



RELATO SOBRE PERFIL NO INSTAGRAM DE UM PROJETO DE EXTENSÃO

Danielle Aparecida Gomes Pereira*
Luiza Carolina de Azevedo Santos
Stefany Mendes Guimarães

DOI: <https://doi.org/10.23901/1679-4605.2025v19n1p310-317>

RESUMO

O perfil no Instagram @fisioterapiavascular.ufmg foi criado com temáticas relacionadas à saúde cardiovascular, apresentando publicações não periódicas no ano de 2021 e periódicas em 2022. **Objetivos:** Apresentar resultados do perfil no Instagram @fisioterapiavascular.ufmg, entre maio de 2021 e março de 2022 e comparar dados das publicações não programadas com periodicidade variável de 2021 (PNP) e programadas com periodicidade semanal de 2022 (PPS). **Materiais e método:** Os dados foram levantados por meio do aplicativo Instagram, no qual é possível obter os *insights* das publicações. Realizou-se a análise descritiva por meio de medidas de tendência central e dispersão. Fez-se a comparação das variáveis entre os anos de 2021 (de abril a dezembro) e 2022 (de janeiro a março) pelo teste t independente. Considerou-se um alfa de 5% para significância estatística. **Resultados:** A partir da análise comparativa de dados entre 2021 e 2022, alcançaram-se 513 contas, o que representa um aumento de 2,1% no alcance e um aumento de 7,4% do total de seguidores, tendo havido, assim, um indicativo do crescimento da página. As seguintes variáveis das publicações do perfil do ano de 2021 apresentaram diferença estatística ($p < 0,05$) em comparação ao ano de 2022: número de comentários (7 *versus* 5), alcance (312 *versus* 278) e impressões (448 *versus* 378) e foram avaliadas por duas avaliadoras independentes. **Conclusão:** Em relação aos dados analisados, uma sequência de PPS não foi estatisticamente relevante se comparada a uma sequência de publicações sem programação prévia.

Palavras-chave: Rede social. Fisioterapia. Doença arterial obstrutiva periférica. Doenças cardiovasculares.

REPORT ON THE INSTAGRAM PROFILE OF AN EXTENSION PROJECT

ABSTRACT

The Instagram profile @fisioterapiavascular.ufmg was created with themes related to cardiovascular health, presenting non-periodic publications in 2021 and periodic ones in 2022. **Objectives:** To present results from the Instagram profile @fisioterapiavascular.ufmg,

* Professora do Departamento de Fisioterapia, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Reabilitação – Belo Horizonte, MG, Brasil. Contato: danigomespereira@ufmg.br

between May 2021 and March 2022, and compare data from unscheduled and variable frequency publications in 2021 (PNP) with those scheduled at weekly frequency in 2022 (PPS). **Materials and method:** The data were collected using the Instagram application, where it is possible to obtain insights about publications. Descriptive analysis was carried out using measures of central tendency and dispersion. Comparison of variables between the years 2021 (from April to December) and 2022 (from January to March) was performed using the independent t-test. An alpha value of 5% was considered for statistical significance. **Results:** From the comparative analysis of data for 2021 and 2022, 513 accounts were reached, representing an increase of 2.1% in reach and an increase of 7.4% in total followers, indicative of page growth. The following variables from publications of the profile in 2021 showed a statistical difference ($p < 0.05$), compared to 2022, and were evaluated by two independent evaluators: number of comments (7 versus 5), reach (312 versus 278), and impressions (448 versus 378). **Conclusion:** In relation to the data analyzed, a sequence of PPS was not statistically relevant, when compared to a sequence of publications without prior programming.

Keywords: Social media. Physiotherapy. Peripheral obstructive arterial disease. Cardiovascular diseases.

