

MÍDIAS SOCIAIS NO PROCESSO DE SENSIBILIZAÇÃO DA POPULAÇÃO À DOAÇÃO DE ÓRGÃOS E TECIDOS: REVISÃO NARRATIVA

CAROLINE ROCHA BATISTA BARCELLOS¹; JULIANA ZEPPINI GIUDICE²;
LARISSA VAGHETTI CUBA³; GLAUCIA JAINE DOS SANTOS SILVA⁴; AMANDA
MORÁSTICO⁵; JULIANA GRACIELA VESTENA ZILLMER⁶

¹Universidade Federal de Pelotas – caroline.rbb@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – juliana_z.g@hotmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – lari.cuba.22@live.com

⁴Universidade Federal de Pelotas – glauciajaine@gmail.com

⁵Universidade Federal de Pelotas – amandamorastico@gmail.com

⁶Universidade Federal de Pelotas – juzillmer@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O transplante e doação de órgãos são temas que estão despertando cada vez mais o interesse da sociedade. Frente a isso, é previsto que as pessoas busquem informações em diferentes redes e mídias sociais, o que pode gerar uma determinada preocupação acerca da qualidade da informação que esta acessando. Tal preocupação está relacionada ao crescente número de notícias sensacionalistas e distorcidas, contribuindo para arraigar os mitos presentes na sociedade (MORAIS; MORAIS, 2012).

As mídias sociais são tecnologias utilizadas pela sociedade que permitem a disseminação de conteúdos de diversas temáticas. Além disso, também é possível difundir pontos de vista e experiências através desse meio de comunicação. Todas essas informações, quando compartilhadas, possibilitam a discussão sobre vários temas e a troca de conteúdo entre os indivíduos (FONTOURA, 2008; MEDEIRA; GALLUCCI, 2009). Em maio de 2012 o Facebook em parceria com o Ministério da Saúde lançou uma ferramenta que permite a população anunciar publicamente em seu perfil virtual que é doadora de órgãos. Tal dispositivo visa aumentar o número de potenciais doadores por meio da possibilidade ofertada ao usuário da rede informar a familiares e amigos que deseja ser doador, uma vez que, de acordo com a legislação brasileira, a doação só é efetivada mediante autorização familiar (KALRA, 2012).

Um estudo realizado com 3159 pessoas em Pelotas, Rio Grande do Sul, apresentou que a maioria dos participantes (80,1%) autorizaria a doação de órgãos de um familiar caso o mesmo tivesse expressado vontade de fazê-lo. No entanto, quando o assunto não foi debatido, apenas um terço do total de pessoas autorizava a doação do órgão de um parente (BARCELLOS; ARAUJO; COSTA, 2005). As publicações difundidas por meio das redes sociais por vezes diferem ou complementam às fornecidas por profissionais de saúde. Portanto, evidenciou-se que o compartilhamento de diferentes formas de conhecimento, sendo alguns baseados em experiências pessoais dos usuários da rede e outros em teoria e ciência dos profissionais, pode acarretar prejuízo a médio e longo prazo no que tange a organização e cuidados de saúde (MERCADO-MARTÍNEZ; URIAS-VÁSQUEZ, 2014).

Atualmente é inviável pensar em saúde sem pensar em meios de comunicação, principalmente no que tange o tema deste trabalho. É notório o quanto a mídia pode influenciar a tomada de decisões por meio das infinitas informações fornecidas em tempo real e sem limitação de público, e pior, sem delimitação da qualidade do conhecimento que se torna público (ALMEIDA;

STASIAK, 2013). Frente ao exposto, o objetivo deste trabalho é descrever as potencialidades e fragilidades que as mídias sociais possuem acerca da disseminação do conhecimento sobre doação de órgãos e tecidos mediante uma revisão narrativa.

2. METODOLOGIA

Trata-se de uma revisão do tipo narrativa, a qual foi escolhida como primeira opção pelos autores para apropriar-se e conhecer o tema mídias sociais e sua relação com a doação de órgãos e tecidos. Segundo Zillmer e Díaz Medina (2018), a revisão narrativa consiste em explorar, descrever e discutir determinado tema de forma ampla, permitindo contextualizar, problematizar e visualizar novas perspectivas, desta maneira propicia aos profissionais a aquisição e atualização de conhecimentos em um menor período de tempo.

