

## A Informação como prática de combate a COVID-19 no município de Frutal-MG

Osania Emerenciano Ferreira<sup>1</sup>

Rodrigo Levotti Portari<sup>2</sup>

Fernanda de Cassia Guidastre<sup>3</sup>

Daniela Moreira da Silva<sup>4</sup>

Priscila Kalinke da Silva<sup>5</sup>

### Promoção da Saúde

### Resumo

Diante da crise sanitária causada pela pandemia da COVID-19, a divulgação de conteúdo com qualidade e de maneira simples e de fácil assimilação, passou a ser essencial no combate a disseminação do vírus SARS-CoV-2. Este trabalho teve por objetivo produzir material audiovisual e digital que verssem sobre temas relacionados ao enfrentamento da COVID-19, com o intuito de popularizar atitudes que amenizem a disseminação do vírus. Através da Agencia Inova da UEMG- Unidade de Frutal foi produzido material audiovisual que foram veiculados em rádios locais e disponibilizadas, através de rede social criada para o projeto, que foi alimentada semanalmente com vídeos, dicas e dados da COVID-19. No que tange ao alcance do projeto, estimamos que, nas emissoras de rádio, pelo menos 50 mil pessoas foram impactadas pelos spots produzidos, considerando a audiência média do rádio em Frutal e região. Já a *fanpage*, até o momento, conta com mais de 430 seguidores (até 8/7), com média de alcance orgânico de 51 mil pessoas (média de 17 mil pessoas por mês). A linguagem acessível mostrou ser importante ferramenta para divulgação da informação que alcance diferentes públicos.

Palavras-chave: Coronavírus; Prevenção; Informação; Qualidade; Ferramenta

## INTRODUÇÃO

Alterações em ecossistemas naturais, e também mudanças climáticas, impulsionam o aparecimento de zoonoses. De acordo com Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente, estima-se que a cada ano surgem em média três novas doenças infecciosas em humanos e 75% delas são zoonóticas (UN ENVIRONMENT, 2016). Estamos vivenciando os reflexos destas atitudes com a pandemia ocasionada pelo vírus SARS-CoV-2. A COVID-19 é uma doença zoonótica transmitida entre animais e seres humanos (BRASIL, 2020).

<sup>1</sup> Orientação: Profa. Dra. Osania Emerenciano Ferreira, Universidade do Estado de Minas Gerais-Unidade de Frutal, Departamento de Ciências Exatas e da Terra, osania.ferreira@uemg.br.

<sup>2</sup> Prof. Dr. Rodrigo Levotti Portari, Universidade do Estado de Minas Gerais-Unidade de Frutal, Departamento de Linguística, Letras, Comunicação e Artes, rodrigo.portari@uemg.br.

<sup>3</sup> Esp. Fernanda de Cassia Guidastre – Universidade do Estado de Minas Gerais-Unidade de Frutal, Departamento de Ciências Exatas e da Terra, fernanda.guidastre@uemg.br.

<sup>4</sup> Daniela Moreira da Silva Técnica em audiovisual, Universidade do Estado de Minas Gerais-Unidade de Frutal, Departamento de Linguística, Letras, Comunicação e Artes, daniela.moreira@uemg.br.

<sup>5</sup> Prof. Dra. Priscila Kalinke da Silva, Universidade do Estado de Minas Gerais-Unidade de Frutal, Departamento de Linguística, Letras, Comunicação e Artes, priscila.kalinke@uemg.br.

Nos últimos anos surtos recentes de zoonoses tem preocupado os órgãos de saúde, tais como, a Síndrome Respiratória Aguda Grave ou SARS (2002); a Influenza Aviária ou Gripe Aviária (2004); o H1N1 ou a Gripe Suína (2009); a Síndrome Respiratória do Oriente Médio ou MERS (2012); o Ebola (2014– 2015); o Zika Vírus (2015-2016); e a Febre do Nilo Ocidental (2019), além da COVID-19. Estas doenças apresentam sintomas graves e ameaçam de forma expressiva a saúde das pessoas, que devido à falta de exposição prévia ao agente etiológico não desenvolveu anticorpos para defesa.

