

CÂNCER INFANTOJUVENIL: PERSPECTIVAS DE CAMPANHAS DE CONSCIENTIZAÇÃO NA MÍDIA SOCIAL INSTAGRAM

Congresso Brasileiro Digital de Atualização em Pediatria, 1ª edição, de 30/08/2021 a 02/09/2021
ISBN dos Anais: 978-65-89908-93-7

SOBREIRA; Alexia Gabriele de Oliveira¹, **PEREIRA; Camila Rezende de Castilho**², **PAULA; Larissa Menezes de**³, **OHANA; Andressa Ferraz**⁴, **PINTO; Ana Cristina Silva**⁵

RESUMO

Introdução: O câncer infantojuvenil possui a maior taxa de mortalidade por doenças entre crianças e adolescentes no Brasil. Entretanto, se diagnosticado de maneira precoce, há cerca de 80% de chance de cura e de uma boa qualidade de vida após o tratamento. Tal fato evidencia a importância da propagação de conhecimento sobre esta condição entre os profissionais da saúde e a sociedade, sendo grande parte das medidas de conscientização realizadas através de mídias sociais atualmente. Neste sentido, é necessário o conhecimento por parte dos profissionais de saúde acerca do perfil das informações passadas a leigos através desses veículos de comunicação. **Objetivo:** Descrever o perfil de conteúdos voltados às campanhas de conscientização sobre câncer infantojuvenil publicados na mídia Instagram. **Método:** Estudo descritivo de abordagem quantitativa com utilização de dados secundários. Foram realizadas buscas de produções na mídia *Instagram*® voltadas à temática câncer infantojuvenil, sendo elencados para o estudo os temas explicitados na mídia com os termos: Linfoma; Leucemia e Câncer Infantojuvenil. Foram incluídos materiais publicados no período de 2016 a 2020 produzidos na língua portuguesa e excluídos materiais que não realizavam a explicação sobre as temáticas, com apenas chamadas ao tema. A escolha dos materiais foi realizada por quatro juízes às cegas e, havendo empate, um quinto juiz realizava a seleção ou exclusão do material. Ao final do processo foram selecionadas 78 publicações para análise. Foram produzidos instrumentos semiestruturados para avaliação dos materiais e construção de banco de dados com as postagens elencadas, além de armazenamento das produções para posterior consulta. **Resultados:** No que diz respeito ao produtor de conteúdos relativos à conscientização às campanhas: Leucemia, Linfoma e Infantojuvenil, cerca de 35,29%, 45% e 16,6%, respectivamente, são materiais produzidos por profissionais de saúde. No que tange à priorização de temáticas pelos profissionais de saúde na produção dos materiais foi possível destacar que a doação de medula óssea representou um tópico com grande abordagem na temática de Leucemia. Já na temática Linfoma, o tipo de linfoma ganhou destaque, sendo abordado por todos da categoria de profissionais da saúde e o tópico Sinais e sintomas foi amplamente abordado no que tange a temática infanto-juvenil. Ademais, as temáticas foram abordadas majoritariamente por profissionais da medicina, além de empresas da área da saúde. Por fim, foi possível observar que a temática Leucemia se apresentou com maior nível de significância no que concerne ao grau de

¹ Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, alexia.sobreira@edu.unirio.br

² Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, camila.rezende@edu.unirio.br

³ Universidade Estácio de Sá, larissa2000paula@gmail.com

⁴ Centro universitário Anhanguera de Niterói, andressa.bionutri@gmail.com

⁵ Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, ana.pinto@unirio.br

explicação fornecido quando comparado às demais categorias ($p=0,364$). Ainda, no que se refere ao engajamento do público referente às campanhas, o termo “infantojuvenil” representou uma maior interação com o público. **Conclusão:** Apesar de se mostrar importante ferramenta para criação de discussões sobre a temática com grande alcance de público, foi observado um esvaziamento de conteúdo das informações difundidas na mídia social Instagram®, pois nem todos os assuntos são tratados de maneira correta e capaz de sanar dúvidas. Desta forma, faz-se necessário o protagonismo de profissionais de saúde nesta mídia de forma a propiciar um ambiente seguro para aquisição de informações, além do desenvolvimento de ações de capacitação para tais profissionais.

PALAVRAS-CHAVE: Oncologia, Pediátrica, Leucemia, Linfoma, Informação, Comunicação Social