INFORME SOBRE EL PERFIL DE INSTAGRAM DE UN PROYECTO DE AMPLIACIÓN

RESUMEN

Se creó el perfil de Instagram @fisioterapiavascular.ufmg con temáticas relacionadas a la salud cardiovascular, presentando publicaciones no periódicas en el año de 2021 y periódicas en 2022. **Objetivos:** presentar resultados del perfil de Instagram @fisioterapiavascular.ufmg, entre mayo de 2021 y marzo de 2022 y comparar datos de las publicaciones no programadas con frecuencia variable en 2021 (PNP) y las programadas con frecuencia semanal en 2022 (PPS). **Materiales y método:** Los datos se recolectaron a través de la aplicación Instagram, en la cual es posible obtener los *insights* de las publicaciones. El análisis descriptivo se realizó mediante medidas de tendencia central y dispersión. La comparación de variables entre los años 2021 (de abril a diciembre) y 2022 (de enero a marzo) se hizo mediante la prueba t independiente. Se consideró un alfa del 5% para significación estadística. **Resultados:** A partir del análisis comparativo de datos entre 2021 y 2022 se llegó a 513 cuentas, lo que representa un aumento del 2,1% en el alcance y un aumento del 7,4% en el total de seguidores, siendo un indicativo del crecimiento de la página. Las siguientes variables de las publicaciones del perfil en 2021 mostraron una diferencia estadística ($p < 0,05$) en comparación con 2022: número de comentarios (7 *versus* 5), alcance (312 *versus* 278) e impresiones (448 *versus* 378) y fueron evaluadas por dos evaluadoras independientes. **Conclusión:** En relación con los datos analizados, una secuencia de PPS no resultó estadísticamente relevante cuando se compara con una secuencia de publicaciones sin programación previa.

Palabras clave: Red social. Fisioterapia. Enfermedad obstructiva arterial periférica. Enfermedades cardiovasculares.

INTRODUÇÃO

O projeto de extensão Serviço de Apoio às Pessoas com Doença Arterial Obstrutiva Periférica (SAP-DAOP) presta assistência especializada em reabilitação vascular desde 2010. O serviço é integrado ao Hospital das Clínicas da Universidade Federal de Minas Gerais (HC-UFMG) e engloba atendimento fisioterapêutico, informações em educação em saúde para a promoção do cuidado individual e autonomia do paciente no seu tratamento. Somado a isso*, realizam-se atividades de pesquisa vinculadas ao SAP-DAOP e produção de trabalhos para apresentação em eventos científicos com a participação direta dos discentes do projeto (UFMG, 2021).

Embora os atendimentos sejam oferecidos na modalidade presencial, a partir de 2020, com a pandemia do coronavírus (COVID-19)*, acrescentaram-se os acompanhamentos por telemonitoramento (Pereira *et al.*, 2021). Em 2021, o projeto realizou acompanhamento de forma mista, presencial e *on-line** para maior abrangência no atendimento dos pacientes com DAOP, que são de alto risco para COVID-19. De forma complementar, o projeto passou a contar com uma conta no Youtube (fisioterapiavascular.ufmg) e um perfil no Instagram (@fisioterapiavascular.ufmg) para ações junto à sociedade, gerenciados pelos alunos extensionistas no projeto e pela coordenadora no projeto. Por essa razão, foi necessário adaptar as atividades à nova realidade.

O Instagram é uma ferramenta digital que tem por objetivo diminuir barreiras físicas e sociais. Nesse sentido, é possível aplicar o conceito de espaço de afinidade.

Espaços de afinidade são locais *on-line* e/ou *off-line* onde as pessoas se reúnem devido a um interesse ou empreendimento compartilhado. Esse interesse ou esforço comum substitui distinções como idade ou gênero, que podem moldar as interações dos usuários em outros espaços (Carpenter *et al.*, 2020, p. 4, tradução das autoras).

Essa ferramenta permite que pessoas com interesses em comum possam agrupar-se e compartilhar experiências e conhecimentos. Do ponto de vista da aprendizagem, o Instagram tem sido utilizado como ferramenta de letramento e transmissão do conhecimento para fins educacionais e tornou-se um aliado para ampliação do conhecimento (Pereira; Silva Junior; Silva, 2019; Sousa *et al.*, 2021). Nesse sentido, o Instagram do SAP-DAOP foi criado com intuito de disponibilizar divulgação científica de qualidade e confiável para a população em geral, especialmente às pessoas com DAOP, em educação e cuidados em saúde extramuros à UFMG e compartilhamento de informações a respeito do projeto de extensão.

