

# QUAL A OPINIÃO DE MULHERES SOBRE A INFORMAÇÃO DE MÉTODOS CONTRACEPTIVOS? UM ESTUDO SOBRE REPRESENTAÇÃO DE CONTEÚDOS DE SAÚDE NO MEIO DIGITAL

## *WHAT IS THE WOMEN'S OPINION ABOUT CONTRACEPTIVE METHODS INFORMATION? A STUDY ON REPRESENTATION OF HEALTH CONTENTS IN THE DIGITAL MEDIUM*

**Laís Sanseverino<sup>1</sup>**, Esp.

lais.sanseverino@gmail.com e <http://orcid.org/0000-0002-9180-9942>

**Carla Galvão Spinillo<sup>1</sup>**, PhD

cgspin@gmail.com e <http://orcid.org/0000-0002-3149-0319>

<sup>1</sup> Universidade Federal do Paraná, Programa de Pós-Graduação em Design, Curitiba, Brasil

artefatos digitais, contracepção, saúde, design da informação

Observa-se o uso da internet como meio de pesquisa sobre contracepção por usuárias. O artigo busca contribuir para preencher a lacuna sobre a comunicação deste assunto, através de um levantamento realizado com mulheres sobre a opinião destas quanto a conteúdos, mídias e formas de apresentação da informação do tema no meio digital. São apresentados aspectos da representação da informação sobre saúde reprodutiva, envolvendo estilos gráficos de representação, pesquisas de visualização da informação em saúde e pesquisas relacionadas a experiência do usuário. O método utilizado foi a aplicação de um questionário com mulheres que utilizam o meio digital para se informar sobre contracepção. Mostrou-se uma preferência do público quanto a infográficos e representações realistas, a “facilidade” de um artefato a característica mais apontada como desejada. A credibilidade e desejabilidade foram apontados como as maiores críticas entre as usuárias quanto aos materiais existentes. São propostas algumas recomendações para o design de materiais gráficos sobre métodos contraceptivos veiculados no meio digital para mulheres, como por exemplo o enfoque em características emocionais dos artefatos digitais.

*digital artifacts, contraception, health, information design*

*The use of the internet as a means of research on contraception by users is observed. The article seeks to contribute to fill the gap in this topic through a survey carried out with women on their opinion regarding content, media, and ways of presenting information on the topic in digital media. Aspects of the representation of reproductive health information are presented, involving graphic representation styles, health information visualization and research related to user experience. The method used was the application of a questionnaire with women who use the digital medium to learn about contraception. The public showed preference for infographics and realistic representations, the “easiness” of an artifact being the characteristic most pointed out as desired. Credibility and desirability were pointed out as the biggest criticisms among users regarding the existing materials. Some recommendations are proposed for the design of graphic materials about contraceptive methods transmitted in the digital media for women, such as the focus on emotional characteristics of digital artifacts.*

Recebido em: 30 / 04 / 2022

Aceito em: 15 / 06 / 2022

DOI: <http://dx.doi.org/10.22570/ergodesignhci.v10i1.1758>



## 1. Introdução

Na área da saúde a comunicação com o público é uma das questões centrais, na saúde reprodutiva, sendo particularmente relevante na informação sobre contracepção. A gestão da vida reprodutiva é multifatorial e complexa, e características dos usuários como comportamento, sexualidade e contexto de vida influenciam e devem ser levadas em conta nas escolhas e uso de métodos contraceptivos (BRANDÃO e CABRAL, 2017). A assistência à anticoncepção é uma das premissas dos Direitos Reprodutivos, os quais têm como um dos objetivos aumentar a autonomia na decisão das pessoas quanto a reprodução. Esta assistência inclui o direito de acesso a informações, meios, métodos e técnicas para ter ou não ter filhos (BRASIL, 2013). No Brasil, desde 1996, o Sistema Único de Saúde (SUS) por lei informa sobre todos os métodos e técnicas de concepção e contracepção, garantindo a liberdade de opção (BRASIL, 1996). Segundo relatório da Organização das Nações Unidas (ONU), em 2015, 79% das mulheres brasileiras entre 15 e 49 anos estavam utilizando algum método contraceptivo, e ainda 86% realizavam alguma forma de planejamento reprodutivo (ONU, 2015). Desde 1985 a taxa de fecundidade no Brasil é menor que a mundial, entretanto, mesmo com amplo acesso a assistência e informações contraceptivas há mais de 20 anos, o país ainda apresenta problemas sérios relacionados à reprodução.

Segundo resultados da pesquisa “Nascer no Brasil” da Fiocruz nos anos de 2011 e 2012, publicados na imprensa (DANTAS, 2016), 55% das mulheres com filhos no Brasil não planejaram engravidar. O número encontra-se acima da média mundial de gravidezes não planejadas apresentado pela ONU, o qual é de 40%. Outra questão é a gravidez na adolescência: segundo relatório da ONU, o Brasil tem uma taxa de 53 gestações para cada mil meninas adolescentes entre 15 e 19 anos, valor também acima da média mundial, o qual é de 41 gestações para cada mil (FUNDO DE POPULAÇÕES DAS NAÇÕES UNIDAS, 2020). Também como consequência da gravidez não esperada, o aborto ilegal é uma realidade no país. Segundo a Pesquisa Nacional de Aborto 2016 (DINIZ, MEDEIROS e MADEIRO, 2017), em termos aproximados, uma em cada cinco mulheres no país, aos 40 anos, já interrompeu uma gravidez. Esses dados têm impacto econômico e social no país: estima-se que, anualmente, gestações não planejadas custem R\$4.1 bilhões ao sistema público de saúde brasileiro (LE et al., 2014).

Com estes dados, o Brasil é um país com índice de gravidez imprevista acima da média mundial, ao mesmo tempo que possui uso elevado de contracepção comparado a outros países, o que aponta que políticas públicas devem ir além da disponibilidade de métodos contraceptivos no sistema de saúde (BRANDÃO e CABRAL, 2017). Diante disto, considera-se a importância da informação de qualidade sobre contracepção para a população, particularmente para as mulheres, devido aos diversos métodos que envolvem acompanhamento ou intervenções ginecológicas. Nesse sentido, a seguir são apresentados aspectos da comunicação da informação sobre métodos contraceptivos nos meios digitais.

## 2. Informação sobre métodos contraceptivos no meio digital

O uso do meio digital por adolescentes e mulheres na busca por informações sobre métodos contraceptivos tem sido ampliado, o que é constatado em estudos sobre este tema nos últimos anos. Em pesquisas em escolas estaduais brasileiras, pode-se observar a internet como a fonte mais utilizada para informação sobre sexualidade, sobrepondo outras fontes como escola, amigos, profissionais de saúde e família (VIEIRA et al., 2016; SERRA, 2018; GARCÊS e DE MOURA RÉGIS, 2019). Estudos também relatam o uso da internet no país por mulheres para obtenção de informações sobre aborto induzido (DUARTE, MORAES e ANDRADE, 2018), sobre métodos contraceptivos de emergência (SILVA et al., 2015); e ainda apresentam dados sobre o uso de rede sociais para a troca de conhecimentos sobre assuntos relativos à contracepção entre usuárias (SANTOS, 2017).

