



UTILIZAÇÃO DO WHATSAPP PARA EMPODERAMENTO FEMININO: RELEVÂNCIA PARA PREVENÇÃO DO CÂNCER DO COLO DO ÚTERO

Letícia Hikari Koshita¹, Cleuza Maria Staudt Pascotini², Tânia Maria Gomes da Silva³, Marcelo Picinin Bernuci⁴

¹Acadêmica do Curso de Medicina, Universidade Cesumar – UNICESUMAR, Campus Maringá-PR. Bolsista PIBIC/CNPq-UniCesumar. leticiakoshita@alunos.unicesumar.edu.br

²Doutoranda, Universidade Cesumar – UNICESUMAR, Campus Maringá-PR. Bolsista no Programa de Pós-graduação em Promoção da Saúde-CAPEs. cleuzapascotini@gmail.com

³Coorientadora, Pós Doutora, Departamento de Promoção da Saúde, UNICESUMAR. Pesquisadora, Bolsista Produtividade do Instituto Cesumar de Ciência, Tecnologia e Inovação – ICETI. tania.gomes@unicesumar.edu.br

⁴Orientador, Pós Doutor, Departamento de Promoção da Saúde, UNICESUMAR. Pesquisador, Bolsista Produtividade do Instituto Cesumar de Ciência, Tecnologia e Inovação – ICETI. marcelo.bernuci@docentes.unicesumar.edu.br

RESUMO

Se diagnosticado precocemente, o câncer do colo do útero (CCU) pode ter 100% de cura. Entretanto, no Brasil, 70,6% dos casos são diagnosticados tardiamente. Diante disso, a falta de informação das mulheres destaca-se como um fator condicionante para esse contexto. Isso posto, o projeto objetivou avaliar o potencial do *WhatsApp* para a Educação em Saúde sobre CCU. Para isso, o trabalho abordou um estudo semiexperimental do tipo pré-pós intervenção, durante o período de três semanas, por meio de um grupo do *Whatsapp*, com mulheres que fazem parte da Comunidade Social Cristã Beneficente da cidade de Mandaguari - PR. Para a análise quantitativa, aplicou-se o instrumento "*Assessment of Health Literacy in Cancer Screening (AHL-C)*", antes e após a intervenção, utilizado para medir a literacia em saúde no contexto do rastreamento do câncer de mama e colo do útero. Conforme o teste pareado de *Wilcoxon*, a diferença foi significativa para a pontuação total do AHL-C, sendo que a média e a mediana se mostraram superiores após a intervenção com aumento de 6,11 e 8,5 pontos respectivamente. Outrossim, quanto à análise qualitativa, os dados obtidos comprovaram que os recursos disponibilizados pelo aplicativo são úteis para o processo de Educação em Saúde, uma vez que as próprias participantes fizeram uso dessas ferramentas, como envio das mensagens de texto e de voz no aplicativo. Portanto, o *WhatsApp* apresentou-se como uma estratégia benéfica para a Promoção da Saúde a fim de minimizar as lacunas no conhecimento das participantes e promover seu empoderamento.

PALAVRAS-CHAVE: Educação em saúde; *M-health*; Promoção da saúde.

1 INTRODUÇÃO

O câncer do colo do útero (CCU) possui alto potencial de cura, se diagnosticado precocemente. Entretanto, no Brasil, 70,6% dos casos de CCU são diagnosticados em um estado já avançado (BRAY *et al.*, 2018). Diante disso, dentre as barreiras que dificultam o diagnóstico precoce, a falta de informação e desconhecimento das mulheres sobre o CCU ganha destaque, pois mesmo diante de tanta informação, as mulheres ainda não reconhecem a importância do exame preventivo (DANTAS *et al.*, 2020).

Isso posto, com o surgimento das tecnologias da informação e comunicação, os aparelhos eletrônicos, como celulares, passaram a estar onipresentes no cotidiano das mulheres. Assim, estudos anteriores utilizaram a popularidade das redes sociais a favor do processo de Educação em Saúde, de modo que tal estratégia mostrou-se eficaz para a Promoção da Saúde (KATZ; NANDI, 2021). Dentre as redes sociais online utilizadas nas estratégias de educação em saúde da população, destaca-se a plataforma "*WhatsApp*", que por oferecer aplicabilidades já reconhecidas pela população, como o compartilhamento de imagens, áudios, vídeos, mensagens e documentos em tempo real, tem sido amplamente investigado como ferramenta promissora nas ações de cuidado com a saúde (AL-AK'HALI *et al.*, 2020). Ademais, comparado às estratégias tradicionais de educação



em saúde, o uso do *WhatsApp* é mais vantajoso pois as barreiras de espaço e tempo são minimizadas, além do custo relativamente baixo, pois já uma plataforma normalmente consumida pela população como forma de comunicação em rede (MAITRA; ROWLEY, 2021).

