O USO DO INSTAGRAM PARA DISCUSSÃO SOBRE SERVIÇOS DE SAÚDE DO MACIÇO DIRECIONADOS A PREVENÇÃO E DETECÇÃO PRECOCE DO CÂNCER

Thais Correia[1]
Sara Hellen Alves Lima [2]
Andrea Linard[3]

RESUMO

Objetivo: Realizar ações de promoção da saúde direcionadas a discussão, socialização e divulgação de informações e serviços de saúde do câncer de mama e de colo uterino. Metodologia: Relato de experiência, descritivo com abordagem quantitativa, pertencente ao projeto extensionista do PIBEAC da Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira, com sede e foro em Redenção/Ceará. Foi realizado na rede social Instagram®, no perfil: @cancersonosigno no período de janeiro de 2021 a janeiro de 2022 com foco em atividades educativas de esclarecimentos, orientação e troca de saberes entre os extensionistas e o público-alvo a partir de pôsteres, vídeos, reels, lembretes e memes disponibilizados no feed. As temáticas abordadas foram estão dentro da prevenção e detecção precoce do câncer. Resultados: O número total de seguidores da página do projeto foi de 269, embora pareça pequeno, podemos inferir com os dados disponibilizados pela plataforma que o alcance de pessoas vai além desse número, chegando a um total de 5.747 contas alcançadas, destas 149 são seguidores e 5.598 não seguidores da página. Quanto ao gênero dos seguidores, o de maior predominância foram as do sexo feminino totalizando 79,7%, outrossim, é notório que o percentual de homens que acompanharam a página é significativo, uma vez que 20,2% dos seguidores são do gênero masculino. Os conteúdos de maior alcance foram os reels (5.754), seguido por publicações (281), stories (83) e vídeos (3), culminando em 7.721 impressões. Os municípios com maior atividade foram: Fortaleza (25,1%), Redenção (15,2%), Baturité (8,3%) e Maracanaú (4,4%). Conclusão: As métricas do Instagram®, como alcance, curtidas e impressões aproximam a população feminina da temática sobre os cânceres, fortalecendo a importância do uso dessa ferramenta para estimular o autocuidado e colaborar junto aos profissionais da Atenção Primária na redução dos indicadores de saúde negativos.

Palavras-chave: Câncer; Rede social; Promoção da Saúde; Prevenção de doenças.

UNILAB, INSTITUTO DE CIÊNCIAS DA SAÚDE , Discente, thaiscorreiaunilab@gmail.com[1]
UNILAB, INSTITUTO DE CIÊNCIAS DA SAÚDE , Discente, sh5980855@gmail.com[2]
UNILAB, INSTITUTO DE CIÊNCIAS DA SAÚDE , Docente, linard@unilab.edu.br[3]

ISSN: 2447-6161

INTRODUÇÃO

Segundo dados do Instituto Nacional do Câncer - INCA (2020), o quantitativo de novos casos de câncer de colo uterino girava em torno de 16.710 casos. Para o ano de 2021 o INCA alerta sobre possíveis 66.280 novos casos de câncer de mama.

As Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), definidas como um conjunto de recursos tecnológicos utilizados de forma integrada, objetivando estimular e disseminar conhecimento pelo uso de ferramentas simultâneas de sons, imagens e textos que possibilitam manipulações, criações, avaliações e arquivamentos por meio de recursos como rádio, telefone, televisão, redes de cabos e fibras óticas e, principalmente computadores (MOTA, 2018).

As TIC devem ser avaliadas como ferramentas de otimização de processos como, por exemplo, do cuidado em saúde, da educação permanente e do desenvolvimento de pesquisa. Estas tecnologias permitem ampliar o acesso à informação por meio da integração de múltiplas mídias, linguagens e recursos, possibilitando o desenvolvimento de um processo educacional interativo (PINTO, 2017).

Notadamente as TIC's favorecem a superação de limitações de tempo e distâncias geográficas, possibilitando um alcance maior de pessoas que podem interagir a qualquer hora e em qualquer lugar, rompendo com o tempo determinado para a busca de informações relacionadas à saúde e seus serviços no Sistema Único de Saúde.

METODOLOGIA

Tratou-se de uma ação extensionista realizada com subsídios da metodologia participativa. Essa metodologia auxilia técnicos e extensionistas nos trabalhos com as comunidades; instrumentos de trabalho que podem contribuir para o entendimento das necessidades básicas do indivíduo ou de uma comunidade, levando em conta suas aspirações e potencialidades do conhecer e agir, buscando valorizar seus conhecimentos e sua cultura, e, na medida do possível, incorporá-las no processo de transmissão de tecnologia e aprendizado (OLIVEIRA, 2015).

