Trabalho apresentado no 25º CBCENF

Título: UM RELATO SOBRE O USO DAS MÍDIAS SOCIAIS COMO PRODUTO EDUCACIONAL NA PREVENÇÃO DO HIV

Relatoria: Larissa Mota da Costa

Autores: Eliã Pinheiro Botelho
Leonardo de Paula Vieira Martinez
Matheus Souza do Nascimento
João Marcos Almeida da Silva

Modalidade: Pôster

Área: Tecnologia, empreendedorismo e inovação no cuidado em Enfermagem

Tipo: Relato de experiência

Resumo:

INTRODUÇÃO: Como forma de propagar conhecimento, informações à população em seus diversos âmbitos, e a promoção de comportamentos saudáveis, a educação em saúde atua como mecanismo mais potente. Nesse sentido, na contemporaneidade, as mídias sociais tornaram-se ferramentas indispensáveis. Para o combate ao vírus da imunodeficiência humana (HIV) no Pará foi criado um perfil no Instagram “@eguadohiv”. . As postagens são realizadas nos horários de maior engajamento da rede, entre 8h, 12h e 18h. Para a elaboração dos posts são utilizados fontes com bases científicas, dentre elas: Ministério da Saúde, Unaids, Biblioteca Virtual em Saúde (BVS), Scientific Eletronic Library Online (SciElo) e Pubmed. OBJETIVO: Relatar o alcance populacional do perfil “@eguadohiv”. METODOLOGIA: Trata-se de um estudo descritivo, empregando frequência absoluta e utilizando dados estatísticos fornecidos pelo Instagram. O projeto é financiado pela Pró-Reitoria de Extensão da Universidade Federal do Pará e está alocado no Grupo de Estudos e Pesquisas em Infecções Sexualmente Transmissíveis na Amazônia. RESULTADOS: Em 01 ano após sua criação, o @eguadohiv obteve um alcance de 495 seguidores interessados no conteúdo divulgado, chegando a alcançar 4.000 contas no total, sendo 3.505 não seguidores. O município de Belém foi a cidade que obteve mais acesso com estimativa de 52%, a faixa etária que teve maior predominância foi de 25 a 34 anos, com 43,3%, quanto ao gênero, o público feminino se mostrou mais participativo com 67,5% de interação. CONSIDERAÇÕES FINAIS: Por conseguinte, o “@eguadohiv” vem atingindo um grande número de contas, mas ainda há uma necessidade de implementação de novas estratégias de forma a melhorar seu alcance.