

# AVALIAÇÃO DO PÚBLICO ATINGIDO COM CURSOS DE COSMETOLOGIA EM PLATAFORMA EDUCACIONAL E CONSTRUÇÃO DE MATERIAL PARA PROMOÇÃO DA SAÚDE

**Palavras-Chave:** COSMÉTICOS, SAÚDE, COSMETOLOGIA.

**Autores:**

**LUIZ E. FABBRI FILHO, FCF – UNICAMP**

**Profª. Drª. GISLAINE L. RICCI (Orientadora), FCF – UNICAMP**

## **INTRODUÇÃO:**

A Universidade possui três funções básicas: Ensino, Pesquisa e Extensão, que representam a produção e o repasse de conhecimentos (SILVA, 1997; BOTOMÉ, 1996). A Extensão universitária visa integrar pesquisa, cultura e ensino, promovendo a relação entre a Universidade e a sociedade, formando profissionais cidadãos (ALMEIDA, 2004; KLEIN, 2014). O Ministério da Educação define a Extensão como uma troca bidirecional de conhecimentos entre academia e realidade brasileira, promovendo democratização do conhecimento e participação social.

A Coursera, fundada por Daphne Koller e Andrew Ng em 2012, já alcançou mais de 77 milhões de pessoas globalmente, com parcerias com instituições renomadas. A maioria dos cursos acessados são em inglês, com público predominante masculino, entre 25 a 34 anos, dos EUA, com graduação completa.

O Instagram é uma ferramenta popular para disseminação de conhecimento e aprendizagem colaborativa (KUMAR, NANDA 2022). Educadores utilizam a plataforma para divulgar conteúdos educacionais e engajar o público (CARPENTER, 2020), tornando-se uma ferramenta eficaz para práticas pedagógicas e educativas (ALVES, 2018). No entanto, o material de divulgação deve ser preparado com responsabilidade e embasamento científico para garantir a confiabilidade das informações.

## **METODOLOGIA:**

Será realizado acompanhamento do público que participa do Curso de Cosmetologia, por intermédio de ferramentas disponibilizadas aos autores do curso, na aba “Análise” da categoria “Editar o curso”, pela própria plataforma Coursera. Os aspectos considerados serão: número de visitas ao curso, número de cadastros, número de pessoas que iniciaram o curso, número de pessoas que concluíram o curso, situação de emprego, gênero e país de origem, etc.

Os conteúdos produzidos para o Instagram serão supervisionados pela orientadora, e as postagens ocorrerão com uma frequência semanal.

Para uma criação estratégica de conteúdos, foi analisado o formato do conteúdo que eram postados na plataforma de modo geral e tinham bons resultados - likes e comentários-, a dinâmica do post e identidade visual. Além disso, para criar conteúdos alinhados com o interesse do público, que retém a atenção e geram engajamento, foi avaliado o relatório “trends” divulgado pelo próprio Instagram.

## **RESULTADOS E DISCUSSÃO:**

### **Análise cursos na plataforma Coursera**

O curso de “Cosmetologia em prol do envelhecimento com saúde e beleza”(CESB) foi divulgado na plataforma Coursera em de Outubro de 2020 e com uma carga horária de aproximadamente de 18 horas. Até o momento o avaliar o curso “Cosmetologia: Prática de Manipulação de Cosméticos” (CPMC), lançado em Março de 2022 e com uma carga horária de aproximadamente 3 horas, 5,725 pessoas se inscreveram, dentro dessas 2,758 iniciaram o curso e 621 concluíram. Este curso, mesmo sendo mais recente, obteve menos inscritos que o primeiro, mas apresentou um número de alunos que concluíram semelhantes. Uma possível explicação é o tempo de curso, sendo 83% mais curto que o primeiro, o que facilita o estudante se manter motivado a finalizar o conteúdo em menos tempo.

A análise do alcance dos cursos de cosmetologia em plataforma educacional revelou uma distribuição demográfica significativa entre os participantes. Ao todo 47,57% dos alunos do CESB se situavam na faixa etária de 25 a 34 anos enquanto 51,52% do CPMC, um dado congruente com o perfil demográfico da plataforma, onde 49% dos usuários se encontram nessa mesma faixa etária. Esta correspondência sugere uma boa adaptação dos cursos de cosmetologia às preferências e interesses de um segmento significativo do público-alvo, que está em busca de conhecimento e aprimoramento profissional.

No entanto, em termos de gênero, observou-se uma disparidade entre os dados dos cursos e os do perfil geral da plataforma. Enquanto os homens representam 60% dos usuários totais da plataforma, as

mulheres compunham a maioria dos participantes dos cursos de cosmetologia tanto no CESB e CPMC, 79% e 81%, respectivamente, . Essa diferença pode refletir padrões sociais e culturais relacionados ao interesse e à participação em cursos de cosmetologia, indicando a necessidade de estratégias específicas para atrair e engajar um público masculino mais diversificado.