Embora o *WhatsApp* tenha mostrado resultados positivos no processo de educação em saúde sobre diversos temas da área da saúde, incluindo o câncer de mama (PEREIRA *et al.*, 2020) e o câncer de boca (NAYAK *et al.*, 2018), até o presente momento não há estudos que apresentem a utilização dessa ferramenta no contexto da educação em saúde de mulheres com foco no câncer do colo do útero. Diante disso, como é de responsabilidade da mulher procurar realizar os exames de rastreio, logo, é essencial que ela tenha autonomia para buscar esse tipo de serviço e essa autonomia pode ser conquistada por meio do aumento da literacia em saúde (NUTBEAM; LLOYD, 2021). Assim, o aumento da alfabetização em saúde por meio de estratégias inovadoras de educação em saúde, como o uso do *WhatsApp*, pode proporcionar às mulheres melhor aprendizado uma vez que facilita a aplicabilidade das informações recebidas na prática do gerenciamento da saúde.

Dessa forma, o presente estudo avaliou a potencialidade do uso do *WhatsApp* como estratégia de educação em saúde destinada a capacitar as mulheres, a respeito da prevenção do câncer do colo do útero.

2 MATERIAIS E MÉTODOS

Trata-se de um estudo quanti-qualitativo do tipo quase experimental com abordagem pré/pós-intervenção. Inicialmente, foram entrevistadas 14 mulheres. Dentre elas, duas não entraram no grupo do *Whatsapp*, totalizando 12 mulheres que participaram da intervenção. Ainda, 4 mulheres não participaram da última coleta de dados, sendo assim, os resultados pós-intervenção consideram um total de 8 respostas.

Os dados coletados antes da intervenção educativa foram: a) dados sociodemográficos; b) grau de literacia específico para os cânceres de mama e colo de útero. Para os dados sociodemográficos foi utilizado um questionário semiestruturado. Para a determinação do grau de literacia sobre o processo de triagem e detecção do câncer de mama e câncer do colo do útero foi utilizado o instrumento “*Assessment of Health Literacy in Cancer Screening*” (AHL-C) desenvolvido e validado por Han e colaboradores (2014).

As mídias educativas autorais (mensagens de texto, voz, figuras e vídeos) foram disponibilizadas diariamente (exceto nos finais de semana e feriados) ao longo de três semanas no grupo fechado do *WhatsApp*.

Para a análise estatística entre a diferença das pontuações das dimensões nos dois momentos de avaliação, optou-se pelo teste não paramétrico de *Wilcoxon* pareado. Já, para a análise qualitativa, foi utilizada a análise de conteúdo indutiva sobre as interações extraídas das conversas do *WhatsApp*.

Todos os procedimentos para a realização do presente trabalho foram aprovados pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da Unicesumar mediante o protocolo de número: 5.099.353.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Quanto à caracterização sociodemográfica, no nosso estudo, observou-se que 25% das participantes possuem Ensino Fundamental Incompleto. Nesse contexto, priorizamos o uso de materiais de educação que desviavam do padrão de mensagens de texto, optando por áudios,



vídeos e imagens autoexplicativas. Isso ocorreu, pois segundo Stringhini *et al.* (2020), o grau de escolaridade e a alfabetização do paciente implica no processo de ensino aprendizagem sobre qualquer assunto, e os materiais multimídias atuam como ferramentas que facilitam a compreensão por parte do receptor.

Destaca-se que das 12 mulheres inclusas no grupo *WhatsApp*, 9 delas interagiram no grupo. A Tabela 1 mostra a distribuição de frequência das mensagens das participantes no grupo, bem como o conteúdo abordado nas mensagens e os respectivos formatos de mídia, que promoveram a interação.

Tabela 1: Distribuição de frequências das respostas ao grupo das participantes da pesquisa.

