

Relato de Experiência

Tempos de pandemia: educação em saúde via redes sociais

Pandemic times: health education via social networks

Maria Emília Ferraz Almeida de Melo¹ orcid.org/0000-0001-9924-0466

Maria Isabel Almeida Gonçalves² orcid.org/0000-0003-3296-4763

Taislândia Oliveira Araujo³ orcid.org/0000-0001-9755-2597

Marianna Bernardes Antero⁴ orcid.org/0000-0002-3711-9625

¹Fisioterapeuta e Docente, Universidade de Pernambuco, *campus* Petrolina, Pernambuco, Brasil

²Graduanda, Curso de Bacharelado em Nutrição da Universidade de Pernambuco, *campus* Petrolina, Pernambuco, Brasil

³Graduanda, Curso de Bacharelado em Enfermagem da Universidade de Pernambuco, *campus* Petrolina, Pernambuco, Brasil

⁴Enfermeira e Preceptora, Programa de Educação pelo Trabalho para a Saúde - PET-Saúde/Interprofissionalidade pela Universidade de Pernambuco, *campus* Petrolina, Brasil

E-mail da autora correspondente: emilia.ferraz@upe.br

Submissão: 20/12/2020

Aprovação: 15/04/2021

RESUMO

O Programa de Educação pelo Trabalho para a Saúde atua diretamente com a comunidade, promovendo a relação ensino-serviço-comunidade. Com a pandemia do novo coronavírus, houve a necessidade de adequação das ações do programa a essa nova realidade. A estratégia escolhida para isso foi promover educação em saúde por meio de postagens em redes sociais. O objetivo deste artigo é relatar a experiência de postagens lúdicas no *Instagram* como meio de desenvolver a educação em saúde de forma remota, em tempos de pandemia. Trata-se de um estudo descritivo, tipo relato de experiência, com publicações realizadas na rede social do programa entre abril e junho de 2020, com temáticas diferentes a cada semana. Foi percebido que os conteúdos postados tiveram uma ótima aceitação do público usuário desta rede social, já que apresentou uma elevada taxa de engajamento, principalmente nas publicações acerca do contexto da pandemia. Portanto, a experiência vivida mostrou-se uma estratégia facilitadora da aprendizagem muito válida, uma vez que a troca de informações e a comunicação feita entre os integrantes do programa e a comunidade, mesmo à distância, permitiu abranger um considerável número de pessoas.

Descritores: Rede social; Educação em saúde; Relações comunidade-instituição.

ABSTRACT

The Education Program of Work for Health works directly with the community, promoting their relationship with teaching and service. Due to the reality of the pandemic of the new coronavirus, there was a need to adapt the program's actions. The strategy chosen for this purpose was to promote health education through postings on social networks. This study aims to report the experience of playful posts on Instagram to develop health education remotely in times of pandemic. This is a descriptive, experience report study concerning posts published on the program's social network between April and June 2020, with different themes presented each week. We realized that the content posted had a great acceptance by the public using this social network since it had a high engagement rate, especially with publications about the context of the pandemic. Therefore, the lived experience proved to be a very useful facilitating learning strategy since the exchange of information and the communication between the members of the program and the community, although remote, allowed us to reach a considerable number of people.

Keywords: Social network; Health education; Community-institution relations.

1. INTRODUÇÃO

No final de 2019, foi notificado à Organização Mundial da Saúde (OMS) o início de um surto viral, que inicialmente se espalhou pela China, e posteriormente se deslocou para outros países. Rapidamente, identificou-se o agente etiológico SARS-COV-2 causador da doença denominada COVID-19.¹ No entanto, no dia 11 de março de 2020 a OMS declarou que a disseminação deste vírus se caracterizava como uma pandemia, a qual perdura até os dias atuais.²

Com o surgimento da pandemia do novo coronavírus foi necessário elaborar diversas medidas para inibir a transmissão da doença, incluindo lavagem de mãos, etiqueta respiratória e o isolamento social.³

Este isolamento resultou em algumas medidas, como a restrição ou proibição do funcionamento de escolas e universidades, locais de convívio comunitário, transporte público, além de outros espaços onde pode haver aglomeração de pessoas.⁴ Assim, houve a necessidade da população de se adaptar a essa nova realidade.

