

AVALIAÇÃO DA EFICÁCIA DE UM INSTAGRAM EDUCATIVO PARA
PROMOÇÃO DE SAÚDE PARA O PÚBLICO JOVEM

TÍTULO PARA O PÚBLICO: COMO VOCÊ AVALIA SEUS
CONHECIMENTOS E HÁBITOS EM SAÚDE?

Projeto de Iniciação Científica

Campinas, 2021

Resumo: Introdução: O crescente uso de smartphones, tablets e aplicativos móveis, particularmente das redes sociais, tem auxiliado na promoção de conhecimento sobre saúde para a população em geral. Acreditamos que há uma lacuna de informação sobre saúde na população e que é importante ampliarmos os meios de comunicação para promover hábitos saudáveis e motivar mudanças de comportamentos entre os jovens. Este estudo possui enfoque no Instagram, uma rede social na qual o usuário pode postar fotos e vídeos de curta duração, lançado em 2010 pelo norte-americano Kevin Systrom e pelo brasileiro Mike Krieger, engenheiros de software e foi escolhido devido à preferência dos jovens por essa rede social. **Objetivo:** Este trabalho visa propor uma intervenção utilizando a rede social Instagram para promover saúde, melhoria na qualidade de vida, bem-estar físico e mental e hábitos saudáveis para a população jovem. Tem por objetivo avaliar a eficácia de um Instagram Educativo nas mudanças de hábitos dos jovens; e se houve ganho de conhecimento por meio dos conteúdos disponibilizados. **Método:** Foi aplicado um questionário inicial para a avaliação do perfil do público que já acompanha o Instagram e de seus hábitos no início do estudo, a fim de direcionarmos os conteúdos das publicações e estimarmos a população amostral. Após um período de 6 meses, esse questionário foi reaplicado juntamente com outro questionário sobre a opinião dos participantes sobre a página para avaliar a aquisição de conhecimento e mudança de hábitos de vida pelos jovens que acompanharam o Instagram Educativo, bem como a sua eficácia. A aplicação dos questionários foi online, sendo que o convite foi disponibilizado ao público em geral. Para ter acesso ao questionário o participante tinha que acessar a página do Instagram Educativo, onde havia o link de acesso para o questionário. Os participantes foram convidados a seguir a página e a responderem o questionário novamente após 6 meses, bem com a opinarem sobre a página do Instagram. Para todas as comparações de dados categóricos foi utilizado o teste do Qui-quadrado. As duas somatórias foram comparadas utilizando o teste T de Student para dados pareados nos 16 participantes que responderam os questionários no intervalo de 6 meses. Esse trabalho foi aprovado pelo comitê de ética em pesquisa. **Resultados:** Responderam ao questionário inicial 63 participantes e a análise do perfil sociodemográfico demonstrou uma população predominantemente do sexo feminino (n=52, 81%) e que possuía formação superior (n=43, 68%). A página atingiu o público-alvo esperado, visto que 39 (62%) possuíam entre 18 e 30 anos. Dezesesseis participantes responderam ao questionário final após 6 meses. Nos participantes de 18 a 30 anos a média do escore do questionário inicial foi 19,4 ($\pm 3,6$; n=39), e a final foi 20,5 ($\pm 3,8$; n=9), e para os participantes com mais de 30

anos a média do escore inicial foi 18,7 ($\pm 4,1$; n=24) e a final foi 20 ($\pm 4,2$; n=7). **Conclusão:** A página do Instagram Educativo teve boa aceitabilidade entre o público, e atingiu o perfil sociodemográfico da população alvo. Não foi possível concluir se houve melhora de hábitos em relação à frequência de acesso para os participantes que responderam a ambos os questionários. Com essa pesquisa pudemos identificar os temas que devem ser abordados com mais frequência na página.

Palavras chaves: rede social; hábitos saudáveis; mudança de comportamento.

