

INSTAGRAM COMO FERRAMENTA NA DIVULGAÇÃO DA FISIOTERAPIA E DA SAÚDE PÉLVICA: ANÁLISE MÉTRICA

Fernanda Vargas Ferreira, Docente

Larissa Puente Ivo, Aluno de graduação

Juliana Campodonico Madeira, Técnico Administrativo em Educação

E-mail: larissaivo.aluno@unipampa.edu.br

1. Introdução

A mídia social se tornou um veículo para divulgação e disseminação de cuidados em saúde a qual pode afetar as relações profissional de saúde-paciente/cliente. O dispositivo digital Instagram® tem se mostrado como um dos meios mais empregados para o processo de comunicação. Sua história iniciou em 2010 com o propósito de permitir o compartilhamento especialmente de imagens. No Brasil, essa rede social chegou em 2012 sendo que atualmente é um dos países com maior número de usuários.

Ao se considerar a educação em saúde como um processo educativo que contribui para aumentar a autonomia das pessoas no seu cuidado e apropriação da temática pela população, o Instagram® tem sido utilizado como ferramenta para divulgação científica, especificamente da Fisioterapia na Saúde da Mulher que é uma especialidade reconhecida pelo Conselho Federal de Fisioterapia e Terapia Ocupacional (COFFITO) e que abrange as áreas da Uroginecologia, Coloproctologia, Obstetrícia e Mastologia / Oncologia. Embora haja cada vez mais evidências científicas na área, ainda há um desconhecimento das pessoas quanto à sua própria saúde, saúde pélvica, bem como sobre a assistência fisioterapêutica nos contextos da Obstetrícia (gestação, trabalho de parto e puerpério), das Disfunções sexuais (eg., transtorno de dor genitopélvica/penetração) e da Oncologia.

Assim o objetivo desse estudo foi identificar e analisar os alcances obtidos com a utilização do Instagram® para a capilarização de informações relacionadas à saúde - saúde pélvica que é desenvolvida pelo Grupo de Estudos em Fisioterapia e Saúde Pélvica (GEPEFISP) da Unipampa desde 2021.

2. Metodologia

A análise utilizou os Insights disponibilizados pelo Instagram® do Grupo de Estudos e Pesquisa em Fisioterapia e Saúde Pélvica (@gepefispunipampa) de maio a agosto de 2024. De acordo com o site Instagram® for Creators, métricas específicas, tais como número de espectadores, dados demográficos do público, contas alcançadas, número de curtidas, comentários, compartilhamentos e salvamentos permitem um panorama da rede social.

3. Desenvolvimento

O perfil realizou postagens as quais seguiram uma sequência: escolha do tema, busca na literatura (eg., artigos, guidelines), elaboração do conteúdo na plataforma

de design gráfico Canva, revisão final e postagem. As escolhas dos temas versaram sobre saúde da mulher, saúde pélvica e Fisioterapia Pélvica, as quais puderam se conectar com datas comemorativas ou alusivas a determinada condição de saúde (eg., Maio Furta Cor - Saúde Mental Materna). Um dos pilares, além da literatura científica, foi a utilização de uma linguagem acessível a todos.

4. Resultados Alcançados

Entre maio e agosto de 2024 um total de 5.255 contas foram alcançadas, sendo 95% de não seguidores e 5% de seguidores. As publicações foram o tipo de conteúdo que gerou maior alcance (6.030 contas), seguido pelos stories (2.182 contas) e os reels (636 contas).

No que tange às publicações, "Divertidamente na Saúde da Mulher" alcançou 1.659 contas; seguidas de "Disparidade do Sexo e Gênero na Dor" com 1.604 contas; "Mecanismos Biológicos Subjacentes às Diferenças Sexuais na Dor" com 1.464 contas; "Criação do Hospital Universitário do Pampa" com 951 contas e "Agosto Dourado" com 756 contas. De forma associada, as publicações geraram maior engajamento.

Pode-se entender que postagens lúdicas como a do "Divertidamente na Saúde da Mulher" favorecem a interação com a comunidade, especificamente, pela abordagem bem humorada em alusão ao filme. De forma concomitante, postagens referentes à dor geraram grande interesse, notadamente, porque quando na forma aguda, a dor (como sintoma) gera mal estar e desconforto; ao passo que, quando em caráter crônico, a dor (como doença) se torna altamente impactante na qualidade de vida.

O público foi composto predominantemente por mulheres (88,2%) e, em menor proporção, por homens (11,7%). As faixas etárias foram distribuídas entre 24,7% dos 13 aos 24 anos; 44,5% 25 aos 34 anos; 19,7% 35 aos 44 anos; 6,5% 45 aos 54 anos; 3,5% 55 aos 64 anos; e 0,7% mais de 65 anos, o que indica uma alta variação nos ciclos de vida.

As métricas sugerem o interesse do público quanto à temática da comunicação e da saúde, as quais se articulam no formato online. Tal conjectura potencializa as publicações para a propagação do conhecimento científico, ao encontro da fala de neurocientista Maryanne Wolf que considera que a geração atual e seus hábitos digitais estão alterando a forma como lemos e processamos informações tornando a prática de "passar os olhos" cada vez mais comum.

Assim, a análise das métricas mostrou que ao se associar estratégias lúdicas e audiovisuais, o Instagram® pode propiciar acesso à informação, auto empoderamento e a intersecção entre o conhecimento científico e não científico. Ademais, essa rede social deve ser utilizada com responsabilidade e ética a fim de que seja um espaço legítimo de educação em saúde e que aproxime universidade e comunidade.

Palavras-chave: Acesso à Internet; Ensino; Fisioterapia

Agradecimentos: O presente trabalho foi realizado com o apoio de:
Programa de Desenvolvimento Acadêmico (PDA)