

O uso do Instagram para a Promoção da Saúde: Uma Contribuição da Extensão Universitária

The use of Instagram for Health Promotion: A Contribution of the University Extension



ISSN 2358-7180

Lucas Daniel Cibolli Roso¹, Sabrina Ranielly Félix Nunes², Ludmilla Roberta de Lima³, Angélica Dumont Cunha⁴, Gabriela Fernanda Ferreira⁵, Magnania Cristiane Pereira da Costa⁶, Maria Letícia Costa Reis⁷, Fernanda Fraga Campos⁸

RESUMO

O objetivo deste trabalho foi mostrar o uso do *Instagram* como ferramenta para promover a extensão universitária no contexto da pandemia da Covid-19. O trabalho foi conduzido de forma remota com reuniões pelo *Google Meet* e *WhatsApp*. O público-alvo foram os profissionais, professores e estudantes da área da saúde e população geral. Foram realizadas duas postagens semanais na forma de *folders* ou vídeos e duas *lives* no período de um ano. A conta do projeto na rede *Instagram*, após um ano, possuía 353 seguidores e 2.003 engajamentos. Foram realizadas 106 publicações, entre estas 80,2% (85) *folders* digitais e 19,8% (21) vídeos. O principal tema dos *folders* foi Covid-19, seguido por microrganismos e higiene das mãos. O tema Covid-19 passou a ser o foco das publicações devido ao contexto da pandemia. No Dia Mundial de Higienização das Mãos foi postado um vídeo sobre higienização simples das mãos. Devido à promoção desta postagem, ela teve 60 engajamentos e alcance de 32.720 perfis. De acordo com as estimativas do *Instagram*, o público do projeto apresenta em sua maioria mulheres 63,4% (224), de 25 a 34 anos, 35,8% (126) e residentes no Brasil 99,3% (351). A rede social *Instagram* pode estar integrada à extensão universitária auxiliando na disseminação de informações de forma confiável e levando conhecimento básico e técnico para o seu público. Para aumentar o engajamento e alcance das publicações seria interessante investimentos em recursos financeiros para promover os conteúdos.

Palavras-chave: Rede Social. Educação em Saúde. Profissionais de Saúde. COVID-19.

¹ Discente do Curso de Medicina. Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri (UFVJM), Diamantina, Minas Gerais, Brasil. E-mail: lucas.roso@ufvjm.edu.br. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-2915-6151>

² Discente do Curso de Medicina. Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri (UFVJM), Diamantina, Minas Gerais, Brasil. E-mail: Sabrina.ranielly@ufvjm.edu.br. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9547-8522>

³ Discente do Curso de Medicina. Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri (UFVJM), Diamantina, Minas Gerais, Brasil. E-mail: ludmilla.lima@ufvjm.edu.br. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-6521-4371>

⁴ Discente do Curso de Medicina. Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri (UFVJM), Diamantina, Minas Gerais, Brasil. E-mail: angélica.dumont@ufvjm.edu.br. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-4646-6135>

⁵ Discente do Curso de Medicina. Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri (UFVJM), Diamantina, Minas Gerais, Brasil. E-mail: ferreira.gabriela@ufvjm.edu.br. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-6786-3690>

⁶ Doutora em Epidemiologia. Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri (UFVJM), Diamantina, Minas Gerais, Brasil. E-mail: magnania.costa@ufvjm.edu.br. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-6969-7542>

⁷ Doutora em Patologia. Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri (UFVJM), Diamantina, Minas Gerais, Brasil. E-mail: marialeticia.reis@ufvjm.edu.br. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5730-2195>

⁸ Doutora em Microbiologia. Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri (UFVJM), Diamantina, Minas Gerais, Brasil. E-mail: marialeticia.reis@ufvjm.edu.br. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-3404-6528>

