



AÇÕES DE PROMOÇÃO DA SAÚDE E PREVENÇÃO DO CÂNCER POR MEIO DO INSTAGRAM

Thais Correia Monteiro

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira
thaiscorreiaunilab@gmail.com

Sara Hellen Alvez Lima

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira
sh5980855@gmail.com

Andrea Gomes Linard

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira
linard@unilab.edu.br

Resumo

O objetivo foi relatar uma ação realizada na rede social Instagram®, fruto de um projeto de extensão, direcionado a discussão, socialização e divulgação de informações e serviços de saúde relacionados ao câncer de mama e de colo uterino. Trata-se de um estudo descritivo, do tipo relato de experiência, realizado de janeiro a dezembro de 2021, no Instagram®, com perfil: @cancersonosigno. Obteve-se no total 269 seguidores, além disso, as ações foram eficazes pelo números exitosos mostrados. A meta foi atingida, sendo evidenciada pelo número de pessoas expostas pelos dados disponibilizados na plataforma, conforme subdivisão por cidades: Fortaleza (25,1%), Redenção (15,2%), Baturité (8,3%), Antônio Diogo (4,4%) e Maracanaú (4,4%). Conclui-se que as atividades realizadas foram benéficas para o público alvo, fornecendo subsídios que ampliaram o conhecimento das mulheres referente à promoção da saúde e prevenção de dois tipos de câncer dotados de relevante perfil epidemiológico.

Palavras-chave: Promoção da Saúde; Saúde da Mulher; Prevenção; Câncer; Rede Social.

HEALTH PROMOTION AND CANCER PREVENTION ACTIONS THROUGH INSTAGRAM

Abstract

The objective was to report an action carried out on the social network Instagram®, the result of an extension project, aimed at the discussion, socialization and dissemination of information and health services related to breast and cervical cancer. This is a descriptive study, of the experience report type, carried out from January to December 2021, on Instagram®, with the profile: @cancersonosigno. A total of 269 followers were obtained, in addition, the actions were effective due to the successful numbers shown. The goal was achieved, as evidenced by the number of people exposed by the data made available on the platform, as subdivided by city: Fortaleza (25.1%), Redenção (15.2%), Baturité (8.3%), Antônio Diogo (4.4%) and Maracanaú (4.4%). It is concluded that the activities carried out were beneficial to the target audience, providing subsidies that increased the knowledge of women regarding health promotion and prevention of two types of cancer with a relevant epidemiological profile.

Keywords: Health Promotion; Women's Health; Prevention; Cancer; Social Network.

ACCIONES DE PROMOCIÓN DE LA SALUD Y PREVENCIÓN DEL CÁNCER ATRAVÉS DE INSTAGRAM

Resumen

El objetivo fue relatar una acción realizada en la red social Instagram®, resultado de un proyecto de extensión, dirigido a la discusión, socialización y difusión de informaciones y servicios de salud relacionados con el cáncer de mama y de cuello uterino. Se trata de un estudio descriptivo, del tipo relato de experiencia, realizado de enero a diciembre de 2021, en Instagram®, con el perfil: @cancersonosigno. Se obtuvo un total de 269 seguidores, además, las acciones fueron efectivas por los exitosos números mostrados. La meta fue alcanzada, como lo demuestra el número de personas expuestas por los datos disponibles en la plataforma, subdivididos por ciudad: Fortaleza (25,1%), Redenção (15,2%), Baturité (8,3%), Antônio Diogo (4,4%) y Maracanaú (4,4%). Se concluye que las actividades realizadas fueron beneficiosas para el público objetivo, brindando subsidios que incrementaron el conocimiento de las mujeres respecto a la promoción de la salud y la prevención de dos tipos de cáncer con un perfil epidemiológico relevante.

Palabras clave: Promoción de la Salud; La Salud de la Mujer; Prevención; Câncer; Red Social.



