

ALCANCE DAS MÍDIAS SOCIAIS NA PROPAGAÇÃO DO CONHECIMENTO NA CLÍNICA DE RUMINANTES

CRISTIANE AMANDA DE OLIVEIRA¹; RUTIELE SILVEIRA²; MICHELLE DE
ALMEIDA OLLÉ³; EDERSON DOS SANTOS⁴; ELIZA ROSSI KOMNINOU⁵ ;
EDUARDO SCHMITT⁶

¹Universidade Federal de Pelotas – *cris_amanda@outlook.com*

²Universidade Federal de Pelotas – *silveirarutiele@gmail.com*

³Universidade Federal de Pelotas – *mimi.olleh@hotmail.com*

⁴Universidade Federal de Pelotas – *edersonnupeec@gmail.com*

⁵Universidade Federal de Pelotas – *eliza.rossi@ufpel.edu.br*

⁶Universidade Federal de Pelotas – *schmitt.edu@gmail.com*

1. INTRODUÇÃO

As mídias sociais podem transformar a maneira com que as pessoas se relacionam, se informam e se comunicam, bem como podem contribuir para a dinâmica da adoção de novas tecnologias para o processo ensino-aprendizagem (PEREIRA, et al., 2020). De acordo com DESLANDE (2020), a *internet* é fundamental para a comunicação, a qual auxilia na circulação de dados e informações. Ademais, a sociedade motivada pelo recurso digital da facilidade, agilidade e instantaneidade requer maior criatividade nos processos informativos, assim como, naqueles de formação de profissionais.

Atualmente, tecnologias estão sendo utilizadas para a educação, as quais proporcionam novas formas de aprendizado e disseminação de conhecimento (FERREIRA, 2014). Segundo AMORIM (2020), distintas redes sociais e aplicativos devem ser considerados dentro do ambiente acadêmico, as quais devem ser adaptadas aos métodos de ensino.

Diante do exposto, o objetivo do presente estudo foi investigar a utilização do *Instagram* do Núcleo de Pesquisa, Ensino e Extensão em Pecuária (NUPEEC) como recurso de divulgação a respeito dos casos clínicos do projeto Clínica de Ruminantes nas Mídias Sociais.

2. METODOLOGIA

O projeto Clínica de Ruminantes nas Mídias Sociais está vigente desde o ano de 2017 e já conta com 24 casos clínicos que foram divulgados e disponibilizados inicialmente no *Youtube*, *Facebook* e, mais recentemente, na página do *Instagram* do NUPEEC. A partir de atendimentos clínicos realizados pelos residentes da Clínica Médica de Ruminantes do Hospital de Clínicas Veterinária da Universidade Federal de Pelotas (HCV-UFPEL), os mesmos são estruturados e discutidos por colaboradores e professores do projeto, sendo apresentados nas mídias sociais.

Os casos clínicos são subdivididos em: histórico, anamnese, exame clínico geral, exames complementares, discussão e tratamento, onde cada parte é transformada em vídeo e publicada através das redes sociais do NUPEEC, uma vez por semana. Assim, ao longo de cada mês tem-se um novo caso clínico.

O objetivo do presente estudo foi o de realizar um levantamento de dados quanto ao número de curtidas e visualizações dos casos clínicos publicados no *Instagram* e *Youtube*, durante nove semanas nos meses de março e abril deste ano, a fim de verificar o potencial de alcance do material gerado no projeto. Através

do *software Excel 2013*, foram elaborados gráficos com o total de curtidas e visualizações de ambas redes sociais.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O projeto Clínica de Ruminantes nas Mídias Sociais possibilitou o acesso aos estudantes das mais diversas áreas das Ciências Agrárias, como também de profissionais já inseridos no mercado de trabalho aos casos clínicos que ocorreram na rotina do HCV da UFPEL no campus Capão do Leão.

Na Figura 1, é possível observar o número de visualizações dos vídeos que foram publicados na plataforma do *Youtube* e vinculados ao *Instagram* ao longo das nove semanas. Assim, obteve-se médias de 239 *views* no *Instagram* e de 72 *views* no *Youtube*.