O Programa de Educação pelo Trabalho para a Saúde (PET-Saúde) tem como propósito a consolidação da relação ensino-serviço-comunidade e também desenvolve ações que envolvem a pesquisa, o ensino e a extensão universitária.⁵ Portanto, tal programa, que atua diretamente com a comunidade, também teve suas ações adaptadas, passando a adotar ferramentas remotas para atuar junto à comunidade.

Dentre os artifícios de mídia que mais podem integrar pessoas, destacam-se as redes sociais. O *Instagram* é uma mídia social de fácil utilização, que através de suas ferramentas possibilita o compartilhamento de imagens e vídeos e, assim,

promove a comunicação entre os usuários.⁶ Um usuário realiza o compartilhamento de uma postagem e os demais interagem através da visualização das imagens e textos, podendo curtir, comentar ou até mesmo compartilhar em seus próprios perfis.

Um ambiente virtual lúdico possibilita a aprendizagem dos indivíduos, além de viabilizar o aprimoramento na manipulação de ferramentas tecnológicas.⁷ Sendo assim, postagens lúdicas no *Instagram* podem favorecer a interação e aprendizagem entre o binômio ensino-comunidade.

Este trabalho tem como objetivo avaliar a experiência de postagens lúdicas no *Instagram* como meio de desenvolver a educação em saúde de forma remota.

2. PERCURSO METODOLÓGICO

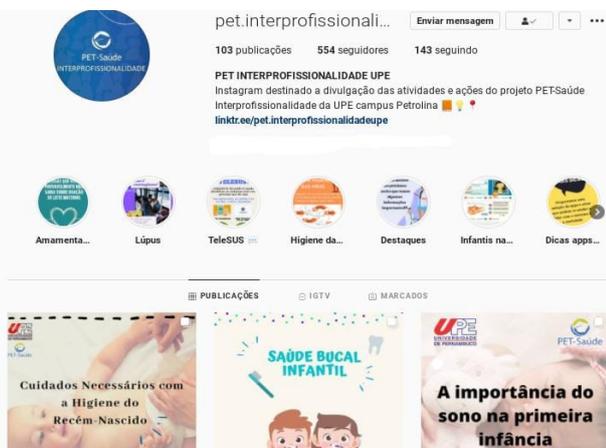
Trata-se de um estudo descritivo, tipo relato de experiência, elaborado no contexto da pandemia do novo coronavírus, onde a equipe do PET-Saúde da UPE, *campus* Petrolina, desenvolveu estratégias para dar continuidade ao trabalho de educação em saúde junto à comunidade, a partir dessa nova realidade. Assim, os integrantes do projeto elaboraram postagens em uma mídia social, de forma lúdica, proporcionando educação em saúde nos tempos de isolamento social.

As equipes do PET-Saúde são compostas por alunos, preceptores e tutores de diferentes áreas de atuação, o que possibilita um olhar interdisciplinar sobre as temáticas abordadas. As postagens eram realizadas em dias úteis, ou seja, de segunda à sexta-feira.

O público-alvo das postagens foi a comunidade em geral, assim como universitários e demais profissionais da saúde não participantes do projeto, mas que possuem perfil no *Instagram*.

Antes de iniciar as postagens, foi criado o perfil público do programa PET-Saúde - @pet.interprofissionalidadeupe - no qual qualquer indivíduo conectado ao *Instagram* pode visualizar as postagens, sendo amplamente divulgado pelos participantes do projeto em suas contas pessoais, para que o número de seguidores do perfil aumentasse, gradativamente.

Figura 1. Captura de tela mostrando o perfil do PET-Saúde no *Instagram*. Petrolina-PE, 2020.



Fonte: Autores.

O período de publicação se deu entre abril e junho de 2020, sendo que, em cada semana, era abordada uma temática diferente. Os assuntos expostos foram: isolamento social em tempos de pandemia, saúde mental, saúde do trabalhador, alimentação saudável, itinerário terapêutico para a COVID-19, arboviroses, cuidados domiciliares durante a pandemia, cuidados em relação às doenças crônicas não transmissíveis e síndromes respiratórias.