Durante o primeiro ano do perfil no Instagram, as publicações eram realizadas sem definição prévia de cronograma. Dessa maneira, as publicações apresentaram periodicidade variável nesse período. Ademais, as temáticas eram baseadas nas propostas realizadas pela discente responsável pelo gerenciamento do perfil, discutidas e corrigidas previamente pela orientadora do projeto antes da publicação (UFMG, 2021).

Em dezembro de 2021, definiu-se uma proposta de programação de publicações entre janeiro e março de 2022 para realizar uma sequência de publicações pré-definidas, com periodicidade semanal, visto que manter uma frequência de publicações poderia contribuir para ampliar o reconhecimento da página e estabelecê-la como uma fonte útil de informações.

Diante da implantação do perfil no Instagram e a mudança de organização das publicações após 2021, é importante um momento de análise e reflexão sobre os resultados das publicações. O aplicativo apresenta uma ferramenta chamada Instagram *Insights*, que tem como objetivo demonstrar as interações com os perfis da rede social. Dessa forma, os administradores podem acompanhar e entender o desempenho de suas publicações, além de permitir analisar quais temáticas agradam mais os usuários.

Nesse sentido, é relevante analisar os dados de *insights*, para obter conclusões mais específicas. Diante do exposto, torna-se necessário avaliar o futuro do perfil, tendo como base quais foram as publicações mais curtidas, salvas ou compartilhadas, para, a partir dos resultados, trabalhar temas que os seguidores tenham mais interesse e engajamento.

METODOLOGIA

Com o auxílio de dois pesquisadores independentes, os dados foram levantados por meio do aplicativo Instagram, por meio do qual é possível obter os *insights* das publicações, que abrangem contas alcançadas, interações com o conteúdo, impressões e atividade do perfil. O aplicativo apresenta uma visão geral dos *insights* dos últimos 7 dias, 14 dias, 30 dias, mês anterior e últimos 90 dias, sendo possível comparar os dados entre si. Além disso, é possível realizar uma busca dos *insights* de cada publicação, mesmo das que ultrapassem os 90 dias. A partir disso, analisaram-se os dados entre os meses de abril a dezembro de 2021 e janeiro a março de 2022.

A partir do alcance, é possível perceber a abrangência das publicações para os seguidores e não seguidores; as impressões que englobam reações dos seguidores na aba inicial, no próprio perfil no perfil de outra pessoa, e na aba de explorar; e as interações, cujo conteúdo se divide quantitativamente em curtidas, compartilhamentos, salvamentos, comentários em cada publicação individualmente; e atividades do perfil, as quais contemplam a quantidade de novos seguidores e as visitas a diversos perfis.

Variáveis analisadas

As variáveis analisadas neste estudo foram as contas alcançadas entre seguidores e não seguidores, interações com o conteúdo, impressões e atividade do perfil.

Análise dos dados

Foi realizada a análise descritiva por meio de medidas de tendência central e dispersão. A comparação das variáveis entre os anos de 2021 e 2022 foi feita pelo teste t independente. O valor alfa de 5% foi considerado para significância estatística.

RESULTADOS

A partir da análise comparativa de dados entre 2021 e 2022 alcançaram-se 513 contas, o que representa um aumento de 2,1% no alcance e um aumento de 7,4% do total de seguidores, dados que demonstram o crescimento da página. Os resultados são apresentados no Quadro 1.