Estima-se que 83% da população tinha acesso à internet em 2020 (COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL, 2020), observando-se um aumento em especial em domicílios das classes C e D/E. O uso da

internet para a informação sobre métodos contraceptivos pode ter como causa dificuldades, hábitos culturais ao redor da contracepção, ou mesmo impossibilidade de acesso a unidades físicas do sistema de saúde do país. Isto devido a situações adversas, como na pandemia de Covid-19 em 2020, quando o Ministério da Saúde recomendou o uso da internet como um dos meios de disseminação da informação sobre métodos contraceptivos (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2020). A figura a seguir mostra um exemplo de informação veiculada sobre métodos contraceptivos em meio digital em sites governamentais brasileiros (Figura 1). Observa-se o uso de imagens, texto e hiperlink para vídeo:

Figura 1 – Página de cartilha sobre contracepção divulgada no site da Secretaria de Saúde do Distrito Federal



Fonte: <https://www.saude.df.gov.br/cartilha-informa-populacao-sobre-os-metodos-contraceptivos/>

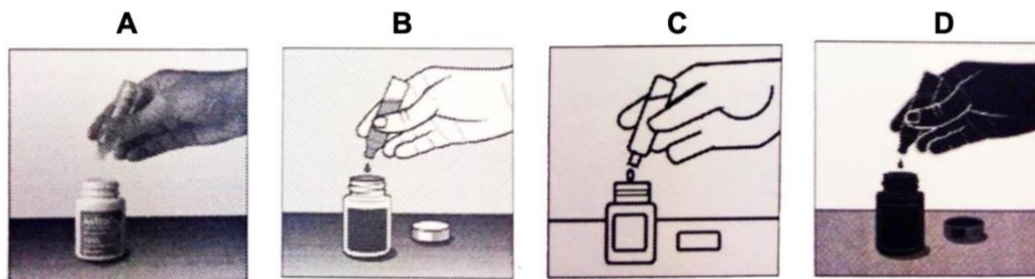
Apesar da relevância dos meios digitais para informação em saúde, poucos estudos investigam a informação disponível sobre métodos contraceptivos no país, embora alguns autores considerem um tema emergente de estudo (WINKELMANN e ANDRADE, 2018; TAVARES, 2020). Tratando-se de saúde sexual e saúde reprodutiva, encontra-se mais comumente no país diversos estudos sobre materiais e campanhas relacionadas à prevenção de ISTs, HIV e AIDS. Os estudos geralmente focam na linguagem e os discursos utilizados nas campanhas, e destacam controvérsias e efeitos contraproducentes (mesmo não intencionais) resultantes desta. Outra questão mais recente é a análise do direcionamento dessas campanhas para grupos específicos, como mulheres e idosos (LERMEN et al., 2019).

Dentre os estudos brasileiros, Winkelmann e Andrade (2018) analisaram materiais gráficos sobre DIU de cobre nas redes sociais brasileiras. Os resultados indicaram que metade destes materiais foram produzidos por leigos na área de design, que podem vir a reproduzir aquilo que têm mais familiaridade em seu dia a dia, e não necessariamente o que comunica de forma mais eficaz sobre o assunto. Em Tavares (2020), foi feita uma análise descritiva de 11 sites de órgãos de saúde do nível municipal de capitais brasileiras, tendo como conclusão de que estes não abordam a saúde reprodutiva com a devida complexidade. Apontou-se que os sites não apresentaram seções acessíveis direcionadas à saúde da mulher, e que muitos conteúdos eram direcionados à profissionais da saúde e não à população. Tais resultados evidenciam a necessidade de aprofundamento de questões sobre comunicação e a representação gráfica da informação na área da saúde contraceptiva no país.

## 2.1. Aspectos da representação da informação sobre saúde reprodutiva

Na área da saúde várias mídias são utilizadas para comunicação, como vídeos, animações, manuais e infográficos (ANDRADE, 2014; ROJAS, 2019; FREITAS et al., 2020). Infográficos, segundo Andrade (2014), integram imagens, textos e representações esquemáticas como gráficos, mapas e tabelas, procurando facilitar a compreensão da informação. Quanto ao uso de imagens na comunicação de informação em saúde, estas podem variar em estilos gráficos ou grau de realismo. Por exemplo, um método contraceptivo pode ser representado por uma fotografia ou por um pictograma. Spinillo (2000), em seu trabalho sobre sequências pictóricas de procedimentos, sugere uma divisão de estilos pictóricos em quatro categorias: fotográfico, desenho, esquematizado e sombra (Figura 2). O estilo fotográfico é aquele que se refere a imagens com alto grau de realismo e baixo contraste tonal. Desenhos são figuras com médio ou intermediário grau de realismo e contraste tonal, enquanto o estilo esquematizado possui imagens com baixo grau de naturalismo e médio grau de contraste tonal. Por fim, a sombra possui alto contraste tonal e baixo realismo em sua representação.

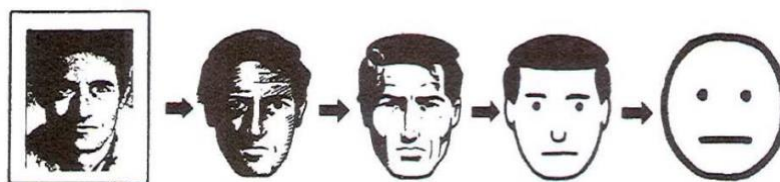
Figura 2 – Exemplos de representações de cada categoria segundo Spinillo (2000): a) fotográfico, b) desenho, c) esquematizado, d) sombra.



Fonte: LA ROCCA, Naomi, em: Spinillo, 2010, p. 26.

É importante apontar que o grau de naturalismo e contraste tonal pode variar dentro de cada categoria de estilo. Para classificar estilos gráficos de imagens, McCloud (1993) propõe um contínuo de realismo pictórico que começa em uma representação realista fotográfica, até uma representação esquematizada, conforme mostrado na Figura 3.

Figura 3 - Imagem sobre o realismo de uma ilustração, segundo McCloud (1993)



Fonte: McCloud (1993)

A compreensibilidade e preferência por estilos pictóricos na representação da informação em saúde colocam-se como relevantes para a eficácia comunicativa de artefatos gráficos, visto que determinam como a informação é visualizada. Todavia, estes aspectos ainda demandam estudos em ergonomia informacional e design da informação.

