



7º CONGRESSO BRASILEIRO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA

07 a 09 de setembro de 2016



CONTRIBUIÇÕES DA UFVJM NA CAMPANHA SEXTA AZUL DO DIA MUNDIAL DO DIABETES

AUTORES: Yara Gomes Pena (Autor), Elenice dos Santos Paula (Autor), Eduardo Augusto Barbosa Figueiredo (Co-Autor), Daniela Pereira Castro (Co-Autor), Mayara Dumont Cunha (Co-Autor), Lorena Kelly Babetto Amaral (Co-Autor), Juliana Sales Rodrigues Costa (Colaborador), Fernando Gonçalves dos Santos (Co-Autor), Marileila Marques Toledo (Colaborador), Jéssica Samara Oliveira Tolomeu (Colaborador), Luciana de Freitas Campos (Co-Orientador), Noêmia de Fátima Silva Lopes (Co-Orientador), Edson da Silva (Orientador)

PALAVRAS-CHAVE: Diabetes Mellitus, Saúde, Educação

RESUMO:

Introdução: O Grupo de Estudos e Pesquisa do Diabetes (GED) da Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri (UFVJM) desenvolve ações extensionistas multidisciplinares na área de educação em saúde para explorar os avanços tecnológicos nos meios digitais e o uso de novas mídias educacionais. **Objetivo:** Relatar ações extensionistas promovidas durante a campanha Sexta-Feira Azul realizada na Comunidade Diabetes Diamantina (CDD) no Facebook em 2015. **Metodologia:** Trata-se de um estudo, que analisou o número de indivíduos alcançados na campanha Sexta Azul promovida pelo GED durante 16 semanas entre maio e novembro de 2015. Inicialmente foram capturadas imagens do município de Diamantina com a utilização de uma Câmera Digital Sony W800 20.1MP 29MB. Dezesesseis imagens, com algum referencial na cor azul, foram selecionadas e editadas nos programas Photoshop e Power Point, as quais receberam o slogan do dia mundial do diabetes de 2015: “Agir hoje para mudar o amanhã”. O slogan foi escrito nos idiomas inglês e português e as postagens realizadas em português, inglês e espanhol. Para identificar os dados das publicações na CDD, dois pesquisadores acessaram o banco de dados do Facebook. Foram analisados os números de curtidas, compartilhamentos e alcance de pessoas que viram as publicações. **Resultados:** Os dados obtidos pelos extensionistas mostraram o crescente envolvimento virtual do público ao longo da campanha. O alcance total, o número de curtidas e compartilhamentos das publicações aumentaram progressivamente a cada sexta-feira. Ao final da campanha o alcance atingiu 47.393 pessoas do Brasil e do exterior, 625 curtidas e 1.832 compartilhamentos das postagens. **Conclusões:** Foi notável o alcance total de pessoas sugerindo aceitação do público em relação à campanha virtual. As ações do projeto evidenciam o potencial do uso da rede social como ferramenta para ações de extensão universitária em prol da educação em saúde e Diabetes. Apoio Pibex/Proexc; Proae-UFVJM.

Instituição de Ensino: Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri

ISBN: 978-85-93416-00-2

