



## @CANALCONTACOMIGO - *INSTAGRAM* COMO FERRAMENTA PARA CONSTRUÇÃO E DISSEMINAÇÃO DO CONHECIMENTO CIENTÍFICO

**BRUNA IRIGONHÉ RAMOS<sup>1</sup>**; **CAMILA IRIGONHÉ RAMOS<sup>2</sup>**; **LIAMARA DENISE UBESSI<sup>3</sup>**; **MILENA OLIVEIRA DO ESPÍRITO SANTO<sup>4</sup>**; **ROBERTA ANTUNES MACHADO<sup>5</sup>**; **VALERIA CRISTELLO COIMBRA<sup>6</sup>**

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas* - [irigbru@gmail.com](mailto:irigbru@gmail.com)

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas* - [mila85@gmail.com](mailto:mila85@gmail.com)

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas* - [liaubessi@gmail.com](mailto:liaubessi@gmail.com)

<sup>4</sup>*Universidade Federal de Pelotas* - [roberta.machado@riogrande.ifrs.edu.br](mailto:roberta.machado@riogrande.ifrs.edu.br)

<sup>5</sup>*Universidade Federal de Pelotas* - [enfa.milenaoliveira@gmail.com](mailto:enfa.milenaoliveira@gmail.com)

<sup>6</sup>*Universidade Federal de Pelotas* - [valeriaccoimbra@hotmail.com](mailto:valeriaccoimbra@hotmail.com)

### 1. INTRODUÇÃO

Em 2010, o aplicativo *Instagram* foi criado pelo norte-americano Kevin Systrom e pelo brasileiro Mike Krieger, com o objetivo de possibilitar o compartilhamento de fotos e vídeos entre indivíduos conectados (DEMEZIO, et al. 2016). No entanto, atualmente a plataforma é utilizada para inúmeros fins, por exemplo, como um meio educativo. Nesse sentido, o software aplicativo tornou-se uma ferramenta de comunicação e permite que amigos, familiares, colegas e demais usuários curtam, comentem, encaminhem e salvem as publicações favoritas, bem como sigam páginas e sejam seguidos por outros perfis. Além disso, a utilização das denominadas *hashtags*, palavras chaves utilizadas seguidamente do símbolo #, facilitam a busca de um conteúdo específico (OLIVEIRA, 2014).

O projeto de extensão intitulado “Canal Conta Comigo: O cuidado que nos aproxima” é uma ação criada pelo Grupo de Pesquisa em Enfermagem em Saúde Mental e Saúde Coletiva vinculado à Faculdade de Enfermagem da Universidade Federal de Pelotas (UFPel) em parceria com a Coletiva de Mulheres que Ouvem Vozes (CMOV) e a Associação de Usuários dos Serviços de Saúde Mental de Pelotas (AUSSMPE), como forma de enfrentamento à pandemia do novo coronavírus. As articulações feitas pelo Canal divulgam ações de cuidado de si, do outro e de todos, além de apoiar trabalhadoras e trabalhadores da saúde que estão atuando na linha de frente no combate à pandemia. Sendo assim, é através da extensão que várias práticas de cuidado e informações para o fortalecimento individual e coletivo são disseminadas e reforçadas via *Instagram*.

Com uma equipe interdisciplinar, formada por voluntários de diferentes cursos de graduação e pós-graduação da UFPel, como Enfermagem, Nutrição, Terapia Ocupacional, Psicologia, entre outros, inúmeros conteúdos são produzidos e postados no *Instagram* do projeto, facilitando o acesso da comunidade e ampliando o conhecimento da mesma em relação a diversos assuntos de cunho social, relacionados à saúde, ao cuidado, à cultura e demais temas. O Canal possui também páginas ativas no Facebook e no Youtube, além do website pertencente ao grupo de pesquisa, contudo, o presente trabalho abordará a relação do *Instagram* como potente disseminador do conhecimento científico.

Assim, objetiva apresentar as contribuições do *Instagram* como ferramenta de comunicação entre comunidade e ações extensionistas da Universidade, bem como os conteúdos mais relevantes para o público seguidor do projeto na



plataforma, na continuidade dos processos comunicativos entre as produções publicadas entre as usuárias e usuários em tempos de pandemia.

## 2. METODOLOGIA

Para o desenvolvimento deste resumo, foi feito um levantamento de todas as publicações produzidas pelos voluntários do projeto e divulgadas no *feed* do *Instagram* do Canal Conta Comigo. Estudou-se, inicialmente, todos os *posts* realizados em abril de 2020, primeiro mês de postagens originais do projeto, visto que anteriormente as publicações derivaram-se de autores não pertencentes ao projeto, e todos os realizados em abril de 2021, a fim de comparar o crescimento do alcance do perfil ao longo de doze meses.

Na análise dos dados, utilizou-se a ferramenta *Insights*, própria do aplicativo, que possibilita visualizar todos os dados disponíveis em tempo real, gerenciando interações e relatórios sobre cada publicação (INSTAGRAM, 2020).

Por fim, para uma melhor compreensão e desenvolvimento do presente texto, elaborou-se um quadro com quais categorias foram analisadas, bem como a descrição de cada uma delas. Também mapeou-se o tipo de *post* mais curtido e compartilhado.

