



ORGANIZAÇÃO DE CRONOGRAMA DE POSTAGENS SOBRE A TEMÁTICA DA OBESIDADE E INTERAÇÃO COM O PÚBLICO ALVO

Natália Felix Padela, discente de graduação em medicina, Universidade Federal do Pampa, Campus Uruguaiana

Lilian Moura Costa da Silva, discente de graduação em medicina, Universidade Federal do Pampa, Campus Uruguaiana

Fábio Tavares da Silva, discente de graduação em medicina, Universidade Federal do Pampa, Campus Uruguaiana

Gabriela Kimi Sudo Martelleto, discente de graduação em medicina, Universidade Federal do Pampa, Campus Uruguaiana

Ilson Dias da Silveira, docente, Universidade Federal do Pampa

Isabel Cristina de Macedo, docente, Universidade Federal do Pampa

nataliapadela.aluno@unipampa.edu.br

A obesidade é uma doença crônica que tem um grande impacto nas diversas esferas da vida do indivíduo portador dessa afecção. O distúrbio já ganhou proporções epidêmicas e é considerado um grave problema de saúde pública. No Brasil, dados de 2018 mostram que 19,8% da população era obesa e que 55,7% estava acima do peso. Tendo em vista a grande relevância do tema, projetos que visam a comunicação entre o meio acadêmico e a comunidade são de extrema importância, uma vez que proporcionam a difusão do conhecimento científico a todos. Para promover a conscientização e a compreensão acerca dessa doença por parte da população, o projeto de extensão “Entendendo a Obesidade: emprego de mídias digitais e redes sociais” (SIPPEE nº 10.147.20) pretende realizar postagens periódicas sobre o assunto. Dessa forma, a montagem de um cronograma de postagens tem como objetivo garantir a organização e periodicidade na divulgação do material audiovisual orientativo em redes sociais que possibilitem a interação com o público e, assim, avaliar o alcance e o impacto da ação extensionista. Para as postagens do projeto foram escolhidas as redes sociais Instagram e Facebook. A seguir foi organizado, por meio do Excel, um cronograma de postagens semanais. O primeiro período elencado para as postagens foi de 20/09/2020 à 27/09/2020. O cronograma ficou da seguinte forma: 20/09 - 3 postagens iniciais no Instagram; 22/09 4ª postagem no Instagram e 1ª postagem no Facebook; 23/09 2ª e 3ª postagem no Facebook; 24/09 interação com o público, 5ª postagem no Instagram e 4ª e 5ª postagem no Facebook; 25/09 interação com o público; 26/09 6ª postagem em ambas redes sociais; 27/09 interação com o público e do dia 28/09 ao dia 29/09 avaliação dos resultados obtidos na rede social. As interações com o público foram realizadas através dos *stories* do Instagram. Os *stories* são posts que ficam disponíveis para o público por 24 horas, por meio dessa ferramenta é possível realizar enquetes, testes e colocar caixas de perguntas. No total foram feitas 5 postagens interativas (em 3 dias) nos *stories* do projeto, que incluíam quizzes e enquetes sobre os conteúdos dos posts. Foi alcançada uma média de 86,8

contas por postagem, esse resultado foi obtido através da soma de todas as contas alcançadas nesses posts interativos (435) dividido por 5. Para avaliar o engajamento com os seguidores nessas publicações, dividimos o número total de respostas obtidas (145) pelo alcance total de contas (435) e multiplicamos o resultado por 100, assim obtivemos uma taxa de engajamento média de 33,3%. Dessa maneira, podemos concluir que a elaboração de um cronograma é essencial para manter uma periodicidade e organização das postagens, além de facilitar a avaliação do seu impacto. Acreditamos que os resultados atingidos através do alcance de contas nas publicações interativas e do engajamento do público foram adequados, tendo em vista que o projeto ainda está em seu início.

Agradecimentos: PROEXT/UNIPAMPA.

Palavras-chave: Informação; Obesidade; Redes sociais.