Sobre visualização da informação em saúde, Arcia et al. (2016) realizaram sessões de design participativo com membros da comunidade para levantar a percepção de significado de infográficos sobre saúde, preferências, sugestões para melhoramento, e se os infográficos serviram de motivação para o usuário a

mudar para hábitos mais saudáveis. Infográficos bem-sucedidos tiveram riqueza em suas informações, eram comparáveis, proviam contexto e/ou utilizavam cores e analogias similares. Já no estudo de Turchioe et al. (2020) foi conduzido um teste de compreensão de visualizações gráficas com pacientes hospitalizados, no qual as visualizações usando texto e analogias foram as mais compreendidas. Todavia, o estudo constatou discrepância entre os resultados de compreensão e de preferência das visualizações pelos participantes. Por sua vez, Parrott et al. (2005) sugerem que as pessoas processam formas gráficas familiares através de heurísticas aprendidas ao invés da compreensão da informação, de modo que existe uma diferença entre o intuito construído do gráfico e o construído pelo usuário. Tais heurísticas podem ser as responsáveis por produzir este gosto maior por certo gráfico ao invés de outro, independente da compreensão destes. Os autores apontam que questões como, nível de educação, literacia, numeracia e cultura, também são importantes e devem ser levadas em conta, como também serem mais pesquisadas na compreensão de gráficos e de risco. Segundo o artigo, a literacia gráfica é fortemente afetada por familiaridade e expertise com certos formatos gráficos.

Neste âmbito da representação de risco, esta também se relaciona à representação de eficácia de contracepção. Ancker et al. (2006) fizeram uma revisão sistemática na literatura sobre as características de design de gráficos em comunicações sobre risco quantitativo na saúde. Foi constatado que questões como o formato numérico e tipo de representações gráficas utilizadas influenciam a compreensão da mensagem pelos usuários. Os autores ressaltam que um bom design de material na área de saúde depende do propósito de sua comunicação, como por exemplo, se um gráfico visa promover o entendimento quantitativo ou uma mudança de comportamento de um determinado tipo de público leitor, deve apresentar a informação graficamente condizente com este objetivo e seu público.

Em outra revisão de literatura sobre visualização de dados em saúde, Meloncon e Warner (2017) apontam que esta área envolve diferentes campos do conhecimento que ainda não estão integrados, como medicina, psicologia, comunicação e design da informação. Assim, os autores apontam a necessidade de uma maior aproximação entre diferentes áreas para buscar melhores formas de comunicar visualmente informações em saúde para o público leigo. Um exemplo disto encontra-se também no estudo de 2020, em Porto Rico, o qual investigou campanha sobre contracepção e Zica vírus, através de grupos focais com mulheres e homens entre 18 e 49 anos (AUGUST et al., 2020). Como um dos resultados, tem-se preferência por receber informações sobre métodos contraceptivos, potenciais efeitos colaterais, e acesso a serviços contraceptivos via canais na internet e diretamente de profissionais de saúde. A pesquisa aponta a importância de estudos que identifiquem as motivações para o uso de contracepção entre os pacientes durante uma emergência de saúde, de modo a criar campanhas efetivas que aderecem suas reais preocupações.

Considerando os estudos aqui mencionados, pode se afirmar que diferentes representações gráficas da informação em saúde influenciam compreensão e preferência por elas, e relacionam-se às características e demandas informacionais do seu público-alvo. A preocupação comunicativa com o público-alvo é foco tanto do design para experiências com artefatos/sistemas quanto para o design para a saúde. Neste sentido, Landim e Jorente (2020) apontam a importância das dimensões culturais, afirmando que o sucesso de iniciativas de promoção de saúde, autocuidado e prevenção são afetados por fatores como: idade, gênero, classe social, etnia; status social, língua, poder e relações sociais; atitudes, crenças e valores.

Portanto, visualizações da informação em saúde, assim como de materiais educativos nesta área, devem ser desenvolvidos com abordagens de design centrado nos usuários e em suas experiências, no escopo da ergonomia informacional. Segundo Hartson e Pyla (2018), experiência do usuário pode ser definida como a totalidade dos efeitos sentidos pelo usuário antes, durante e depois da interação com um artefato ou sistema. Assim, pode-se considerar que a visualização da informação em saúde também se insere na experiência dos usuários com artefatos comunicativos. Neste sentido, vale salientar as qualidades para uma satisfatória experiência com um artefato/sistema proposta por Morville (2004), sendo estas: ser útil, usável, localizável, credível, acessível, desejável e ter valor. Tais qualidades são apresentadas pelo autor como um diagrama denominado de ‘Favo de Mel da Experiência do Usuário’. Spinillo et al. (2019) utilizam este diagrama na discussão de aspectos da comunicação de informação em artefatos gráficos em saúde, agrupando as



qualidades como extrínsecas e intrínsecas ao usuário (Figura 4). As qualidades extrínsecas não pertencem ao âmbito do usuário, mas do artefato/sistema: sua interface gráfica e interação com conteúdo/informações. Estas qualidades se referem a ser: localizável, útil, utilizável e acessível. Localizável diz respeito ao artefato/sistema exibir seus elementos e funcionalidades da interface de forma a facilitar a navegação pelo usuário; útil refere-se ao artefato servir a uma demanda do usuário, sendo benéfico a este; utilizável ou usável refere-se ao artefato ter boa usabilidade, ou seja, permite realizar a tarefa com eficácia; e acessível refere-se ao artefato oferecer recursos de acessibilidades para usuários com limitações ou deficiências. Já as qualidades intrínsecas pertencem ao âmbito do usuário, são relacionadas às suas expectativas e emoções, sendo estas: desejável, credível e ter valor para o usuário. Desejável é uma qualidade que se relaciona ao design emocional, à apreciação estética e do conteúdo do artefato; e credível a credibilidade atribuída ao artefato pelo usuário, o quanto ele confia no artefato/sistema. Por fim, a qualidade de 'ter valor' refere-se ao quanto o usuário valoriza o artefato/sistema, sendo uma qualidade resultante das demais (SPINILLO et al., 2019). Assim, considerando que a visualização da informação sobre métodos contraceptivos é veiculada em ambientes digitais, pode se dizer que ela deve produzir uma experiência satisfatória em seu público-alvo, e para isto deve possuir as qualidades acima mencionadas.

Figura 4 – Favo de Mel da Experiência do Usuário de Morville (2004), com qualidades extrínsecas e intrínsecas apontadas por Spinillo et al. (2019)



Fonte: Spinillo et al. (2019) adaptado pela autora.

Os aspectos aqui mencionados evidenciam a demanda por estudos sobre comunicação de conteúdo, mídias e formas de apresentação da informação sobre métodos de contracepção. Assim, o presente artigo busca contribuir para preencher esta lacuna, no escopo da ergonomia informacional, apresentando um levantamento realizado com mulheres neste tema no meio digital.