INTRODUÇÃO

No contexto do perfil epidemiológico do câncer e em especial quando se reporta as estimativas de câncer se verifica estreita relação com a magnitude das ações adotadas pelo Brasil no tocante a alocação de recursos financeiros e alinhamento de políticas públicas. Em tal cenário a estimativa 2023 do Instituto Nacional do Câncer (2022) sinaliza 17.010 novos casos do câncer do colo uterino e 73.610 novos casos do câncer da mama feminina, estando também como os tipos de câncer mais frequente na região nordeste.

Quando analisadas as taxas de mortalidade prematura do câncer do colo uterino (CCU), pode-se encontrar uma conjuntura desafiadora para seu controle no Brasil. Dentro de uma escala comparativa verificou-se que existe um quantitativo elevado, acima de 10 óbitos por 100 mil mulheres, exceto na região Sudeste (NASCIMENTO *et al.*, 2020).

Notadamente, o câncer de mama ainda possui uma alta taxa de mortalidade, além disso, alguns estudos apontam que para que se tenha uma diminuição desses índices e das sequelas graves, é essencial que as políticas de saúde encorajem o rastreamento e a detecção precoce do câncer de mama, já que os resultados indicam que países desenvolvidos socioeconomicamente possuem um nível mais baixo de mortalidade. Os países que não possuem esse desenvolvimento tendem a ter maiores taxas devido à demora em detectar o câncer (OLIVEIRA *et al.*, 2020).

No decorrer do artigo “Importância do enfermeiro para o controle do câncer de mama: revisão narrativa” foi possível considerar a necessidade da conscientização dos serviços de saúde para o planejamento e a realização de ações e estratégias voltadas à saúde da mulher. As informações e conhecimento são advindos da educação, este é um recurso que deve ser contínuo, ocorrendo em qualquer momento, circunstância diante de diferentes métodos, sendo primordial a participação da população (RODRIGUES; SALUN; OLIVEIRA; LIMA; NUNES, 2020).

A disseminação de informações acessíveis para a compreensão da sociedade sobre o câncer de mama é de extrema importância, principalmente para pessoas leigas, ou seja, que não possuem entendimento prévio sobre um determinado assunto. Ademais, a divulgação desse conhecimento auxilia como fator determinante para detecção precoce e contribui para o descobrimento dessa doença antes que esta esteja em um estágio mais avançado, por isso, a atenção primária à saúde é essencial, sendo responsável por esse rastreamento de lesões precursoras (FRANÇA; CARVALHO, 2017).

A internet e as redes sociais se mostraram vantajosas dentro do contexto emergencial ocasionado pela pandemia do COVID-19, objetivando sua perspectiva comunicativa e crítica, para a atenuação dos efeitos por ela causados. Esse cenário proporcionou uma grande mudança na

forma de executar atividades, que antes eram exercidas de forma presencial e agora migraram para o virtual, afetando o cotidiano de empresas, do governo e dos cidadãos (CGI, 2020). Desse modo, é interessante que as Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) sejam aprimoradas e executadas não apenas com o intuito de divulgação de informações, mas também, possibilitando a construção de conhecimento pelos usuários, além disso, fortalecendo o pensamento crítico dos indivíduos (PINTO, 2017).

Diante da globalização atual, e o amplo acesso à internet, as redes sociais junto com as comunidades virtuais no âmbito da saúde tem crescido consideravelmente em diversas áreas, principalmente nas de doenças crônicas, como o câncer, o que permite disseminar conhecimento de forma ampla para indivíduos inseridos nesses meios, relatando suas próprias experiências e adquirindo novos conhecimentos, tais aspectos são importantes, uma vez que, nem sempre essas pessoas conseguem acesso efetivo aos serviços de saúde (MELO; VASCONCELLOS-SILVA, 2018).

