**A IMPORTÂNCIA DA PROPAGAÇÃO DE CONHECIMENTOS EM SAÚDE POR MEIO DE PLATAFORMAS DIGITAIS**

1Nicole Laysa da Silva Costa; 2 Yara Pereira Sampaio; 3Maria Fernanda dos Santos Souza; 4Cícero Diego Almino Menezes.

1,2,3Acadêmicos do curso de Farmácia do Centro Universitário Maurício de Nassau – UNINASSAU, Juazeiro do Norte, Ceará, Brasil. 4Farmacêutico docente do curso de Farmácia, Centro Universitário Maurício de Nassau – UNINASSAU, Juazeiro do Norte, Ceará, Brasil.

**Eixo Temático:** Empreendedorismo na Farmácia.

**E-mail do Autor Principal:** nicole.laysa15@gmail.com

**Introdução:** As plataformas digitais ocupam cada vez mais o tempo das pessoas em sua rotina, muitas vezes utilizadas de maneira frívola. Entretanto, as chamadas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), quando utilizadas adequadamente, possuem o potencial de levar conhecimentos que farão diferença na vida das pessoas, como principalmente, informações em saúde. Existem algumas temáticas que são de grande relevância no cotidiano da sociedade, como por exemplo: primeiros socorros, prevenção e semiologia de patologias em geral; ou temas que podem proporcionar uma melhoria na qualidade de vida e longevidade, sendo esses: suplementações de vitaminas, proteínas e enzimas, exames, dietas e exercícios que podem detectar ou tratar deficiências nutritivas ou sedentarismo. Nessa perspectiva, tendo em vista a relevância das mídias online, não faz sentido dissociá-las de uma metodologia de ensino, o ideal seria integrá-los, para um melhor aproveitamento do público-alvo, incentivando-os a ter interesse no conteúdo proposto. **Objetivo**: O presente estudo teve como objetivo analisar a importância da inserção de plataformas digitais como metodologia de repasse de conhecimentos em saúde, ressaltando a linguagem e a abordagem do profissional ao utilizar-se desse meio. **Metodologia:** Esse estudo trata-se de uma pesquisa bibliográfica, de caráter qualitativo. Foi elaborado a partir da base de dados eletrônicos do Google acadêmico; Scielo - Scientific Electronic Library Online e Sistema de Bibliotecas FGV. A investigação foi realizada em de fevereiro de 2023, utilizando-se dos seguintes descritores: “plataformas digitais”, “saúde”, “internet” e “marketing”. Os critérios de busca da pesquisa foram: artigos que se refiram à temática abordada, no idioma português, excluindo estudos que sejam duplicados, trabalhos de revisão literária ou inconclusivos. **Resultados e Discussão:** Por esse prisma, nota-se a necessidade dos profissionais da saúde que tem o objetivo de informar, de se adequar às tecnologias de informação, utilizando os conceitos do marketing digital para identificar as necessidades e demandas do seu público-alvo, fazendo com que seu trabalho seja voltado à uma orientação que visa o bem-estar e qualidade de vida da sua audiência. Contudo, é importante salientar que a divulgação de notícias falsas por meio de publicidade também constitui uma violação civil e há leis que protegem as pessoas que consomem o conteúdo e punem às que se apropriam das “fake News” para conseguir público ou por benefícios econômicos. Sendo assim, é importante que todas as informações repassadas tenham comprovação científica. **Considerações Finais:** Conclui-se que as plataformas digitas representam um método importante de repasse de conhecimento em saúde para a população, principalmente para as pessoas que não tem contato com esse tipo de aprendizado por meios acadêmicos. O profissional da saúde que faz uso desse meio deve conseguir atrair a atenção de diversos públicos utilizando-se de estratégias que torne as informações interessantes para os indivíduos, inclusive ajudando muitas pessoas ao mesmo tempo. **Palavras-chave:** Plataformas Digitais; Saúde; Internet; Marketing.

**Referências**

FRANÇA, T.; RABELLO, E. T.; MAGNAGO, C. As mídias e as plataformas digitais no campo da Educação Permanente em Saúde: debates e propostas. **Saúde em Debate**, [S. l.], v. 43, n. especial 1 ago, p. 4–115, 2019. Disponível em: https://revista.saudeemdebate.org.br/sed/article/view/2675. Acesso em: 20 fev. 2023.

MORO, T.; EGERT, R.; A publicação e propagação de notícias falsas: fake news e seu impacto em época de pandemia. **Revista Jurídica: Direito e Cidadania na Sociedade Contemporânea,** Rio Grande do Sul, v. 5, n. 5, p. 74-86, 2021. Disponível em: http://www.revistas.fw.uri.br/index.php/rev\_jur\_direitoecidadania/article/viewFile/4062/3159. Acesso em: 20 fev. 2023.

ROSALY, R.; ZUCCHI, P. O marketing na área de saúde. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, RJ, v. 38, n. 5, p. 711 a 728, 2004. Disponível em: https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rap/article/view/6750. Acesso em: 20 fev. 2023.