

OUTUBRO ROSA: EXPERIÊNCIA DA CAMPANHA EDUCATIVA POR MEIO DE REDES SOCIAIS

XXIX Encontro de Extensão

Encontros Universitários da UFC 2020

Guilherme Pinho Cardoso, Felipe Batista da Silva, Bruna Marques Barreto Nunes, Mariana Oliveira Albano, Salustiano Gomes de Pinho Pessoa

INTRODUÇÃO: O câncer de mama (CA) é diagnosticado em mais de 60.000 mulheres a cada ano, dessas, cerca de 4.000 morrem por complicações da doença. Dada a importância da conscientização acerca da prevenção e conhecimento dessa temática, em outubro de 2020, mês do movimento “outubro rosa” para a prevenção do câncer de mama, a Liga de Cirurgia Plástica e Microcirurgia Reconstrutiva Dr. Germano Riquet promoveu uma campanha de prevenção ao Câncer de mama no Instagram do projeto (@cirurgiaplaticaufc). **OBJETIVO:** Promover educação em saúde por meio de vídeos postados nas redes sociais e avaliar o grau de clareza das informações transmitidas. **MÉTODO:** Houve a postagem no Instagram do projeto de 9 vídeos apresentados pelos integrantes da liga. O público-alvo selecionado foram mulheres acima de 40 anos. A temática dos vídeos abordou a importância da prevenção ao CA de mama como também as principais dúvidas que eram recebidas nas mídias sociais do projeto. Criou-se um grupo no aplicativo WhatsApp para que as mulheres participantes tirassem suas dúvidas acerca da temática. A avaliação do grau de clareza e a relevância das informações passadas foi realizada por meio de formulário online, no qual as mulheres participantes respondiam perguntas acerca do grau elucidativo e funcional da campanha. **RESULTADOS:** A série de vídeos alcançou mais de 14000 contas da rede social Instagram. O grupo de WhatsApp teve 72 mulheres, das quais 67 finalizaram o preenchimento do formulário. Dessas, 35% tinham entre 40-60 anos; 38% entre 20-40 anos; 6% tinham mais que 60 anos e 21% tinham menos que 20 anos. Mais de 80% das mulheres participantes da campanha classificaram as informações compartilhadas como relevantes e de fácil compreensão. **CONCLUSÃO:** Foi possível alcançar o público-alvo das campanhas de conscientização sobre o Câncer de mama por meio das mídias sociais e transmitir informações de qualidade com clareza pela elaboração de vídeos e grupos tira-dúvidas. Não há conflito de interesses.

Palavras-chave: Câncer de Mama. Mídias Digitais. Vídeos Educativos.