### 3. Levantamento da opinião de mulheres sobre métodos contraceptivos no meio digital

Este levantamento visou explorar a opinião e demandas informacionais de mulheres usuárias do meio digital quanto à informação sobre métodos contraceptivos, com foco em artefatos digitais e seu modo de representação. Para isto foi empregado um questionário online.

O questionário foi disponibilizado através da ferramenta Google Forms, e publicado em grupos sobre métodos contraceptivos na rede social digital Facebook. Os grupos de Facebook são espaços de trocas de

postagens criados, moderados e frequentados pelos próprios usuários, geralmente com um tema ou objetivo específico. No Brasil, é observado o uso destes grupos como forma de troca de experiências sobre contracepção e sexualidade, onde destacam-se grupos sobre contracepção não hormonal (SANTOS, 2017). O link com o questionário foi postado em dois grupos da rede social Facebook: “DIU de Cobre – O grupo” (46,4 mil membros na época) e “Adeus Hormônios: Contracepção Não Hormonal” (132,3 mil membros na época), e permaneceu aberto para respostas por 48h no mês de junho de 2020. O questionário constou de 20 perguntas (abertas e fechadas), as perguntas divididas em cinco blocos temáticos, como recomenda Prodanov e De Freitas (2013), sendo estes:

1. Forma de acesso ao questionário, faixa etária, e conhecimento sobre métodos contraceptivos
2. Uso e preferência de meios digitais e artefatos para se informar sobre contracepção
3. Preferência de estilos de representação visual
4. Tipo de conteúdo sobre métodos contraceptivos desejado de ser visto no meio digital
5. Motivos para procurar informações sobre métodos contraceptivos em meios digitais

Na questão sobre o tipo de representação mais adequada para os conceitos de contracepção, foram apresentadas quatro alternativas para marcação pela respondente: fotografia, desenho realista, desenho com alguns detalhes e desenho esquemático (Figura 5). Estas categorias e suas representações foram baseadas na classificação de estilo de Spinillo (2000) e também considerando o contínuo de realismo de McCloud (1993). Os rótulos das imagens, no entanto, não obedeceram à classificação proposta por usar termos da área de design, que poderiam ser estranhos às participantes. Assim, foram usados termos/descrições mais informais, para facilitar a compreensão dos rótulos.

Figura 5 - Representações gráficas utilizadas na questão 14 sobre preferência de estilo para representações de contracepção.



Fontes: Imagem 1: <https://tinyurl.com/yeypuyt>. Imagem 2 <https://tinyurl.com/2xmj3ctw>. Imagem 3 e 4: da autora

### 3.1. Forma de análise as respostas

As respostas do questionário foram analisadas de forma qualitativa, porém considerando a incidência numérica apenas para sugerir convergência nas opiniões das respondentes. Para isto foi empregando as funcionalidades da ferramenta Google Forms. Os resultados das questões fechadas foram analisados por frequência de respostas, identificando tendências numéricas simples. Já para os resultados das questões abertas, as repostas foram agrupadas por similaridade e quantificadas, possibilitando também tendências numéricas simples. Para a questão aberta com críticas aos materiais sobre métodos contraceptivos encontrados no meio digital (questão 12), as respostas foram classificadas seguindo as qualidades da experiência do usuário propostas por Morville (2004), conforme empregado por Spinillo et al. (2019).

## 4. Resultado e discussão: a opinião das mulheres



O questionário obteve 514 respostas (n=514): 5,2% (n=27) mulheres que receberam o questionário diretamente, 37,2% (n=191) participantes do grupo “DIU de Cobre – o grupo” e 57,6% (n=296) participantes do grupo “Adeus Hormônios: Contracepção não hormonal”. Dentre as respondentes, a maioria, com 73,6% (n=378) encontra-se entre 20 e 29 anos de idade. Mais da metade se sente bem-informada sobre métodos contraceptivos, e quanto menos utilizado e conhecido um método, maior o interesse em saber mais sobre este. Apenas 1,8% de mulheres da amostra (n=9) afirmaram não utilizar meios digitais para se informar sobre métodos contraceptivos. Dessa forma, as perguntas seguintes sobre materiais sobre contracepção encontrados no meio digital foram respondidas por 505 mulheres.

Os três meios mais utilizados para procurar informação sobre métodos contraceptivos foram, em ordem: pesquisa no google ou outro site de busca (94,9%), grupos de Facebook (87,3%) e portais sobre saúde geral ou saúde da mulher (80,4%) (Tabela 1). Esperava-se o resultado de grupos de Facebook como um dos mais acessados, já que o questionário foi postado nestes.

Tabela 1 - Resultado da questão de múltipla escolha, sem limite de seleção, “Quais destes meios digitais você utiliza ou já utilizou para se informar sobre métodos contraceptivos?” (n=505)

Meio digital	n	Porcentagem
Pesquisa no Google ou outro site de busca	479	94,9%
Grupos de Facebook	441	87,3%
Portais sobre saúde geral ou saúde da mulher	406	80,4%
YouTube	241	47,7%
Páginas de Facebook	231	45,7%
Instagram	222	44%
Sites sobre contracepção (do governo, de ONGs etc.)	200	39,6%
Portais sobre estilo de vida	155	30,7%
Aplicativos de celular/tablets	154	30,5%
Sites voltados à educação geral (mundo escola etc.)	141	27,9%
Blogs	132	26,1%
Portais de notícias	101	20%
Wikipedia	83	16,4%%
Fóruns online ou similares	54	10,7%
Grupos de WhatsApp	34	6,7%
Twitter	24	4,8%
Outro	11	2,2%

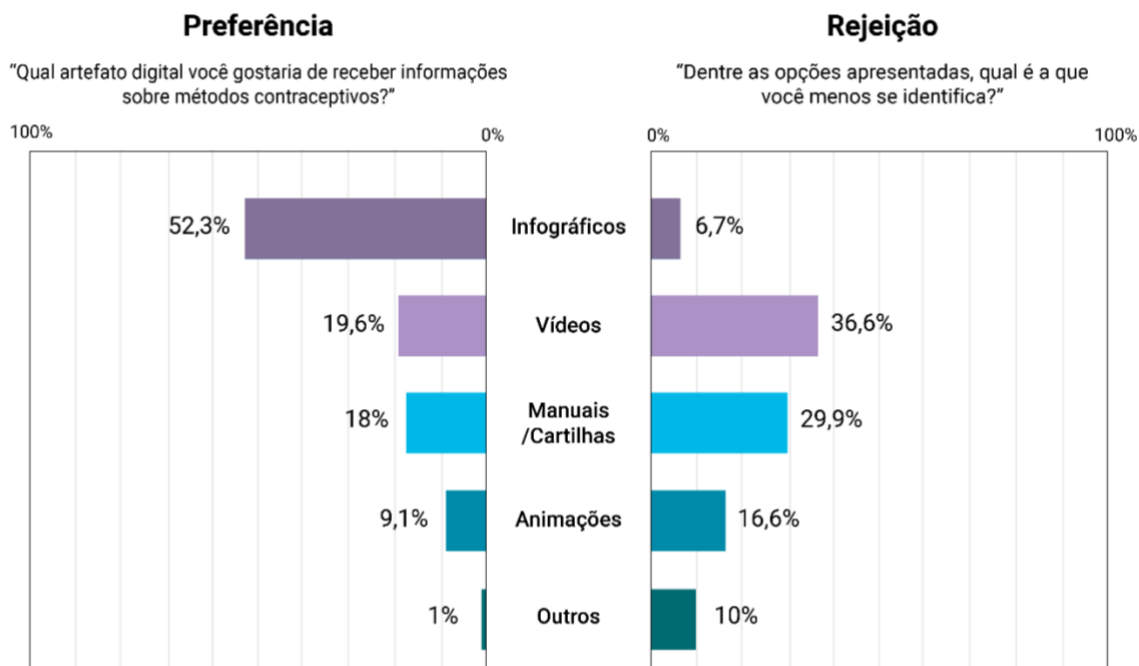
Fonte: Elaborado pelas autoras.