Como instrumentos para a execução das atividades foram feito uso das tecnologias de comunicação e informação, em especial a internet acompanhada do aplicativo "Instagram" para desenvolver uma comunicação dialógica que favorecendo a interação com a comunidade no quesito informações sobre saúde e os serviços disponíveis no Sistema Único de Saúde com vistas a detecção precoce do câncer de mama e prevenção do câncer de colo uterino.

Para o alcance dos objetivos proposto foram desenvolvidas as etapas descritas a seguir:

Contato com as secretarias de Saúde; Criação da página do Instagram do projeto para divulgar informações e serviços de saúde; Elaboração dos textos e imagens para as postagens no Instagram com informações atuais sobre dos assuntos abordados; Planejamento das lives e envio dos convites para os profissionais de saúde da região do Maciço de Baturité; Registro em diário do feedback da população; Publicação das postagens na página do projeto com informações e serviços de saúde dos municípios; Realização das lives para discutir e

ISSN: 2447-6161

esclarecer dúvidas sobre o perfil epidemiológico do câncer feminino, a detecção precoce do câncer de mama, a prevenção do câncer de colo uterino, exames e consultas no âmbito do SUS; Avaliação das atividades do projeto com a participação do público atendido, por meio de enquetes no Instagram com devolutiva para a comunidade.

Para produção das publicações foi utilizado a plataforma de design gráfico Canva por possuir uma versão de acesso gratuito e possibilitar a personalização dos conteúdos visuais. As publicações foram realizadas em formato de pôsteres, vídeos, reels, lembretes e memes disponibilizados no feed para o público. Ademais, para critérios de avaliação também foram realizadas enquetes e questionários disponíveis nos stories.

A escolha das postagens deu-se da seguinte forma: na segunda-feira eram realizadas enquetes, questionamentos e, postados lembretes ou memes, na terça-feira eram disponibilizados os pôsteres informativos e explicativos, e por fim, no sábado era realizada a interação por meio de vídeos no formato de reels. Os dias da semana foram selecionados conforme pesquisa de investigação envolvendo o nível de interação dos seguidores nas redes sociais. No início da semana a atividade na rede social era mais baixa e no decorrer dos dias esse acesso aumentava, então, foi decidido que postagens mais informativas e interativas seriam publicadas no meio e no final da semana, para que fosse alcançado o máximo de pessoas possível.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O número total de seguidores da página do projeto foi de 268, é um número considerável visto que a conta do instagram foi criada recentemente, com menos de 12 meses de criação. Mesmo que esse número não pareça suficiente, podemos inferir com os dados disponibilizados pela plataforma que o alcance de pessoas vai além desse número, chegando a um total de 5.747 contas alcançadas, destas 149 são seguidores e 5.598 não seguidores da página. Ademais, dentre essas contas estão pessoas de diversos estados e cidades, por exemplo, São Paulo, Rio de Janeiro, Fortaleza e Salvador. É interessante destacar a faixa etária dos seguidores da rede social, pois é possível fazer uma análise mais detalhada do público que mais acompanhou as informações. Primeiramente, a idade de maior destaque são jovens de 18 a 24 anos (44,8%), seguido por, 25 a 34 anos (29%), 35 a 44 anos (15,7%), 45 a 54 anos (5,9%), 13 a 17 anos (1,9%), 55 a 64 anos (1,4%), mais de 65 anos (0,9%).

Por meio desses dados apresentados pela plataforma pode-se perceber que houve uma maior participação do público jovem, o que se torna relevante nesse resultado, tendo em vista a importância do cuidado precoce no que se refere ao bem-estar, profilaxia e o interesse em conhecer sobre conceitos relacionados ao câncer de mama e ao câncer de colo uterino. Quanto ao gênero dos seguidores, o de maior predominância foram as do sexo feminino totalizando 79,7%, então, pode-se afirmar que o objetivo de disseminar informações sobre os cânceres foi alcançado, já que o público-alvo são mulheres. Outrossim, é notório que o percentual de homens que acompanharam a página é significativo, uma vez que 20,2% dos seguidores são do gênero masculino. Apesar da página ser destinada ao público feminino, é evidente que os materiais disponíveis despertaram a curiosidade e o interesse dos homens, tanto para conhecimento próprio, quanto para serem fontes de disseminação dessas informações, ajudando assim, a orientar e inspirar mais mulheres a possuírem maior e melhor autocuidado.