Quadro 1. Análise descritiva das publicações realizadas em 2021 e 2022

Variáveis (n)	Publicações 2021 (n = 17)			Publicações 2022 (n = 9)			Valor p
	Mínimo	Máximo	Média ± dp	Mínimo	Máximo	Média ± dp	
Interações	27	108	66 ± 18,19	45	82	63,78 ± 11,72	0,744
Curtidas	26	64	48,12 ± 10,63	21	65	46,22 ± 10,08	0,664
Comentários	0	7	3,35 ± 2,23	0	5	1,44 ± 1,51	0,031*
Compartilhamentos	0	35	9,94 ± 9,07	8	16	12,11 ± 2,32	0,491
Salvamentos	1	9	4,59 ± 2,12	1	9	4 ± 2,65	0,543
Alcance	119	312	263,41 ± 48,34	139	278	198,56 ± 43,1	0,003*
Seguidor	111	296	241,06 ± 44,90	127	262	182,22 ± 41,22	0,003*
Não seguidor	8	63	22,35 ± 12,54	12	22	16,33 ± 3,61	0,175
Atividade	0	42	14,76 ± 11,50	4	26	13,44 ± 7,92	0,762
Visitas ao perfil	0	32	10,35 ± 8,28	3	14	8,56 ± 3,61	0,544
Começaram a seguir	0	14	4,24 ± 4,47	0	12	4,67 ± 4,58	0,818
Toques no site	0	1	18 ± 0,39	0	1	22 ± 0,44	0,789
Impressões	158	448	356,35 ± 67,91	178	378	259,56 ± 59,97	0,001*
Página inicial	130	396	292,18 ± 59,68	144	330	218,11 ± 54,73	0,005*
Perfil	14	129	42,53 ± 27,49	5	22	16,33 ± 5,70	0,010*
Outra pessoa	7	54	21,18 ± 11,60	12	38	24,89 ± 9,83	0,423
Explorar	0	5	47 ± 1,23	0	2	22 ± 0,67	0,581

Legenda: n – número; dp – desvio-padrão; * diferença significativa ($p < 0,05$).

Fonte: Autores, 2022.

DISCUSSÃO

As publicações do perfil no Instagram criado pelos acadêmicos do projeto SAP-DAOP do ano de 2021 obtiveram maior número de comentários, alcance e impressões, todas com significância estatística em relação ao ano de 2022. Esses resultados demonstram que uma sequência de publicações não programadas traz maior impacto quando comparada a uma estratégia de periodização.

Tendo em vista a análise comparativa de dados entre 2021 e 2022, observou-se que foram alcançadas 513 contas. Segundo Pilgrim e Bohnet-Joschko (2019), pode-se dizer que esses valores não são relevantes para uma página de Instagram, uma vez que abaixo de 100.000 seguidores, ela é considerada uma micro-página. No entanto, isso pode ser explicado, devido ao perfil ser voltado para um público específico, seja de acadêmicos, profissionais da área da saúde ou pessoas com DAOP.

No que diz respeito ao número de curtidas e compartilhamentos, as publicações do ano de 2021 obtiveram maior valor, o que se relaciona ao fato de o Instagram ter sido criado em um momento de pandemia, no qual as pessoas passaram a utilizar mais as redes sociais (Xavier et al., 2020). Entretanto, esses dados não foram estatisticamente diferentes entre os anos.

As primeiras publicações abordaram temas mais populares, de maior conhecimento da população em geral. Ademais, a sequência de publicações sobre reabilitação cardiovascular em 2022 pode ter despertado mais a atenção para o público formado ou que estava cursando Fisioterapia, apesar de não ter sido esse o objetivo. O único valor estatisticamente significativo nas interações, foi o número de comentários.

Além disso, ao analisar o grupo “alcance”, é possível perceber que o número de contas alcançadas por seguidores diminuiu de 2021 para 2022 de forma significativa. Nesse contexto, é possível perceber que as impressões também apresentaram queda tanto na visita à página inicial quanto no perfil. Essa redução pode ser demonstrada pelo fato de o Instagram apresentar um algoritmo. De acordo com Freitas (2016), o algoritmo tem como objetivo selecionar os conteúdos entregues para cada usuário, a partir das suas preferências de busca e acesso no aplicativo. Nesse sentido, criam-se “filtros” que direcionam as publicações das páginas a alcançarem não só os seguidores, mas os não seguidores que apresentem interesse na temática. Dessa forma, o conteúdo passa a ter alta correspondência com cada pessoa.

