



MÍDIAS ONLINE E O CÂNCER DE MAMA: PESQUISA DOCUMENTAL

Resumo

SILVA, Mariles Bianca Santos da
CAVEIÃO, Cristiano (Orientador)

O câncer de mama ou neoplasia mamária é conceituado como a proliferação anormal, descontrolada e autônoma celular, pois os mecanismos que controlam a multiplicação reduzem a capacidade de se diferenciar. A neoplasia mamária em mulheres está entre as principais causas de morte nos países em desenvolvimento, representa o terceiro tipo de câncer mais frequente no Brasil e o de maior incidência entre as mulheres e em virtude dessa magnitude epidemiológica, social e econômica o câncer caracteriza-se como um dos principais problemas de saúde pública na atualidade. No Brasil, assim como em outros países a divulgação de informações sobre o câncer de mama utiliza das diversas ferramentas de comunicação como uma forma de contribuir para diminuir o número de casos da doença. A Internet tornou-se uma ferramenta poderosa e grande aliada para a disseminação de notícias e um meio de divulgar para a população informações precisas da área da saúde. Neste sentido a pesquisa justifica-se porque a difusão de conteúdo disponível virtualmente é essencial, pois facilita o acesso à informação. Além de permitir a participação, promove a autonomia da mulher tornando-a protagonista para o autocuidado. No entanto, existem poucas publicações que fazem a descrição do conteúdo da mídia online sobre o câncer de mama. O estudo tem como objetivos identificar mídias online e descrever o conteúdo sobre o câncer de mama. O levantamento de informações ocorreu por meio de uma pesquisa documental de natureza descritiva, com abordagem qualitativa. A coleta de dados foi realizada a partir de informações veiculadas na mídia online sobre o câncer de mama no buscador Google, no período de 01 à 30 de abril de 2017. Os descritores utilizados foram: “câncer de mama” e “site”, adicionados pelo operador booleano AND. Os critérios de inclusão foram os sítios de alcance nacional, que respondessem a pergunta norteadora desta pesquisa e como critérios de exclusão conteúdos bloqueados, sites repetidos, PDF, notícias, não disponíveis no idioma português e artigos científicos. Como resultados foram encontradas e analisadas 10 páginas, obtendo-se um total de 100 sites, onde apenas 26% (26) tratavam o conteúdo sobre o câncer de mama, e 11% (11) respondiam a pergunta norteadora. Destes, 81,81% (9) eram especificamente direcionada a população leiga, e 54% (6) eram de finalidade informativa, educativa e empoderadora. Essa pesquisa permitiu ampliar o conhecimento sobre o que as mídias online brasileira têm publicado sobre o tema câncer de mama e neste sentido sugerir que estas mídias possam ser aperfeiçoadas para que a população leiga possa ter mais acesso a informação sobre atualizações neste campo.

Palavras-chave: neoplasias da mama; mídias sociais; enfermagem oncológica.