Quando perguntadas sobre qual artefato digital que mais gostaria de receber informações sobre métodos contraceptivos (Figura 6), pouco mais da metade das respostas com 52,3% (n=264) ocorreu nos infográficos digitais. Com números similares de respostas tem-se vídeos com 19,8% (n=99) e manuais/cartilhas digitais com 18% (n=91). Apenas 9,1% (n=46) das respostas incidiram na escolha de animações.





Figura 6 – Gráficos com a referência e rejeição de artefatos digitais sobre métodos contraceptivos (n=505)



Fonte: Elaborado pelas autoras.

Quadro 1 - Justificativas das respostas quanto a preferência e rejeição ao formato da apresentação da informação.

Justificativas Preferência		Justificativas Rejeição
Facilidade, praticidade, rapidez; Objetividade, clareza; Didático.	<b>Infográficos</b>	Científico e pouco didático; Difícil de entender.
Facilidade; Melhor entendimento.	<b>Vídeos</b>	Demorado, longos, não prende atenção; Sem paciência; Dependendo do lugar não dá para assistir; Pouco prático; Qualquer pessoa pode trazer informação equivocada.
Facilidade e praticidade; Detalhamento e informações mais completos; Objetividade; Gosto de ler.	<b>Manuais /Cartilhas</b>	Longos; Difícil compreensão; Extenso com linguagem técnica; Chato; Formal demais; Complexo e pouco explicativo.
Facilidade de entendimento; Divertidas e dinâmicas; Atrairia diversos públicos; Objetivas; Descontraídas.	<b>Animações</b>	Infantil demais; Não gosto/Não passa credibilidade; Não sou acostumada/Não me identifico.

Fonte: Elaborado pelas autoras.

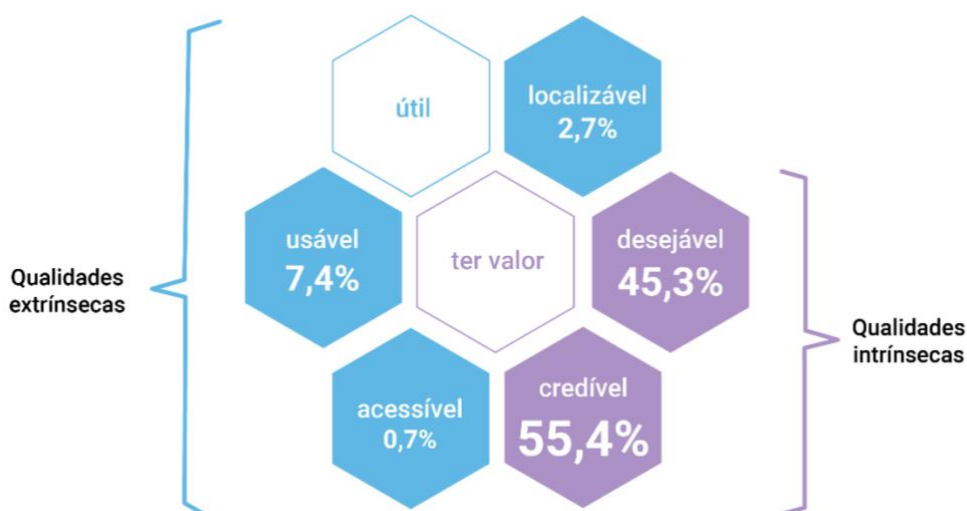
Ao justificarem a escolha de infográficos digitais em resposta aberta, as respostas com maior incidência foram termos como: fácil, prático, objetivo, direto, rápido, claro (Quadro 1). Outras respostas relacionadas a



infográficos foram: didático, funcional, pode salvar para ler depois, fácil de ser divulgado, agradável de ler, visual, alia texto e imagem, dados científicos, mais apelativo, lúdico, chama a atenção, seriedade, sistematiza dados. Ao serem perguntadas qual dos artefatos as mulheres menos se identificam, e porquê, foi apontado com maior incidência o vídeo (36,6%) por ser considerado demorado, longos e não práticos. Estas justificativas são aparentemente opostas àquelas colocadas sobre os infográficos.

Quanto se tinham críticas aos materiais existentes/disponibilizados sobre contracepção, apenas 29,3% (n=148) das mulheres deram respostas afirmativas, totalizando 145 críticas. De acordo com as qualidades da experiência dos usuários (MORVILLE, 2004; SPINILLO et al, 2019), as críticas foram classificadas como: utilizável, acessível, credível, desejável e localizável. Não se considerou para a análise a categoria usável e ter valor, já que a pesquisa já foi realizada com usuárias de conteúdo sobre métodos contraceptivos online. A maior incidência das críticas relaciona-se às qualidades ‘credível’ com 55,4%, (n=82) e ‘desejável’ com 45,3% (n=67). Já as menores incidências são relativas às qualidades: ‘localizável’ (n=4), acessível (n=1) e ‘utilizável’ (n=11), conforme mostra a Figura 7.

