MÍDIAS SOCIAIS: AÇÕES EDUCATIVAS PARA PREVENÇÃO E CONTROLE DE ZOONOSES

Maria Glória Guerra De Lima[1]
Sara Hellen Alves Lima [2]
Anelise Maria Costa Vasconcelos Alves[3]
Juliana Jales De Hollanda Celestino[4]

RESUMO

Ações educativas para prevenção e controle de zoonoses constituem um meio que possibilita a autonomia da população contra essas infecções. A avaliação do conhecimento prévio da população sobre o assunto é importante para construção de ferramentas acessíveis e eficazes, com linguagem adequada para ampla adesão. Assim, este trabalho objetivou promover ações educativas sobre zoonoses para prevenção e controle destas nas mídias sociais Instagram e YouTube. O trabalho foi dividido em quatro etapas, sendo: 1. Formação interna da equipe através dos ciclos de seminários; 2. Seleção das temáticas e divulgação do perfil; 3. Elaboração de roteiros sobre as principais zoonoses, guarda responsável e bem-estar animal; 4. Realização das publicações e acompanhamento da interação com o público. Constatou-se através das enquetes realizadas que 73% dos participantes possuíam animais de estimação e 88% afirmaram saber que os animais são transmissores de doenças, mas somente 18% saberiam identificar uma pessoa com alguma zoonose. No ciclo de seminários publicados somente no YouTube, destaca-se o tema “Impactos da Urbanização Desordenada na Saúde Pública: Leptospirose e Infraestrutura Urbana." no qual obteve 60 visualizações. No que concerne às ações contra zoonoses publicadas no Instagram e YouTube, o vídeo sobre leptospirose obteve um alcance de 112, 6 compartilhamentos, 167 impressões e 230 visualizações. Já o mesmo vídeo no YouTube obteve 53 visualizações. Assim, conclui-se que promoção de saúde nas redes sociais constitui uma alternativa eficaz, capaz de abranger um público diversificado e a facilidade de acesso em qualquer lugar e horário, pontos que qualificam esse método de intervenção educativa.

Palavras-chave: zoonoses mídias sociais saúde pública .

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (UNILAB), Instituto de ciência da Saúde , Discente, mariagloria2409@gmail.com[1]
Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (UNILAB), Instituto de Ciências da Saúde, Discente, sh5980855@gmail.com[2]
Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (UNILAB), Instituto de Ciências da Saúde, TAE, aneliseralves@unilab.edu.br[3]
Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (UNILAB), Instituto de Ciências da Saúde, Docente, juliana.celestino@unilab.edu.br[4]

ISSN: 2447-6161

INTRODUÇÃO

As zoonoses representam um problema de saúde pública tendo em vista as possibilidades de exposição a essas infecções no ambiente em geral. O aumento da proximidade dos animais de estimação com os seus cuidadores favorece a transmissão de zoonoses (CARVALHO; MAYORGA, 2016), e o conhecimento destas por parte da comunidade, colabora para o controle e prevenção dessas doenças.
As zoonoses são definidas como infecções transmitidas do animal para o homem e do homem para o animal, podendo ser causada por vírus, ou bactérias, ou protozoários, ou helmintos. Pode-se destacar como exemplos: a leptospirose, a raiva, a leishmaniose tegumentar, a leishmaniose visceral e a toxoplasmose como algumas das principais zoonoses, devido sua importância epidemiológica (OMS, 2020).

Dentre os fatores que colaboram para o surgimento destas infecções estão a falta de saneamento básico, mudanças climáticas, posse não responsável de animais, abandono de animais, desmatamento e caça predatória. Esses agravantes, como a posse não responsável e o abandono de animais, podem ser reduzidos se houver a capacitação da população acerca das formas de contágio e de prevenção, podendo diminuir a incidência das zoonoses em uma determinada região (BRASIL, 2009). Além disso, a capacitação e o conhecimento da população sobre as zoonoses, inclusive as formas de controle e prevenção, contribuem para que possam exigir ações públicas contra o problema das zoonoses (VIEIRA, 2018).

As mídias sociais são um importante meio de propagação de informações, por sua utilização em larga escala por uma grande parcela da população de diferentes idades e localizações. Dessa forma, torna-se uma importante ferramenta para realização de educação em saúde, podendo promover possivelmente mudanças atitudinais do público alcançado (CUNHA, 2012).

