

# **UTILIZAÇÃO DO INSTAGRAM PELO MINISTÉRIO DA SAÚDE DO BRASIL PARA DIVULGAR INFORMAÇÕES SOBRE CÂNCER DE MAMA.**

## **USE OF INSTAGRAM BY THE BRAZILIAN MINISTRY OF HEALTH TO SPREAD INFORMATION ABOUT BREAST CANCER.**

## **USO DE INSTAGRAM POR PARTE DEL MINISTERIO DE SALUD DE BRASIL PARA DIFUNDIR INFORMACIÓN SOBRE EL CÁNCER DE MAMA.**

Jader Prado Ferreira<sup>1</sup>; Fernanda Hoffmann Marques<sup>2</sup>; Tania Maria Gomes da Silva<sup>3</sup> ; Marcelo Picinin Bernuci<sup>4</sup>

### **INTRODUÇÃO**

O câncer de mama é o maior incidente entre mulheres no mundo, sendo a causa mais frequente de morte por tumor nessa população. O Instituto Nacional de Câncer (INCA) estima que para cada ano do triênio 2020/2022, seja diagnosticado no Brasil 66.280 novos casos de câncer de mama, com um risco estimado de 61,61 casos a cada 100 mil mulheres (<sup>1</sup>). A desinformação, acesso limitado ao rastreamento e diagnóstico precoce configuram como barreiras a serem vencidas para redução da morbimortalidade do câncer de mama no país.

Segundo a Sociedade Brasileira de Mastologia (SBM), no Brasil a incidência de câncer de mama em mulheres com menos de 35 anos representavam somente 2% dos casos, porém nos últimos anos houve um aumento significativo para 4% nessa faixa etária . No entanto, é evidente que o aumento de casos em mulheres mais jovens gera preocupações, pois a detecção do tumor de mama nesta faixa etária é mais difícil,

Correspondence: Tel.: +55 (44) 3309-2627

<sup>1</sup>Graduando em Medicina. Universidade de Maringá- UniCesumar -Maringá, Paraná, Brasil.<sup>2</sup>Mestranda pelo programa de Pós-graduação em Promoção da Saúde. Universidade de Maringá-UniCesumar. Maringá, Paraná, Brasil. [fernandahoffmannmarques@gmail.com](mailto:fernandahoffmannmarques@gmail.com)

<sup>3</sup>Professora Doutora do Programa de Pós-Graduação em Promoção da Saúde da Universidade de Maringá (UnicEsumar) – Maringá-PR.[tania.gomes@unicesumar.edu.br](mailto:tania.gomes@unicesumar.edu.br) <sup>4</sup>Professor Doutor do Programa de Pós-Graduação em Promoção da Saúde, UniCesumar, Maringá-PR, . [mpbernuci@gmail.com](mailto:mpbernuci@gmail.com)[marcelo.bernuci@unicesumar.edu.br](mailto:marcelo.bernuci@unicesumar.edu.br)

A capacitação das mulheres sobre o processo saúde-doença, demonstra que há melhora no engajamento nos programas de cuidado, reduz o sentimento de incerteza sobre os fatores de risco e fortalece o acesso aos fatores de proteção para este tipo de câncer (2).

Reconhecidamente, as ferramentas das tecnologias da informação e comunicação facilitam a veiculação de informações sobre saúde. Neste sentido, destacamos as redes sociais do Ministério da Saúde que promovem a comunicação e a aproximação dos gestores federais com a sociedade. As informações publicadas são ações de saúde pública que contribuem na melhoria da qualidade de vida da população, seja para a promoção da saúde, prevenção de doenças ou adesão da população às mobilizações de campanhas (3)

Atualmente, mais de 149 milhões, dos quase 212 milhões de habitantes do país utilizam a internet, e mais de 80% deles possuem contas em redes sociais online. Dentre estas RSO, destaca-se o Instagram, com cerca de 928,5 milhões de usuários no Brasil (4)

Poucos estudos têm avaliado o conteúdo postado no Instagram direcionado a educação em saúde. Acreditamos que estudar as redes sociais governamentais é um importante indicador de mudanças no formato do relacionamento entre a sociedade e poder.

Assim, pretendemos no presente estudo, analisar as publicações sobre o câncer de mama no Instagram do ministério da saúde, a fim de subsidiar informações relevantes para discussão da potencialidade do uso dessa plataforma em estratégias de promoção da saúde baseadas em educação.

## **MATERIAIS E MÉTODOS**

O presente estudo caracteriza-se por realizar uma abordagem quali/quantitativa e exploratória retrospectiva sobre RSO e educação em saúde e teve como método o uso da técnica de pesquisa e análise de conteúdo na plataforma de RSO “Instagram”. O estudo foi desenvolvido em ambiente virtual, em uma conta pública e aberta, sem necessidade de autorização dos participantes. Todos os dados tiveram suas identificações ocultadas para garantir o anonimato dos participantes e impedir o uso indevido das informações.

A busca das postagens foi realizada em dezembro de 2020 a partir da utilização dos descritores: outubro rosa, câncer de mama, prevenção do câncer de mama indexados por *hashtags*. As postagens foram coletas por meio de prints da tela do computador, codificadas e arquivadas para serem analisadas posteriormente.