Assim, diante da gravidade da COVID-19 e ausência de método imunizante, bem como terapia medicamentosa específica, a informação passa a ser importante ferramenta para evitar a disseminação do vírus. A internet permite principalmente ao público mais jovem, através do celular ou computadores entre outros ouve as mensagens transmitidas, mas também as ler textos, assistir vídeos, ver fotografias, desenhos, hipertextos (FREIRE, 2004). Esta ferramenta é atente às necessidades informacionais, utilizando as redes sociais como *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* que se destacam entre outras ferramentas digitais de comunicação, como alternativa estratégica para uma comunicação efetiva e personalizada entre o público jovem (RECUERO, 2009).

Diante deste cenário de pandemia e visando colocar a universidade com “Sujeito” ativo, foi proposta a atividade de divulgação do conhecimento técnico/científico para o controle da COVID-19 de maneira simples e de fácil assimilação. Com o intuito de despertar na comunidade o aguçamento da curiosidade que são elementos essenciais para o processo de construção do conhecimento. Embora as universidades produzam muito conhecimento, e esse seja divulgado em periódicos científicos especializados, ainda há uma lacuna a ser preenchida no alcance da informação, uma vez que as revistas científicas são direcionadas a público específico e, em alguns casos, com linguagem não acessível a população em geral. Assim, a divulgação da informação em um veículo de comunicação popular, com linguagem diferenciada, pode aproximar a universidade da comunidade.

A relação entre ensino, pesquisa e extensão deveria ser a síntese de todo conhecimento que é produzido nas universidades. Conhecimento este que de alguma forma poderia ajudar, trazendo alguma melhoria e/ou benefícios à população e aos mais diversos segmentos societários, tendo-se em vista que a universidade tem, ainda, o papel de

contribuir na construção de uma sociedade mais justa, diminuindo as contradições que existem em seu contexto social. Assim, foi proposto a criação de conteúdo audiovisual e digital que versem sobre temas relacionados ao enfrentamento à COVID-19, com o intuito de popularizar atitudes que amenizem a disseminação do vírus informativo para ser divulgado no município de Frutal e Região

## METODOLOGIA

Para o desenvolvimento do projeto, foram seguidas diversas etapas para confecção dos materiais disponibilizados, tais como: apuração de informações de caráter científico produzidos no Brasil e no mundo acerca da COVID-19, seleção do material a ser disponibilizado, adequação da linguagem científica para os meios de comunicação a que se destinaram as produções (rádio, Internet, redes sociais); produção e veiculação dos materiais desenvolvidos pela equipe executora. O principal escopo nesse processo de produção foi o combate à difusão de informações falsas, tendo como aporte também dados distribuídos pelo próprio Ministério da Saúde, Organização Mundial de Saúde (OMS) e estudos científicos publicados em revistas como *Science* ou *Nature*, garantindo que informações sérias pudessem ser difundidas à população. A premissa principal foi orientar e disseminar conteúdo de qualidade para a população em um momento delicado da Pandemia, principalmente evitando o negacionismo do saber científico, tal como D’Ancona observa desde 2015: “...tanto na saúde pública, como na política, a pós-verdade gera uma volatilidade espantosa. Quando se confia menos na investigação baseada em provas do que numa coleção de anedotas e se presta menos atenção à autoridade institucional do que em teorias da conspiração, as consequências podem ser imprevistas e fatais” (D’ANCONA, 2018, p.72-73)

No total foram produzidos sete *spots* radiofônicos com duração entre 50s 1 minuto, que foram distribuídos para as emissoras comunitárias e comerciais de Frutal e região. Posteriormente, as informações foram produzidas em vídeos para redes sociais, além de peças publicitárias com foco especial nas redes sociais. A distribuição do conteúdo se deu por *E-Mail*, publicações em redes sociais e também com uso de aplicativos tais como *WhatsApp*, difundindo as produções para a população e órgãos de imprensa.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