ABSTRACT

The objective of this work was to show the use of Instagram as a tool to promote university extension in the context of the Covid-19 pandemic. The work was conducted remotely with meetings via Google Meet and WhatsApp. The target audience was health professionals, professors and students and the general population. Two weekly posts were made in the form of folders or videos and two lives within a year. The project's account on the Instagram network, after a year, had 353 followers and 2,003 engagements. A total of 106 publications were made, including 80.2% (85) digital folders and 19.8% (21) videos. The main theme of the folders was Covid-19, followed by microorganisms and hand hygiene. The Covid-19 theme became the focus of publications due to the context of the pandemic. On World Hand Hygiene Day a video was posted on simple hand hygiene. Due to the promotion of this post, it had 60 engagements and reached 32,720 profiles. According to Instagram estimates, the project's audience is mostly women 63.4% (224), aged 25 to 34, 35.8% (126) and living in Brazil 99.3% (351). The Instagram social network can be integrated into the university extension, helping to disseminate information reliably and taking basic and technical knowledge to its audience. To increase the engagement and reach of publications, investments in financial resources are needed to promote the contents.

Keywords: Social Network Analysis. Health Education. Health Occupations. COVID-19.

INTRODUÇÃO

A pandemia da Covid-19, cujo agente etiológico é o vírus Sars-CoV-2, foi declarada pela Organização Mundial da Saúde (OMS), em 11 de março de 2020 (CUCINOTTA & VANELLI, 2020). A partir desse momento o isolamento social físico passou a ser a estratégia mais eficiente para o seu enfrentamento (Campos & Santana, 2020). No ensino, a suspensão das atividades letivas presenciais, por todo o mundo, obrigou à migração e adaptação destas para o formato remoto/online (MOREIRA et al., 2020).

No Brasil, o Ministério da Educação, em 17 de março de 2020, autorizou em caráter excepcional, a substituição das disciplinas presenciais por aulas via meio tecnológico de informação e comunicação (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2020). Na esfera da Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri (UFVJM), a suspensão das atividades presenciais aconteceu em 19 de março de 2020, impactando no desenvolvimento de várias atividades, dentre elas, os projetos de extensão (UFVJM, 2020).

Diante desse contexto, ferramentas tecnológicas da informação e comunicação que já eram utilizadas no meio acadêmico, se tornaram imprescindíveis para a continuidade das atividades universitárias (WERHMULLER & SILVEIRA, 2012). Dentre essas ferramentas, as redes sociais, que podem ser acessadas em computadores, tablets e celulares, possibilitaram várias formas de interação e permitiram o conhecimento e aprendizado (MACHADO, 2019). Uma das redes sociais mais utilizadas na atualidade é o *Instagram*, que é uma rede gratuita, de fácil acesso e utilização, permitindo postagens de fotos, *stories*, vídeos e comentários. Esta ferramenta foi escolhida pela equipe do projeto Salva Vidas: o cuidado está em suas mãos, da Faculdade de Medicina (Famed) da UFVJM.

O Projeto Salva Vidas: o cuidado está em suas mãos, antes da pandemia desenvolvia atividades presenciais e visava promover a educação continuada para profissionais e estudantes da área da saúde propondo o controle e a prevenção das Infecções Relacionadas à Assistência à Saúde (IRAS) e higienização das mãos. A fim de dar continuidade às atividades, o projeto passou por adaptações, sendo intitulado Projeto Salva Vidas: uma experiência de educação virtual, que teve como objetivo promover a educação em saúde utilizando o *Instagram* como ferramenta de ensino. Neste período foi realizada a produção de conteúdo de forma periódica, sistemática e com linguagem acessível, direcionada aos profissionais e estudantes da área da saúde, assim como, à população em geral. O objetivo deste trabalho foi mostrar o uso do *Instagram* como ferramenta para promover a extensão universitária no contexto da pandemia da Covid-19.

MÉTODOS

O trabalho foi desenvolvido de forma remota pelos integrantes do projeto que residem no município de Diamantina/MG. O município de Diamantina está localizado a 292 km da capital Belo Horizonte, e em 2017 sua população era estimada em 48.230 habitantes. Inserido em uma das microrregiões do Vale Jequitinhonha, que por sua vez, forma-se pela união de 51 municípios, compondo assim, uma das doze mesorregiões do estado de Minas Gerais (IBGE, 2018).