Extensão Universitária é complementar ao ensino e a pesquisa, assim, criando uma via de “mão-dupla” entre a sociedade e o ambiente acadêmico, a fim de construir um laço de saberes e conhecimentos desde o empírico até o científico (GADOTTI, 2017). Segundo Ferreira, Suriano e Domenico (2018), a extensão universitária apoia estudantes no fortalecimento e na evolução de uma postura proativa. Os alunos extensionistas relataram que participar desse tipo de atividade possibilita um maior desenvolvimento da criticidade e reflexão referente aos entraves de saúde que existem, além de adquirir responsabilidade, conseqüentemente contribuindo para seu crescimento e edificação do próprio conhecimento.

Diante do exposto, destaca-se a necessidade de incentivar as pessoas a entender mais sobre a detecção precoce do câncer de mama e a prevenção do câncer de colo uterino, a fim de diminuir os índices de mortalidade e empoderar a população acerca desta temática, visto que é de extrema relevância. Além disso, com o uso do Instagram® pode-se esclarecer dúvidas e propagar orientações, por meio de conteúdos acessíveis e didáticos.

Assim, este estudo tem como objetivo relatar uma ação realizada na rede social Instagram®, fruto de um projeto de extensão desenvolvido pela autoras, bem como, expor seus resultados exitosos no que diz respeito a divulgação de informações, socialização e discussão sobre o câncer de mama de colo uterino e os serviços de saúde.

MATERIAIS E MÉTODOS

Trata-se de um estudo descritivo, do tipo relato de experiência, pertencente a um projeto extensionista intitulado "O uso do WhatsApp e do Instagram como canais de comunicação para a socialização e discussão sobre informações e serviços de saúde do Maciço de Baturité direcionados a prevenção e detecção precoce do câncer", desenvolvido pelas autoras, do Programa de Bolsa de Extensão Arte e Cultura (PIBEAC) da Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira, com sede e foro em Redenção/Ceará. O trabalho em questão foi produto dos resultados do projeto desempenhado na mídia social Instagram®, com intuito de exercer uma promoção de saúde e auxiliar na detecção precoce dos cânceres de mama e colo do útero.

Ademais, essa atividade foi efetuada na rede social supracitada, por possibilitar maiores alcances e divulgações, além de efetividade nas operações realizadas. O período de planejamento, intervenção e avaliação das ações deu-se de janeiro a dezembro de 2021. A criação da conta do Instagram® do projeto aconteceu no mês de abril de 2021 e foi intitulada de “@cancersonosigno”.

Foram realizadas ações de promoção à saúde para detecção precoce do câncer de mama e prevenção contra o câncer de colo uterino, além de discussão e disseminação de informações referentes aos serviços de saúde na região do Maciço de Baturité. Além disso, foi elaborado um cronograma com os respectivos tópicos que seriam explanados e estes foram selecionados de acordo com o nível de prioridade e relevância referente à temática.

Posterior a essa etapa, foi realizada a busca nas fontes de dados Scientific Electronic Library Online (Scielo), Literatura Latino-Americana em ciências da saúde (Lilacs), U. S. National Library of Medicine (PubMed), sites do Instituto Nacional do Câncer (INCA), Federação Brasileira das Associações de Ginecologia e Obstetrícia (Febrasgo) e Sociedade Brasileira de Mastologia (SBM), para a elaboração do material das postagens. Os artigos escolhidos foram os que apresentavam mais informações referentes à temática e que traziam em seu texto os questionamentos que seriam apresentados para o público no ambiente virtual. Para produção das publicações foi utilizado a plataforma de design gráfico Canva® por possuir uma versão de acesso gratuito e possibilitar a personalização dos conteúdos visuais. As publicações foram realizadas em formato de pôsteres, vídeos, reels, lembretes e memes disponibilizados no feed para o público. Ademais, para critérios de avaliação também foram realizadas enquetes e questionários disponíveis nos stories. A escolha das postagens deu-se da seguinte forma: na segunda-feira eram realizadas enquetes, questionamentos e, postados lembretes ou memes, na terça-feira eram disponibilizados os pôsteres informativos e explicativos, e por fim, no sábado era realizada a interação por meio de vídeos no formato de reels. Os dias da semana foram selecionados conforme pesquisa de

investigação envolvendo o nível de interação dos seguidores nas redes sociais. No início da semana a atividade na rede social era mais baixa e no decorrer dos dias esse acesso aumentava, então, foi decidido que postagens mais informativas e interativas seriam publicadas no meio e no final da semana, para que fosse alcançado o máximo de pessoas possível.