O Instagram é uma das redes sociais mais utilizadas, em predomínio por um público mais jovem, no qual constitui um ponto positivo, pois esse público representa um importante meio de propagação do conhecimento (PRIMO, 2020). No que se refere ao YouTube, plataforma para vídeos, existe um incentivo de sua utilização por parte de instituições acadêmicas e divulgação de informações de saúde (D'SOUZA, et al, 2020). Sendo assim, essas duas plataformas podem ser consideradas como importantes alternativas para promoção da saúde à distância, em virtude do aumento de sua utilização, principalmente, no período de pandemia.
Desse modo, ações de promoção da saúde nas redes sociais são relevantes, pois sua utilização como meio de distração, pode se tornar um momento informativo, podendo colaborar para mudanças e realização de práticas preventivas contra zoonoses. Assim, o objetivo deste trabalho foi promover ações educativas sobre zoonoses para prevenção e controle destas por meio das mídias sociais, tendo como instrumento as plataformas do Instagram e YouTube.

METODOLOGIA

O presente trabalho se baseou no desenvolvimento de ações através de mídias audiovisuais com foco educativo, buscando mudanças atitudinais que promovam a prevenção e controle de zoonoses. O mesmo foi desenvolvido de janeiro a dezembro de 2020. As mídias sociais utilizadas foram do Grupo de Estudo sobre Zoonoses e Animais (GEZA), nomeadas no Instagram de “@gezaunilab” e no YouTube “Ações educativas sobre Controle de Zoonoses”, ambas as contas já existiam antes da realização do trabalho, mas foram intensificadas as divulgações para implementação das ações, de modo a aumentar os telespectadores, bem

ISSN: 2447-6161

como o alcance dessas mídias.

As ações educativas foram desenvolvidas nas redes sociais Instagram e YouTube. O mesmo foi subdividido em etapas que se constituíram em: 1. Formação interna da equipe através dos ciclos de seminários; 2. Seleção das temáticas e a e divulgação das contas criadas nas duas plataformas; 3. Elaboração de roteiros sobre as principais zoonoses, guarda responsável e bem-estar animal, conforme o formato da publicação e criação gráfica; conforme o formato da publicação e criação gráfica; 4. Realização das publicações e acompanhamento da interação com o público.

No período inicial, houve a formação interna da equipe, na qual ocorreu por meio de ciclos de seminários com a discussão de artigos sobre as principais zoonoses. Esse processo ocorreu inicialmente na universidade (UNILAB), mas devido à pandemia da COVID-19, foi finalizado de forma remota. Um ponto positivo dessa mudança, foi a possibilidade de adicionar os seminários ao cronograma das temáticas, além da divulgação para o público externo.

Posteriormente foi realizado um cronograma de postagens com os temas que envolviam as principais zoonoses, guarda responsável e bem-estar animal, e divulgação das contas no Instagram e no YouTube do GEZA (Grupo de Estudo sobre Zoonoses e Animais), onde foram desenvolvidas as ações. Essa etapa foi acrescentada às ações contra a COVID-19, tendo em vista a utilização das redes sociais para propagação de informações, principalmente no período pandêmico, em que ações presenciais seriam inviáveis.

Os roteiros foram elaborados conforme o formato da publicação, que poderiam ser vídeos, ou imagens, ou infográfico. Em seguida, a criação do conteúdo gráfico era feita em duas plataformas principais, sendo estas: a Canva e a Powtoon, a primeira delas servia para criação de vídeo, imagens e infográficos, e a segunda somente para vídeos. A parte gráfica prezava pela didática, utilizando imagens e figuras ilustrativas, para que assim as informações pudessem ser fixadas para promover mudanças atitudinais para controle e prevenção de zoonoses. A linguagem escolhida também era informal e acessível ao público leigo.

As intervenções eram publicadas de 15 em 15 dias em ambas plataformas, Instagram e YouTube, mas, em casos de imagens e infográficos, eram publicados somente no Instagram. No início, foram realizadas todas as terças-feiras ações contra zoonoses e, nas quintas-feiras, os seminários gravados. No segundo semestre do ano, ao fim do ciclo de atualizações, as divulgações (científicas) através de seminários foram encerradas, sendo, então, mantidas somente as intervenções às terças-feiras.