Devido à pandemia da Covid-19, as reuniões foram realizadas virtualmente por meio do aplicativo *Google Meet* e um grupo foi criado no aplicativo *WhatsApp* para discussões e aprovação dos materiais para as publicações no *Instagram*.

O público-alvo foi composto pelos seguintes profissionais da área da saúde: enfermeiros, farmacêuticos, fisioterapeutas, médicos, técnicos de enfermagem entre outros. Também fizeram parte os professores e estudantes de todos os cursos da área da saúde e a população em geral.

Os estudantes envolvidos no projeto participaram das discussões dos temas e receberam treinamentos para a produção dos *folders* digitais, produção de vídeos de curta duração e para a realização de eventos como as *lives*. Todos os materiais do projeto foram confeccionados pelos discentes e revisados pelos docentes.

Os *folders* digitais foram criados utilizando o aplicativo Canva gratuito. As publicações dos *folders* foram realizadas no *feed* do perfil do projeto no *Instagram*. Esses *folders* foram produzidos também para divulgar os eventos, como por exemplo, as *lives*. A disseminação das informações ocorreu por meio da rede social do *Instagram*, nos perfis das redes sociais da UFVJM e por *e-mail*.

As publicações, *folders* e vídeos, foram postados no *Instagram* às quartas e sextas. A maior parte das publicações foi de *folders*, sendo os vídeos postados uma vez por mês, aproximadamente.

Os temas abordados nos *folders*, vídeos e *lives* eram relacionados ao controle e prevenção das IRAS, higienização das mãos e Covid-19. Para a produção do conteúdo do material das postagens foram utilizadas publicações da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), Organização Mundial de Saúde (OMS) e artigos científicos selecionados das bases de dados como Scielo, *Google Acadêmico* e Pubmed.

A produção de vídeos foi realizada em três fases: (I) pré-produção; (II) produção e (III) pós-produção. Na fase I foi construído um roteiro baseado na revisão da literatura dos temas escolhidos. O roteiro era constituído pelo assunto detalhado, tempo, informações para o vídeo e informações para o áudio. A fase II consistiu na gravação do que havia sido descrito no roteiro e a fase III contemplou a edição das cenas gravadas e validação pelos colaboradores. Os vídeos foram produzidos utilizando os aplicativos Canva, *HD Movie Maker PRO* e *InShot*.

As *lives* foram desenvolvidas no perfil do *Instagram* com periodicidade mensal. Para a realização de cada *live* um roteiro foi confeccionado, a fim de direcionar o assunto abordado. Dessa forma, o roteiro foi dividido em: (I) apresentação do projeto, dos integrantes participantes e do convidado para a *live*; (II) perguntas relacionadas ao tema da *live*; (III) agradecimentos. As *lives* foram constituídas por três integrantes, sendo dois mediadores pertencentes ao projeto e um convidado, tendo duração máxima de 60 minutos. O público-alvo foram os profissionais das instituições de saúde de Diamantina, professores e estudantes da área da saúde da UFVJM e demais seguidores do perfil do *Instagram*.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

No período de um ano, a conta do projeto “Salva Vidas” na rede *Instagram* obteve 353 seguidores e 2.003 engajamentos. Foram realizadas 106 publicações, entre estas 80,2% (85) na forma de *folders* digitais e 19,8% (21) no formato de vídeos. A Figura 1 mostra a primeira logomarca do projeto, ela foi utilizada como foto para o perfil do *Instagram* e também nos *folders* digitais e vídeos.

Figura 1 – Logomarca representativa do projeto “Salva Vidas”. Faculdade de Medicina de Diamantina, da Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri, Minas Gerais, Brasil, 2022.