Para embasar as postagens, foram feitas buscas em livros de referência da área, cartilhas do Ministério da Saúde, artigos científicos, páginas na *web* de órgãos governamentais de saúde e boletins epidemiológicos. As ferramentas utilizadas para elaboração dos posts foram o Animaker e o Canva, sempre com uma

linguagem clara e objetiva. As postagens foram realizadas no *feed* do *Instagram*, além de serem utilizadas enquetes nos “*stories*”, com a finalidade de despertar uma interação maior com o público-alvo.

3. RESULTADOS

O perfil do *Instagram* utilizado para realizar as postagens do PET atingiu, até o momento da escrita desse artigo, um total de 561 seguidores. Estes são compostos, predominantemente, por mulheres (79,6%) e com uma maior prevalência de adolescentes e jovens adultos, onde 41,8% têm entre 18 e 24 anos e 28,3% têm idade entre 35 a 44 anos. Apenas uma pequena parcela de seguidores do perfil tem entre 13 e 17 anos e/ou são maiores de 65 anos, com 0,4% e 1,2%, respectivamente. Em relação à abrangência territorial, foram observados seguidores de cinco cidades distintas, sendo Petrolina-PE a que apresentou uma maior frequência de seguidores, com 38,4%, seguido de Juazeiro-BA (14,1%), Campina Grande-PB (2,0%), Andorinha-BA (1,4%) e Juiz de Fora-MG (1,2%).

O próprio aplicativo *Instagram* possui funcionalidades que permitem analisar informações e dados sobre o desempenho para os perfis comerciais, tais como: o alcance, que mostra a quantidade de perfis únicos que viram as postagens durante o período analisado, levando em consideração também o total de contas atingidas e quais publicações têm melhor desempenho; as impressões, que mostram o número total de vezes em que as postagens foram visualizadas, independentemente se elas são vistas pela primeira vez; e o engajamento, que se refere ao número total de interações de uma publicação, o que inclui a soma de curtidas, comentários e salvamentos, sendo dividido pelo número de alcance.

No Quadro 1 estão ilustrados os resultados das principais métricas expressas em médias, sendo utilizados os dados referentes às 18 publicações do período de abril a junho de 2020.

Quadro 1. Descrição das principais métricas expressas, em médias, das publicações do perfil utilizado no *Instagram* do PET-Saúde Interprofissionalidade da UPE. Petrolina-PE, 2020.

Item	Números
Média de impressões	388,16
Média de alcance	279,61
Média de engajamento	31,44

Fonte: Autores.

Ademais, outro dado eminente a ser analisado é a relação da taxa percentual do engajamento, sendo um meio para avaliar os níveis de desempenho das publicações, onde o somatório de todos os valores de engajamento das 18 publicações, transformado em porcentagem, gerou uma taxa de 5,36%.

Foram utilizadas ferramentas como ilustrações, personagens, simulações de contextos da realidade, vídeos autoexplicativos com narrações, o que tornou os conteúdos mais atrativos, gerando o interesse na visualização das informações. Além disso, a forma lúdica de apresentação garantiu um maior alcance de informações essenciais à sociedade, contemplando diferentes faixas etárias e diversos perfis, contribuindo, assim, para a promoção da saúde.

Figura 2. Captura de tela mostrando exemplos de postagens realizadas durante a pandemia da COVID-19. Petrolina-PE, 2020.



Fonte: Autores.

Ao analisar os dados inerentes de cada publicação, foi possível fazer um levantamento dos conteúdos e temas que tiveram uma maior interação pelo público, através do número de curtidas, comentários, compartilhamento e *posts* salvos. As postagens que obtiveram um maior número de interações foram em relação à importância do isolamento social em tempos de pandemia, saúde mental e atenção psicossocial na pandemia da COVID-19, cuidados gerais aos trabalhadores na prevenção à COVID-19 e dicas para uma alimentação saudável no período de quarentena.

4. DISCUSSÃO

A experiência vivida durante a atuação da equipe do programa no âmbito da educação em saúde de forma remota mostrou-se uma estratégia facilitadora da aprendizagem muito válida, uma vez que a troca de informações e a comunicação feita entre a equipe PET e a comunidade, mesmo à distância, permitiu abranger um

maior número de pessoas com os conteúdos abordados, sendo observadas diferentes localidades geográficas interagindo com o perfil.