A análise das postagens foi realizada manualmente por dois pesquisadores independentes. As postagens foram analisadas segundo suas características técnicas (tipo de mídia, ano de publicação, interatividade) e tipo de conteúdo. O conteúdo foi determinado a partir do tipo de prevenção, primária ou secundária segundo o recomendado pelo Ministério da Saúde (MS).

Os dados foram apresentados em frequência absoluta (f) e relativa (%) bem como média e desvio padrão. As análises da estatística descritiva foram realizadas com auxílio do software SPSS para Windows. Na primeira fase do estudo, foi selecionada e arquivada todas as postagens no perfil do Instagram MS referente ao câncer de mama. A página do órgão foi criada no ano de 2013, portanto os dados foram coletados no intervalo deste ano até outubro de 2020

Nessa perspectiva foram analisados, um total de 84 postagens, estas caracterizadas quanto à formatação apresentou, 67 fotos únicas, 9 fotos múltiplas, 7 vídeos e uma postagem com múltiplas fotos juntamente a um vídeo, todos com legenda. Também foram evidenciados a relação do número de postagens por ano referido

## **RESULTADOS E DISCUSSÕES**

Os resultados obtidos sugerem que, desde o ano de 2013, a interação do MS com o público-alvo vem crescendo, os quais evidenciam as médias aritméticas do número de curtidas, número de visualizações e do número de comentários junto dos usuários do Instagram, demonstrando um maior engajamento por parte do governo federal em promover ações e divulgar informações referente ao câncer de mama.

Além disso, observou-se que as postagens em relação a este conteúdo se concentram nos meses de outubro, data dedicada às campanhas de conscientização, prevenção e detecção precoce do câncer de mama, movimento conhecido como outubro rosa, dos quais apenas duas fotos única foram postadas em outro mês, entre as 84 postagens do total. Contudo, constatamos que duas artes lançadas fora do mês de outubro, em 2018, receberam pouca adesão do público, uma vez que, para acessar as informações de maior relevância seria necessário acessar a página do Ministério de Saúde. Dessa forma identificamos o perfil imediatista da nossa sociedade que prefere informação rápida e dinâmica, sem precisar trocar de site ou aba.

Outro aspecto diz respeito aos valores de desvio padrão das análises que também continuam crescendo, o que demonstra ainda certa instabilidade em relação aos números de curtidas, comentários e visualizações, pois não se mantém constantes, variando os valores, contudo, sempre mais altos se comparado aos primeiros anos de avaliação.

## **CONCLUSÃO**

As redes sociais vêm conquistando o papel de protagonista no mundo brasileiro da mídia. A internet é considerada um direito do cidadão, desde a lei do Marco Civil da Internet, em 2014, pois afeta diretamente no exercício da sua cidadania, também é considerado um ambiente

estratégico para analisar a produção de informações, diálogos e sentidos sobre saúde, a partir de órgãos públicos, com a sociedade. Por se tratar do perfil oficial de saúde do governo federal, o Ministério da Saúde é uma plataforma privilegiada de informações exposta a interações e questionamento das práticas. O acréscimo de número de seguidores desde a criação de seu perfil até outubro de 2020 permitiu uma maior disseminação da informação, possibilitando uma nova forma de participação social. Desse modo, quanto mais relevante são suas postagens sobre promoção de saúde, provavelmente maior será o efeito benéfico sobre a população que tem acesso a este tipo de conteúdo.

Ressaltamos a preocupação com o fato de não existir cobertura ideal de rastreamento do câncer de mama, demonstrando a falha em educação, dificuldade de acesso ao exame ou a não realização desses. A mulher que ignora a doença pode ter conhecimento falho sobre o câncer e não ter dimensão da importância do diagnóstico precoce.

Diante disso, percebe-se a relevância do Instagram como meio de transmissão de informações, podendo assim contribuir para promover a melhoria das condições de vida e saúde das mulheres brasileiras, ampliando o acesso aos meios e serviços de promoção, prevenção, assistência e recuperação da saúde em todo território brasileiro. Destacamos que quanto mais informado estiver o cidadão sobre as questões que envolvam saúde e prevenção, melhor será seu entendimento e adesão aos programas divulgados pelos órgãos governamentais de saúde.

## **REFERÊNCIAS**

1 da Silva JAG. Estimativa 2016: incidência de câncer no Brasil. Rio de Janeiro: Ministério da Saúde, Instituto Nacional do Câncer. 2015. Disponível em <http://www.inca.gov.br>. Acessado em 07/05/2021.

2 Shneyderman Y, Rutten LJ, Arheart KL, Byrne MM, Kornfeld J, Schwartz SJ. Health Information Seeking and Cancer Screening Adherence Rates. *J Cancer Educ.* 2016 ;31(1):75-83. Doi: <https://doi.org/10.1007/s13187-015-0791-6>

3 Brasil. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Política Nacional de Promoção da Saúde. Brasília; 2010.

4 Kemp, S. Essential Insights into How People around the World Use the Internet, Mobile Device, Social Media, and Ecommerce; Hootsuite: Vancouver, BC, Canada, 2019. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2072-6643/12/9/2839>