

AÇÕES NAS MÍDIAS SOCIAIS CONTRA A COVID-19: RELATO DE EXPERIÊNCIA

Sara Hellen Alves Lima¹
Maria Glória Guerra De Lima²
Anelise Maria Costa Vasconcelos Alves³
Juliana Jales De Hollanda Celestino⁴

RESUMO

A Covid-19 é um problema de saúde pública podendo acarretar danos físicos, psicológicos e sociais. Uma das alternativas para o seu enfrentamento é a promoção da saúde por meio de atividades educativas nas mídias sociais Instagram e Youtube, tendo em vista a repercussão dessas plataformas entre os diversos públicos. Essas ações têm como finalidade a disseminação de informações sobre o Coronavírus neste período de pandemia, a fim de estimular o cuidado à saúde. As ações foram realizadas através da construção de três vídeos didáticos sobre dicas de prevenção e como enfrentar essa pandemia, com a importância do isolamento social e benefícios dos pets para a saúde, em que todos foram publicados nas mídias sociais. Sua avaliação se deu a partir de indicadores fornecidos pelas próprias plataformas, com a repercussão de 350 seguidores no Instagram e 24 inscritos no Youtube, tendo como destaque o vídeo sobre as principais dicas para não se cometer erros na pandemia com o alcance de 144 pessoas, 179 impressões, 116 visualizações e 6 compartilhamentos no Instagram e 30 visualizações na página do Youtube. Desse modo, as atividades realizadas nas mídias sociais conseguiram promover o engajamento do público, despertar interesse e informar a população, colaborando para promoção da saúde.

Palavras-chave: coronavírus mídias sociais promoção da saúde .

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (UNILAB), Instituto de Ciências da Saúde (ICS), Discente, sh5980855@gmail.com¹

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (UNILAB), Instituto de Ciências da Saúde (ICS), Discente, mariagloria2409@gmail.com²

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (UNILAB), Instituto de Ciências da Saúde (ICS), TAE, anelisealves@unilab.edu.br³

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (UNILAB), Instituto de Ciências da Saúde (ICS), Docente, juliana.celestino@unilab.edu.br⁴



INTRODUÇÃO

O ano de 2019 foi marcado pela descoberta de um vírus denominado de SARS-COV-2 detectado pela primeira vez na cidade de Wuhan, na China (Cadernos de Saúde Pública, 2020). Conhecido popularmente como Covid-19, este é responsável por causar em suas vítimas síndromes respiratórias e intestinais, fazendo com que os indivíduos desenvolvam quadros gripais comuns, sendo capaz de promover infecções graves em populações de risco como idosos, crianças e pacientes com comorbidades (BRASIL, 2020).

Em decorrência da propagação do vírus em diversos países, a Covid-19 foi declarada como uma pandemia, na qual o número de infectados aumentava gradativamente à medida que ocorria uma transmissão comunitária, fazendo-se necessária a adoção de medidas rígidas de isolamento social e restrições quanto à circulação de pessoas em ambientes coletivos, bem como a utilização de equipamentos de proteção (BRASIL, 2020).

A disseminação de informações contribui para a prevenção da Covid-19, assim como para os cuidados relacionados a essa enfermidade, evitando futuros óbitos (DE LIMA, Fabíola Zanaga et al 2018). A utilização das mídias sociais vem causando impacto na ciência, favorecendo a aprendizagem e motivando o engajamento do público, servindo como suporte de comunicação e divulgação científica (BARATA, Germana, 2018).

A plataforma Youtube tem participação na educação, transmissão de conhecimentos e construção do entendimento para a população, sendo uma ferramenta de comunicação entre pessoas com interesses em comum, ocorrendo o compartilhamento de ideias entre seus adeptos. (DA SILVA, Camila Florencio, 2018).

A rede social Instagram por ser uma plataforma de fácil acesso, possibilita a socialização e promoção da saúde de indivíduos de diversas faixas etárias oferecendo melhorias na qualidade de vida dos usuários, por intermédio da divulgação de informações em perfis (BERNARDES, Raissy Alves et al 2018).

Sob tal ótica, ações de combate à Covid-19 nas mídias sociais Instagram e YouTube são fundamentais, pois em tempos de pandemia, informatizar a população com notícias verídicas por meio de linguagem compreensível e vídeos atrativos contribui para a redução na contaminação, profilaxia e cuidado à saúde.

