

NARRATIVAS MOTIVACIONAIS NO INSTAGRAM COMO ESTRATÉGIA DE ENFRENTAMENTO DO ADOECIMENTO POR PESSOAS COM DOENÇAS AMEAÇADORAS DA VIDA

NATANIELE KMENTT DA SILVA¹; IZADORA MARTINS CORRÊA²; JÚLIA BROMBILA BLUMENTRITT³; FRANCIELE ROBERTA CORDEIRO⁴

¹Universidade Federal de Pelotas – nataniele.kmentt.enf@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – mizadora55@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – juliabrombilablumentritt@gmail.com

⁴ Universidade Federal de Pelotas – franciele.cordeiro@ufpel.com.br

1. INTRODUÇÃO

O diagnóstico de uma doença como ameaçadora da vida, que não responde ao tratamento que pretende modificá-la, pode repercutir em desmotivação, pois é necessário (re)adaptar-se. O ser humano possui necessidades que permitem a adoção de comportamentos para desenvolver a motivação, a qual é considerada uma energia psicológica que direciona as atitudes com objetivo de alcançar uma meta, especialmente no que tange à manutenção de sua saúde e autonomia em busca de qualidade de vida (PEDRAS; OLIVEIRA; SILVA, 2021).

Durante o processo de adoecimento, faz-se necessário que as pessoas busquem novas formas de adesão para prosseguir com seu tratamento para motivarem-se e essa motivação depende diretamente da qualidade que é recebida. Uma das possibilidades é através do compartilhamento da vivência pessoal nas mídias sociais, cujo objetivo é a repercussão do fato para que as pessoas interajam e ofereçam apoio, formando uma espécie de “corrente do bem”. O Instagram é uma mídia social que tem contribuído na disseminação de conteúdos, permitindo a troca de informações e sentimentos entre os usuários da plataforma, para que possam compartilhar suas experiências e que essas sejam visíveis (SILVA; BLUMENTRITT; CORDEIRO, 2021).

Nesse contexto, configura-se um comportamento semelhante a uma *performance* de quem publica, já que a publicação nem sempre é um espelho da vida real. Assim, um “personagem” é criado em cima de uma situação, para mostrar a outras pessoas a experiência vivida como forma de motivação. Essa atitude torna-se um hábito, já que é acompanhada por um estado animador devido à produção de conteúdo para que outros assistam, servindo como uma estratégia para promover visibilidade da sua vivência e que essa seja analisada a apoiada de acordo com os olhares de cada espectador (SIBILIA, 2015).

Sendo assim, o presente estudo tem por objetivo analisar as narrativas motivacionais de pessoas com doenças ameaçadoras da vida, no Instagram, para o enfrentamento do adoecimento.

2. METODOLOGIA

Pesquisa qualitativa e descritiva, oriunda do projeto de pesquisa “A morte e os cuidados paliativos nas mídias sociais Instagram e Facebook”. Os dados foram coletados de perfis públicos do Instagram sobre morte ou CP entre Outubro de 2020 e Março de 2021. Os critérios de inclusão, foram: perfis públicos, de profissionais, instituições de saúde, sociedades de conhecimento, associações, projetos de ensino, de pesquisa ou de extensão, ligas acadêmicas ou pacientes que compartilham publicamente suas experiências de adoecimento; com

publicações em português, inglês ou espanhol, com publicações ativas em 2020 e 2021. E, os critérios de exclusão foram: perfis sem imagem de identificação, perfis que não tenham descrição na biografia e perfis que tratam de venda de cursos.

Foram analisados 207 perfis e a extração dos dados ocorreu na plataforma *Google Forms*. Uma das informações extraídas foi a legenda da foto e/ou vídeo mais curtido e foi realizada a descrição textual dessas. Tais dados foram gerenciados através do programa *Atlas.ti*, resultando em 26 códigos para os vídeos e para as imagens. Dentre eles, elegeu-se o código *motivação* para análise neste trabalho. Por se tratarem de dados de domínio público, dispensa-se submissão ao Comitê de ética em Pesquisa, conforme o disposto na Resolução 510/2016 do Conselho Nacional de Saúde. A identidade dos perfis foi preservada por meio da utilização de códigos (P1,P2,P3...).

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Em relação às narrativas pessoais, identificou-se questões relacionadas à aceitação da doença, reações frente às boas notícias e autocuidado, ainda, constatou-se o uso de gírias e símbolos para enaltecer os textos compartilhados.