1. Introdução

As mídias sociais estão ocupando um espaço cada vez maior na vida das pessoas. Há várias formas de interações das mídias sociais que surgem gradativamente e influenciam modos de agir e de pensar, os comportamentos humanos e em tantos outros aspectos nas relações interpessoais. O avanço da internet e das novas tecnologias permitiram que surgisse uma nova forma de comunicação, isto é, a comunicação por redes, a qual tem um grande poder de difusão, velocidade de circulação e alta capacidade de influência. (FARIA; CRESTANI, 2017).

É inegável a importância das redes sociais no cotidiano das pessoas, seja para interações com outras pessoas - com informações praticamente instantâneas - seja como ferramentas para promoção de saúde, bem-estar, mobilizações sociais, campanhas de prevenção e conscientização. (ALMEIDA; STASIAK, 2012).

Dessa forma, a sociedade vive um momento em que as pessoas são guiadas pela transmissão de informações em tempo real. Em virtude desse avanço da velocidade entre trocas de informação e produção de conteúdo, o Instagram foi uma plataforma que se destacou nos últimos anos (MARTINS; ALBUQUERQUE; NEVES; 2018).

Na área da saúde, o uso efetivo de smartphones revolucionou a comunicação dos profissionais da saúde e seus pacientes. Por isso, a plataforma escolhida para nosso estudo foi o Instagram, uma rede social na qual permite ao usuário a postagem de fotos e vídeos de curta duração, lançado em 2010, pelos engenheiros de software, o norte-americano Kevin Systrom e o brasileiro Mike Krieger. A rede originou-se do *Burbn*, contendo fotografias, vídeos, planejamentos e localização. Eles resolveram modificar a rede social *Burbn* em uma nova mídia mais convidativa, o Instagram, com foco na fotografia (PIZA, 2012). De acordo com a Social Media Trends, em 2018, a rede social que apresentou o maior crescimento foi o Instagram, sendo considerada a de maior preferência dos usuários brasileiros. Ela é utilizada por diversos órgãos que são referência em saúde como o Centro

de Controle e Prevenção de Doenças - o CDC dos Estados Unidos, o Ministério da Saúde do Brasil e a Organização Mundial da Saúde.

Atualmente, esta rede social é principalmente visual, voltada para o compartilhamento de fotos por meio de dispositivos móveis. Os usuários podem postar vídeos de curta duração, interagir com publicações de outras pessoas com comentários, compartilhamentos e curtidas, além da opção *Direct Messages*, que permite aos usuários compartilharem mensagens privadas entre si, incluindo textos, áudios, fotos e vídeos. Uma das atualizações é a ferramenta *Stories*, disponível a partir de 2016, que são histórias feitas em pequenos vídeos que expiram e saem das postagens em 24 horas. Os *destaques* são espaços criados para armazenar as *stories* de maneira contínua, para que todos possam visualizar posteriormente, na página inicial do perfil. Ademais, a plataforma lançou a ferramenta *Insights*, que permite analisar o desempenho das postagens por meio de relatórios e, a partir desses resultados, pode-se nortear as próximas publicações. Em 2018, foi criada a TV Instagram para reproduzir vídeos mais longos. Por meio desta função, pode ser feita transmissão de vídeos em tempo real (*lives*). Trata-se de uma rede social mais adaptada para o uso em *smartphones*, já que em computadores a interação é limitada, permite apenas acompanhar o conteúdo e fazer comentários. (PINTO, 2019).

Por ser um aplicativo gratuito e de fácil uso, profissionais de diversas especialidades da área médica já fazem uso da rede para discussão de casos, promoção de saúde e marketing digital, como dermatologia, radiologia, pediatria, infectologia e outras. Por outro lado, a rede também é utilizada para difusão de conteúdos de publicidade negativa, como a promoção do uso de tabaco e álcool e o consumo de alimentos pouco saudáveis e de alto teor calórico, bem como conteúdos de autolesão e pornografia. A proposta de nossa página foi abordar esses assuntos de forma preventiva, orientando os seguidores com informações baseadas em evidências científicas.