Na coleta de dados, realizou-se o levantamento dos posts no Feed do Instagram® do projeto referentes ao tema norteador. Posteriormente, os títulos dos posts foram digitados em uma planilha do Excel, sendo categorizados por temas norteadores, eixos temáticos: mama e colo de útero e seus subtemas, respectivamente (Quadro 1).

Quadro 1 – Relação entre tema norteador, eixo temático e subtemas. Redenção-CE, 2022.

Tema norteador	Eixo temático	Subtemas
Prevenção	Mama	Exame clínico; Autoexame; Rastreamento; Mamografia e ultrassom; Como se preparar para o exame de mamografia; Vacina da Covid-19 e mamografia; Amamentação e câncer de mama
Prevenção	Colo de útero	Vacina HPV; Exame citopatológico; Importância da prevenção e realização dos exames; Vitaminas antioxidantes na prevenção do câncer de colo uterino; Fatores relacionados ao desenvolvimento do câncer de colo uterino; HPV e desenvolvimento do câncer de colo uterino
Conceitos, fatores de risco, prevenção e tratamento	Mama	Mitos e verdades
Tratamento	Mama	Mastectomia preventiva; Exercício físico e pós-operatório
Curiosidades	Mama e Colo de útero	Direitos das mulheres no SUS;

		A saúde da mulher em tempos de pandemia; Motivos para as mulheres não realizarem a mamografia e o exame do papanicolau; Câncer de mama na gravidez; Consumo alimentar e o câncer de mama
Campanhas de conscientização	Mama e Colo de útero	Março lilás e Outubro rosa; Origem do Outubro rosa
Enfermagem	Mama e Colo de útero	Atuação da enfermagem frente ao câncer
Conforto	Mama	Qualidade de vida no câncer de mama; Importância da atuação do psicólogo no tratamento de mulheres com câncer de mama

Fonte: elaborado pelas autoras, 2022.

As atividades executadas direcionaram o foco central para tópicos relacionados ao câncer de mama e o câncer de colo uterino. É válido destacar que além das produções supracitadas, também foi realizada uma live com uma profissional enfermeira, tendo como tema: residência e a prática de enfermagem relacionada ao câncer. Além disso, para incentivar a participação foi realizado um sorteio para os participantes da live, além da emissão de certificados com carga horária e conteúdo. Ademais, também foram desenvolvidas publicações de engajamento para a participação dos seguidores no evento.

Os dados coletados foram gerados pelo Instagram®, pois a plataforma possui algoritmos e uma visão geral dos *insights*, ou seja, dos gráficos contendo as informações necessárias para a tabulação. Diante dos achados, realizou-se a análise descritiva, por meio das variáveis, gênero, idade, cidade, alcance, tipo de postagem com mais visibilidade e conteúdo mais atrativo. Após averiguar as informações, as mesmas são apresentadas em valores absolutos e relativos das métricas de alcance, impressões e curtidas por assunto em tabelas extraídas do Instagram Analytic e discutidos conforme as evidências científicas.

RESULTADOS E ANÁLISES

Diante do cenário atual, as novas estratégias de educação em saúde, bem como, o ensino à distância, tornou-se uma ferramenta atual e importante, por isso o Instagram® foi escolhido como instrumento de propagação de conhecimento acerca dos cânceres, por meio de *posts*, vídeos, memes e lembretes, com conceitos ligados ao assunto.