Conteúdo	Tema	Formato	Frequência	%
Dúvida	Anatomia feminina	Áudio e vídeo	6	17,65%
Dúvida	Diferença de Vulva e Vagina	Imagem e texto	1	2,94%
Resposta a questionamento	Apresentação	Vídeo e texto	2	5,88%
Resposta a questionamento	Ginecologia	Imagem	2	5,88%
Resposta a questionamento	Vacinação HPV	Imagem e texto	1	2,94%
Resposta a questionamento	Fibroadenoma	Texto	1	2,94%
Feedback	Anatomia feminina	Áudio e vídeo	1	2,94%
Feedback	Metástase	Imagem e texto	2	5,88%
Saudação e outros	-	-	18	52,94%
Total			34	100,00%

Fonte: Autoria Própria (2022).

Durante as três semanas de intervenção, as participantes compartilharam dúvidas e experiências pessoais que surgiram conforme os intermediadores enviavam as mídias informativas. Por permitir o envio de mensagens a qualquer momento, o aplicativo criou um ambiente propício para o surgimento de dúvidas que muitas vezes não surgem no momento do atendimento presencial.

Segundo Katz e Nandi (2021) a combinação de mensagens de texto, imagem, vídeo e áudio podem auxiliar na fixação do conhecimento. Isso posto, o estudo buscou utilizar todos os formatos de mídias educativas disponibilizadas pelo aplicativo, a fim de potencializar o processo de Educação em Saúde. Além disso, a ferramenta de envio de mensagens de voz do *WhatsApp* foi utilizada tanto pela participante como pela mediadora. Isso corrobora com o fato de que o recurso de áudio permite a maior proximidade entre o emissor e o receptor da mensagem, além de tornar o processo mais pessoal e humanizado (FABENE *et al.*, 2020).

Para Batai *et al.* (2022), a adaptação dos materiais educativos durante o processo de educação em saúde pode aumentar a eficácia da intervenção e isso foi constatado durante o nosso processo de intervenção, uma vez que, criamos materiais em formato de áudio sobre a fisiopatologia do útero e formato de imagem sobre o autoexame e a diferença entre vulva e vagina. Essas mídias foram construídas com base nas necessidades demonstradas pelas participantes, evidenciando a vantagem de direcionar e adaptar o processo de Educação em Saúde diante da realidade de cada indivíduo.

Em relação às desvantagens, embora o aplicativo possua criptografia de ponta a ponta, ainda existem riscos quanto à segurança de dados e proteção da privacidade. Infelizmente, uma das participantes teve seu *WhatsApp* *hackeado* durante o período de intervenção, e relatou o ocorrido dentro do grupo, mesmo diante da situação, isso não prejudicou a intervenção e a participante conseguiu recuperar o *WhatsApp* rapidamente.



Assim sendo, embora o uso do *WhatsApp* tenha sido positivo para o compartilhamento de narrativas e dúvidas pessoais das participantes, do ponto de vista do teste de *Wilcoxon* observa-se na Tabela 2, que apenas para a dimensão de matemática não se observou um aumento da pontuação média e mediana das participantes da pesquisa, sendo que não foi possível a aplicação do teste devido ao grande número de participantes que obtiveram pontuação zerada. Tal situação pode ter ocorrido devido ao fato de que o teste de matemática não foi trabalhado durante a intervenção, podendo assim, variar de acordo com o grau de escolaridade da participante, uma vez que avalia critérios aritméticos e de interpretação textual.

Para tanto, a diferença entre o score do AHL-C pré-pós-intervenção foi significativa no quesito de pontuação total (valor p de 0,022), no que tange a média e a mediana, ambas se mostraram superiores após a intervenção (40,38 e 44,50 pontos, respectivamente), em relação a primeira aplicação do instrumento (34,27 e 36 pontos, respectivamente). Sendo assim, a intervenção por meio do *Whatsapp* mostrou-se efetiva nesses quesitos.

Tabela 2: Comparação das pontuações do instrumento AHL-C nos momentos pré e pós-intervenção.

Dimensão	Momento	Medidas descritivas				Valor p
		Média	Desvio Padrão	Mediana	IQR	
Leitura	Pré	10,64	1,57	11,00	2,00	0,095
	Pós	11,25	1,16	12,00	1,25	
Familiaridade	Pré	8,64	3,72	9,00	3,50	0,181
	Pós	10,25	2,49	12,00	4,00	
Compreensão	Pré	6,73	3,77	8,00	5,50	0,105
	Pós	8,38	3,20	9,00	4,00	
Diálogo	Pré	7,45	2,07	7,00	2,00	0,053
	Pós	9,88	1,36	10,50	2,25	
Matemática	Pré	0,82	0,75	1,00	1,00	-
	Pós	0,62	0,92	0,00	1,25	
Total	Pré	34,27	10,75	36,00	12,00	0,022*
	Pós	40,38	8,31	44,50	13,50	

*valor p < 0,05; IQR: intervalo interquartilico.