Quadro 1- Descrição das classes analisadas

| Categoria           | Descrição   |
|---------------------|---|
| Quantidade de posts | Número de publicações realizadas no perfil em abril de 2020 e em abril de 2021. |
| Curtidas            | Quantidade de curtidas em cada post.  |
| Comentários         | Número de comentários em cada publicação.                                       |
| Encaminhamentos     | Quantidade de encaminhamentos feitos em cada postagem.                          |
| Não-seguidores      | Número de pessoas alcançadas que não seguiam a página no momento da publicação. |
| Contas alcançadas   | Em quantos perfis as publicações mensais chegaram.                              |
| Salvos              | Número de pessoas que salvaram cada postagem.                                   |

## 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Houve um crescimento no alcance do perfil e na diminuição de não-seguidores, demonstrando que mais perfis tornaram-se seguidores da página, evidenciando um maior interesse nas publicações produzidas e publicadas.



Quadro 2 - Resultado quantitativo das classes analisadas em abril de 2020 e abril de 2021

| Classes           | Ano   |        |
|-------------------|-------|--------|
|                   | 2020  | 2021   |
| Curtidas          | 728   | 771    |
| Encaminhamentos   | 189   | 128    |
| Salvos            | 35    | 36     |
| Contas alcançadas | 6.078 | 10.485 |
| Não seguidores    | 433   | 163    |

Em abril de 2020, a publicação mais curtida e compartilhada foi postada no dia 21 e tratava sobre as alterações no padrão do sono em tempos de pandemia. Já em 2021, o post com mais *likes* (curtidas) e encaminhamentos teve sua postagem feita em 28 de abril e abordava os animais de estimação e a saúde mental. Esta análise detalhada possibilita a verificação do alcance geral da conta e por quais conteúdos as usuárias e os usuários mais se interessam, facilitando a produção de postagens que os englobe.

Pode-se pensar que em abril de 2020, um mês após o início da pandemia e do distanciamento social, as pessoas buscavam informações sobre questões que haviam mudado na sua rotina, devido ao novo modo de se viver e conviver com as pessoas, com a casa e consigo. Por isso, pode ter ocorrido uma maior interação com a postagem sobre as mudanças no padrão de sono. Já em abril de 2021, mais de um ano após o início da pandemia, as pessoas, mais adaptadas com a nova realidade, procuram postagens que tornem o dia a dia mais “leve” e que possam ajudar a melhorar a sua qualidade de vida, como a presença de um animal de estimação. Segundo Divino (2020), a adoção de animais durante o período pandêmico tornou-se um “conforto terapêutico” e as sensações presenciadas no isolamento social proporcionaram um aumento na busca por animais domésticos.

Apesar da conta do Canal Conta Comigo ter ampliado com relação ao número de seguidores, este fato não se refletiu no alcance. Tal fato pode ser explicado pelo mecanismo de algoritmos, classificadores e processos da plataforma que interpretam o comportamento do usuário para sugerir um conteúdo que lhe agrade, sendo necessário interagir, visualizar, engajar e compartilhar o perfil para favorecer essa ferramenta. Em estudo sobre como os artistas podem utilizar da arte para promover de forma virtual a conscientização sobre saúde mental, o Instagram consta como uma das ferramentas (GRIFFITH et al., 2021). Ainda, o Canal, com o uso do *Instagram* se constitui como uma estratégia significativa na pandemia, no desafio de enfrentar notícias falsas sobre a disseminação do coronavírus e prevenção da Covid-19.



## 4. CONCLUSÕES

Diante do exposto, é possível perceber que o *Instagram* é uma plataforma que, apesar de surgir com um propósito diferente do que utiliza-se atualmente, auxiliou e continua auxiliando na divulgação das ações de projetos de extensão, como o Canal Conta Comigo pois em tempos pandêmicos, como presenciamos no momento, a aproximação entre comunidade e universidade é de suma importância.

No entanto, torna-se necessário compreender as métricas do aplicativo para que o conteúdo possa, cada vez mais, chegar aos perfis que seguem a conta do projeto e alcançar outros usuários que ainda não a conhecem, ampliando o alcance das publicações produzidas e compartilhadas.

Por fim, a contribuição dos voluntários extensionistas de diversas áreas e níveis profissionais (graduação e pós-graduação) possibilitam a diversificação dos assuntos expostos e a utilização de embasamento teórico e científico em cada *post* realizado demonstra a seriedade do Canal para com os conteúdos divulgados na página, combatendo as *fake news* (notícias falsas, em inglês) que estão cada vez mais presentes no cotidiano dos brasileiros.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DEMEZIO, C. et al. **O Instagram como ferramenta de aproximação entre marca e consumidor.** In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 07 A 09 julho 2016, Caruaru, Anais. São Paulo: Intercom, 2016.

GRIFFITH, F. J.; STEIN, C. H.; HOAG, J. E., GAY, K. N. #MentalHealthArt: How Instagram artists promote mental health awareness online. **Public Health** ; 194: 67-74, 2021.

MOSSERI, A. **Explicando melhor o funcionamento do Instagram.** Nova York, 8 jun 2021. Acessado em 18 jul 2021. Online. Disponível em:  
<https://about.instagram.com/pt-br/blog/announcements/shedding-more-light-on-how-instagram-works>

OLIVEIRA, Y. R. de. **O Instagram como uma nova ferramenta para estratégias publicitárias.** In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE. 16.,15 a 17 maio 2014, João Pessoa. Anais. São Paulo: Intercom, 2014.

DIVINO, L. D. A. Pandemia e o crescente aumento na adoção de animais domésticos. **Gestão & Tecnologia**, Goiás, v.1, n.30, p.33- 35, 2020.