Para a construção teórica, foram consultados artigos, sites da Associação Brasileira de Transplantes (ABTO) e do Ministério da Saúde (MS), leis, resoluções, e portarias que descrevem sobre a doação de órgãos. Também foram consultadas as bases de dados PubMed, Scielo, Lilacs e o motor de busca *Google Acadêmico*. A coleta de dados ocorreu entre março a agosto de 2018. Foram selecionados artigos sem limitação temporal devido à escassez de material científico acerca do assunto. Foram incluídos nas buscas artigos escritos em português, inglês e espanhol, e utilizando as seguintes palavras chave: mídias sociais, mídias sociais em saúde, redes sociais em saúde, doação de órgãos e mídias. Posteriormente a leitura dos materiais foi construída as seguintes categorias que serão apresentadas a seguir: potencialidades das mídias sociais e fragilidades e desafios no uso das mídias sociais.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A partir de uma análise dos materiais encontrados foram construídas duas categorias que abordam os aspectos positivos e negativos que mídias sociais exercem no âmbito da doação de órgãos e tecidos.

Potencialidades das mídias sociais

Há uma extrema necessidade de disseminação de informações fiáveis na mídia sobre doação de órgãos e tecidos, devido a enorme capacidade que os canais midiáticos exercem sobre a nossa construção como sujeitos bem como o alcance que eles proporcionam (ALMEIDA; STASIAK, 2013). Além dessa capacidade de divulgação, tal meio comunicativo também promove a discussão sobre o tema, permitindo com que diversos pontos de vistas sejam expostos (BRITO et al, 2015). Somado a isso, a divulgação de notícias positivas relacionadas ao processo de doação gera um sentimento de bondade nos indivíduos e os fazem pensar na possibilidade de salvar outras vidas (PRUINELLI; KRUSE, 2014). Por fim, as mídias permitem a disseminação do conhecimento em tempo real e com baixo custo, pois os atuais artefatos midiáticos (redes sociais) em comparativo com os demais necessitam de menor investimento.

Fragilidades e desafios no uso das mídias sociais

Os meios de comunicação em larga escala como televisão, rádio, jornais e revistas aparecem em estudos como os principais propagadores de conhecimento as populações sobre doação de órgãos e transplantes, no entanto, cabe salientar que apesar destes veículos alcançarem a população em grandes dimensões ainda assim não é o meio mais efetivo para elucidar temas tão polêmicos quanto à doação de órgãos e tecidos, tendo em vista que muitas informações

disponibilizadas na mídia originam informes distorcidos, superficiais e por vezes até mesmo preconceituosos, gerando um reforço nos mitos, desinformações e crendices populares (MORAIS; MORAIS, 2012).

As campanhas de doações de órgãos e tecidos veiculadas em jornais modificaram o foco ao longo do tempo, uma vez que cerca de uma década atrás as campanhas visavam o esclarecimento de dúvidas e no atual momento visa estimular as doações através de discursos de convencimento, como nos casos em que enfatiza o quanto a família é bondosa ajudando o próximo, promovendo um momento de fama a esta família, além de trazer discursos ressaltando que a recusa da doação é feita por indivíduos mal informados, que perdem a oportunidade de deixar uma valiosa herança, criando-se assim a pressão midiática a realizar a doação para não ser considerada uma pessoa ruim (PRUINELLI; KRUSE, 2012).

Com a ferramenta disponibilizada pela rede Facebook citada anteriormente, é preciso elucidar que a mesma nem sempre é utilizada por pessoas que possuem compreensão da importância desta decisão, a mesma também pode ser utilizada pela população que possui fragilidade na compreensão da importância, implicando no uso inadimplente da ferramenta como forma de sentir-se pertencente ao grupo, podendo levar a falsos dados sobre potenciais doadores (KALRA, 2012).

4. CONCLUSÕES

O trabalho possibilitou identificar que mídias sociais estão apresentando mais fragilidades do que potencialidades no que tange a temática doação de órgãos e tecidos, pois potencialidades evidenciadas foram acerca da possibilidade de discussão sobre o tema em tempo real, notícias positivas geradoras de sentimento de bondade, o baixo custo da publicação em redes sociais em comparativo as demais mídias. No entanto, as fragilidades são inúmeras, pois a facilidade de publicação de informações em rede social implica em uma baixa qualidade, na maioria dos casos, fomentando a disseminação de informações errôneas ou distorcidas, além de ter sido constatado importante fragilidade a respeito dos jornais que com o passar do tempo mudaram seu foco informativo para o convectivo.