A ação apresentou resultados favoráveis, pois o número total de seguidores da página do projeto foi de 269, é um número considerável, visto que a conta do Instagram® foi criada recentemente, com menos de 12 meses de criação. Mesmo que esse número não pareça suficiente, podemos inferir com os dados disponibilizados pela plataforma que o alcance de pessoas vai além desse número, chegando a um total de 5.747 contas alcançadas, destas 149 são seguidores e 5.598 não seguidores da página. Ademais, dentre essas contas estão pessoas de diversos estados e cidades, por exemplo, São Paulo, Rio de Janeiro, Fortaleza e Salvador.

É interessante destacar a faixa etária dos seguidores da rede social, pois é possível fazer uma análise mais detalhada do público que mais acompanhou as informações. Primeiramente, a idade de maior destaque são jovens de 18 a 24 anos (44,8%), seguido por, 25 a 34 anos (29%), 35 a 44 anos (15,7%), 45 a 54 anos (5,9%), 13 a 17 anos (1,9%), 55 a 64 anos (1,4%), mais de 65 anos (0,9%). Quanto ao gênero dos seguidores, o de maior predominância foram as do sexo feminino totalizando 79,7%, então, pode-se afirmar que o objetivo de disseminar informações sobre os cânceres foi alcançado, já que o público-alvo são mulheres. Outrossim, é notório que o percentual de homens que acompanharam a página é significativo, uma vez que 20,2% dos seguidores são do gênero masculino.

Além disso, um dos fatores que otimizou esse acesso a conta foram as hashtags contidas na descrição das postagens, sendo estas: #câncerdemama, #câncerdecouluterino, #prevenção, #secuidarfazbem e #mulherpoderosa. À medida que qualquer indivíduo, até mesmo aquele enquadrado como não seguidor da página, colocava na aba de busca um tópico relativo à temática, o algoritmo direcionava a pessoa para o perfil existente na mídia social Instagram® intitulado @cancerpersonigno, logo pode ser evidente a facilidade de contato que os usuários tiveram em relação ao perfil. Outra observação que é possível ser feita são os municípios com maior atividade, entre eles estão, respectivamente, Fortaleza (25,1%), Redenção (15,2%), Baturité (8,3%), Antônio Diogo (4,4%) e Maracanaú (4,4%). Desse modo, podemos observar que tanto os municípios destinados ao projeto, quanto de algumas regiões distintas, contemplaram o público presente na página do projeto de extensão, não deixando com que as informações fossem limitadas em uma única localidade.

Ações de promoção da saúde e prevenção do câncer por meio do Instagram

Dentre as ações realizadas podemos destacar o evento intitulado como: I evento de câncer feminino, serviços de saúde e redes sociais. E dentro deste, houve a realização da live: Residência e a Prática de Enfermagem relacionada ao Câncer. Esta foi aberta ao público virtual, desde que por sua vez cumprissem as regras estipuladas na postagem de inscrição do evento. Para fins de contabilização foi disponibilizado um formulário para o participante previamente inscrito no evento e garantia de sua participação e recebimento do certificado. Por meio desse documento foi possível se ter um resultado de 43 participantes inscritos. Ademais, para critérios de análise e obtenção do feedback dos inscritos foi disponibilizado um formulário de avaliação anexado a biografia do Instagram®, no qual os participantes relataram ter gostado do evento, além de tecer elogios a comissão organizadora.

No que concerne ao conteúdo produzido para o Instagram®, o de maior alcance foram os conteúdos apresentados por meio dos reels com o número de (5.754), seguido por publicações (281), stories (83) e vídeos (3). Quando refere-se a relevância os reels alcançaram (224), publicação (106), stories (55), além disso, as impressões atingidas com as temáticas foram de 7.721. Para mais, o engajamento dos indivíduos foi de 693 perfis, estes interagem com maior intensidade no que se refere ao conteúdo.