Nesse momento que vivemos uma pandemia de COVID-19, a rotina de vida sofreu uma interrupção drástica gerando instabilidade social e econômica. Isolamento físico é um desafio para a manutenção de hábitos saudáveis tais como atividade física, alimentação saudável, sono, uso saudável de mídias sociais e tempo de tela. Embora nesse momento é fundamental controlar a propagação do vírus, há grande preocupação com a saúde da população jovem, que pode ter consequências negativas a longo prazo, tanto em relação à saúde mental, como ao sedentarismo e ganho de peso nesse período (RUNDLE, 2020). Assim, visto que mesmo as populações mais carentes têm contas em redes sociais

e acessam com frequência essas mídias, o objetivo deste projeto foi utilizar a comunicação de alto alcance das mídias sociais para promover saúde, auxiliando na melhora da qualidade de vida do público jovem por meio da divulgação de conhecimentos e informação em saúde.

O uso de redes sociais e seu impacto apresentam-se como um fenômeno relativamente recente e tem sido alvo de estudos de diversas áreas do conhecimento em busca da compreensão de sua influência nas diferentes populações. O presente estudo foi relevante para identificar o grau de influência do Instagram na rotina dos jovens adeptos à pesquisa.

2. Metodologia

O presente trabalho teve como metodologia a utilização de um Instagram Educativo como meio de intervenção para melhoria de qualidade de vida, bem-estar físico e mental, fornecendo informações sobre drogas lícitas e ilícitas, dicas de lazer e promoção de hábitos saudáveis para os jovens. Critério de inclusão: Indivíduos com 18 anos ou mais. Critério de exclusão: Indivíduos que enviarem o questionário sem respostas.

2.1 Desenho do estudo

O estudo apresentou caráter preventivo, pois entende-se por prevenção quando a intervenção ou o agente profilático é dado para indivíduos saudáveis ou em risco para prevenir uma doença. O Instagram Educativo objetivou por meio de publicações a promoção de saúde, a mudança de comportamentos e a melhoria de hábitos de vida a fim de prevenir doenças crônicas prevalentes na população brasileira, como hipertensão arterial, obesidade e diabetes mellitus. Entre os comportamentos de risco associados a doenças crônicas está o uso de SPA, comportamento sexual de risco e pensamentos suicidas. Esses temas foram abordados na página para promover a prevenção individual por meio da aquisição de conhecimentos e mudanças de hábitos pelos jovens. Como a rede social apresenta grande capacidade de difusão, visto que são publicados em uma rede social aberta, indivíduos de outras faixas etárias tiveram acesso aos conteúdos divulgados.

Assim sendo, as postagens ficaram disponíveis ao público independente da idade, e por isso, esses os conteúdos foram cuidadosamente redigidos para que as informações fossem de caráter preventivo, desaconselhando o consumo de álcool e drogas, de modo que menores de idade quando expostos às informações também se beneficiaram delas. Dados do PENSE (Pesquisa Nacional em Saúde Escolar) mostram que 18,4% dos

escolares do 9º do ensino fundamental já experimentaram cigarro na vida e 55,5% já tomaram bebida alcoólica, sendo que 21,4% informaram que já sofreram algum episódio de embriaguez na vida. A Academia Americana de Pediatria recomenda a triagem e intervenção breve (SBIRT) para comportamentos de risco de uso de SPA universal, para todos os adolescentes (a partir dos 10 anos de idade) (LEVY et al, 2016). Portanto, acreditamos que essas informações de prevenção ao uso de drogas são relevantes e convenientes mesmo para os jovens abaixo de 18 anos.

Os conteúdos das publicações foram produzidos pelas alunas de iniciação científica, utilizando o aplicativo *Canva*, que é um editor de imagens próprio para a produção de conteúdo para redes sociais, disponível na forma gratuita. Os conteúdos foram revisados pela orientadora. Foram produzidos semanalmente e armazenados em um *Drive* compartilhado entre as alunas, de modo que as postagens ocorreram com uma frequência de 4 vezes ou mais na semana.