Tendo em vista a influência do algoritmo no aplicativo, é possível considerar que, quando a página se iniciou, ela foi entregue a mais pessoas que possivelmente poderiam ter interesse pelo conteúdo. Após a consolidação da página e a delimitação do tema, o alcance para as contas se reduziu, visto que o Instagram @fisioterapiavascular.ufmg abrange, em sua maioria, o público de discentes e profissionais de fisioterapia, além daqueles que apresentam DAOP e outras doenças cardiovasculares.

CONCLUSÃO

O Instagram apresenta grande influência na vida cotidiana de milhões de pessoas. Dessa forma, a criação do perfil @fisioterapiavascular.ufmg foi de suma importância para conscientização e educação da população sobre diversas condições de saúde cardiovasculares.

Em relação aos dados analisados, uma sequência de publicações programadas e periódicas não foi estatisticamente relevante se comparada a uma sequência sem programação. Diante disso, tendo em vista os resultados analisados, em relação aos temas, pode-se perceber que temas de maior senso comum apresentam maior alcance.

Nesse sentido, a página pode ter como propósitos promover uma ampla divulgação do projeto SAP-DAOP, realizar publicações que envolvam informações sobre hábitos de vida saudáveis, principalmente nas condições de saúde mais comuns. Por fim, novas pesquisas podem ser realizadas com intuito de analisar se um maior volume de publicações em uma menor quantidade de tempo interfere nos resultados.

SUBMETIDO EM: 15/08/2023.

ACEITO EM: 22/03/2024.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CARPENTER, Jeffrey P. *et al.* How and why are educators using Instagram? **Teaching and Teacher Education**, [S. l.], v. 96, 103149, 2020. Disponível em: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0742051X20313408>. Acesso em: 9 maio 2022.

FREITAS, Carlos Eduardo Pereira; BORGES, Messias Vasconcelos; RIOS, Riverson. O algoritmo classificatório no feed do Instagram. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO, 39., 2016, São Paulo. **Anais** [...]. São Paulo: Intercom, 2016. Tema: Comunicação e educação: caminhos integrados para um mundo em transformação.

PEREIRA, Jocimario Alves; SILVA JUNIOR, Jairo Ferreira da; SILVA, Everton Vieira da. Instagram como ferramenta de aprendizagem colaborativa aplicada ao ensino de química. **Revista Debates em Ensino de Química**, [S. l.], v. 5, n. 1, p. 119-131, 2019. Disponível em: <http://ead.codai.ufrpe.br/index.php/REDEQUIM/article/view/2099>. Acesso em: 15 abr. 2022.

PEREIRA, Danielle Aparecida Gomes *et al.* Autocuidado apoiado remoto para pessoas com doença arterial periférica. **Revista Brasileira de Extensão Universitária**, v. 12, n. 3, p. 387-396, set./dez. 2021.

PILGRIM, Katharina, BOHNET-JOSCHKO, Sabine. Selling health and happiness how influencers communicate on Instagram about dieting and exercise: mixed methods research. **BMC Public Health**, v. 19, n. 1, 1054, 2019.

SOUSA, Samuel *et al.* O uso do Instagram® como ferramenta de divulgação científica. In: CONGRESSO NACIONAL DE EDUCAÇÃO, 7., 2021. **Anais** [...]. Campina Grande: Editora Realize, 2021. Disponível em: <https://editorarealize.com.br/artigo/visualizar/79855>. Acesso em: 9 maio 2022.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS. Pró-Reitoria de Extensão. **SIEX-UFMG**. [Sistema de informação da extensão da Universidade Federal de Minas Gerais], [2021]. Disponível em: <https://sistemas.ufmg.br/siex/AuditarProjeto.do?id=77316>. Acesso em: 9 maio 2022.

XAVIER, Fernando *et al.* Análise de redes sociais como estratégia de apoio à vigilância em saúde durante a Covid-19. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 34, n. 99, p. 261-282, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/s0103-4014.2020.3499.016>. Acesso em: 19 jul. 2022.