Além disso, a taxa de engajamento observada durante o período de trabalho foi de 5,36%. Ao compararmos com os valores de referência propostos por Brandão, no qual um engajamento entre 3,5% e 6% é classificado como “engajamento alto”,⁸ constatou-se que os conteúdos postados no perfil do PET obtiveram uma ótima aceitação. Corroborando os presentes resultados, Kite et al. mostram que as novas abordagens sobre as temáticas no âmbito da saúde pública estão gerando muito interesse e engajamento nas plataformas de mídia social pela população⁹. Assim, a partir desse engajamento é possível analisar a percepção em relação à aceitação e ao alcance das publicações pela comunidade, constituindo-se num recurso de *feedback*. Dessa forma, é possível avaliar a progressão da página e os resultados do impacto da rede social.¹⁰

O uso da plataforma digital *Instagram*, utilizada no presente projeto, como uma ação de promoção à saúde da comunidade, se mostrou uma ótima ferramenta em tempos de pandemia, por conta do distanciamento social entre usuários e profissionais da saúde, beneficiando diferentes públicos com ações *online*. Em consonância com o presente trabalho, um estudo realizado por Souza et al., no qual foram desempenhadas ações de educação em saúde na temática COVID-19 através das mídias de comunicação social, foi observado que a educação em saúde à distância é uma estratégia eficiente para combater a desinformação, mostrando que a utilização dos meios de comunicação em rede, tornam-se imprescindíveis, intermediando a relação entre população e profissionais de saúde,

que encontram-se separados fisicamente.¹¹

“As novas possibilidades de interação proporcionadas pelas novas mídias tornam ainda mais necessária a discussão sobre a atuação da comunicação na promoção da saúde”.¹²

Os campos da comunicação e da saúde sempre foram correlatos, por isso, é improvável articular a promoção da saúde sem o uso de meios de comunicação. Dessa maneira, vincular os meios de comunicação à saúde é garantir a efetivação desse direito e, assim, assegurar que a saúde, como provedora de qualidade de vida e cidadania, se faça presente em toda a população.¹²

A prática da educação em saúde é uma das atividades que precisam de uma atenção especial por parte dos estudantes e profissionais de saúde. Por sua demasiada relevância, ela deve ser entendida como um dos aspectos importantes na prevenção e deve ter como foco a qualidade de vida e a melhoria da saúde dos usuários.¹³ Desse modo, é fundamental que as informações sejam reforçadas e transmitidas de forma simples e atrativa, para que se obtenha uma melhor compreensão e entendimento por parte dos indivíduos.

Em relação aos conteúdos explanados nas publicações, foram discutidos temas importantes referentes ao âmbito da promoção da saúde, contemplando os temas de processos de saúde e doença, bem-estar e qualidade de vida, bem como o acesso à principais informações sobre a pandemia da COVID-19 e os cuidados com a saúde física e psicológica durante o período do isolamento social. Esses temas foram abordados de forma direta, utilizando linguagem coloquial e com diferentes recursos audiovisuais, a fim de atingir diferentes públicos, permi-

tindo o acesso universal a informações relevantes nos cuidados com a saúde.

Os assuntos abordados vão ao encontro do objetivo geral da Política Nacional de Promoção da Saúde (PNPS), que tem como intuito a redução de vulnerabilidade e riscos à saúde e à qualidade de vida, com a finalidade de promover a igualdade e a melhoria das condições e estilos de vida.¹⁴

Isso reforça o compromisso do programa com os aspectos relacionados à melhoria da saúde da população, buscando formas mais atrativas para chamar a atenção dos usuários. Assim, de acordo com o mapa conceitual realizado por Malcher et al., com o intuito de delinear as perspectivas perante a promoção à saúde na pandemia, foram ressaltados os benefícios das ações realizadas, como a promoção assistencial mais direcionada às necessidades existentes na população e a consolidação das tecnologias como um meio eficaz para a disseminação de informações em saúde.¹⁵

Portanto, a Internet como ferramenta digital e a educação em saúde como estratégia de ensino são responsáveis por grandes mudanças e podem trazer contribuições positivas para todos os setores da sociedade. Nas publicações foi possível observar por meio das visualizações e curtidas que as temáticas abordadas tiveram uma boa aceitação por parte dos usuários do *Instagram*. Isso reforça que a abrangência proporcionada pelas redes sociais torna-se um meio eficaz de disseminar o aprendizado realizado na universidade e estendê-lo à comunidade, tanto internamente como externamente.