No que tange a aceitação da doença, percebeu-se que existe força de vontade por parte da pessoa com doença ameaçadora da vida já que é necessário adaptar-se a sua nova realidade, pois trata-se de uma condição inevitável, irreversível, e com a qual a vida será vivida.

Tais aspectos são exemplificados com os excertos que seguem: *"Não deixamos a dor para trás, seguimos em frente com ela mesmo"*. (Descrição do conteúdo de foto do P125). *"Poderia estar aqui chorando ou reclamando da vida, mas apenas estou recebendo as gotas de vida, gotas de cura diária! E estou feliz! É isso! 😊 Não escolhi ter o câncer, mas posso escolher a forma que passo com ele!"* (Legenda de foto do P134). *"Não tenha medo de ser chamada de louca, as vezes vem a vontade enorme de fazer alguma coisa fora da "caixinha" e eu estou aqui, rodando rodando, renascendo sempre, cada manhã é um novo presente! Obrigada Deus por sempre me carregar no colo, nessas "rodadas" que a vida me dá!"* (Legenda de vídeo do P134).

O diagnóstico de uma doença grave, especialmente em idosos, geralmente é acompanhado da sensação de negação em um primeiro momento e compromete a saúde física e mental devido às dificuldades implicadas nesse momento (RESENDE; FILHO, 2020). Dessa forma, corroborando com os achados, apesar da dificuldade de aceitação, há persistência por parte das pessoas para buscar novos meios de esperança e encorajamento.

Além disso, percebe-se, através da menção a “Deus”, que a espiritualidade é fundamental enquanto elemento motivacional durante o processo de adoecimento, já que serve como apoio às pessoas que estão em buscas de esperança no seu tratamento. A espiritualidade e a religiosidade podem auxiliar pacientes que estão com câncer no enfrentamento do seu tratamento e a necessidade de mantê-las pode surgir especialmente quando existe falta de sentido à vida, sendo consideradas fontes de força e esperança durante o processo de adoecimento (FERREIRA *et al.*, 2020).

O recebimento de notícias em relação ao seu prognósticos permite que a pessoa tenha suas esperanças renovadas para prosseguir com o tratamento proposto ou para a próxima etapa, conforme exemplificado nos excertos: *"Saiu o resultado da radiocirurgia que fiz no fígado, torei!!!! (emoji de duas chamas e de dois extraterrestres), estou mega feliz, estou necrosado, retorno para acompanhar*

daqui 3 meses" (Descrição do conteúdo de foto do P145). "*Felicidade hoje me define!!! Tudo que precisava era uma notícia positiva* 🔥🔥👽👽 *Colocando vida em meus dias*" (Legenda de foto do P145). "*Dia de renovar as esperanças e acreditar que novos caminhos virão*" (Legenda de foto do P185).

Em relação a comunicação de notícias difíceis, um estudo identificou que a clareza na comunicação, a sensibilidade e o conhecimento do usuário foram fatores que facilitaram o esclarecimento em relação a saúde e o prognóstico da pessoa (AMORIM *et al.*, 2021). Assim, a maneira em que é transmitida a informação é de suma importância, pois muitas vezes são as responsáveis pela motivação da pessoa em seguir seu tratamento. Ainda, a boa comunicação está relacionada à postura, atenção, sinceridade e positividade, além da necessidade de lidar com as emoções (LIU *et al.*, 2015).

Também foi notória a presença de narrativas que mencionam o autocuidado frente a condição de saúde, conforme segue: "*Ela se maquia e se arruma ao longo do vídeo, finalizando-o com cabelo escuro mais comprido, tiara com penas, tiras e flores nas cores rosa e branco, uma blusa prateada, com os olhos maquiados e boca vermelha*" (Descrição do conteúdo de vídeo do P132). "*Viajar para novos lugares e explorar novas culturas dá sentido à minha vida. Tenho a sorte de poder viajar para lugares lindos como este e agradeço cada lição e experiência que vem com isso!*" (Legenda de foto do P5).

A manutenção da autoestima é um dos elementos fundamentais na trajetória das pessoas que estão com doença avançada, já que permite a manutenção da dignidade. Tal prática está relacionada ao cuidado de si mesmo, cuidado com a aparência e necessidade de aproveitar a vida, já que a partir do diagnóstico a doença progride, começam a surgir modificações físicas, psicológicas, sociais que podem alterar a forma de pensar, interferem no convívio social e podem ser influenciadas pelo próprio tratamento (GONÇALVES, 2018).