A última etapa foi a coleta de dados, na qual, toda semana eram observados e tabuladas as informações referentes aos impactos das mídias. Os principais indicadores no Instagram foram o alcance, compartilhamentos, impressões e visualizações, em casos de vídeos, já no YouTube, os indicadores eram somente impressões e visualizações. Esses indicadores foram escolhidos devido a sua representatividade quanto a quantidade de pessoas presentes nas ações de forma virtual.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Ao longo do período de desenvolvimento das ações, observou-se o interesse do público com as temáticas, através dos indicadores disponibilizados pelas plataformas.

Em relação ao perfil do público alcançado, a faixa etária dos usuários dessa rede social foram de 18-24 (39,9%), 24-34 anos (39,1%), 35-44 anos (14,9%), 45-54 anos (3,2%) e 55-64 anos (1,8%). Idades maiores de 65 anos representam menos de 1% do público.

O público mais jovem esteve em maior porcentagem segundo os indicadores. Esse fato representa um ponto de relevância no estudo, visto que os mesmos são propagadores de conhecimento e formadores de opinião, podendo contribuir para mudanças no contexto social em que estão inseridos (HIGUCHI, 2011). Por outro

ISSN: 2447-6161

lado, ocorre uma diminuição conforme a mudança da faixa etária. Mesmo assim, o público de diferentes idades teve acesso às ações, cada um, da sua maneira, apresenta sua forma de reprodução de atitudes corretas para prevenção e controle de zoonoses.

Das duas redes sociais utilizadas (Instagram e Youtube), o Instagram foi o que apresentou maior alcance de pessoas envolvidas nas ações. Esse dado justifica-se , devido essa mídia ser uma das mais utilizadas, especialmente pelos jovens.

Em uma das enquetes realizadas no Instagram sobre zoonoses, foi possível constatar que a maior parte do público possui animais de estimação em seus lares (73%). Esse dado foi considerado para a elaboração das ações, pois até mesmo as pessoas que disseram não possuir animais em casa, conhece alguém que tenha ou podem entrar em contato com animais errantes, por isso, também precisam conhecer quais os cuidados devem ter em situações que envolvem animais de estimação, por exemplo, na publicação sobre "Por que não alimentar animais de rua?". Esse é um assunto de saúde pública e que muitas pessoas desconhecem ou não veem problema alimentar esses animais. O vídeo sobre essa temática no Instagram obteve um alcance de 118 pessoas, 11 compartilhamentos, 162 impressões, 5 salvos, 3 comentários e 130 visualizações.

As ações desenvolvidas, principalmente, as sobre o ciclo das doenças, visaram promover a divulgação das informações sobre o agente etiológico, sinais e sintomas, diagnóstico, tratamento e prevenções. Esses tópicos são de grande impacto social, em que 82% das pessoas que responderam a enquete no Instagram do GEZA não sabiam identificar uma pessoa com alguma zoonose, o qual dificulta a procura por tratamento.

As ações sobre leptospirose, tanto o vídeo como as principais informações, publicados nas duas redes sociais utilizadas, quanto o seminário sobre 'Impactos da Urbanização Desordenada na Saúde Pública: Leptospirose e Infraestrutura Urbana", publicado somente no YouTube, obtiveram bons resultados quanto ao alcance dessas publicações. Isso se deve possivelmente ao conhecimento prévio dos telespectadores acerca dessa zoonose, conhecida popularmente como "doença do rato", no qual instiga a curiosidade do público para visualizar os materiais produzidos e publicados. Dessa forma, conclui-se que conhecer somente o nome popular não protege pessoas da contaminação e muito menos favorece buscar tratamento. Foi usado o termo (nome popular) como facilitador durante a elaboração da intervenção, para assim permitir a fixação dos pontos principais. A ação sobre leptospirose (vídeo com as principais informações) no Instagram, obteve ótimos indicadores, com um alcance de 112 pessoas, 6 compartilhamentos, 167 impressões, 4 salvos, 2 comentários e 230 visualizações. Já o vídeo sobre a leptospirose, teve 53 visualizações e o seminário publicado, apenas no YouTube, somou 60 visualizações.

Outra zoonose conhecida por muitos é a toxoplasmose, mas dessa vez o termo muda para "doença do gato". A intervenção teve como resultado no Instagram um alcance de 100 pessoas, 19 compartilhamentos, 135 impressões, 4 salvos, 11 comentários e 54 visualizações. No YouTube alcançou 12 visualizações.