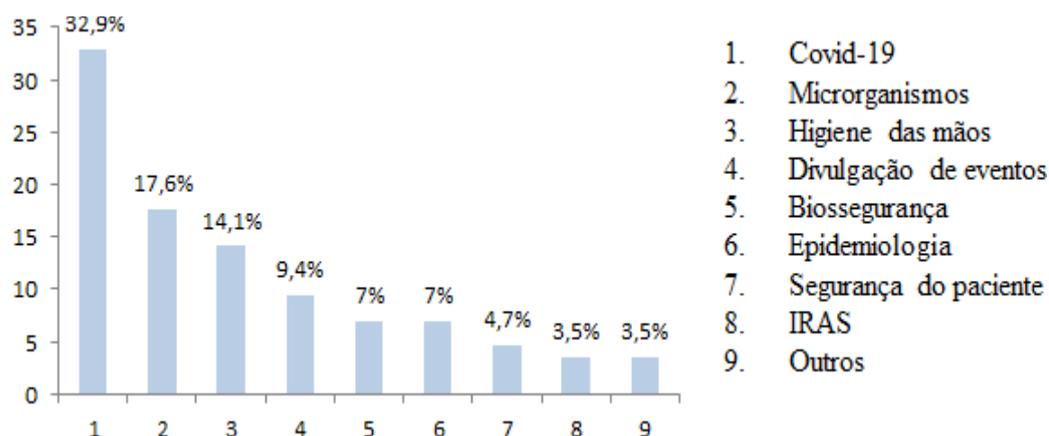
Fonte: elaborada pelos autores.

O principal tema das publicações na forma de *folders* digitais da conta “Projeto Salva Vidas” na rede *Instagram* no período de 24 de abril de 2020 a 23 de abril de 2021, foi “Covid-19” (Figura 2). A OMS declarou estado de pandemia no dia 11 de março de 2020, tornando essa temática o maior alvo de pesquisas e reportagens no mundo desde então. Apenas no mês de abril de 2020, o Ministério da Saúde publicou 8 portarias sobre esse tópico (BRASIL, 2021). Tentando minimizar as dúvidas e incertezas de toda a população, o tema passou a ser o assunto de maior foco do projeto.

O tema Microrganismos ficou em segundo lugar na lista das publicações do *feed* do perfil do projeto (Figura 2). Este tema foi abordado com maior ênfase porque era necessário apresentar o conteúdo básico, a fim de chegar em assuntos mais complexos, como por exemplo, as infecções relacionadas à assistência à saúde. O *Instagram* é uma rede social utilizada por um público diverso, e por isso, todo conteúdo tinha que ser abordado da forma mais simples possível.

Ainda sobre as temáticas abordadas, a Higienização das Mãos ficou em terceiro lugar na lista das publicações do projeto. A importância das mãos na transmissão das infecções relacionadas à assistência à saúde é bem conhecida e pode ser minimizada pela higiene adequada (WHO, 2018). Acredita-se que a educação em saúde de forma sistematizada e contínua se mostra como uma importante ferramenta para a prevenção das infecções. Neste sentido, corroborando com os dados do presente estudo, as orientações mais difundidas durante a pandemia da COVID-19 pelo Ministério da Saúde, ANVISA e OMS foram sobre higienização das mãos, cumprimento da etiqueta respiratória e distanciamento social (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2020; OMS, 2020).

Figura 2 – Distribuição da frequência dos *folders* digitais publicados no feed do *Instagram* do Projeto Salva Vidas no período de 24 de abril de 2020 a 23 de abril de 2021. Faculdade de Medicina de Diamantina, Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri, Minas Gerais, Brasil, 2022.



Fonte: elaborada pelos autores.

Diversos trabalhos mostram que a taxa de higienização das mãos entre profissionais de saúde é insuficiente. Laher et al. (2020), observou em seu estudo que a higienização das mãos com água e sabão ocorreu de forma adequada em apenas 57,1% dos casos indicados, enquanto a higienização com produtos à base de álcool aconteceu em 53% das vezes em que estava indicada. Por isso, faz-se necessário enfatizar essa temática, a fim de melhorar a adesão da prática pelos profissionais de saúde, estudantes e população em geral. De acordo com Mu et al. (2016), a partir de uma intervenção com estratégias de educação e monitoramento em um hospital na China, a taxa de higienização das mãos aumentou em 38,1%, enquanto a prevalência das infecções relacionadas à assistência à saúde diminuiu em 1,31%.

