



PROMOÇÃO DO ALEITAMENTO MATERNO EM UM PROJETO DE EXTENSÃO NO FORMATO REMOTO - RELATO DE EXPERIÊNCIA

14º Encontro Brasileiro de Motricidade Orofacial, 14ª edição, de 02/06/2022 a 04/06/2022
ISBN dos Anais: 978-65-81152-66-6

XAVIER; Maria Fernanda Henriques de Andrade¹, TELES; Daiana Carola de Souza², GOUVÊA; Ester Florens Guerra³, LIMA; Isa Cordeiro⁴, CAMPOS; Larissa Melgaço⁵, GONÇALVES; Mariana Marriel Alkimim⁶, DINIZ; Paula Beatriz Santana⁷, FRICHE; Amélia Augusta de Lima⁸, FURLAN; Renata Maria Moreira Moraes⁹, MOTTA; Andréa Rodrigues Motta¹⁰

RESUMO

Introdução: A extensão universitária é definida como um processo educativo, cultural e científico, que articula o ensino e a pesquisa de forma a viabilizar a relação transformadora entre a Universidade e a sociedade. Posto isso, no intuito de fornecer orientações sistemáticas para gestantes, nutrizes e para a população em geral acerca de assuntos fonoaudiológicos pertinentes ao aleitamento no período de pandemia provocado pelo vírus SARS-CoV-2, um projeto de extensão produziu e disseminou conteúdos em sua rede social, Instagram, alicerçado na literatura científica. **Objetivo:** Relatar ações e resultados de um projeto de extensão de promoção do aleitamento materno em tempos de pandemia. **Instituição e/ou serviço proponente:** Trata-se de um projeto de extensão conduzido em uma universidade pública. **Público envolvido:** O público envolvido inclui alunos da graduação, fonoaudiólogos(as), gestantes, nutrizes e membros da população interessada no assunto. **Ações realizadas:** As ações foram realizadas no Instagram do projeto de extensão “Orientações Fonoaudiológicas às Gestantes e Nutrizes” por meio de postagens com conteúdo escrito, reels (pequenos vídeos do Instagram), vídeos de até um minuto e lives temáticas sobre amamentação com convidados externos com transmissão ao vivo no perfil. **Resultados obtidos:** O projeto foi capaz de alcançar um número significativo de contas no Instagram, de forma a aumentar o engajamento, a interação com o público e a quantidade de seguidores. Em relação aos últimos 90 dias de análise, 6.958 contas reagiram aos conteúdos do projeto, sendo que 13,5% da audiência reside em Belo Horizonte. Ademais, o número de seguidores, nesse mesmo período de tempo, teve uma taxa de crescimento de 4,5%, no qual 90% do público alcançado é feminino. Esses resultados indicam que, por meio das mídias sociais, o projeto se torna acessível a um número maior de pessoas, o que é importante para promoção do aleitamento materno de forma mais ampla.

PALAVRAS-CHAVE: aleitamento materno, mídias sociais, pandemia

¹ Universidade Federal de Minas Gerais, mariafhax@gmail.com
² Universidade Federal de Minas Gerais, daiana_carola@yahoo.com.br
³ Universidade Federal de Minas Gerais, esterflorens85@gmail.com
⁴ Universidade Federal de Minas Gerais, isalima1111@hotmail.com
⁵ Universidade Federal de Minas Gerais, larisanalises@gmail.com
⁶ Universidade Federal de Minas Gerais, marisecon@outlook.com
⁷ Universidade Federal de Minas Gerais, pbeatrizsd@gmail.com
⁸ Universidade Federal de Minas Gerais, gutafriche@gmail.com
⁹ Universidade Federal de Minas Gerais, renatamfurlan@gmail.com
¹⁰ Universidade Federal de Minas Gerais, andreamotta19@gmail.com