Outra observação que é possível ser feita são os municípios com maior atividade, entre eles estão, respectivamente, Fortaleza (25,1%), Redenção (15,2%), Baturité (8,3%), Antônio Diogo (4,4%) e Maracanaú

ISSN: 2447-6161

(4,4%). Desse modo, podemos observar que tanto os municípios destinados ao projeto, quanto de algumas regiões distintas, contemplaram o público presente na página do instagram, não deixando com que as informações fossem limitadas em uma única localidade.

No que concerne ao conteúdo produzido para o Instagram, o de maior alcance foram os reels com o número de 5.754, seguido por publicações (281), stories (83) e vídeos (3). Quando refere-se a relevância os reels alcançaram (224), publicação (106), stories (55), além disso, as impressões atingidas com as temáticas foram de 7.721. Para mais, o engajamento dos indivíduos foi de 693 perfis, estes interagiam com maior intensidade no que se refere ao conteúdo. Por fim, houve também a realização de uma avaliação, por meio de enquetes nos stories, sobre as ações realizadas dentro da página do instagram.

Os dados coletados foram gerados pela rede social utilizada, pois a plataforma possui algoritmos e uma visão geral dos insights, ou seja, dos gráficos contendo as informações necessárias para a tabulação. Diante dos achados encontrados, realizou-se a análise descritiva, por meio das variáveis, gênero, idade, cidade, alcance, tipo de postagem com mais visibilidade e conteúdo mais atrativo. Após averiguar as informações, as mesmas são apresentadas em valores absolutos e relativos das métricas de alcance, impressões e curtidas por assunto em tabelas extraídas do Instagram Analytic e discutidos conforme as evidências científicas.

CONCLUSÕES

Portanto, é evidente a relevância do projeto tanto para a comunidade acadêmica, quanto para a comunidade externa, tendo em vista seus resultados exitosos, apesar das barreiras encontradas devido ao enfrentamento da pandemia. O câncer de mama e o câncer de colo uterino ainda são patologias que possuem altos índices de mortalidade no mundo, embora haja métodos de detecção precoce e profilaxia, respectivamente.

Embora haja aspectos que ainda possam ser melhorados como o fato de desenvolver essas atividades de maneira presencial, o que seria algo adaptado devido ao plano inicial do projeto já ser de forma remota, com exceção dos contatos com as secretarias de saúde do Maciço de Baturité, o projeto de um modo integral conseguiu atingir seu principal objetivo que era o socializar e discutir informações tanto sobre os tipos de cânceres já citados acima, quanto sobre os serviços de saúde da região do Maciço. Em face do que foi exposto, tanto os seguidores da página quanto os que não seguem (só acompanham as publicações, sem fazerem parte do público inscrito) interagiram ativamente nas redes, logo se tornando exposto o interesse, curiosidade e aprendizado que pôde ser disseminado.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, gostaria de agradecer à Profª. Drª. Andrea Gomes Linard pela oportunidade de realizar esse estudo. Contribuiu grandemente com meu crescimento individual e principalmente, acadêmico. Agradeço também, o Programa de Bolsa de Extensão Arte e Cultura (PIBEAC/UNILAB), por incentivar e garantir avanços significativos no cenário de educação em saúde e ações extensionistas atuais.

REFERÊNCIAS

INCA. Instituto Nacional do Câncer. Câncer do colo do útero. 2020. Disponível em: . Acesso em: 28 nov.

ISSN: 2447-6161

2021.
INCA. Instituto Nacional do Câncer. Câncer de Mama. 2020. Disponível em: . Acesso em: 28 nov. 2021.
MOTA, DN et al. Tecnologias da informação e comunicação: influências no trabalho da estratégia saúde da família. J. Health Inform. 2018 abril-junho; 10(2): 45-9.
OLIVEIRA, MLR de. Reflexões sobre o uso de metodologias participativas como instrumento de trabalho em comunidades rurais. Em Extensão, Uberlândia, v. 14, n. 1, p. 30-51, jan. / jun. 2015.
PINTO ACS, SCOPACASA LF, BEZERRA LLAL et al Uso de tecnologias da informação e comunicação na educação em saúde de adolescentes: revisão integrativa. Rev Enferm UFPE on line., Recife, 11(2):634-44, fev., 2017.
SOARES, LCC et al. Utilização das mídias sociais para educação em saúde pela LAPFITO: do instagram a oficinas de saúde e a interação entre academia e comunidade. Anais do Seminário de Tecnologias Aplicadas e Saúde. UNEB, 2019.

ISSN: 2447-6161