O principal tema das publicações na forma de vídeos no período de 24 de abril de 2020 a 23 de abril de 2021 foi a Higienização das Mãos. No 2º trimestre de 2020, para comemorar o Dia Mundial de Higienização das Mãos, foi postado um vídeo que ensina e demonstra todos os passos e a maneira correta de realizar a higienização simples das mãos, com água e sabão (Figura 3). Essa postagem, em especial, teve 60 engajamentos e alcance de 32.720 contas na rede *Instagram* (Tabela 1). Acredita-se que o principal motivo do maior engajamento e alcance desta postagem está relacionado ao fato de que a publicação foi promovida. Para promover publicações no *Instagram* é necessário que a conta seja de negócios ou comercial e que seja pago um valor de 6 reais por dia. Esta publicação foi promovida por um período de 6 dias.

Figura 3 – Imagem referente à captura de tela do vídeo da postagem de número 4 publicada em 01 de maio de 2020, no *instagram* do projeto “Salva Vidas”. Faculdade de Medicina de Diamantina, Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri, Minas Gerais, Brasil, 2022.



Fonte: elaborada pelos autores.

No ano de 2017 o *Instagram* começou a ter funções exclusivas para conta de negócios, independentemente do perfil da página, elas podem ser reconhecidas como uma conta comercial, onde o usuário conseguirá promover as publicações para milhões de pessoas (INSTAGRAM EMPRESAS, 2017).

O projeto não tinha financiamento e por este motivo não era possível promover todas as publicações. A partir desse dado foi possível perceber a importância do investimento de recursos financeiros para aumentar o engajamento e alcance das publicações do *Instagram*.

Outros temas frequentes nas postagens de vídeos foram: Covid-19 28,6% (6), prevenção e controle das IRAS 9,5% (2), microrganismos 4,8% (1), biossegurança 4,8% (1) e homenagem aos profissionais da área da saúde 4,8% (1).

Em relação às *lives*, a primeira foi realizada no dia 04 de março de 2021. Foi abordado o tema prevenção e controle de infecções no contexto da Covid-19 (Figura 4), obtendo 65 engajamentos e um alcance de 203 contas na rede *Instagram*. A segunda *live* foi realizada no dia 25 de março de 2021 com o tema prevenção e controle das IRAS no Hospital Nossa Senhora da Saúde em Diamantina/MG, e teve 30 engajamentos e um alcance de 137 contas na rede social.

Pode-se inferir que o maior alcance da primeira *live* se deve à importância do tema abordado. Neste período, houve grande interesse da população sobre esse assunto, tendo em vista o contexto da pandemia. Nesta *live* foram enfatizadas medidas de prevenção contra doenças infectocontagiosas, incluindo a Covid-19, sendo estimuladas as práticas de higienização das mãos, uso de máscaras, distanciamento social e etiqueta respiratória.

Quanto ao perfil demográfico dos seguidores do projeto observou-se que as mulheres estão em maior número 63,4% (224), assim como nos cursos da área da saúde observado por Nardelli et al. (2013) e Bublitz et al. (2015). Deste modo, é provável que o perfil predominantemente feminino seja pelo motivo citado.

Neste estudo, a faixa etária prevalente foi de 25 a 34 anos, 35,8% (126). De acordo com Rego et al. (2018), a média de idade dos estudantes de medicina encontrada foi de $21,5 \pm 3,0$ anos, enquanto uma pesquisa realizada pela Associação Nacional dos Dirigentes das Instituições Federais de Ensino Superior apontou 24,4 anos para os universitários. A partir desse dado, é possível inferir que o público do perfil do “Projeto Salva Vidas” transcende apenas discentes do nível superior, englobando docentes e sociedade no geral.

O perfil do projeto conta ainda com seguidores da faixa etária entre 18 a 24 anos 24,2% (85), 35 a 44 anos 25,8% (91), 45 a 54 anos 8,4% (30), 55 a 64 anos 3,75% (13), e de 65 anos ou mais 1,3% (5). Portanto, a partir da análise destes dados sugere-se que as publicações sejam claras, objetivas e com letras maiores para facilitar a leitura pelas pessoas com maior idade, haja vista a diversidade do público alcançado.