2.2 Instrumentos para avaliação

Como instrumentos para avaliação foram criados 2 questionários para avaliar os ganhos de conhecimentos e as mudanças de hábitos dos jovens no período de 6 meses. Os questionários utilizados foram feitos para atender as especificidades da pesquisa em questão.

O primeiro questionário teve como objetivo avaliar os hábitos no início do estudo. Era composto por 16 questões, com 4 opções de resposta (com exceção das questões 12 e 13 que não seguiam esse padrão de 4 alternativas), a respeito dos hábitos de saúde dos participantes, a fim de traçarmos um perfil dos seguidores do Instagram Educativo e direcionarmos os conteúdos das publicações. Para a construção do questionário preliminar foram tomados como base questionários já aplicados em pesquisas de mestrado e doutorado da área de saúde e nutrição (ZANCUL,2008; VARGAS 2011; BARROS, 2004); utilizou-se 4 tipos diferentes de escala *Likert*:

- Escala de frequência: de acordo com a frequência que o jovem costumava realizar a atividade proposta pelo enunciado da pergunta: 1- Nunca; 2- Algumas vezes; 3- Muitas vezes; 4- Sempre.

- Escala de satisfação: de acordo com o nível de satisfação do jovem com a atividade descrita pelo enunciado da pergunta: 1- Nada satisfeito; 2- Pouco satisfeito; 3- Satisfeito; 4- Muito satisfeito.

- Escala de concordância: de acordo com o nível de concordância do jovem com o enunciado da pergunta: 1- Não concordo; 2- Concordo pouco; 3- Concordo; 4- Concordo muito.

- Escala de qualidade: como o jovem classificava o conteúdo das publicações do Instagram Educativo de acordo com a sua qualidade: 1-Ruim; 2- Regular; 3- Bom; 4- Muito Bom.

O questionário 1 foi reaplicado após 6 meses a fim de verificar mudanças em seus hábitos e a aquisição de conhecimento em saúde pelos jovens que acompanharam o Instagram Educativo. O segundo questionário era composto por 11 perguntas, com 4 alternativas cada, a respeito da opinião sobre a página e da percepção dos participantes em relação à sua interação com o Instagram Educativo. Ele foi aplicado 6 meses após o primeiro questionário, juntamente com a reaplicação do questionário 1.

2.3 Aspectos éticos da pesquisa

Este é um estudo experimental, longitudinal cujos dados foram obtidos por preenchimento de questionário antes e após intervenção. A participação no projeto de pesquisa foi voluntária, e os participantes podem solicitar a sua retirada no estudo a qualquer momento durante a pesquisa sem prejuízo ao seu atendimento e às suas atividades profissionais. O projeto foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CAAE: 34926720.3.0000.5404).

2.4 Procedimentos

A aplicação dos questionários foi online e o convite se manteve na página disponível ao público em geral. Para responder ao questionário 1 o participante deveria acessar a página do Instagram Educativo. O público-alvo do estudo foi jovens com 18 anos ou mais e estava explícito na primeira página do questionário que o participante deveria possuir pelo menos 18 anos.

O *Formulários Google* foi a ferramenta utilizada para a realização do projeto e incluiu: o convite à pesquisa, o e-mail, a confirmação que possui 18 anos ou mais, o TCLE, a concordância em participar da pesquisa e os questionários.

Na primeira página, havia uma breve descrição sobre a pesquisa, informando que o participante só deveria responder a pesquisa se possuísse pelo menos 18 anos. Também havia a informação de que a identificação do participante seria o e-mail utilizado no preenchimento inicial e que ele seria convidado, por via deste, a responder um segundo

questionário em um período de 6 meses após ter respondido o primeiro. Na segunda página do formulário, o participante foi apresentado ao termo de Consentimento Livre e Esclarecido. Ele deveria assinalar a sua concordância em participar da pesquisa para continuar a responder o questionário. Após a concordância em participar ele deveria informar os seguintes dados demográficos: sexo, idade, escolaridade e etnia. Essas informações eram obrigatórias, isto é, sem o preenchimento das respostas o participante não conseguiria seguir para a página seguinte.

