**Eixo 1:** Educação, Saúde e Tecnologia

COMPARTILHANDO CONHECIMENTO SOBRE ALEITAMENTO MATERNO POR MEIO DE UMA REDE SOCIAL

Cleumylenne Santana Ribeiro de Sousa, cleumylenne.santana@discente.ufma.br1,

Bárbara dos Santos Limeira1,

Ida Caroline Dourado Portela1,

Vanuza Joaquina dos Santos Limeira1,

Marcelino Santos Neto2

Floriacy Stabnow Santos3.

1. Discente de Enfermagem na Universidade Federal do Maranhão - CCSST;
2. Doutor em Ciências. Professor do Curso de Enfermagem da Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Professor da Pós Graduação em Saúde e Tecnologia da Universidade Federal do Maranhão (PPGST/UFMA).
3. Doutora em Ciências. Professora do curso de Enfermagem da Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Professora da Pós-Graduação em Saúde e Tecnologia da Universidade Federal do Maranhão (PPGST/UFMA).

**RESUMO**

**Introdução: O Marketing Social, é uma estratégia utilizada em mídias sociais que priorizam alcançar mudanças de comportamentos, de valores e até mesmo cognitivos(¹). Tais mudanças são possíveis quando o cidadão/usuário se torna diretamente um coprodutor de conteúdo, interagindo, comentando ou compartilhando, deixando de coexistir o estado de passividade ao receber informações(¹).** Ações multi-estratégicas são ações que envolvem várias disciplinas, métodos e abordagens, e usar a internet para disseminar informações relevantes é uma forma de contribuir para impactar positivamente a coletividade, e o tema escolhido foi o aleitamento materno(2). **O Aleitamento Materno promove nutrição, afeto e proteção, o comportamento da mãe ao amamentar pode ser influenciado por vários fatores, como crenças, família ou amigos. Conforme a mãe é influenciada, ela pode iniciar o desmame precocemente, acarretando possíveis problemas para a criança(3). Diante disso, é preciso orientar e incentivar as mulheres com informações que sejam de cunho cientifico, promovendo a participação das mesmas, não apenas como telespectadoras, mas como protagonistas. Objetivo:** Relatar a experiência do uso de uma rede social para compartilhar conhecimento científico a respeito do aleitamento materno durante o período de isolamento social. **Descrição da experiência:** Estudo descritivo, do tipo relato de experiência realizado no mês de Maio de 2020 por acadêmicas de enfermagem da Universidade Federal do Maranhão, que fazem parte do projeto de extensão Estratégias de Incentivo a Doação de Leite Materno. O projeto tem aprovação do Comitê de Ética da Universidade Federal do Maranhão parecer 1.548.731.Foi criada uma rede social, todas as participantes do projeto foram divididas em duplas e organizadas para fazer postagens em horários estratégicos e as temáticas abordadas foram os benefícios do aleitamento materno exclusivo, doação de leite materno, entre outros conteúdos educativos sobre aleitamento. **Resultados e/ou impactos:** Os conteúdos desenvolvidos pelos acadêmicos fazem parte das ações realizados no projeto de extensão Estratégias de Incentivo a Doação de Leite Materno, que devido a paralisação temporária das atividades presenciais consequentes da pandemia do Covid 19, passaram a usar as redes sociais para disseminar conhecimento educativo com vistas a incentivar o aleitamento materno. Observou-se que através dessa ferramenta tem-se conseguido uma adesão de maior número de pessoas à página na rede social na internet, desde discentes, profissionais e população em geral, sendo possível assim alcançar mais pessoas e continuar o incentivo a doação do leite materno apesar da pandemia. A internet é responsável pela transformação do modo de vida das pessoas com alta capacidade de transmissão de informações e disseminação de conhecimento, interação e colaboração entre indivíduos e computadores(4). O acesso à informação confiável precisa ser assegurado em tempos de pandemia bem como o cuidado em selecionar adequadamente as fontes de informação(5). **Considerações finais:** O uso das redes sociais e das tecnologias da informação tem contribuído como ferramentas de disseminação de conhecimento sobre os benefícios do aleitamento materno.

**Descritores:** Aleitamento Materno; Rede Social; Covid 19.

**Referências:**

1 PINTO, P. A. Marketing social e digital do Ministério da Saúde no Instagram: estudo de caso sobre aleitamento materno. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde**, Rio de Janeiro, v. 13, n. 4, 2019.

2 SÍCOLI, J. L., NASCIMENTO, P. R. Promoção de saúde: concepções, princípios e operacionalização. **Interface** - Comunic, Saúde, Educ, v7, n12, p.101-22, fev 2003.

3 NÓBREGA, V.C.F.D. et al. As redes sociais de apoio para o Aleitamento Materno: uma pesquisa-ação. **Saúde em Debate**, Rio de Janeiro, v. 43, n. 121, P. 429-440, 2019.

4 CASTRO, D.; MARANHÃO, L.; SOUSA, J. O conceito de internet na pesquisa em comunicação no Brasil. **Razón Palab**[Internet]. V. 21, n.84; 2013.

5 BARBOSA, A. C. Q. Lições sobre a Pandemia da COVID-19 e a Informação Científica. **APS em Revista ARTIGOS.** Vol. 2, n. 1; 2020