

Marketing digital na extensão universitária: um relato de experiência

Autores: Bernardo Aparecido Buqueroni Mateini¹; Ana Beatriz Teixeira Souza¹; Cassiane Araujo Elias¹; Leonardo Alberto Gonçalves da Silva¹; Pedro Henrique de Almeida Satil Gonçalves¹; Raianny Ferraz Valim do Valle¹; Larissa Couto Rosa²; Genival Araujo dos Santos Júnior³.

Instituições: 1. Departamento de Farmácia e Nutrição, Universidade Federal do Espírito Santo. - Alegre - ES - Brasil; 2. Programa de Pós-graduação em Assistência Farmacêutica, Universidade Federal do Espírito Santo. - Alegre - ES - Brasil; 3. Departamento de Farmácia e Nutrição, Universidade Federal do Espírito Santo; Programa de Pós-graduação em Ciências Farmacêuticas, Universidade Federal do Espírito Santo - Alegre - ES - Brasil.

Introdução: As ações extensionistas são fundamentais na formação profissional, especialmente em cursos da saúde, pois promovem interação direta entre a universidade e a sociedade. Assim, a Liga Acadêmica de Cuidado Farmacêutico (LACF) destaca-se como um projeto de extensão que tem por objetivo desenvolver atividades no campo do cuidado farmacêutico, complementando a formação de estudantes de Farmácia. Neste contexto, o marketing digital é uma ferramenta que pode ser utilizada em projetos de extensão, pela sua capacidade de divulgação de informações, tanto de teor educativo, quanto para a promoção de ações em saúde, permitindo alcançar um público-alvo diverso nas redes sociais. **Objetivo:** Descrever o uso do marketing digital pela LACF em atividades voltadas para promoção de ações de extensão, com foco em experiências e aprendizados. **Método:** Este relato de experiência foi desenvolvido a partir da vivência da equipe de Marketing Digital da LACF durante o ano de 2024. O perfil no Instagram® foi a principal rede social utilizada, por meio de posts, stories e reels. Além disso, conteúdos específicos foram criados para abordar datas temáticas, fazendo uso de linguagem acessível, com a intenção de que a mensagem fosse transmitida aos seguidores. Para a elaboração dos conteúdos, utilizou-se as ferramentas Adobe Photoshop®, Adobe Premiere Pro® e Canva®. **Resultados:** Eventos como o “Dezembro Solidário”, campanha voltada a uma comunidade socioeconomicamente vulnerável, em que realizou-se aferição de parâmetros clínico-antropométricos e orientações em saúde, e o “3º Simpósio da LACF”, realizado de forma online, em que permitiu a participação de alunos de diversas universidades do Brasil. Ademais, a LACF pode ter influenciado o conhecimentos dos alunos, uma vez que estimulou o aprendizado por meio da comunicação acessível sobre temas de saúde e pode ter aprimorando a criatividade e habilidades organizacionais. A possibilidade de alcançar diversas pessoas gerou um sentimento gratificante à equipe de marketing. Em contrapartida, alguns desafios se tornaram evidentes, como: gerenciar a demanda constante por novos conteúdos, criar publicações, editar vídeos e manter um cronograma ativo, o que se mostrou complexo devido a outras responsabilidades acadêmicas. **Conclusão:** O marketing contribuiu para desenvolvimento de competências entre os alunos, aprimorando conhecimentos, habilidades e atitudes e para o fortalecimento da presença da universidade na comunidade. Assim, o marketing digital pode ser ferramenta de uso em ações extensionistas, engajando públicos diversos e estreitando as relações entre universidade e comunidade.

Palavras-chave: Marketing Digital; Engajamento; Extensão Universitária; Comunicação em Saúde.

Referências Bibliográficas

1. Alves MA de S, Furtado ACT, Saraiva MG, Almeida JC de, Ferreira MA da S, Oliveira FL de. Mídias Sociais e Projetos De Extensão: O Instagram Como Ferramenta De Divulgação Científica. Caderno Impacto em Extensão [Internet]. 5 de abril de 2022 [citado 5 de março de 2025]; 2(1). Disponível em: <https://revistas.editora.ufcg.edu.br/index.php/cite/article/view/195>
2. Medero R, Vogel B, Pereira G. O USO DE MÍDIAS DIGITAIS (INSTAGRAM®) Como Ferramenta de Educação em Saúde no Contexto de Promoção da Saúde. Revista de Extensão e Iniciação Científica Da Unisociesc [Internet]. 30 de junho de 2023 [citado 5 de março de 2025]; 10(2). Disponível em: <https://dalfovo.com/ojs/index.php/reis/article/view/408>
3. Santos WS, Marques SS, Ribeiro MP, Couto JPA, Santos RG, Fadini PS. Uso do Instagram Como Estratégia de Educação em Saúde: Uma Revisão Integrativa – ISSN 1678-0817 Qualis B2. Revista ft [Internet]. [citado 5 de março de 2025]; Disponível em: <https://revistaft.com.br/uso-do-instagram-como-estrategia-de-educacao-em-saude-uma-revisao-integrativa/>