Em relação a origem dos seguidores 99,3% (351) eram provenientes do Brasil, 0,3% (1) dos Estados Unidos e 0,3% (1) do Togo. As publicações no *feed* foram direcionadas aos brasileiros, uma vez que as legendas, *folders* e vídeos eram em português, bem como as *hashtags*, o que cria um nicho de acesso mais restrito dentro do país. Para expandir esse acesso, seria necessário investir em publicações com legendas em outras línguas, com conteúdo para demais países.

Figura 4 – *Folder* da *live* referente a divulgação da postagem de número 87 publicada em 04 de março de 2021, no *Instagram* do projeto Salva Vidas. Faculdade de Medicina

de Diamantina, Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri, Minas Gerais, Brasil, 2022.



Fonte: elaborada pelos autores.

De acordo com a estimativa do *Instagram* a maior parte dos seguidores pertencia ao estado de Minas Gerais, sendo 52,2% (184) do município de Diamantina, 12,0% (43) de Belo Horizonte, 3,0% (11) de Curvelo, 2,0% (7) de Gouveia e Montes Claros 1,7% (6). Houve maior número de seguidores residentes no município de Diamantina devido ao fato de que todos os integrantes do projeto apresentam vínculo com a Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri (UFVJM), em Diamantina. Dessa forma, a divulgação do trabalho realizado pelo projeto para as pessoas desse convívio foi facilitada. As demais cidades que compõem os seguidores (Belo Horizonte, Curvelo, Gouveia e Montes Claros) se justificam pela proximidade territorial com a Universidade, contato dos integrantes com demais universitários que residem nestas cidades, prestação e solicitação de serviços, como por exemplo, no setor de saúde.

Ao analisar as interações durante a semana, verificou-se que não houve diferença de interação entre os dias da semana, apresentando média dos sete dias de 266,3 interações, o que pode se relacionar à constância aplicada nas publicações, sempre realizadas às quartas e sextas geralmente em horário definido aproximado, gerando uma frequência no perfil da página e nas interações do público que recebe as informações. Além disso, a escolha dos dias e dos horários de publicações foi pensada, a fim de coincidir com o horário de maior número de acessos à rede social, estatísticas fornecidas

pela própria plataforma, o que contribui para estabilidade de interações durante a semana (INSTAGRAM EMPRESAS, 2017).

A Tabela 1 apresenta o levantamento das ações na conta do perfil do "Projeto Salva Vidas" na rede *Instagram*, no período de um ano. Os resultados foram divididos por trimestres. Entre as atividades descritas foi observado no 2º trimestre do ano de 2020 35.808 alcances, sendo o maior observado no período analisado.

Observou-se que foram obtidos melhores resultados no segundo trimestre de 2020 e o primeiro trimestre de 2021, o que pode estar relacionado ao momento da pandemia e ao conteúdo abordado nas postagens, uma vez que durante esses períodos a temática abordada era voltada para a higienização das mãos e prevenção e controle da Covid-19. O primeiro trimestre de 2021 foi o de maior relevância em todos os quesitos analisados, sendo inferior apenas no número de alcance, o que provavelmente se justifica pelo vídeo promovido no primeiro trimestre. Comparando o primeiro trimestre de 2021 com o segundo trimestre de 2020, pode-se destacar o aumento de 28 curtidas e de 50 envios, entre os períodos.

O *Instagram* consiste em uma boa ferramenta para divulgação de conteúdos acadêmicos, segundo dados da plataforma, atualmente existem mais de 1 bilhão de usuários, sendo o Brasil o 3º país com maior número de contas ativas. Nesse sentido, a utilização do aplicativo torna-se um meio de ensino importante devido a grande visibilidade, fator que gera a promoção do aprendizado com a interação entre a comunidade acadêmica e a sociedade. De acordo com Boller et al. (2021) o *Instagram* constitui uma ferramenta de fácil acesso que poderá ser utilizada por uma diversidade de indivíduos e mostra-se como uma fonte de informações de qualidade.