O presente estudo apresentou algumas limitações, como não ser possível mensurar o real impacto das postagens na saúde da população e não conseguir avaliar diretamente a satisfação dos usuários, já que não foi realizada aplicação

de nenhum instrumento de avaliação de qualidade e satisfação com os seguidores. No entanto, como já discutido acima, a análise das postagens através de visualizações e curtidas parece ser uma forma de avaliação de aceitação dessa forma de abordagem, também relatada em outras experiências.¹⁶⁻¹⁸ Outra limitação é que, infelizmente, o acesso de grande parte dos usuários dos serviços de saúde a dispositivos eletrônicos e redes de internet, acaba por limitar o alcance das postagens na população geral.

Cabe salientar que as postagens realizadas pelos membros do programa PET contribuíram para a formação dos estudantes e profissionais envolvidos na confecção dos *posts*, uma vez que estes aprenderam a utilizar diversas ferramentas digitais, além de incitar a interprofissionalidade, já que os membros eram de áreas da saúde distintas. Ademais, com a utilização do *Instagram* para desenvolver ações em saúde, criou-se uma nova ferramenta de trabalho para elaborar ações de educação em saúde com a comunidade.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

No decorrer de todo o projeto, a equipe vivenciou a prática da promoção à saúde por meio de ações e atividades utilizando tecnologias digitais de comunicação, devido à pandemia. Assim, com o intuito de garantir maior alcance das informações essenciais à sociedade no que diz respeito à sua saúde, a utilização de estratégias lúdicas e audiovisuais permitiram o sucesso da realização das postagens referentes a assuntos e temas relevantes à saúde da população, em tempo de distanciamento social. Isso possibilitou que os usuários estivessem mais envolvidos, participando de todo o processo de troca de informações e ten-

do a oportunidade de interagir nas publicações, o que auxiliou no fortalecimento do vínculo com a comunidade. Dessa forma, pode-se perceber que as postagens realizadas com recursos digitais proporcionaram um bom alcance de usuários acerca dos diferentes temas explanados e ampliou as possibilidades de trabalhar educação em saúde por parte dos profissionais envolvidos.

REFERÊNCIAS

1. LAI, C. C. et al. Severe acute respiratory syndrome coronavirus 2 (SARS-CoV-2) and coronavirus disease-2019 (COVID-19): the epidemic and the challenges. **International Journal of Antimicrobial Agents**, Amsterdam, v. 55, n. 3, p. 105924, mar. 2020.
2. ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE SAÚDE - OMS. **Pandemia de doença por coronavírus (COVID-19) [Internet]**. Genebra, 2020. Disponível em: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>. Acesso em: 20 nov. 2020.
3. GARCIA, L. P.; DUARTE, E. Editorial: Intervenções não farmacológicas para o enfrentamento à epidemia da COVID-19 no Brasil. **Epidemiologia e Serviços de Saúde**, Brasília, v. 29, n. 2, maio 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/ress/v29n2/237-9622-ress-29-02-e2020222.pdf>. Acesso em: 20 nov. 2020.
4. ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE SAÚDE - OMS. **Discurso de abertura do Diretor da OMS-Geral no briefing para a mídia sobre COVID-19 [Internet]**. Genebra, 2020. Disponível em: <https://www.who.int/dg/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>. Acesso em: 21 nov. 2020.
5. BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Gestão do Trabalho e da Educação na Saúde. Departamento de Gestão da Educação na Saúde. **Programa de educação pelo trabalho para a saúde: um panorama da edição PET-Saúde/GraduaSUS**. Brasília, 2018.
6. PAULA, D. F. L. Fotografias contemporâneas: o *instagram* como possibilidade tecnológica. **Triade: Revista de Comunicação, Cultura e Mídia**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 6, 11 dez. 2015.
7. DÍAZ, D. A. B. et al. Ludomática en ambientes de aprendizaje: educación rural en el posconflicto colombiano. **Educación y Educadores**, Sabana, v. 22, n. 3, p. 359-76, 12 dez. 2019.
8. BRANDÃO, E. **Instagram: aumente muito seu engajamento com essas quinze dicas**. [S.l.: s.n.], 2020. Disponível em: <https://n1n.com.br/instagram-aumente-muito-seu-engajamento-com-essas-quinze-dicas/>. Acesso em: 14 dez. 2020.
9. KITE, J. et al. Please Like Me: facebook and public health communication. **Plos One**, San Francisco, v. 11, n. 9, p. 1-16, 15 set. 2016. Disponível em: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0162765>. Acesso em: 10 mar. 2021.
10. BERNARDES, V. P. et al. Facebook® como Ferramenta Pedagógica em Saúde Coletiva: integrando formação médica e educação em saúde. **Revista Brasileira de Educação Médica**, Rio de Janeiro, v. 43, n. 11, p. 652-61, 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/scielo.php?script>