A raiva tem grande destaque devido a sua alta letalidade, tendo um alcance no Instagram de 128 pessoas, 20 compartilhamentos, 181 impressões, 3 salvos, 3 comentários e 275 visualizações. No YouTube, foi o principal vídeo com maiores visualizações, totalizando 150.

A publicação sobre leishmaniose tegumentar atingiu o alcance de 105 pessoas, com destaque para o número de compartilhamentos que foram 22, 139 impressões, 1 salvo, 4 comentários e 263 visualizações. O mesmo vídeo publicado no YouTube possui 21 visualizações.

Já o vídeo sobre leishmaniose visceral teve um alcance de 83 pessoas, 2 compartilhamentos, 103 impressões, 1 salvo, 2 comentários e 50 visualizações. No YouTube o vídeo possui 35 visualizações.

Ao analisar o alcance dos vídeos das principais zoonoses apresentadas, obtém-se uma média do alcance de 106 pessoas, número esse que representa a possibilidade de participantes que as mídias sociais permitem

ISSN: 2447-6161

reunir, principalmente em períodos de pandemia, como foi o ano de 2020, em que seria inviável atividades educativas de forma presencial.

CONCLUSÕES

O trabalho de extensão desenvolvido totalmente no meio virtual, apresenta-se como um importante mecanismo e ferramenta de propagação de informações em saúde, que não se limitou em um público específico de uma cidade ou instituição, mas possibilitou o acesso dos conteúdos a pessoas de diferentes locais e faixas etárias. Assim, o objetivo do estudo foi alcançado, de desenvolver ações dinâmicas em diferentes formatos (vídeos, imagens e infográficos), possibilitando, dessa maneira, a fixação dos assuntos para serem aplicados na prática, trazendo benéficos para o meio em que o indivíduo está inserido. Vale destacar ainda como ponto positivo, que as ações ficarão disponíveis mesmo após a finalização do trabalho, para o acesso a novos telespectadores, tornando-se intervenções que durarão a longo prazo.

AGRADECIMENTOS

À Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira- UNILAB, à Pró-reitoria de Extensão, Arte e Cultura – PROEX, ao Programa de Bolsas de Extensão, Arte e Cultura- PIBEAC e ao Grupo de Estudos sobre Zoonoses e Animais- GEZA.

REFERÊNCIAS

BRASÍLIA. Ministério da Saúde. VIGILÂNCIA EM SAÚDE - ZOONOSES. Disponível em: < http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/vigilancia_saude_zoonoses_p1.pdf> Acesso em: maio de 2021.

CARVALHO, Gicele Faissal de; MAYORGA, Guilherme Ramos de Sá. Zoonoses e posse responsável de animais domésticos: percepção do conhecimento dos alunos em escolas no município de Teresópolis-RJ. Rio de Janeiro: Revista da Jopic, 2016

CUNHA, Oswaldo Norbim Prado. Saúde, Redes e Pessoas: Uma Análise da Experiência Comunicacional Desenvolvida pelo Ministério da Saúde nas Mídias Sociais. Anais Intercom Regional, 2012.

D'SOUZA, Ryan S. et al. YouTube como fonte de informações médicas sobre a nova pandemia da doença coronavírus 2019 (COVID-19). Saúde pública global, v. 15, n. 7, pág. 935-942, 2020.

HIGUCHI, Maria Inês Gasparetto et al. Motivações de Jovens na Mobilização e Participação Socioambiental. XX Jornada de Iniciação Cientifica PIBIC INPA–CNPq/FAPEAM, 2011.

OMS – Organização Mundial da Saúde. Zoonoses. Disponível em: http://www.who.int/topics/zoonoses/en/. Acesso em: 06 de maio de 2021.

ISSN: 2447-6161

PRIMO, Alex. Afetividade e relacionamentos em tempos de isolamento social: intensificação do uso de mídias sociais para interação durante a pandemia de COVID-19: Emotions and relationships during social isolation: intensifying the use of social media for interaction during the COVID-19 pandemic. Comunicação & Inovação, v. 21, n. 47, 2020.

VIEIRA, Caio Felipe Viana Valle. Análise das políticas públicas de tratamento da leishmaniose como zoonose em face do dever do estado de proteção ambiental com enfoque no Distrito Federal. 2018.

ISSN: 2447-6161