Tabela 1 – Distribuição das ações da conta do projeto “Salva Vidas” na rede *Instagram*, distribuídas por trimestres, no período de um ano (abril 2020/ abril 2021). Faculdade de

Medicina de Diamantina, Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri,
Minas Gerais, Brasil, 2022.

Ações	2020			2021
	2º trimestre*	3º trimestre	4º trimestre	1º trimestre**
	N (%)	N (%)	N(%)	N (%)
Postagens	29	27	20	30
Curtidas	400	280	253	428
Comentários	16	1	1	19
Envios	48	30	22	98
Salvamentos	44	29	22	66
Interações	94	24	26	102
Alcance	35.808	2.555	2.200	3.949
Seguidores	6	1	5	10

* - Iniciado em 24 abril de 2021; ** - Finalizado em 23 de abril.

Fonte: elaborada pelos autores.

De acordo com Pereira, Silva Júnior, Silva (2019) a divulgação de informações, conceitos e definições em linguagens simbólicas, verbais e não verbais abertas e inteligíveis favorece o ensino na área das ciências da natureza. O autor enfatiza ainda o poder das redes sociais, como *Instagram*, para repassar memes e criar condições para reflexão do conhecimento. O mesmo autor acredita que a linguagem contemporânea utilizada na rede favorece, mesmo que empiricamente, o conhecimento.

De acordo com as observações realizadas neste estudo é possível reconhecer a rede social *Instagram* como uma ferramenta de disseminação de informações confiáveis para promover a extensão universitária levando conhecimento básico e técnico para o seu público.

CONCLUSÃO

A prevenção de doenças infectocontagiosas tornou-se ainda mais relevante no contexto da pandemia da Covid-19 e as redes sociais, como *Instagram*, são meios acessíveis para difundir conhecimentos confiáveis sobre o tema, haja vista a necessidade do isolamento social neste período. O *Instagram* é uma rede social utilizada por um público diverso e por isso todo conteúdo tinha que ser abordado da forma mais simples possível. É importante trazer informações atuais referentes aos problemas vivenciados no momento, como ocorreu com os assuntos sobre a Covid-19. Dessa forma, é possível atrair maior interesse pelos seguidores.

O projeto traçou um perfil demográfico dos seguidores, o que permite planejar e conduzir com maior segurança às futuras atividades educacionais voltadas para a faixa etária de maior prevalência que segue o perfil.

A rede social *Instagram* pode estar integrada à extensão universitária auxiliando na disseminação de informações de forma confiável para os profissionais, professores e estudantes da área da saúde e população em geral.

Futuramente, espera-se que o perfil do Projeto Salva Vidas possa alcançar mais seguidores, para isso, a produção de conteúdo e a divulgação devem permanecer contínuas. Acredita-se que a partir de investimentos em recursos financeiros para a promoção das publicações é possível aumentar o engajamento e alcance. Dessa maneira, haverá maior propagação de conhecimento básico e técnico sobre temas tão importantes como higienização das mãos e infecções relacionadas à assistência à saúde.

AGRADECIMENTOS

A universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri e a Faculdade de Medicina – FAMED – Campus Diamantina/MG, Brasil.

REFERÊNCIAS

BOLLER, S.; MIRANDA, F.M.A.; PEREIRA, A.P.; BARBOSA, M.K.; FACHINA, L.A.; KÜCHLER, M.L.; KOVALCZYKOVSKI, A.G.S.; TELES, A.B.S.; BRUECKHEIMER, S.R. A prevenção da incontinência urinária no contexto da pandemia da Covid-19: Ações educativas de uma Liga Acadêmica de Enfermagem. **Revista Extensão em Foco**. 2021. n. 23 (Especial), p. 514-531.

BUBLITZ, S.; GUIDO, L.A.; KIRCHHOF, R.S.; NEVES, E.T.; LOPES, L.F.D. Sociodemographic and academic profile of nursing students from four brazilian institutions. **Revista Gaúcha de Enfermagem**, 2015, 36(1), 77-83.

