir páginas voltadas ao

seu curso/profissão ou que abordam conteúdos técnico-educativos; de que maneira você descobriu o *Instagram* do NUPEEC; você segue nosso *Instagram* com o intuito de; você já acompanhava o *Instagram* do NUPEEC antes do período de isolamento social; além do *Instagram*, você acompanha alguma outra rede social nossa; o mundo mudou e nós também, inovamos a forma de interagir com vocês através de nossas redes sociais, durante a pandemia qual das nossas atividades mais chamou/chama sua atenção; o conteúdo publicado em nosso *Instagram* contribui de alguma forma com seu crescimento pessoal ou profissional; e, para finalizarmos, você indicaria nossa página para seus amigos”.

O questionário foi publicado no *feed* do *Instagram* e enviado via mensagem privada aleatoriamente a 600 seguidores e ficou disponível ao público do dia 10 ao dia 13 de setembro de 2020.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O questionário obteve 131 respostas, destas, 105 pessoas (80%) eram universitários ou pós-graduandos (Figura 1A). Com relação à formação acadêmica, 83 (63%) responderam Medicina Veterinária, 36 (28%) Zootecnia e 12 (9%) marcaram outros ou que nunca cursaram ensino superior (Figura 1B). Quanto ao local onde residem, 92 (70%) responderam que em Pelotas e os outros 39 (30%) que não residem no município. Estes resultados podem ser explicados porque o NUPEEC é um grupo vinculado à Universidade Federal de Pelotas, voltado à pesquisa, ensino e extensão em pecuária, fato que pode justificar o maior número de seguidores graduados/graduandos nos cursos de Medicina Veterinária e Zootecnia.

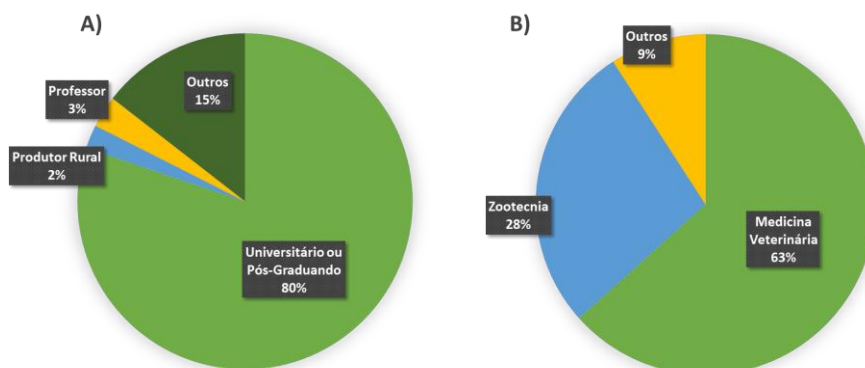


Figura 1: Perfil dos seguidores do *Instagram* do NUPEEC: (A) profissão atual, (B) curso ou formação.

Sobre o consumo das redes sociais, questionou-se qual era a mais utilizada, 115 (87,8%) responderam *Instagram* e os demais responderam outras redes, como Facebook, YouTube, Spotify e LinkedIn. Já sobre o conteúdo acompanhado nas mesmas, 129 (98,5%) responderam que costumam seguir páginas voltadas ao seu curso ou profissão e apenas duas (1,5%) não. O exposto demonstra que as pessoas buscam conteúdos profissionais e técnico-científicos nas redes sociais, reforçando a importância destas na educação e transmissão de conhecimentos (BLAIR & SERAFINI, 2014).

Direcionado ao *Instagram* do NUPEEC, foi indagado como conheceram a página do grupo, 49 (37,4%) responderam que por indicação de conhecidos; 35 (26,7%) pela rede social de outras pessoas ou páginas; 21 (16%) por sugestão do próprio *Instagram*; 19 (14,5%) por serem integrantes ou sempre integrantes da equipe e sete (5,3%) de outras formas (Figura 2A). Também foi perguntado qual o

intuito de seguirem a página, 62 (47,3%) responderam por aprendizagem, uma (0,8%) por entretenimento e a maioria, 68 (51,9%), por ambos (Figura 2B).

Estes resultados demonstram que as pessoas estão buscando o *Instagram* do NUPEEC com intuito de aprendizagem. Todavia, o recurso de transmitir o conhecimento de forma interativa chama a atenção dos seguidores, que aliado à qualidade do conteúdo pode fazer estes indicarem a página para outras pessoas. Segundo COUTO & SILVA (2017), a forma híbrida de ensino, que mescla aprendizagem com entretenimento, é um meio inovador e eficiente.

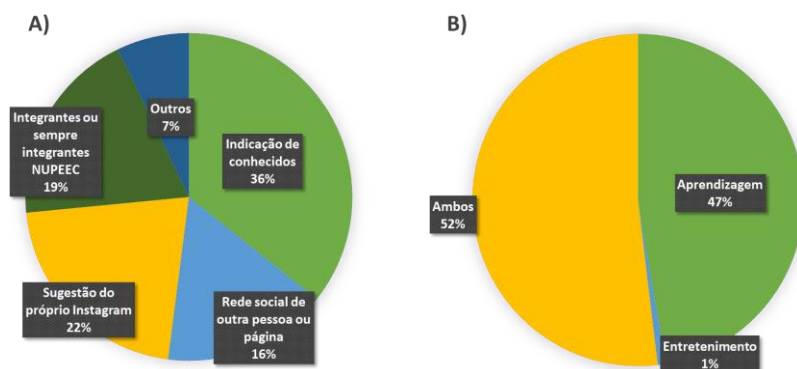


Figura 2: (A) Como os seguidores começaram a seguir a página do NUPEEC. (B) Qual o intuito de seguirem.