Figura 7: Gráfico mostrando a incidência das críticas de acordo com as qualidades da experiência dos usuários (MORVILLE, 2004; SPINILLO et al, 2019)



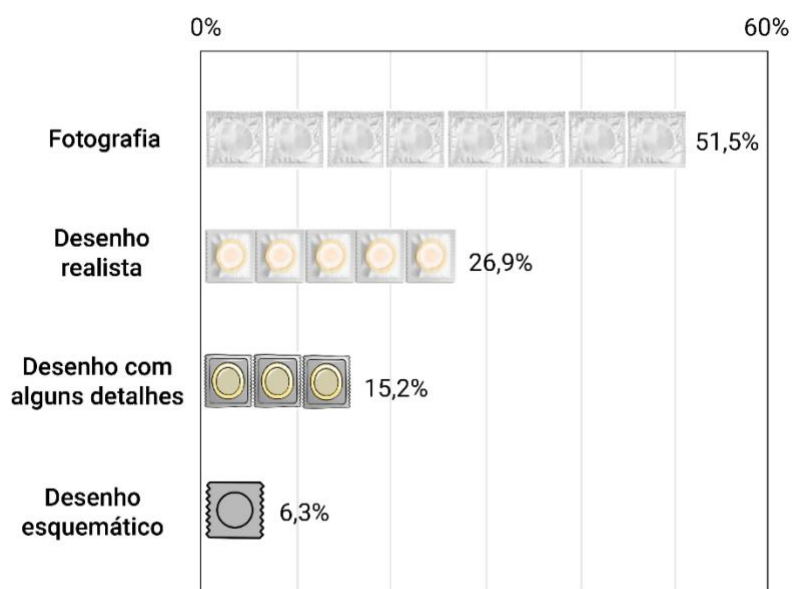
Fonte: Elaborado pelas autoras, baseado em Spinillo et al. (2014).

As críticas relacionadas à credibilidade do conteúdo foram as mais frequentes. Entre elas tem-se: a imparcialidade ou tendenciosidade dos materiais, existência de informações divergentes ou erradas, falta de fontes científicas, fontes e profissionais não confiáveis, e expressão de não confiabilidade no geral. Nesta última, destaca-se a resposta de uma participante para ilustrar esta visão: “Muitos lugares não têm fontes, acabam se contradizendo e ficamos sem saber no que acreditar”. A desejabilidade foi a segunda categoria com mais críticas, sendo recorrente as relativas ao conteúdo, sendo considerado superficial e com falta de informações. Foram ainda feitas críticas sobre a linguagem, o formato, falta de informações específicas e de inclusão de relações não heterossexuais e de pessoas transgênero (e.g. “Tem pouca aproximação com a experiência feminina”). As críticas relativas à qualidade de ser ‘utilizável’, referem-se a dificuldades no entendimento do material/artefato e da obrigatoriedade de pagamento para utilizá-lo. Apenas uma participante demonstrou preocupação quanto à acessibilidade aos materiais para pessoas com deficiência, expressada como: “Percebo que poucos materiais são pensados para pessoas com deficiências”. Quatro

respondentes apontaram críticas quanto à qualidade de ser ‘localizável’, como por exemplo nesta resposta: “Nunca achei um site/perfil em redes sociais/etc. apenas para esse assunto”.

Na questão sobre qual tipo de representação as respondentes acham mais adequadas para conceitos de contracepção, 51,5% escolheram a fotografia (n=260), seguida por desenho realista com 26,9% (n=136), desenho com alguns detalhes com 15,2% (n=77) e desenho esquemático com 6,3% (n=32), conforme a Figura 8. Em seguida, as respondentes foram perguntadas sobre sua preferência por artefato digital e estilo de representação para mostrar como usar um método contraceptivo. A instrução visual com desenho ficou em primeiro lugar com 24% (n=121) das respostas, seguida de animações com desenho 20,6% (n=104) e vídeos com imagens reais/fotografia com 19% (n=96). Ao separar as respostas de acordo com estilo de representação, o resultado é similar a questão anterior, com 47,1% (n=238) das respondentes escolhendo uma opção com imagens reais/fotografia, e o restante de 52,9% (n=297) uma opção que utiliza desenho.

Figura 8 - Qual tipo de representação as respondentes acham mais adequado para representar conceitos de contracepção (n=505)



Fontes: Fotografia: <https://tinyurl.com/65yjj86b>. Desenho realista: <https://tinyurl.com/8ttan52v>. Desenho com alguns detalhes e desenho esquemático: da autora

Quanto aos tipos de conteúdo sobre métodos contraceptivos que desejariam que fossem apresentados em material digital, todas as opções dadas foram marcadas por mais de 60% das respondentes (Tabela 2). Os efeitos secundários/colaterais dos métodos obtiveram o maior número de respostas com 87,7% (n=443), seguidor por eficácia dos métodos contraceptivos com 87,1% (n=440). Perguntou-se se havia, além dos da questão anterior, algum outro conteúdo que a respondente desejaria ver em um material sobre métodos contraceptivos em meio digital, o qual apenas 5,9% (n=30) responderam que sim.

Tabela 2 - Resultado da questão de múltipla escolha, sem limite de seleção “16. Que tipo de conteúdo você gostaria de ver em um material digital sobre métodos contraceptivos?” (n=505 respostas)

Conteúdo	n	Porcentagem
Efeitos secundários/colaterais	443	87,7%
Eficácia dos métodos contraceptivos (taxa de falha, uso típico X uso perfeito)	440	87,1%
Diferenciais de cada método contraceptivo	410	81,2%
<hr style="border: 1px solid purple;"/>		
Como escolher um método contraceptivo/Qual método é mais adequado para mim?	399	79%
Como funciona cada método para evitar a contracepção	384	76%
Prevenção contra Infecções Sexualmente Transmissíveis, HIV e AIDS	382	75,6%
Disponibilidade (onde encontrar? quanto custa?)	380	75,2%
Opiniões e relatos de outras usuárias	375	74,3%
Opiniões e relatos de especialistas da saúde	375	74,3%
Como usar cada método contraceptivo (passo-a-passo)	367	72,7%
<hr style="border: 1px solid blue;"/>		
Benefícios dos métodos contraceptivos	345	62,3%
O que é cada método contraceptivo	337	66,7%
Frequência e momento que se deve usar cada método contraceptivo	325	64,4%

Fonte: Elaborado pelas autoras.

Como síntese dos resultados aqui apresentados, tem-se que: (a) o meio digital mais utilizado pelas usuárias para se informar sobre métodos contraceptivos é a pesquisa por portais de busca como o Google; (b) o infográfico foi considerado o principal artefato digital para informar sobre métodos contraceptivos, sendo associado à praticidade, objetividade, rapidez e clareza comunicacional; (c) ‘facilidade’ foi a qualidade mais citada para preferência das respondentes por um artefato digital, independente de seu tipo/mídia (vídeo, animação ou manual/cartilha); (d) as críticas quanto aos materiais sobre métodos contraceptivos encontrados no meio digital foram predominantes quanto à deseabilidade e credibilidade destes; e a (e) fotografia foi a representação considerada mais adequada para representar conceitos de concepção, sugerindo que quanto maior o realismo da representação, maior a preferência por esta.

## 5. Discussão: alinhamento com a literatura

Os resultados acima apresentados, em geral, alinham-se à literatura quanto à informação sobre métodos contraceptivos e sua representação gráfica. O estudo de Arcia et al. (2016) que constatou a importância do contexto em que os gráficos sobre contracepção estão inseridos, é ratificado nos resultados no âmbito da experiência das usuárias com o meio online. Por sua vez, a preferência das participantes por infográficos indica uma provável familiaridade com este tipo de artefato, conforme explorado em Parrot et al. (2005) e Turchioe et al. (2020). Todavia, é importante destacar que a preferência das participantes não significa necessariamente maior compreensão das representações gráficas, conforme apresentado na revisão por Ancker et al. (2006).