Além disso, a maioria dos participantes dos cursos 76,48%, para o curso mais antigo, e 63,37%, para o mais novo, era da América Latina, em contraste com uma média de participação latino-americana de 10,88% em cursos na plataforma Coursera. Isso indica que os cursos de cosmetologia estão preenchendo uma lacuna no acesso ao conhecimento especializado na região, oferecendo oportunidades de aprendizado de qualidade para países latino-americanos. Os top 10 países em porcentagem de inscritos, do maior para o menor, são: Brasil, México, Estados Unidos, Colômbia, Egito, Portugal, Índia, Espanha, Argentina e Equador.

Em comparação entre os estudantes do CESB e CPMC, respectivamente, 30% e 34% eram estudantes em tempo integral, 26% e 25% em tempo parcial, e 44% e 41% não eram estudantes. Em relação ao status de empregabilidade, a maioria estava desempregada, somando os que procuravam emprego com os que não procuravam, 57,07% e 46,97% para o CESB e CPMC, respectivamente.

Quanto aos empregados, 32,17% dos estudantes do CESB estavam empregados em tempo integral, enquanto 29,40% dos do CPMC estavam na mesma condição. Em tempo parcial, a porcentagem foi de 8,72% para o CESB e 8,79% para o CPMC. Quanto aos autônomos, parciais e integrais, compunham 13,85% e 10,71% para o CESB e CPMC, respectivamente.

A média na nota dos cursos da plataforma é de 4.7/5.0 enquanto em ambos os cursos é avaliado em 4.8/5, pontuação acima da média. Na plataforma o usuário pode dar like ou dislike no conteúdo para indicar o quanto gostaram e foi útil. O curso CESB apresentou 3,298 likes e apenas 19 dislikes e enquanto o CPMC recebeu 541 likes e 15 dislikes, indicando a criação de um conteúdo assertivo e útil para a comunidade.

### **Construção e divulgação de material no instagram**

Em relação aos posts produzidos para o Instagram, foi alterada a identidade visual e o conceito dos post, a fim de aumentar o alcance do conteúdo (Figura 1). Para validar o novo formato foram postados 4 posts informativos em novembro que somados superaram os 140 likes, enquanto os últimos 4 posts informativos somados tinham 24 likes, um aumento de mais de 595% no engajamento . Indicando que a forma e conteúdo divulgados estava alinhado com a demanda do público.

**Figura 1** - Comparação do layout do perfil @pesquisacosmetica. I) Post com layout antes do início da pesquisa. II) Layout do perfil após início do projeto, com títulos chamativos e ícones dinâmicos, após o início do projeto que apresentou maior retenção e engajamento do público.



Antes da implementação do projeto, a média de likes por post informativos nos últimos 15 posts era de 5,2. Após o início do projeto, essa média aumentou para aproximadamente 22,6 likes por post, um aumento de 4,3 vezes. Além disso, o número médio de comentários por post aumentou de 1 para 11, indicando um engajamento significativamente maior com o conteúdo após a mudança. Esses resultados destacam uma resposta positiva da audiência à nova apresentação do perfil. A tabela 1 ilustra os números em diferentes meses do ano:

**Tabela 1:** Avaliação do engajamento e interação do público antes e depois do projeto de iniciação científica nos posts informativos, avaliado de forma trimestral.

	<b>Antes da IC</b>	<b>Durante a IC</b>	
<b>Meses avaliados</b>	Junho, Julho e Agosto (2023)	Setembro, Outubro e Novembro (2024)	Dezembro, Janeiro e Fevereiro (2024)
<b>Número de likes</b>	6	199	271
<b>Número de comentários</b>	0	2	11

Os temas abordados foram diversos como uma ampla abordagem sobre exposição solar nos meses de calor/verão, abordando os riscos, cuidados, importância do protetor solar, como aplicar, desmistificando assuntos polêmicos, temas técnicos e doenças de pele. Vale lembrar que as demandas dos comentários eram atendidas visando sanar as dúvidas reais da população.

A partir do levantamento citado acima, será possível dar continuidade ao projeto tornando-o cada vez mais assertivo e relevante para a população que o consome com novos *posts* e entrevistas com profissionais.

## **BIBLIOGRAFIA**

Almeida, Alessandra; Oliva, Vagner José. Pensando a Extensão, Rio de Janeiro, n.5, p. 27-36, jan./jun. 2004

Alves, A. L., Mota, M. F., Tavares, T. P., O INSTAGRAM NO PROCESSO DE ENGAJAMENTO DAS PRÁTICAS EDUCACIONAIS: A dinâmica para a socialização do ensino-aprendizagem. Revista UniRlos. 2018.

Botomé, Paulo Sílvio. Pesquisa alienada e ensino alienante o equívoco da extensão universitária. Petrópolis, RJ: Vozes, EDUCS, EDUFSCAR, 1996.

Carpenter, J. P., Morrison, S. A., Craft, M., & Lee, M. (2020). How and why are educators using Instagram? Teaching and teacher education, 96, 103149

Klein, S.; BR, S. A IMPORTÂNCIA DA EXTENSÃO NA GRADUAÇÃO: O PROGRAMA FURB VISITA SUA RUA. [s.l.] , [s.d.]. Silva, O. D. O que é extensão universitária?, acessado em [www.ecientificocultural.com](http://www.ecientificocultural.com)

MALOFF, Joel. A internet e o valor da "internetização". Ciência da Informação, Brasília, v. 26, n. 3, 1997. Disponível em: <http://www.ibict.br/cionline>