



POSTAGENS EM REDES SOCIAIS COMO ESTRATÉGIA DE DIVULGAÇÃO DE CONHECIMENTO DE UMA LIGA ACADÊMICA DE CARDIOLOGIA E PNEUMOLOGIA: UMA ANÁLISE CRÍTICA

Palavras-chave: Enfermagem Cardiovascular; COVID-19; Cardiologia; Pneumologia; Redes Sociais

Autores: Wesley Martins de Souza¹, Juliana Resende Corrêa Lima¹, Raquel Sangy da Costa Guimarães², Judson Vieira de Carvalho Pereira¹, Caio Victor Chagas das Virgens¹, Andressa Teoli Nunciaroni¹, Renata Flávia Abreu da Silva¹

¹ Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

² Universidade Federal Fluminense

E-mail correspondente: wesley.souza@edu.unirio.br

Introdução

Durante a pandemia da COVID-19, as ligas acadêmicas reinventaram a sua forma de disseminar conteúdos. Uma das estratégias foram *posts* e vídeos curtos na plataforma *Instagram*[®]. Neste período, a Liga Acadêmica de Cardiologia e Pneumologia (LACAP) trouxe *posts* que mesclavam abordagens anátomo-fisiológicas e questões de concurso. Contudo, com o decorrer da pandemia, identificou-se maior acesso aos vídeos curtos ("Reels") pelo público em detrimento de *posts* mais textuais. Isso pode se relacionar à exaustão causada pelo excesso de informações e pode ter gerado mudanças no "perfil de interesse" no acesso aos *posts* da LACAP. Assim, o objetivo é identificar se o conteúdo por vídeo teve mais acessos comparado ao conteúdo textual.

Metodologia

Trata-se de um estudo descritivo, observacional e abordagem quantitativa. Foi realizada uma análise descritiva dos dados coletados da rede social *Instagram*[®] da LACAP, no período de 15/03/2020 a 25/08/2021. As variáveis analisadas foram quantidade, visualizações, reações e comentários acerca dos vídeos e dos *posts* de conteúdo. Utilizou-se o programa *Microsoft Excel*[®] para cálculo de suas médias e medianas.

Resultados

	Quantidade	Visualizações	Reações	Média Vis.	Média Re.	Mediana Vis.	Mediana Re.
Posts de conteúdo	53	37451	3950	706,62	74,53	695,00	65,00
Reels	11	23981	952	2180,09	86,55	1474	73

Fonte: Os autores.

Em relação aos comentários, os *posts* de conteúdo tiveram 208 comentários (Me = 3,92; Md = 5), enquanto os *reels* tiveram 75 comentários (Me = 6,82; Md = 5).

Os dados sugerem que os usuários da plataforma podem ter reduzido o seu interesse por conteúdos escritos, e optaram por meios dinâmicos e mais resumidos. Considerando-se o potencial de aprendizagem por meio de conteúdo científico postado em rede social, vislumbra-se um possível problema com a superficialização da leitura, podendo ser associado à ausência de interesse nos *posts* ou ao desinteresse de se aprofundar no conteúdo.

Conclusões

Foram encontrados resultados relevantes acerca do alcance de visualizações entre *post* e vídeos divulgados no perfil da liga. Segundo a análise, supõe-se que os conteúdos produzidos como "Reels" alcançam um público maior quando comparados aos conteúdos escritos.