A terceira página do formulário correspondia ao questionário 1. Ao término das respostas, o participante deveria clicar em “enviar”, recebendo no e-mail cadastrado uma cópia do formulário respondido, com o registro de suas respostas e do TCLE.

Os participantes foram convidados a seguir a página e a responder o questionário novamente após 6 meses da primeira etapa. No preenchimento do formulário após 6 meses, além do questionário 1, foi adicionado o questionário 2.

Três aspectos foram importantes para a manutenção da segurança dos dados coletados: confidencialidade, integridade e disponibilidade. Os dados foram armazenados em apenas um computador, contendo senha de acesso, firewall e antivírus, com acesso restrito e somente as alunas e a pesquisadora principal podem acessar, processar e modificar os dados. As informações manipuladas permanecem íntegras conforme criadas e estão disponíveis apenas à equipe participante do projeto de pesquisa.

2.5 Cálculo Amostral

Inicialmente o tamanho amostral foi calculado pelo desfecho e não pela frequência de acesso à página (intervenção); comparando a resposta do questionário inicial e final após 6 meses, baseado em estudos anteriores de intervenção em hábitos saudáveis na população brasileira, foi considerado uma melhora de pelo menos 33% dos hábitos saudáveis em um grupo de usuários comparado com o outro grupo sem melhora ou melhora de até 10%, um α (Erro tipo I) de 0.05 e β 0,2 (poder de 80%). Com base no cálculo, o número de participantes seria 37 em cada grupo. Projetando uma perda de até aproximadamente 25%, o tamanho amostral da pesquisa foi calculado para 50 participantes. Portanto, o número de participantes ($n=63$) alvo foi atingido na coleta inicial dos dados, porém o número de participantes ($n=16$) que permaneceram na pesquisa foi inferior ao cálculo previsto.

2.6 Análise Estatística

O questionário inicial da pesquisa teve por objetivo realizar um levantamento de dados a respeito do público que começou a seguir o Instagram Educativo, a fim de obtermos informações a respeito da faixa etária, do nível de formação e dos temas que seriam necessários abordamos com mais frequência na página a partir do conhecimento dos hábitos de vida desses participantes. Os cálculos para análise estatística foram realizados no programa JASP versão 0.14.1. Foi considerado significante valores de $p < 0,05$.

Foi realizada a comparação do escore estabelecido para dois grupos separados por faixa etária: participantes entre 18 a 30 anos, que são o público-alvo da pesquisa, e participantes mais velhos, a fim de se avaliar em que faixa os maus hábitos de vida são mais frequentes. Para todas as comparações de dados categóricos foi utilizado o teste do Qui-quadrado. Para cálculo do escore de hábitos saudáveis utilizamos as 10 primeiras perguntas do questionário 1 que avaliaram os hábitos saudáveis dos indivíduos. Essas perguntas eram do tipo *likert* com 4 opções de resposta que variavam de 0 (nunca) a 3 (sempre) e a somatória do escore pode variar de 0 a 30. Foi considerado mudança uma melhora de 33% no escore. O escore da somatória do questionário inicial foi comparada com a somatória no questionário final respondido após 6 meses de intervalo. Como as duas somatórias apresentaram distribuição normal, comparamos as médias utilizando o teste T de Student para dados pareados nos 16 participantes que responderam os questionários no intervalo de 6 meses. Como base nos escores iniciais e final, foram separados dois grupos: os que tiveram e os que não tiveram melhora dos hábitos saudáveis. Para análise de comparação, os dois grupos (com ou sem mudança de hábitos) foram comparados com a frequência de acesso dos participantes ao Instagram de acordo com a resposta à pergunta 1 do questionário 2: *Com que frequência você leu alguma publicação do Instagram Educativo?* Essa pergunta foi separada em duas categorias: a opção - nunca ou algumas vezes (categoria 0) e a opção muitas vezes e sempre (categoria1).