Conclui-se também que seria útil que o Ministério da Saúde reestruturasse a parceria com o Facebook, visando tornar mais fácil o uso da ferramenta que permite aderência ao perfil do usuário da rede a informação que deseja ser doador de órgãos e tecidos, possibilitando que em poucos cliques o indivíduo consiga inserir esta informação. Sugiro que antes do usuário concluir esta inserção em sua página lhe seja ofertado informações fidedignas sobre quem pode ser doador, como ser doador, quais órgãos e tecidos é possível doar em vida e após a morte, conceito de morte encefálica, aspectos éticos que permeiam o processo de doar e transplantar. Ainda, ao final destes esclarecimentos seja permitido que o mesmo possa enviar dúvidas que impossibilitam a tomada de decisão, automaticamente ao Ministério da Saúde ou Associação Brasileira de Transplante de Órgãos (ABTO) e serem respondidas por profissional capacitado em menor tempo possível. Estudos qualitativos devem ser desenvolvidos para compreender melhor este tema.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, M.; STASIAK, D. A promoção da saúde nas mídias sociais: Uma análise do perfil do Ministério da Saúde no Twitter. In: **XV CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO CENTRO-OESTE**, Rio Verde, 2013, *Anais eletrônicos...* São Paulo: Intercom, 2013, v. 1, p. 1-15. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/centrooeste2013/resumos/R36-0620-1.pdf>.

Acesso em: 29 ago. de 2018.

BARCELLOS, F.C.; ARAUJO, C.L.; COSTA, J.D. Organ donation: a population-based study. **Clinical Transplantation**, Hoboken, v. 19, p. 33-37, 2005. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/j.1399-0012.2005.00280.x>. Acesso em: 29 ago. de 2018.

FONTOURA, W. **A Hora e a Vez das Mídias Sociais**, 2008. Disponível em: <http://thacker.diraol.eng.br/mirrors/www.cultura.gov.br/site/2008/02/29/a-hora-e-a-vez-das-midias-sociais/>. Acesso em: 07 set. de 2018.

MADEIRA, C.G.; GALLUCCI, L. Mídias Sociais, Redes Sociais e sua Importância para as Empresas no Início do Século XXI. In: **XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Curitiba, 2009, *Anais eletrônicos...* São Paulo: Intercom, 2009, v.1, p. 1-15. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1163-1.pdf>. Acesso em: 29 ago. de 2018.

MERCADO-MARTÍNEZ, F.J.; URIAS-VÁZQUEZ, J.E. Enfermos renales hispanoamericanos en la época de las redes sociales virtuales: análisis de contenido de sus publicaciones, 2010-2012. **Revista Panamericana de Salud Pública**, v. 35, p. 392-398, 2014. Disponível em: <http://iris.paho.org/xmlui/bitstream/handle/123456789/8010/14.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 07 set. de 2018.

MORAIS, T.R.; MORAIS, M.R. Doação de órgãos: é preciso educar para avançar. **Saúde em Debate**, v. 36, p. 633-639, 2012. Disponível em: <https://www.scielo.org/pdf/sdeb/2012.v36n95/633-639/pt>. Acesso em: 20 ago. de 2018.

PRUINELLI, L.; KRUSE, M.H.L. Mídia e doação de órgãos: a produção de sujeitos doadores. **Revista Gaúcha de Enfermagem**, v.33, n.4, p. 86-93, 2012. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rgenf/v33n4/11.pdf>. Acesso em: 29 ago. de 2018.

KALRA G.S. Facebook and Organ Transplantation. **International Journal of Organ Transplantation Medicine**, v. 3, n. 3, p. 133, 2012. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4089292/>. Acesso em: 26 ago. de 2018.

ZILLMER, J.G.V.; DÍAZ-MEDINA, B.A. Revisión Narrativa: elementos que la constituyen y sus potencialidades. **Journal of Nursing and Health**, v. 8, n. 1, 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/enfermagem/article/view/13654>. Acesso em: 07 set. de 2018.