

ENGAJAMENTO DAS POSTAGENS DE IGTV SOBRE ANÁLISES CLÍNICAS

XXIX Encontro de Extensão

Stephanie Alves Veloso, Ana Júlia Batista Pereira, Lara Elloyse Almeida Moreira, Maria Letícia Nobre Assunção, Raissa Duarte Braga, Ramon Roseo Paula Pessoa Bezerra de Menezes

Introdução: A Liga Acadêmica de Análises Clínicas da Universidade Federal do Ceará (LAAC-UFC) é um projeto apoiado nos pilares pesquisa, ensino e extensão, ligado ao Departamento de Análises Clínicas e Toxicológicas do curso de Farmácia. Com o objetivo de atender os pilares de ensino e extensão, a LAAC-UFC usa algumas mídias sociais como meio para espalhar e fomentar temas que envolvem as análises clínicas. Uma dessas mídias usadas é o Instagram, que é alimentada por diversas séries de postagens semanais, dentre elas os vídeos para o formato IGTV (vídeos curtos), com temas voltados tanto para o público em geral quanto para estudantes e profissionais de saúde. Objetivo: Este trabalho tem como objetivo analisar o engajamento e interações com os seguidores alcançados pelas postagens dos IGTV's. Metodologia: Ao todo, foram avaliadas 6 (seis) postagens, com o auxílio da ferramenta Instagram Insights, disponível no próprio Instagram, que possui critérios que contribuem para análise das postagens, como curtidas, comentários, visualizações, porcentagem média assistida, salvamentos, compartilhamentos e interações. Para avaliação do engajamento, foi utilizado uma fórmula que usa 4 (quatro) critérios dados na rede social, que possui pesos diferentes de acordo com sua importância, sendo somados e divididos pelo alcance das postagens e multiplicado por 100 ($(1 \times \text{Curtidas}) + (2 \times \text{Comentários}) + (3 \times \text{Salvamentos}) + (4 \times \text{Compartilhamentos}) / \text{Alcance} \times 100 = \%$). Resultados: Para análise dos IGTV's, foi usada uma classificação que informa se o engajamento da postagem foi Ruim (<10%), Regular (entre 10 e 15%), Bom (entre 15 e 20%) e Excelente (>20%). Todos os IGTV's avaliados foram classificados como Excelentes, sendo a menor porcentagem com 20,27% e a maior com 44,37%. Conclusão: A partir das informações obtidas, é possível entender um pouco mais do público que o perfil do Instagram alcança e os temas que são mais relevantes dentre os abordados, o que aumenta o alcance da liga.

Palavras-chave: IGTV's. Rede social. Engajamento.