

2. Políticas, instituições e cidadania

OC - (22875) - “GÉNERO, COMUNICAÇÃO E CORAÇÃO: A RECEÇÃO DA COMUNICAÇÃO ONLINE SOBRE A SAÚDE CARDIOVASCULAR DE RESIDENTES DO CONCELHO DE LISBOA”

Raphaël Baptista (Portugal)¹; Célia Belim (Portugal)¹

1 - Universidade de Lisboa, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Centro de Administração e Políticas Públicas

No contexto europeu, as doenças que afetam o aparelho circulatório (doenças cardíacas e cerebrovasculares) são a principal causa de morte, com incidência em 46% das mulheres e em 38% dos homens (Timmis et al., 2022). Em Portugal, cumprindo-se a tendência europeia, o peso das doenças cerebrovasculares nas mulheres é muito significativo (INE, 2023). Neste cenário preocupante, a comunicação para a saúde pode contribuir para promover práticas saudáveis através de informação útil e para reduzir fatores de risco. Com o paradigma online, novas possibilidades de comunicação surgem que podem ser aplicadas em benefício da saúde. Neste sentido, formulam-se os objetivos: 1. identificar as práticas informativas online sobre saúde cardiovascular numa perspetiva de género; 2. aferir a importância atribuída a características da mensagem online sobre saúde cardiovascular tendo em conta o género; 3. apurar a avaliação, numa perspetiva de género, da eficácia de características da mensagem e de emoções que poderão ser transmitidas por uma publicação online sobre saúde cardiovascular. Usou-se o inquérito por questionário, aplicado a uma amostra por quotas de género e idade de 400 residentes de Lisboa. Os resultados indicam que as mulheres sofrem mais de doenças cardiovasculares do que os homens o que confirma as estatísticas oficiais, sendo o género feminino quem avalia como mais importantes as plataformas online para a saúde cardiovascular. Adicionalmente, as mulheres autoavaliam-se como mais interessadas e mais informadas sobre a saúde cardiovascular, quando comparadas com os homens. Numa comparação de género, as mulheres preferem mensagens com tom positivo, ainda que avaliem o material negativo como mais influenciador. Encontrou-se, por exemplo, uma relação estatisticamente significativa entre a razão de preferência de um material online e o género, corroborando evidências que apontam para as diferenças na receção consoante o género (Mo e outros, 2019).

Palavras-chave : género, comunicação para a saúde, saúde cardiovascular, redes sociais online, receção