É importante que os profissionais de saúde atentem a essas questões como forma de encorajar as pessoas a lidarem com sua doença, oferecer apoio, promover atividades e sugestões que resgatem a autoestima (OLIVEIRA *et al.*, 2018). O apoio da família e de amigos tornam-se fundamentais nessa fase e podem ser oferecidos através das mídias sociais já que servem como encorajamento de novas práticas e comportamentos para que os pacientes não se sintam sozinhos, proporcionando bem-estar e influenciando positivamente no tratamento (GONÇALVES, 2018).

Destaca-se a existência de um novo conceito para o uso das mídias sociais, na qual cada um torna-se uma "celebridade" que está ali para expor suas narrativas pessoais, resgatar sua identidade, configurando um novo tipo de comportamento da sociedade no mundo contemporâneo, já que o "eu" é o elemento central das discussões sobre adoecimento. Dessa forma, percebe-se que a felicidade e a motivação dos indivíduos, especialmente aqueles com doença avançada, é concebida pela satisfação pois está diretamente relacionada ao olhar alheio (SANCHOTENE; LEAL; BARBOSA, 2016).

4. CONCLUSÕES

Compreende-se que as mídias sociais possuem um papel fundamental como ferramenta motivacional das pessoas com doenças ameaçadoras da vida, já que são um espaço que possibilita a comunicação e interação através das vivências publicadas. Além disso, têm facilitado a experiência de adoecimento das pessoas

no que tange ao apoio oferecido pelos espectadores que acompanham o conteúdo, estabelecendo-se como uma nova forma de motivação pessoal.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMORIM, C. B. *et al.* Comunicação de notícias difíceis: Facilidades, dificuldades e estratégias utilizadas pelos estudantes de enfermagem na formação. **Texto & Contexto - Enfermagem** [online]. v. 30, p. 1-14, 2021.
- FERREIRA, L.F. *et al.* A Influência da Espiritualidade e da Religiosidade na Aceitação da Doença e no Tratamento de Pacientes Oncológicos: Revisão Integrativa da Literatura. **Revista Brasileira de Cancerologia**, Rio de Janeiro, v. 66, n.2, e-07422, p. 1-13, 2020.
- GONÇALVES, K.M. A autoestima durante o tratamento de câncer. **Revista Estética em Movimento**, Belo Horizonte, v. 1, n.1, p. 1-13, 2018.
- LIU, X. *et al.* Doctor-patient communication skills training in mainland China: a systematic review of the literature. **Patient Education and Counseling**. Amsterdam, v. 98, n. 1, p. 3–14, 2015.
- OLIVEIRA, F.B.M. *et al.* Alterações da autoestima em pacientes oncológicos submetidos ao tratamento quimioterápico. **Revista Eletrônica Acervo Saúde**, [s.l.], v. 11, n. 3, e190, p. 1-13, 2018.
- PEDRAS, S.; OLIVEIRA, R.; SILVA, I. Motivação como ingrediente essencial para a mudança comportamental na doença arterial periférica. **Revista Psicologia, Saúde & Doenças**, Lisboa, v. 22, n. 3, p. 908-920, 2021.
- RESENDE, L. M; FILHO, I.M.de M. Câncer em idosos: revisão narrativa das dificuldades na aceitação da doença e no tratamento. **Revista JRG de Estudos Acadêmicos**, v.3, n.6, p. 159-169, 2020.
- SANCHOTENE, N.; LEAL, T.; BARBOSA, T. Redes Sociais, Subjetividade e Mal-estar: Uma Análise do Caso Essena O'Neill. In: **XXXIX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**, São Paulo, 2016. Intercom: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. 15p.
- SIBILIA, P. Autenticidade e performance: a construção de si como personagem visível. **Revista Fronteiras**, São Leopoldo, v.17, n.3, p. 353-364, 2015.
- SILVA, N. K. da; BLUMENTRITT, J. B.; CORDEIRO, F. R. Educational Technology about Palliative Care on Instagram and Youtube. **Research, Society and Development**, Vargem Grande Paulista, v. 10, n. 7, p. e22310716534, 2021.