3. Resultados

Responderam ao questionário inicial 63 participantes e a análise do perfil sociodemográfico demonstrou uma população predominantemente do sexo feminino (81%; n=52) e que possuía formação superior (68%; n=43). Em relação a faixa etária, foi possível atingir o público-alvo esperado, visto que 39 (62%) possuíam entre 18 e 30 anos. Uma parcela maior dos participantes com mais de 30 anos tinha nível superior (Tabela 1): 88%, comparada a 56% dos participantes de 18 a 30 anos (Teste do qui-quadrado, $p=0,01$).

A média do escore do questionário inicial foi 19,1 ($\pm 3,8$; n=63), nos participantes de 18 a 30 anos foi 19,4 ($\pm 3,6$), e para os participantes com mais de 30 anos foi 18,7 ($\pm 4,1$). Em relação a prática de atividade física, foi observado que 41% dos participantes entre 18 e 30 anos praticavam alguma atividade física na semana comparado a 21% dos que tinham mais de 30 anos, teste qui-quadrado ($p=0,09$). A satisfação com a imagem corporal, foi significativamente menor nos participantes com maior formação escolar: 58% (n=25) dos participantes com nível superior estavam insatisfeitos com a sua imagem corporal, comparado a 25% dos participantes com formação básica e sem nível superior (n=5), teste qui-quadrado $p=0,014$. Os participantes relataram uso esporádico de álcool e aproximadamente 90% não faziam uso de drogas ilícitas.

Dos 63 participantes, somente 16 mantiveram a participação na pesquisa e responderam ao questionário final após 6 meses. A média do escore do questionário final foi 20,3 ($\pm 3,9$; n=16), nos participantes de 18 a 30 anos foi 20,5 ($\pm 3,8$; n=9), e para os participantes com mais de 30 anos 20 ($\pm 4,2$; n= 7). Quanto à frequência de acesso ao Instagram, todos os participantes acompanhavam as publicações da página. Para a avaliação de repercussão positiva da página em mudanças de hábitos de vida foi avaliada a diferença do escore no questionário inicial e após 6 meses. Houve aumento dos escores de hábitos saudáveis em 8 (50%) participantes, mas essa melhora não foi significativa, e foi independente da idade ($p=0,61$) e da frequência de acesso às páginas ($p=0,71$). A média de escore inicial do grupo que não melhorou já era alta (21,1), enquanto a média de escore do grupo que melhorou foi de 17,8, sugerindo que o grupo que não houve melhora do escore já apresentava bons hábitos de cuidado à saúde. Devido à pequena amostragem obtida até o momento em relação ao questionário final, não foi possível observar melhora nos participantes que responderam a ambos os questionários, e não foi observada diferença entre os sexos.

Tabela 1. Comparação entre dados demográficos e comportamentos saudáveis de participantes entre 18 e 30 anos com os maiores de 30 anos.

	Participantes 18 a 30 anos n= 39 (61%)	Participantes > 30 anos n=25 (39%)	Valor p
Feminino	32 (82%)	20 (80%)	0,83
Nível superior	22 (56%)	22 (88%)	0,01
Escore inicial	19,4 (\pm 3,6)	18,7 (\pm 4,1)	0,45†
Tomavam café da manhã	29 (74%)	15 (62%)	0,31
Consumiam <i>fast-foods</i>	29 (74%)	18 (75%)	0,95
Atividade física	16 (41%)	5 (21%)	0,09
Satisfeito com autoimagem	23 (58%)	10 (41%)	0,18
Bebiam nunca/algumas x	30 (77%)	22 (92%)	0,13

†Teste-T de Student para dados independentes. Demais valores de p de teste do Qui-quadrado.