Quanto às críticas das mulheres sobre materiais digitais sobre contracepção, estas são em maioria relativas às qualidades intrínsecas, portanto, relacionadas ao emocional das respondentes e a percepção de confiabilidade do conteúdo dos materiais. As qualidades utilizável, acessível e localizável, que são relacionadas às questões



técnicas do design dos artefatos gráficos/sistemas, mostraram-se ser minoria entre as respostas. Estes resultados corroboram com Brandão e Cabral (2017) quando afirmam que a área de contracepção é comumente tratada como apenas uma questão técnica e individual por profissionais. Os autores vão além, apontando que é exatamente a falha em perceber a relação com sexualidade, e, conseqüentemente, fatores emocionais e sociais ao redor desta, que pode resultar em comunicações não efetivas com as pacientes.

Por sua vez, as críticas no âmbito da desejabilidade e credibilidade do conteúdo veiculado sobre os métodos contraceptivos, alinham-se ao estudo de August et al. (2020). Este destaca a importância de compreender as motivações do público no uso da contracepção para o direcionamento correto de projetos de comunicação em saúde. Além disso, as respondentes criticaram a superficialidade dos conteúdos nos materiais existentes, o que pode vir a impactar na desejabilidade destes materiais. Isto está alinhado ao que aponta Tavares (2020) sobre a falta de profundidade nos sites de órgãos de saúde. A diferente natureza das críticas apresentadas pelas participantes parecer corroborar com o trabalho de Meloncon e Warner (2017) que aponta a necessidade da integração de diferentes áreas para a comunicação efetiva em design da saúde.

Por fim, os resultados do questionário permitem concordar com os apontamentos feitos por Ancker et al. (2006) para se alcançar boa comunicação em saúde, nos quais o objetivo e a natureza do material devem ser fatores norteadores. Os resultados sobre animação parecem corroborar com isto, visto as respostas que mostram animação como a segunda escolha para explicar o passo-a-passo do uso de métodos contraceptivos, mas a última em preferência para o mostrar em geral o conceito de contracepção.

## 6. Conclusões e considerações finais

Este artigo apresentou os resultados de levantamento com mulheres usuárias do meio digital quanto a sua opinião e demandas relativas a conteúdo sobre métodos contraceptivos encontrado na internet, com foco em sua representação. Com base nos resultados tem-se como principais conclusões, que as mulheres buscam materiais de fácil acesso, objetivos, com representações fiéis à realidade ou a seu referencial. Todavia, a preferência pela acuidade da representação ou mídia parece estar subordinada a sua praticidade de uso. Isto encontra-se nas respostas sobre o vídeo, que foi o segundo artefato em preferência das mulheres, porém, com maior rejeição dentre as mídias, tendo como justificativa ser “demorado; que não prende a atenção”.

Por fim, com base nos resultados deste levantamento e na literatura, são propostas algumas recomendações para o design de materiais gráficos sobre métodos contraceptivos veiculados no meio digital para mulheres:

- Quando possível, empregar uso de infográfico para o desenvolvimento de materiais sobre contracepção, visto sua preferência e baixa rejeição entre as mulheres;
- Priorizar representações realistas dos métodos contraceptivos, como a fotografia e o desenho detalhado;
- Usar informações atuais, advindas de fontes confiáveis e imparciais, como artigos científicos, agências governamentais e ONGs,
- Apresentar as fontes de referências de forma clara no material;
- Se possível, utilizar escolhas gráficas de design que promovam credibilidade/confiabilidade, dado que esta foi a maior crítica das mulheres quanto aos materiais;
- Empregar linguagem adequada ao público-alvo, com conteúdo que inclua diferentes contextos de vida, sexualidades e identidades;
- Aprofundar em assuntos de interesses das usuárias, os quais podem ser identificados através de pesquisas com as mesmas;
- Considerar o objetivo, natureza da comunicação e perfil do público, visto que o conteúdo sobre contracepção é diverso, envolvendo diferentes áreas e expertises na produção de material informativo.

Além da consideração das recomendações apresentadas, é importante que as mulheres sejam incluídas no processo de design dentro da perspectiva da experiência do usuário, para geração de materiais informativos eficientes os quais atentam-se às necessidades e desejos do seu público.

## 7. Referências Bibliográficas

ANCKER, Jessica S. et al. Design features of graphs in health risk communication: a systematic review. **Journal of the American Medical Informatics Association**, v. 13, n. 6, p. 608-618, 2006.

ANDRADE, Rafael de Castro. **Infográficos animados e interativos em saúde**. 2014. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2014.

ARCIA, Adriana et al. Sometimes more is more: iterative participatory design of infographics for engagement of community members with varying levels of health literacy. **Journal of the American Medical Informatics Association**, v. 23, n. 1, p. 174-183, 2016.

AUGUST, Euna M.; ROSENTHAL, Jackie; TORREZ, Ruben; ROMERO, Lisa; BERRY-BIBEE, Erin; FREY, Meghan T.; TORRES, Ricardo; RIVERA-GARCIA, Brenda; HONEIN, Margaret A.; JAMIESON, Denise J.; LATHROP, Eva. Community understanding of contraception during the Zika virus outbreak in Puerto Rico. **Health Promotion Practice**, v. 21, n. 1, p. 133-141, 2020.

BRANDÃO, Elaine Reis; CABRAL, Cristiane da Silva. Da gravidez imprevista à contracepção: aportes para um debate. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 33, p. e00211216, 2017.

BRASIL. Lei nº 9.263, de 12 de janeiro de 1996. Regula o § 7º do art. 226 da Constituição Federal, que trata do planejamento familiar, estabelece penalidades e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Poder Executivo, Brasília, DF, 15 jan. 1996.

BRASIL. **Saúde sexual e saúde reprodutiva**: Ministério da Saúde, Secretaria de Atenção à Saúde, Departamento de Atenção Básica. Brasília: Ministério da Saúde, 2013. 300 p.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. **TIC Domicílios 2020** – Lançamento dos resultados. São Paulo: CGI.br, 2020. Disponível em: [https://www.cetic.br/media/analises/tic\\_domicilios\\_2020\\_coletiva\\_imprensa.pdf](https://www.cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2020_coletiva_imprensa.pdf). Acesso em: 20 ago. 2020.

DANTAS, Carolina. Mais de 55% das brasileiras com filhos não planejaram engravidar, diz estudo. **G1**, 2016; 1 dez. Disponível em: <http://g1.globo.com/bemestar/noticia/mais-de-55-das-brasileiras-com-filhos-nao-planejaram-engravidar.ghtml>. Acesso em: 12 ago. 2021.