O NUPEEC, além da conta no *Instagram*, possui conta no Facebook, YouTube e Spotify, então perguntou-se se os entrevistados acompanhavam alguma outra rede social da equipe. Para esta pergunta 89 (67,9%) pessoas seguiam também o Facebook; 48 (36,6%) seguiam também o Spotify; 36 (27,5%) além do *Instagram* também acompanhavam o canal do YouTube e 35 (26,7%) pessoas não seguiam nenhuma mídia social além do *Instagram*.

Com relação às atividades publicadas no *Instagram*, perguntou-se quais os seguidores mais gostaram, 54 (41,2%) responderam que foram os *Games* NUPEEC; 39 (29,8%) assinalaram Infográficos NUPEEC; 25 (19,1%) pessoas responderam as rotinas da equipe e eventos e 13 (9,9%) o NUPEEC *Talking* (Figura 3A). Os *Games* NUPEEC, provavelmente, tenham chamado mais a atenção, pois uniam o aprendizado ao entretenimento de uma forma simples e dinâmica, o que é buscado por grande parte das pessoas que utilizam essa rede social (ALVES, 2018).

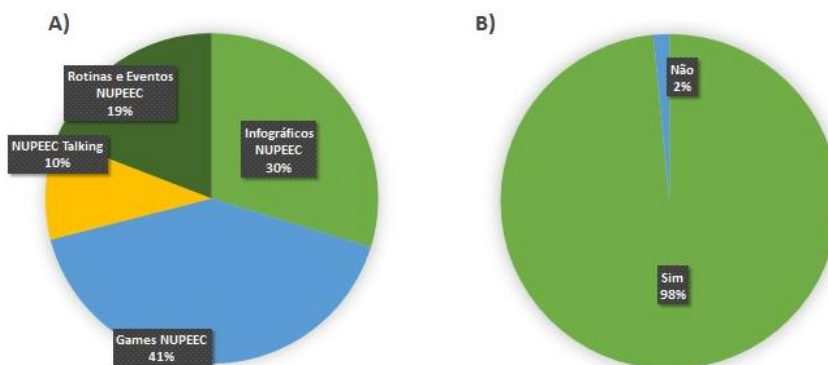


Figura 3: (A) Atividade que os seguidores mais gostaram. (B) Se o conteúdo publicado no *Instagram* do NUPEEC contribuiu em algo na vida acadêmica ou profissional.

Por fim, foi perguntado se o conteúdo publicado no *Instagram* do NUPEEC havia contribuído na vida acadêmica ou profissional do entrevistado, 98,5%

destes responderam que sim (Figura 3B). Este dado comprova que as atividades publicadas e compartilhadas estão sendo bem aceitas e estão contribuindo de alguma forma na vida profissional ou acadêmica dos seguidores, fato reafirmado por diversos feedbacks recebidos por mensagem privada (Figura 4).



Figura 4: Feedbacks recebidos por mensagem privada no *Instagram* do NUPEEC.

4. CONCLUSÕES

Os seguidores do *Instagram* do NUPEEC são, principalmente, estudantes de graduação e pós graduação dos cursos de Medicina Veterinária e Zootecnia, que trazem um *feedback* positivo a respeito dos conteúdos abordados e a forma com que os mesmos são transmitidos. Sendo os *Games* NUPEEC, considerados os mais atrativos, por terem uma interação direta com o público. Contudo, o grupo continua buscando formas inovadoras e didáticas a fim de promover a pesquisa, inovação, ensino e extensão voltados à pecuária em formato digital, contribuindo cada vez mais na formação técnico-profissional de seus seguidores.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, A.L. O instagram no processo de engajamento das práticas educacionais: A dinâmica para a socialização do ensino-aprendizagem. **Revista Científica da FASETE** 2018.

BLAIR, R., SERAFINI, T.M. Integration of Education: Using Social Media Networks to Engage Students Social Media Statistics. **Systemics, Cybernetics and Informatics**, 12(6), 28-31. 2014.

COUTO, Edvaldo Souza. SILVA, Raphaelle Nascimento. Aprendizagens personalizadas na era das conectividades: ler e escrever em telas. In: **Educação no ciberespaço: novas configurações, convergências e conexões**. PORTO,

VALENTE, J. A. Comunicação e a educação baseada no uso das tecnologias digitais de informação e comunicação. **UNIFESO - Humanas e Sociais**, 1(01), 141–166. 2014.

RANGINWALA, S., TOWBIN, A. J. (2018). Use of Social Media in Radiology Education. **Journal of the American College of Radiology**, 15(1), 190–200, 2018

SHAFER, S., JOHNSON, M. B., THOMAS, R. B., JOHNSON, P. T., FISHMAN, EK. (2018). Instagram as a Vehicle for Education: What Radiology Educators Need to Know. **Academic Radiology**, 25(6), 819–822, 2018