O questionário foi avaliado quanto a confiabilidade da escala, utilizando-se o Coeficiente Alfa de Cronbach, que varia de 0 a 1 e quanto mais próximo de 1, maior é a consistência entre itens em uma escala. Um valor de $\geq 0,7$ indica alta confiabilidade, entre 0,5 a $< 0,7$ confiabilidade moderada, de $> 0,2$ a $< 0,5$ confiabilidade razoável e $\leq 0,2$, baixa confiabilidade. O valor obtido para o questionário foi de confiabilidade moderada com Coeficiente Alfa de Cronbach igual a 0,630.

Em relação aos dados de acesso ao Instagram, utilizamos a própria ferramenta de análise de dados da rede social denominada *Insights*. Atualmente, o Instagram Educativo possui 664 seguidores (agosto) e por meio da ferramenta foi observado que 95,3% dos seguidores residem no Brasil, sendo a maioria no estado de São Paulo (41,1%), Minas Gerais (5,9%) e Rio de Janeiro (2%). Em relação ao sexo, 71,1% dos seguidores pertencem ao sexo feminino. Quanto a faixa etária, 56,1% estão entre 18 e 34 anos. O período do dia de maior atividade na página pelos seguidores é das 18h às 21h. Nos últimos 90 dias, foram 668 contas alcançadas, isto é, nossas publicações foram visualizadas 668 vezes sem repetições nesse período, sendo que a nossa informação chega aos seguidores principalmente pelas publicações no feed, os *stories* são pouco visualizados. Foram 7.489 impressões, que são quantas vezes as publicações foram

visualizadas contando repetições, 224 visitas ao perfil, 532 curtidas, 14 comentários e 29 salvamentos de publicações (o usuário salva para ler novamente quando precisar).

O engajamento nas redes sociais é uma métrica que mostra como as pessoas estão interagindo com os perfis e publicações. O termo é amplo e inclui uma série de interações nas mais diversas plataformas sociais: cliques, curtidas, comentários, compartilhamentos e salvamentos. A taxa de engajamento no Instagram é uma unidade de medida que serve para avaliar o grau de envolvimento do público com a página e pode ser calculada pela somatória das métricas relevantes (curtidas, comentários, compartilhamentos e salvamentos), dividido pelo número de seguidores e o resultado multiplicado por 100.

Um estudo do Hype Auditor (Empresa de Marketing Digital Americana) apontou as seguintes taxas de engajamento médio de acordo com a quantidade de seguidores:

- 5,6% para contas entre 1.000 e 5.000 seguidores
- 2,43% para contas entre 5.000 e 20.000 seguidores
- 2,15% para contas entre 20.000 e os 100.000 seguidores
- 2,05% para contas entre 100.000 e 1 milhão de seguidores
- 1,97% para contas com mais de 1 milhão de seguidores

A taxa de engajamento do Instagram Educativo no último mês (13 de agosto a 11 de setembro de 2021) foi $(148 \text{ curtidas} + 3 \text{ comentários} + 9 \text{ salvamentos} / 671 \text{ seguidores}) \times 100 = 23,9\%$. Assim, no último mês, somente 23,9% dos seguidores interagiram com a página. A métrica é bastante variável pois o número de seguidores é um valor inconstante, por isso o cálculo do engajamento foi realizado com os dados dos últimos 30 dias. O Instagram Insights não permite selecionar datas para que se possa ser analisado os dados de um período específico, desse modo os dados podem ser avaliados nos últimos 7, 30, 90 dias, 6 meses, 1 ano e 2 anos. Desse modo, podemos concluir que a participação na pesquisa está relacionada à taxa de engajamento da página do Instagram Educativo e não ao número total de seguidores e essa taxa não é constante pois depende de variáveis que mudam diariamente.

4. Discussão

A partir dos dados levantados até o momento, podemos perceber uma tendência de melhora de hábitos, principalmente nos indivíduos com piores escores de hábitos saudáveis. Não foi possível concluir se houve melhora de hábitos em relação à frequência de acesso para os participantes que responderam a ambos os questionários pois a adesão de participantes ao segundo questionário foi abaixo do esperado.