CAMPOS, F.F.; SANTANA, S.S. Uso do Instagram como Ferramenta de Ensino em Tempos de COVID-19. In R. A. Zan, J. H. da S. Bezerra, J. F. Naves, & E. da Silva (Orgs.), **Tecnologias Digitais e Inovação: Desafio da Educação e Saúde em Tempos de COVID-19**. 2020 (pp. 175-191). Rio Branco, AC/Brasil: Stricto Sensu.

CUCINOTTA, D.; VANELLI, M. (2020). WHO Declares COVID-19 a Pandemic. **Acta Biomédica Brasiliensia**. 2020, 91(1), 157-160.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. 2018. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/diamantina/panorama>

INSTAGRAM EMPRESAS. Destaque-se com o Instagram: Novo no Instagram? Veja como configurar um perfil comercial gratuito, criar conteúdo e usar o Instagram para expandir seus negócios. 2017. Disponível em: <https://business.instagram.com/getting-started>.

LAHER, A.E.; VAN ROOYEN, L.R.; GERBER, L.; RICHARDS, G.A. Compliance with hygiene practices among healthcare workers in the intensive care unit. **South African Medical Journal**, 2020 110(8), 791-795.

MACHADO, L.C. *A utilização das mídias sociais na educação: Facebook, Instagram e Whatsapp*. Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade Federal de São João Del-Rei, Araxá/MG. 2019. Disponível em: <http://dspace.nead.ufsj.edu.br/trabalhospublicos/bitstream/handle/123456789/338/Trabalho%20de%20Tcc%20Pós%20-%20Leonardo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Portaria N° 343, de 17 de Março de 2020**. Brasília. 2020. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/portaria/prt/portaria%20n%20343-20-mec.htm

MOREIRA, J.A.M.; HENRIQUES, S.; BARROS, D. Transitando de um ensino remoto emergencial para uma educação digital em rede, em tempos de pandemia. **Dialogia**, 2020, 34, 351-364.

MU, X.; XU, Y.; YANG, T.; ZHANG, J.; WANG, C.; LIU, W.; CHEN, J.; TANG, L.; YANG, H. Improving hand hygiene compliance among healthcare workers: an intervention study in a Hospital in Guizhou Province, China. **Brazilian Journal of Infectious Diseases**, 2016, 20(5), 413-418.

NARDELLI, G.G.; GAUDENCI, E.M.; GARCIA, B.B.; CARLETO, C.T.; GONTIJO, L.M.; PEDROSA, L.A.K. Perfil dos Alunos Ingressantes dos Cursos da Área da Saúde de uma Universidade Federal. **Revista de Enfermagem e Atenção à Saúde**, 2013, 2(1), 3-12.

PEREIRA, J.A.; SILVA JÚNIOR, J.F.; SILVA, E.V. Instagram como Ferramenta de Aprendizagem no Ensino de Química. **Revista Debates em Ensino de Química**, 2019, 5(1), 119-131.

Rego, R.M.; Marques, N.A.; Monteiro, P.C.; Oliveira, C.L.B.; Lins, N.A.A.; Caldas, C.A.M. O perfil atual do estudante de Medicina e sua repercussão na vivência do curso do Pará. **Research Medical Journal**, 2018, 2(1), 22-30.

UNIVERSIDADE FEDERAL DOS VALES DO JEQUITINHONHA E MUCURI. DESPACHO 50/2020: Suspensão do calendário acadêmico 2020. Diamantina. 2020. Disponível em: http://www.ufvjm.edu.br/noticias/9748-2020-03-20-20-49-25.html?lang=pt_BR.utf8,+pt_BR.UT.

WERHMULLER, C.; SILVEIRA, I. Redes sociais como ferramentas de apoio à Educação. **Revista de Ensino de Ciências e Matemática**, 2012, 3(3), 594-605.

Recebido em: 21 de setembro de 2022

Aceito em: 02 de novembro de 2022