No quadro a seguir (Quadro 2) pode-se visualizar os conteúdos de maior interesse, ou seja, os mais relevantes para o público, além disso a associação entre tema, ações do público e alcance. Contudo, esse número não representa o total de pessoas que acompanham a página, pois pelo fato da rede social não estar programada para privativa, muitos indivíduos têm acesso às postagens, mesmo não englobando o público de seguidores.

Quadro 2 – Relação entre o tipo de postagem para o Instagram®, tema e o número de pessoas alcançadas. Redenção-CE, 2022.

Tipo de postagem	Tema	Curtidas/alcance/comentários*
Reels	➤ Câncer de mama e qualidade de vida	620/8.798/ 17
Publicações	➤ Sorteio do medidor de glicemia	35/ 205/ 360
Stories	➤ Enquete com mitos e verdades sobre câncer de mama	Não se aplica/ 97/ não se aplica
Vídeos do IGTV	➤ Exercícios físicos no pós-operatório de mastectomia	20/ 365/ 23

Total geral	-	675/ 9.465/ 400
-------------	---	-----------------

* As curtidas, o alcance e os comentários foram feitos por pessoas seguidoras e não seguidoras da página.

Fonte: elaborado pelas autoras, 2022.

É oportuno destacar que aconteceu uma avaliação, por meio de enquetes nos stories, sobre as ações realizadas na página do projeto de extensão hospedada no Instagram®. No total foram 5 perguntas, na seguinte ordem, “você sentiu que o conteúdo divulgado foi importante?”, que obteve 8 votos para sim (100%); “o conteúdo contribuiu na sua vida de alguma forma?”, que obteve 8 votos para sim (100%); “você sentiu falta ou gostaria de ter visto algum conteúdo dentro da temática que não foi abordado?”, que obteve 6 votos para não (86%) e 1 para sim (14%); “as dúvidas foram sanadas de forma eficaz, que obteve 7 votos para sim (100%); “você gostaria de deixar alguma sugestão ou comentário?”, logo, foi adicionada uma caixa de texto para que o público pudesse se manifestar, assim obtendo apenas um comentário em específico um elogio ao trabalho desenvolvido.



Figura 1. Materiais elaborados para publicação. Redenção-CE, 2021.



Figuras 2 e 3. Métricas do Instagram. Redenção-CE, 2021.

As tecnologias vêm ganhando destaque, pois estas criam possibilidades, o que aumenta a interação com as pessoas e promove um espaço diferente para a construção do conhecimento (ANDRADE *et al.*, 2020). As redes sociais promovem um auxílio significativo diante de diversas situações, principalmente quando voltadas à promoção de saúde. Além disso, elas permitem que mais ações sejam desenvolvidas e permitem um fácil entendimento da população (AZEVEDO; SILVA; MAGALHAES, 2019).

O acesso a conteúdo de difícil compreensão ou imprecisos influenciam negativamente no entendimento dos indivíduos. Como o câncer de mama é uma patologia que necessita de um diagnóstico rápido e eficaz, o alcance às informações precisa ser de simples percepção e com uma linguagem acessível a todos (VILLA; BERNUCI, 2020).

Segundo estudo realizado por Belotti *et al.* (2017), para uma melhor interação com o público alvo nas redes sociais é preciso que sejam incorporadas ações dinâmicas, utilizando métodos tradicionais e inovadores de educação em saúde. Outrossim, é importante destacar que as informações disponibilizadas devem ser direcionadas aos hábitos de autocuidado, conscientização individual e coletiva, objetivando uma melhor assimilação e adesão das mulheres.

O empoderamento das mulheres, principalmente desde novas, pode influenciar positivamente em um amplo cuidado, por isso, quanto maior o grau de instrução e acesso à informação qualificada, melhor a qualidade do conteúdo, conseqüentemente, elas conseguem mais facilmente se contrapor às *fake news*. Ademais, com o conhecimento esse público acaba sendo propagador de informações podendo auxiliar em um diagnóstico precoce de outras pessoas (NETTO, 2019).