Percebemos a necessidade do enfoque em temas a respeito da satisfação com a autoimagem corporal, incentivo à prática de atividade física regularmente e sobre o consumo excessivo de *fast foods* e alimentos industrializados. Ademais, 100% (n=16) dos participantes que responderam ao questionário final concordaram que o Instagram Educativo foi capaz de influenciar positivamente seus seguidores e promover saúde por meio dos seus conteúdos.

Assim, faz-se necessário ampliação da coleta de dados, principalmente referente ao questionário final, no qual tivemos baixa adesão. Como o estudo ainda está em andamento, esperamos que ao final deste, possamos apresentar resultados ampliados para avaliar a eficácia da página do Instagram Educativo nas mudanças de hábitos de jovens e avaliar se houve ganho de conhecimento por meio dos conteúdos disponibilizados.

5. Conclusão

Foi possível observar que a página do Instagram Educativo teve boa aceitabilidade entre o público e atingiu o perfil sociodemográfico da população alvo. Com essa pesquisa pudemos identificar temas que devem ser abordados com mais frequência na página. Assim, com a continuidade do estudo, espera-se que seja possível, ao final deste, avaliar a eficácia do Instagram Educativo nas mudanças de hábitos dos jovens que acompanharam a página.

6. Referências Bibliográficas

- ALMEIDA, M. A.; STASIAK, D. A promoção da saúde nas mídias sociais – Uma análise do perfil do Ministério da Saúde no Twitter. Tese Pós-Graduação. Universidade Federal de Goiás, 2012.
- FADIGAS, I. S.; PEREIRA, H. B. B. A network approach based on cliques. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, v. 392, n. 10, p. 2576–2587, 2013.
- FARIA, C. A.; CRESTANI, P. A influência das redes sociais no comportamento dos adolescentes. *Revista Ciência e Sociedade*, n. 2, jan./jul., 2017.
- KAMEL BOULOS, M. N.; GIUSTINI, D. M.; WHEELER, S. Instagram and WhatsApp in health and healthcare: An overview. *Future Internet*, v. 8, n. 3, p. 1–14, 2016.
- LEVY, S. J. L.; WILLIAMS, J. F. Substance use screening, brief intervention, and referral to treatment. *Pediatrics*, v. 138, n. 1, 2016.

MARTINS, B. I.; NEVES, L. C. E.; ALBUQUERQUE, M. Instagram Insights: Ferramenta de Análise de Resultados como Nova Estratégia de Marketing Digital. *Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, v. 31, n. 2, p. 289, 2008.

MORAES, A. T. Como calcular a taxa de engajamento no Instagram. Blog do postgrain, 2021. Disponível em: <<https://postgrain.com/blog/calcular-taxa-de-engajamento-no-instagram/>>. Acesso em: 12/09/2021.

O'REILLY, M. Social media and adolescent mental health: the good, the bad and the ugly. *Journal of Mental Health*. V. 29, n.2, p. 200 – 206, 2020.

PINTO, P. A. Social and digital marketing of the Brazilian Ministry of Health on Instagram : a case study of breast-feeding. *Reciis*, v. 13, n. 4, p. 817–830, 2019.

PIZA, M. O fenômeno Instagram: considerações sob a perspectiva tecnológica. Universidade de Brasília, Departamento de Ciências Sociais, Monografia. p. 48, 2012.

RUNDLE, A. G. et al. COVID-19–Related School Closings and Risk of Weight Gain Among Children. *Obesity*, v. 28, n. 6, p. 1008–1009, 2020.

VARGAS, I.C.S. Implementação de um programa de prevenção de obesidade para adolescentes em ambiente escolar – efeitos sobre medidas antropométricas e práticas alimentares. Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro. Centro de Ciências da Saúde, Universidade Federal do Rio de Janeiro; 2008.

ZANCUL, M.S. Orientação nutricional e alimentar dentro da escola: Formação de conceitos e mudanças de comportamento. Tese de Doutorado. Araraquara. Faculdade de Ciências Farmacêuticas, Universidade Estadual Paulista; 2008.