Como destacado anteriormente, o projeto visou principalmente difundir informações de qualidade e comprovadas cientificamente para combater o grande volume de desinformações acerca da COVID-19 no Brasil. Uma das soluções de comunicação encontradas foi a criação do quadro ‘UEMG Responde’, que consistia em uma série de perguntas e respostas do cotidiano para orientar a população. Todas as perguntas foram gravadas por discentes integrantes do projeto a partir de levantamentos feitos das principais dúvidas surgidas em redes sociais, sendo que a produção de vinheta e locução principal contou com a colaboração de um radialista formado pela Universidade que atuou voluntariamente no projeto. Os *spots* radiofônicos traziam conteúdos como este:

### **VINHETA – UEMG RESPONDE**

LOC 1 (aluno) – Como higienizar os produtos que eu compro no supermercado?

LOC 2 (radialista ex-aluno) – As embalagens devem ser jogadas fora sempre que possível. Quando não há essa possibilidade, faça a higienização com água e sabão ou usando álcool 70% ou ainda a solução de água sanitária, colocando duas colheres de sopa para cada litro de água. Depois de higienizar, é só secar e guardar normalmente seus produtos!

### **Vinheta encerramento: UEMG – Responde – Um Projeto de Extensão da Unidade de Frutal**

Desta forma, podemos apontar resultados positivos em alguns dados obtidos até o presente momento, tais como:

- a) Os *spots* radiofônicos produzidos pela equipe foram veiculados nas emissoras 104,9FM (CIDADE FM de Frutal-MG); 102,9FM (FRUTAL-MG) e 98,5FM (Itapagipe-MG), contribuindo para tirar dúvidas e disseminar informações corretas para a população não só de Frutal, mas da região. As produções também foram encaminhadas pela Assessoria de Comunicação da Reitoria para emissoras da capital Belo Horizonte.
- b) Criação da *Fanpage* no *Facebook* intitulada “Frutal Contra a COVID-19”, com criação de logotipo e cabeçalho identificando o projeto de extensão. Nesse espaço são compartilhadas orientações e informações para a população.
- c) Criação de vídeos do Quadro UEMG-Responde, que foram veiculados nas

redes sociais, sendo compartilhados por usuários e por páginas de notícias locais e regionais.

No que tange ao alcance do projeto, estimamos que, nas emissoras de rádio, pelo menos 50 mil pessoas foram impactadas pelos spots produzidos, considerando a audiência média do rádio em Frutal e região.

Já a *fanpage*, até o momento, conta com mais de 430 seguidores (até 8/7), com média de alcance orgânico de 51 mil pessoas (média de 17 mil pessoas por mês).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A comunicação pública da ciência fora do ambiente universitário possibilitou auxiliar na popularização das medidas de controle da disseminação do vírus da SARS-CoV-2 que causa a COVID-19, com a democratização do saber e assim fazer com que o com o público em geral, que financia indiretamente as pesquisas realizadas na universidade e sobre as quais nem sempre tem conhecimento, valorize a universidade como local de pesquisa e também de atividades sociais que impactam em suas vidas.

## AGRADECIMENTOS

A Universidade do Estado de Minas Gerais – Unidade de Frutal e a Pró-Reitoria de Extensão (PROEx).

## REFERÊNCIAS

- BRASIL. Ministério da Saúde. **Protocolo de manejo clínico para o novo-coronavírus (2019-nCoV)**. 2020. Disponível em: <<https://portalarquivos2.saude.gov.br/images/pdf/2020/fevereiro/11/protocolo-manejo-coronavirus.pdf>>. Acesso em abr. de 2020.
- D'ANCONA, M. **Pós-Verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake News**. Barueri: Faro Editorial, 2018.
- FREIRE, G.; H. **Construindo relações horizontais na internet: estudo de usuários on line**. Informação & Sociedade: Estudos, João Pessoa, v. 14, n. 2, p. 217-235, jul./dez. 2004.
- RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- UN Environment. **Frontiers 2016: Emerging issues of environmental concern**. Disponível em: <<https://www.unenvironment.org/resources/frontiers-2016-emerging-issues-environmental-concern>>. Acesso em: 20 de jun. De 2020.