A utilização das mídias sociais pelo público juvenil, é uma ferramenta multifacetária que embora, em sua maioria seja vista como um mecanismo de distração, também pode ser útil no processo de ensino-aprendizagem. Um estudo realizado com estudantes do curso de Agronomia de uma Universidade Federal identificou que o uso de recursos digitais colaborou para a construção de um interesse dos estudantes pelo conteúdo ministrado, repercutindo na participação ativa dos sujeitos (SOARES et al., 2018).

Diante do estudo realizado por Kakushi, Évora e Pereira (2020), os resultados da pesquisa sobre o uso das redes sociais para atividades acadêmicas no ensino em enfermagem, demonstram uma visão positiva no que diz respeito à utilização das mídias para essas ações.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Percebe-se a relevância da ação tanto para a comunidade acadêmica, quanto para a comunidade externa, tendo em vista seus resultados exitosos, apesar das barreiras encontradas devido ao enfrentamento da pandemia. O câncer de mama e o câncer de colo uterino ainda são patologias que possuem altos índices de mortalidade no mundo, embora haja métodos de detecção precoce e profilaxia, respectivamente. Nesta era tecnológica a qual somos instigados a voltarmos nossa atenção para o meio digital, é importante utilizarmos artifícios que possam persuadir de maneira positiva os indivíduos, fazendo-os captar o máximo de informações, para que possam utilizá-las a seu favor em detrimento de seu próprio benefício.

As ações realizadas, tendo como base de apoio o uso de aplicativos, sites de busca e artigos, possibilitaram a aproximação com o público por meio de linguagem simples, atrativa e dotada de conhecimento técnico aplicada na mídia social: Instagram®. Fato esse que pode ser comprovado por meio dos resultados obtidos e com base no alcance. O projeto de extensão dessa forma conseguiu atingir a meta de socializar e discutir informações referentes a dois tipos de câncer de acentuada estimativa epidemiológica junto a população feminina, bem como, apresentar informes referentes aos serviços de saúde disponíveis na região do Maciço de Baturité. Face ao exposto, tanto os seguidores do perfil do projeto de extensão quanto os que não seguiam interagiram na mídia social, ampliando o interesse, curiosidade e aprendizado disseminado.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, D.C.M *et al.* Use of interactive digital tools in meeting to teach patient safety. **Braz.J. Hea. Rev.**, Curitiba, v. 3, n.2, p. 1531-1541 mar/abr. 2020. DOI:10.34119/bjhrv3n2-017

AZEVÊDO, A. V. dos S.; SILVA, M. A da.; MAGALHÃES REIS, T. C. Promoção da saúde no contexto das redes sociais significativas. **Nova Perspectiva Sistêmica**, [S. l.], v. 28, n. 63, p. 55–66, 2019. DOI: 10.38034/nps.v28i63.482. Disponível em: <https://www.revistanps.com.br/nps/article/view/482>. Acesso em: 22 nov. 2022.

BILOTTI, C. C *et al.* m-Health no controle do câncer de colo do útero: pré-requisitos para o desenvolvimento de um aplicativo para smartphones. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde**, [S. l.], v. 11, n. 2, 2017. DOI: 10.29397/reciis.v11i2.1217. Disponível em: <https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/1217>. Acesso em: 22 nov. 2022.

CGI. **Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros**: TIC Domicílios 2020: edição COVID-19. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2020.

FERREIRA, P. B; SURIANO, M. L. F; DOMENICO, E. B. L. Contribuição da Extensão Universitária na formação de graduandos em Enfermagem **Rev. Ciênc. Ext.** v.14, n.3, p.31-49, 2018.

FRANÇA, T. G. DE; CARVALHO, L. E. W. DE. Breast cancer in the state of Pará, Brazil, and the role of Liga Acadêmica de Oncologia on the promotion of women health: an experience report. **ABCS Health Sciences**, v. 42, n. 3, 11 Dec. 2017.

GADOTTI, Moacir. Extensão universitária: para quê. **Instituto Paulo Freire**, v. 15, 2017.