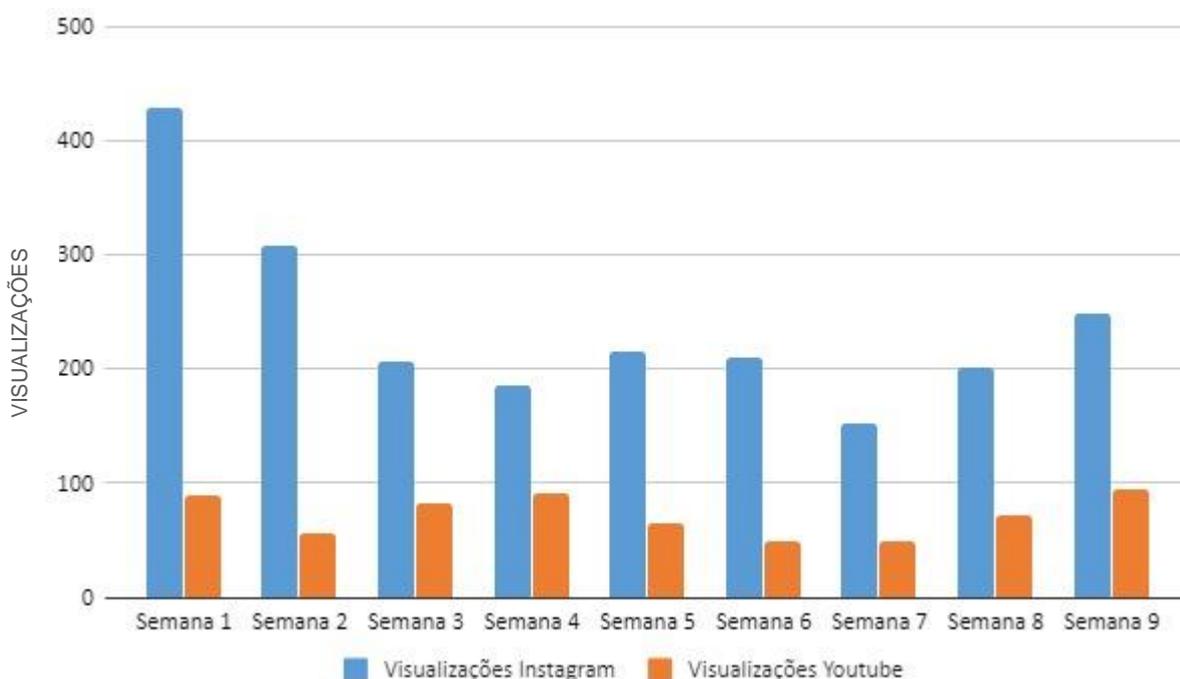


Figura 1. Número de visualizações dos Casos Clínicos nas plataformas do *Youtube* e *Instagram*.

Quanto à avaliação de curtidas, a Figura 2 demonstra a distribuição de curtidas ao longo do período avaliado. No total foram 188 curtidas no *Instagram* e 34 no *Youtube*. Ainda, obteve-se a média de 21 e de 4 curtidas por semana nas duas plataformas, respectivamente.

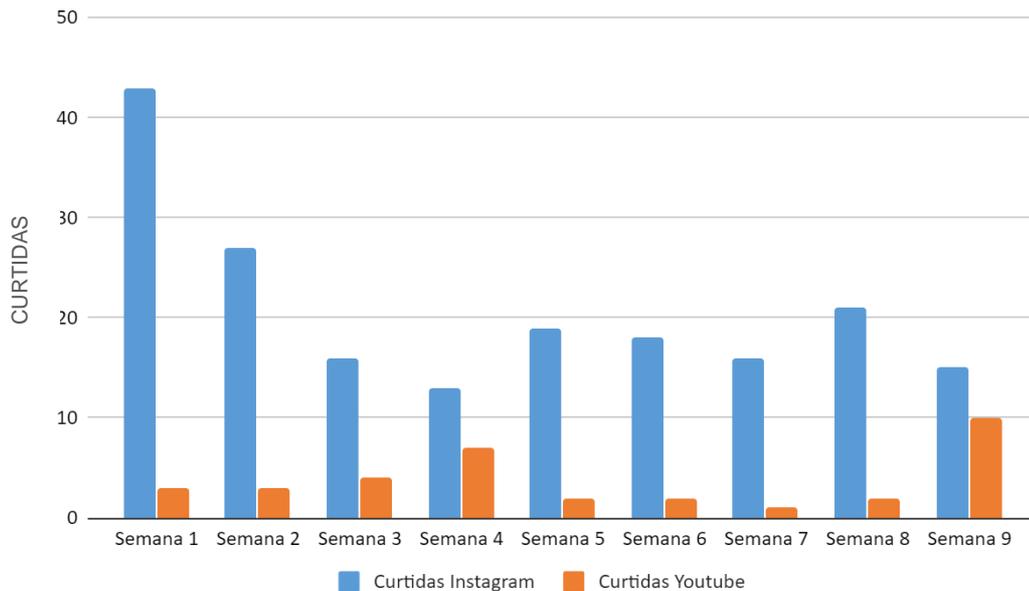


Figura 2. Número de curtidas dos Casos Clínicos nas plataformas do *Youtube* e *Instagram*.