Fonte: Autoria Própria (2022).

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo avaliou o potencial do *Whatsapp* como uma ferramenta capaz de intermediar a Educação em Saúde, a fim de aumentar a Literacia em Saúde das mulheres sobre o CCU. Os resultados confirmaram nossa hipótese de que o aplicativo é uma ferramenta útil que pode ser incorporada às estratégias de educação em saúde com foco no câncer do colo do útero. Embora a intervenção tenha elevado o escore geral das participantes, houve uma baixa adesão por parte das mulheres quanto à interação no grupo. Assim, sugere-se a necessidade de novas pesquisas voltadas para a análise por trás da falta de adesão das participantes, que pode se dar devido à dupla jornada de trabalho das mulheres – no ambiente laboral e em casa – ou até mesmo à personalidade das participantes. Apesar disso, os resultados obtidos demonstraram que os recursos disponibilizados pelo aplicativo, como o gravador voz, são úteis para o processo de Educação em Saúde, uma vez que as próprias participantes fizeram uso dessas ferramentas. Portanto, o *WhatsApp* apresentou-se como uma estratégia benéfica para a Educação em Saúde sobre o CCU, de modo que possa ser



utilizado em estratégias de Promoção da Saúde para desmistificar as crenças limitantes que dificultam a efetividade do diagnóstico precoce.

REFERÊNCIAS

AL-AK'HALI, Mohammed S. *et al.* WhatsApp-assisted oral health education and motivation: a preliminary randomized clinical trial. **The Journal of Contemporary Dental Practice**, v. 21, n. 8, p. 923, 2020.

BATAI, Ken *et al.* Formative Assessment to Improve Cancer Screenings in American Indian Men: Native Patient Navigator and mHealth Texting. **International Journal of Environmental Research and Public Health**, v. 19, n. 11, p. 6546, 2022.

BRAY, Freddie *et al.* Global cancer statistics 2018: GLOBOCAN estimates of incidence and mortality worldwide for 36 cancers in 185 countries. **CA: A Cancer Journal for Clinicians**, v. 68, n. 6, p. 394-424, 2018. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/30207593/>. Acesso em: 19. abr. 2021.

DANTAS, Diego Bessa *et al.* Mortality from cervical cancer in Brazil: an ecological epidemiologic study of a 22-year analysis. **ecancermedicalsecience**, v. 14, 2020.

FABENE *et al.* Ação de Comunicação em saúde no WhatsApp com base no perfil digital de portadores de hipertensão e diabetes. **O Mundo da saúde**, 2020. <https://doi.org/10.15343/0104-7809.201944012022>.

HAN, Hae-Ra *et al.* Development and validation of the assessment of health literacy in breast and cervical cancer screening. **Journal of health communication**, v. 19, n. sup2, p. 267-284, 2014.

KATZ, Marc *et al.* Social media and medical education in the context of the COVID-19 pandemic: scoping review. **JMIR Medical Education**, v. 7, n. 2, p. e25892, 2021.

MAITRA C.; ROWLEY J. Delivering eye health education to deprived communities in India through a social media-based innovation. **Health Info Libr J**. 2021 Jun;38(2):139-142. doi: 10.1111/hir.12370. PMID: 34192405.

NAYAK, Prajna Pramod *et al.* Assessing the feasibility and effectiveness of an app in improving knowledge on oral cancer - an interventional study. **Journal of Cancer Education**, v. 33, n. 6, p. 1250-1254, 2018. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/28612324/>.

NUTBEAM, Don; LLOYD, Jane E. Understanding and responding to health literacy as a social determinant of health. **Annual Review of Public Health**, 2020.

PEREIRA, Antonio Augusto Claudio *et al.* Effects of a whatsapp-delivered education intervention to enhance breast cancer knowledge in women: mixed-methods study. **JMIR mHealth and uHealth**, v. 8, n. 7, p. e17430, 2020.

STRINGHINI, Maria Luiza Ferreira *et al.* Whatsapp® como ferramenta de promoção da saúde com diabetes: relato de experiência. 2019.