INCA. Instituto Nacional do Câncer. **Estimativas 2023 incidência de câncer no Brasil**. Disponível em: <https://www.gov.br/inca/pt-br/assuntos/cancer/numeros/estimativa>. Acesso em: 01 dez. 2022.

KAKUSHI, L.E; ÉVORA, Y.D.M; PEREIRA, M.C.A. Uso do facebook e whatsapp em atividades acadêmicas no ensino em enfermagem: Um estudo comparativo. **Brazilian Journal of Health Review**, v. 3, n. 4, p. 9021-9035, 2020.

MARTINS, Bárbara Isis; ALBUQUERQUE, Livia Cristina Enders; NEVES, Manoella. Instagram Insights: Ferramenta de Análise de Resultados como Nova Estratégia de Marketing Digital. **Intercom**, v. 1, p. 1-13, 2018.

MELO, Myllena Cândida de; VASCONCELLOS-SILVA, Paulo Roberto. Uso de comunidades virtuais no suporte a portadoras de câncer de mama. **Ciência & Saúde Coletiva**, [S.L.], v. 23, n. 10, p. 3347-3356, out. 2018. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/1413-812320182310.14612018>.

NASCIMENTO, Maria Isabel do et al. Premature mortality due to cervical cancer: study of interrupted time series. **Revista de Saúde Pública** [online]. 2020, v. 54 [Acessado 28 Novembro 2021], 139. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/s1518-8787.2020054002528>. Epub 14 Dez 2020. ISSN 1518-8787. <https://doi.org/10.11606/s1518-8787.2020054002528>.

NETTO, J. de M.L. **Influência da mídia no diagnóstico de câncer de mama por estágio clínico.** Fundação Antônio Prudente, São Paulo, 87p, 2019.

OLIVEIRA, A.L.R *et al.* Fatores de risco e prevenção do câncer de mama. **Cadernos da Medicina-UNIFESO**, v. 2, n. 3, 2020.

PINTO, A.C.S *et al.* Uso de tecnologias da informação e comunicação na educação em saúde de adolescentes: revisão integrativa. **Rev. enferm. UFPE on line**, p. 634-644, 2017.

RODRIGUES, Josiane Ramos Garcia; SALUN, Ariana Aparecida Lins Aleksandrovic; OLIVEIRA, Vanessa Aparecida Sanches Campassi de; LIMA, Priscila Bocchile de; NUNES, Maria Renata. Importância do enfermeiro para o controle do câncer de mama: revisão narrativa. **Revista Eletrônica Acervo Saúde**, [S.L.], n. 55, p. 1-9, 23 jul. 2020. Revista Eletrônica Acervo Saúde. <http://dx.doi.org/10.25248/reas.e3668.2020>.

SILVA, T.; CERQUEIRA, R. **Mensuração em mídias sociais:** quatro âmbitos de métricas. In: CHAMUSCA, M.; CARVALHAL, M. (orgs). Comunicação e marketing digitais: conceitos, práticas, métricas e inovações. Salvador (BA): Edições VNI; 2011. p. 119-41.

SOARES, Aline Bairros et al. Construindo saberes nas redes sociais. **RENOTE**, v. 16, n. 1, 2018.

VILLA, L.S.C; BERNUCI, M.P. **YOUTUBE & EDUCAÇÃO EM SAÚDE: PUBLICAÇÕES DISPONÍVEIS PARA A POPULAÇÃO BRASILEIRA SOBRE O CÂNCER DE MAMA.** Anais do CIET:EnPED:2020 - (Congresso Internacional de Educação e Tecnologias | Encontro de Pesquisadores em Educação a Distância), São Carlos, ago. 2020. ISSN 2316-8722. Disponível em: <https://cietenped.ufscar.br/submissao/index.php/2020/article/view/1878>. Acesso em: 22 nov. 2022.

Recebido em: 25/01/2022

Aceito em: 16/12/2022