Analisando os gráficos, nota-se que há maior participação do público no *Instagram*, demonstrando resultados positivos frente à proposta de propagar o conhecimento, estimulando dessa forma o aprendizado de um modo interativo. Este tipo de abordagem possibilita que os usuários possam criar seu próprio Ambiente Pessoal de Aprendizagem (APA), no qual o indivíduo tem o principal papel em sua trajetória de conhecimento (LEITE, 2016).

Em um trabalho realizado avaliando a utilização da rede social *Facebook* para divulgação do corrente projeto, OLIVEIRA et al. (2019), relatam que esta não é a rede social mais adequada para a disseminação de informações e conteúdos pedagógicos, sendo necessárias alternativas para divulgação desse tipo de material. Os mesmos autores sugerem que o *Instagram* possa ser mais eficaz na propagação da Clínica de Ruminantes nas Mídias Sociais em comparação às demais plataformas, corroborando com o presente estudo.

Segundo PIZA (2012), o *Instagram* apresenta uma acelerada expansão, cuja difusão de conteúdo baseia-se em “ver e ser visto”, sendo dependente do número de visualizações, curtidas e seguidores. Quanto maior os números destas variáveis, tem-se maior alcance e divulgação. De tal modo, aproveitar esta plataforma como meio de divulgação e conhecimento acadêmico proporciona o protagonismo ativo do aluno, o provoca a colocar seu conhecimento em ação. Ademais, gera conhecimento sobre os conteúdos envolvidos nas atividades que estão sendo realizadas, estimulando o pensamento, o desenvolvimento de estratégias cognitivas. O fato de se conceituar o que é feito, ou seja, não apenas reproduzir conteúdos prontos, gera capacidade crítica e reflexiva para quem prepara o material, e ao mesmo tempo promove maior interação dos usuários das redes com o conteúdo, com *feedbacks* positivos em relação às atividades propostas (LEITE, 2018).

4. CONCLUSÕES

A utilização das mídias sociais como o *Instagram* possibilitou ao Projeto Clínica de Ruminantes que mais pessoas pudessem conhecer, como também

interagir com os casos clínicos publicados, tornando-se uma boa alternativa de método pedagógico, com a propagação de conhecimento, além de auxiliar e estimular os estudantes da área das agrárias no processo de aprendizagem.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMORIM, D.C. Potencial pedagógico do aplicativo WhatsApp no ensino de biologia: percepções dos professores. **Revista Docência e Cibercultura**. RJ, v.4, n.2, p. 21-42, 2020.

DESLANDE, S. In: Tarde Nacional. **Qual o papel das redes sociais e da internet na pandemia?**. 2020. Acesso em 13 set 2020. Disponível em: <https://radios.ebc.com.br/tarde-nacional/2020/06/qual-o-papel-das-redes-sociais-na-pandemia>.

FERREIRA, M. J. M. A. **Novas tecnologias na sala de aula**. Monografia do Curso de Especialização em Fundamentos da Educação: Práticas Pedagógicas Interdisciplinares. Universidade Estadual da Paraíba, Pró-Reitoria de Ensino Médio, Técnico e Educação à Distância, Departamento da PROEAD, Sousa, PB, 2014.

LEITE, B. S. Discussões sobre Ambientes Pessoais de Aprendizagem. **Revista EducaOnline**. RJ, v.10, n.1, p. 37-54, 2016.

LEITE, B. S. Aprendizagem tecnológica ativa. **Revista Internacional de Educação Superior**. v. 4, n. 3, 2018.

OLIVEIRA, C.A.; SILVEIRA, R.; VIEIRA, L.V.; OLLÉ, M.A.; FARIAS, L.B.; SCHMITT, E. O Facebook ainda é o canal para acessar o estudante de graduação? In: **5º Semana Integrada UFPEL**. Anais: **V Congresso de Ensino da Graduação**. Disponível em: https://cti.ufpel.edu.br/siepe/arquivos/2019/MD_04771.pdf.

PEREIRA, L. E.; BETT, G. E. As tecnologias frente ao processo de ensino e aprendizagem. **REVISTA APROXIMAÇÃO**, v 02, n° 02, Guarapuava – PR, 2020.

PIZA, M.V. **O fenômeno Instagram: considerações sob a perspectiva tecnológica**. 2012. 48 f., il. Monografia (Bacharelado em Ciências Sociais) — Universidade de Brasília, Brasília, 2012.