DINIZ, Debora; MEDEIROS, Marcelo; MADEIRO, Alberto. Pesquisa nacional de aborto 2016. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 22, p. 653-660, 2017.

DUARTE, Nanda I. G.; MORAES, Lorena Lima de; ANDRADE, Cristiane B. A experiência do aborto na rede: análise de itinerários abortivos compartilhados em uma comunidade online. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 23, p. 3337-3346, 2018.

FREITAS, Ranielder Fábio de et al. Validação de aspectos semânticos em diretrizes para elaboração de Materiais Educativos Impressos para Promoção da Saúde: contribuição do Design da Informação. **InfoDesign - Revista Brasileira de Design da Informação**, v. 17, n. 1, p. 152-169, 2020.



FUNDO DE POPULAÇÕES DAS NAÇÕES UNIDAS (UNFPA). **Situação da População Mundial 2020**. UNFPA, 2020. Disponível em: [https://brazil.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/situacao\\_da\\_populacao\\_mundial\\_2020-unfpa.pdf](https://brazil.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/situacao_da_populacao_mundial_2020-unfpa.pdf). Acesso em: 13 fev. 2021.

GARCÊS, Andreza C. T.; DE MOURA RÉGIS, Milena. Transposição didática: uma análise do conhecimento de adolescentes do ensino médio sobre sexualidade e contraceptivos. **Revista Científica ANAP Brasil**, v. 12, n. 26, 2019.

HARTSON, Rex; PYLA, Pardha. **The UX book: Agile UX design for a quality user experience**. Morgan Kaufmann, 2018.

LANDIM, Laís Alpi; JORENTE, Maria José Vicentini. Dimensões culturais aplicadas ao design da informação de ambientes digitais e-saúde. **Revista Fontes Documentais**, v. 3, p. 395-402, 2020.

LE, Hoa H.; CONOLLY, Mark P.; BAHAMONDES, Luis; CECATTI, Jose G.; YU, Jingbo; HU, Henry X. The burden of unintended pregnancies in Brazil: a social and public health system cost analysis. **International journal of women's health**, v. 6, p. 663, 2014.

LERMEN, Helena Salgueiro et al. Aids em cartazes: representações sobre sexualidade e prevenção da Aids nas campanhas de 1º de dezembro no Brasil (2013-2017). **Interface-Comunicação, Saúde, Educação**, v. 24, p. e180626, 2019.

MCCLLOUD, Scott. Understanding comics: The invisible art. **Northampton, Mass**, 1993.

MELONCON, Lisa; WARNER, Emily. Data visualizations: A literature review and opportunities for technical and professional communication. In: **2017 IEEE International Professional Communication Conference (ProComm)**. IEEE, 2017. p. 1-9.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. NOTA TÉCNICA Nº 16/2020-COSMU/CGCIVI/DAPES/SAPS/MS. **Acesso à Saúde Sexual e Saúde Reprodutiva no Contexto da Pandemia da Covid-19**. Brasília, 01 jun. 2020. Disponível em: [https://kidopilabs.com.br/planificasus/upload/covid19\\_anexo\\_46.pdf](https://kidopilabs.com.br/planificasus/upload/covid19_anexo_46.pdf). Acesso em: 14 out. 2020.

MORVILLE, Peter. **User Experience Design**. Semantic Studios, 2004. Disponível em: [https://semanticstudios.com/user\\_experience\\_design/](https://semanticstudios.com/user_experience_design/). Acesso em: 24 set. 2021.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). **Trends in Contraceptive Use Worldwide 2015**. Nova Iorque: Nações Unidas, 2015.

PARROTT, Roxanne et al. Risk comprehension and judgments of statistical evidentiary appeals: When a picture is not worth a thousand words. **Human Communication Research**, v. 31, n. 3, p. 423-452, 2005.

PRODANOV, Cleber C.; DE FREITAS, Ernani C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico-2ª Edição**. Editora Feevale, 2013.

ROJAS, Carlos Felipe Urquizar. **Animações multimídia sobre alimentação e nutrição: Um estudo sobre a compreensão por agentes comunitários de saúde de Curitiba**. 2019. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2019.



SANTOS, Ananda Cerqueira Aleluia dos. “**Adeus, hormônios**”: concepções sobre corpo e contracepção na perspectiva de mulheres jovens. 2017. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

SERRA, Claudiana B. **Educação em sexualidade na escola: um projeto com adolescentes**. 2018. Dissertação (Mestrado em Educação para Saúde) - Escola Superior de Tecnologia da Saúde de Coimbra, Coimbra, 2018.

SILVA, Narita G.; SANCHEZ; Monique; FIGUEIREDO, Regina; BORGES, Ana Luiza. Internet como Instrumento de Disseminação de Informações e Esclarecimento de Dúvidas sobre Contracepção de Emergência. In: **Panorama da Contracepção de Emergência no Brasil**. (Org) FIGUEIREDO, Regina; BORGES, Ana Luiza Vilela; PAULA, Silvia Helena Bastos. São Paulo: Instituto de Saúde, 2015.

SPINILLO, Carla G. **An analytical approach to procedural pictorial sequences**. Tese (Doutorado em Tipografia e Comunicação Gráfica) – Departamento de Tipografia, Comunicação Gráfica, Universidade de Reading, 2000.

SPINILLO, Carla G.; REIS, Edilson T. S. de; OLIVEIRA, Ana Emília; JÚNIOR RABELO, Dilson; LIMA, Camila; ASSIS, Katherine. Interaction Testing on Using an E-Book Authoring Tool: A Case Study of the SaiteBooker (UNA-SUS/UFMA, Brazil). In: **International Conference on Human-Computer Interaction**. Springer, Cham, 2019. p. 483-494.

TAVARES, Débora de Lira Costa. Gênero e E-Gov: A Saúde Reprodutiva no Ambiente Digital. **ISLA 2020 Proceedings**, 28. 2020.

TURCHIOE, Meghan et al. Visual analogies, not graphs, increase patients' comprehension of changes in their health status. **Journal of the American Medical Informatics Association**, v. 27, n. 5, p. 677-689, 2020.

VIEIRA, Ellayne L.; PESSOA, Grazyella R. S.; VIEIRA, Luanna L.; CARVALHO, Wyllyane R. C.; FIRMO, Wellyson. Uso e conhecimento sobre métodos contraceptivos de estudantes da rede de ensino pública e privada do município de Bacabal-MA. **Revista Científica ITPAC**, v. 9, n. 2, p. 88-106, 2016.

WINKELMANN, Caroline; ANDRADE, Rafael de Castro. Procedimento para análise gráfica em materiais digitais de redes sociais sobre DIU de cobre. **13º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design**, Univille, Joinville – SC, nov. 2018.

## Agradecimentos

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001. Agradecimento às participantes voluntárias, que tornaram a pesquisa possível.