- =sci_arttext&pid=S0100-55022019000500652. Acesso em: 10 mar. 2021
11. SOUZA, T. S. *et al* Mídias sociais e educação em saúde: o combate às fakes news na pandemia pela COVID-19. **Enfermagem em Foco**, Brasília, v. 1, n. 11, p. 124-130, set. 2020. Disponível em: <http://biblioteca.cofen.gov.br/midias-sociais-e-educacao-em-saude-o-combate-as-fake-news-na-pandemia-da-covid-19/>. Acesso em: 10 mar. 2021.
 12. ALMEIDA, M.; STASIAK, D. A promoção da saúde nas mídias sociais: Uma análise do perfil do Ministério da Saúde no Twitter In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO CENTRO-OESTE, 15, Rio Verde, 2013. **XV Congresso...** Rio Verde – GO, [s. n.], 2013. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/centrooeste2013/resumos/R36-0620-1.pdf>. Acesso em: 20 out. 2020.
 13. BOMFIM, A. M. A. *et al*. Recurso lúdico no processo de educação em saúde em crianças de escolas públicas de Alagoas: relato de experiência. **Interfaces - Revista de Extensão da UFMG**, Minas Gerais, v. 3, n. 1, p. 117-21, 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/revistainterfaces/article/download/18969/15948/50416>. Acesso em: 19 out. 2020.
 14. SILVA, P. F. A.; BAPTISTA, T. W. F. A Política Nacional de Promoção da Saúde: texto e contexto de uma política. **Saúde em Debate**, Londrina, v. 39, p. 91-104, 1 dez. 2015. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/299375702_A_Politica_Nacional_de_Promocao_da_Saude_texto_e_contexto_de_uma_politica. Acesso em: 10 mar. 2021.
 15. MALCHER, C. M. S. R. *et al*. Mapa conceitual e desafios da promoção à saúde na pandemia. **Brazilian Journal of Health Review**, São José dos Pinhais, v. 4, n. 1, p. 455-64, 2021. Disponível em: <https://www.brazilianjournals.com/index.php/BJHR/article/view/22733/18220>. Acesso em: 10 mar. 2021.
 16. VICENTE, M. *et al*. **INSTAGRAM & SAÚDE: análise e classificação dos posts mais relevantes sobre obesidade. Enciclopédia Biosfera, Centro Científico Conhecer**, Goiânia, v. 15, n. 28, p. 1251-60, 3 dez. 2018.
 17. 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 Científica da Fasete**, Paulo Afonso, n. 25, p. 25-43, 2018. Disponível em: https://www.unirios.edu.br/revistarios/media/revistas/2018/19/o_instagram_no_processo_de_engajamento_das_praticas_educacionais.pdf. Acesso em: 10 mar. 2021.
 18. MELO, A. S. L. *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. SEMINÁRIO TECNOLOGIAS APLICADAS A EDUCAÇÃO E SAÚDE, [S.l.], 2019. **Anais do...** [S.l.], 2020. Disponível em: <https://www.revistas.uneb.br/index.php/staes/article/view/8232>. Acesso em: 11 mar. 2021.