METODOLOGIA

Trata-se de um estudo descritivo, com análise quantitativa. As ações contra a Covid-19 foram realizadas nas mídias sociais Instagram e Youtube, em junho de 2020. Compuseram o estudo usuários das redes sociais citadas acima que seguiam ambas as plataformas digitais denominadas Geza. As ações foram vinculadas ao projeto de extensão “Efeitos da Utilização de Mídias Sociais como Ferramenta Educativa na Prevenção e Controle de Zoonoses”, mediante a elaboração de três vídeos educativos acerca da Covid-19. O primeiro vídeo criado teve como temática central “Dicas para você não errar nessa pandemia”, abordando tópicos como: Higienização das mãos, uso correto da máscara, sua troca e armazenamento, lavagem da máscara de tecido, passeio com os pets, limpeza do animal, importância de brincar com o pet, bem como recomendações no que se refere ao isolamento social, receber visitas em casa e respeitar o distanciamento. Esse vídeo teve duração de dois minutos e cinquenta e seis segundos, tempo usado para abordar de forma interativa, por meio de efeitos de arte visual, os certos e errados de práticas realizadas na pandemia.

O segundo vídeo teve como eixo principal “A importância do isolamento social”, trazendo a contextualização



sobre o Coronavírus incluindo tópicos como: transmissão e relevância do distanciamento social, assim como atualizações sobre estudos referentes a esse assunto e incentivo à adesão de medidas de controle à infecção. Essa postagem teve duração de um minuto e quarenta e cinco segundos, sendo usadas imagens ilustrativas, desenhos e dublagem.

O terceiro vídeo teve como questão norteadora “Benefícios dos pets para a saúde”, tendo como foco os pontos positivos que o animal de estimação traz neste período de isolamento e os cuidados que devem ser tomados durante os passeios com os pets, a fim de garantir sua segurança evitando contaminação com o vírus. Essa publicação teve duração de dois minutos e dezessete segundos.

Mediante o desenvolvimento do roteiro dos vídeos, os aplicativos Canva e Powtoon foram usados para as criações e formatações. Após a conclusão das artes, era feita a avaliação por parte das orientadoras para posterior publicação nas páginas virtuais. As postagens nas mídias sociais Instagram e Youtube ocorreram uma vez por semana, totalizando três semanas de postagens voltadas para prevenção da Covid-19.

Outrossim, a repercussão dessas ações durante a pandemia puderam ser mensuradas por meio de indicadores que o Instagram e o Youtube disponibilizam nos perfis do projeto tais como: alcance, compartilhamentos, impressões e visualizações na primeira plataforma e visualizações na segunda plataforma.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Dentre as duas plataformas virtuais criadas, a de maior destaque foi o Instagram, com um total de 350 seguidores, e em segundo lugar o Youtube com 24 inscritos. Esse resultado tem como justificativa o Instagram ser a mídia social mais utilizada, por permitir ao usuário ter acesso às diversas funcionalidades (RIBEIRO, Michelle Porto; MOSCON, Daniela, 2018). Dentre os participantes da pesquisa destacaram-se moradores das cidades de Redenção, Acarape, Baturité, Pacoti, Canindé, Fortaleza e Maracanaú com diferentes faixas etárias e sexo.

Em primeira análise o vídeo com a temática “Dicas para você não errar nessa pandemia” obteve no Instagram o alcance de 144 pessoas, 179 impressões, 116 visualizações e 6 compartilhamentos. Já na página do Youtube, esse vídeo obteve 30 visualizações. Essa ação em ambas as redes sociais foi a maior em todos os indicadores. Desse modo, pode-se perceber que houve interesse por parte do público em aprender sobre os cuidados relacionados à Covid-19, tendo em vista o engajamento, evidenciando assim a relevância dos tópicos abordados sobre práticas incorretas realizadas neste período de pandemia.

Em um estudo realizado pelo Instituto Nacional de Infectologia Evandro Chagas, a rede social foi usada como método de prevenção contra a Covid-19, mostrando a relevância do uso de plataformas virtuais como facilitadoras de informações (SOUZA, Claudia Teresa Vieira de et al).

Em segunda análise, o vídeo intitulado como “A importância do isolamento social” obteve no Instagram o alcance de 96 pessoas, 109 impressões, 50 visualizações e 1 compartilhamento. Já no Youtube, esse vídeo obteve 28 visualizações. A partir dos dados observados, pode-se perceber que apesar de ter ocorrido uma redução dos indicadores desse vídeo quando comparado ao vídeo sobre as dicas, ainda sim alguns participantes mantiveram-se ativos acompanhando a página e adquirindo conhecimentos sobre os assuntos mencionados.



Em última análise, o vídeo denominado “Benefícios dos pets para a saúde” obteve no Instagram o alcance de 132 pessoas, 147 impressões, 88 visualizações e 4 compartilhamentos. Já no Youtube, esse vídeo obteve 24 visualizações. Essa ação no que diz respeito ao número de compartilhamentos ficou em segundo lugar quando comparada com os três vídeos elaborados, colocação essa positiva quando avaliamos que o primeiro vídeo publicado desperta curiosidade no público, o que contribui para o número de compartilhamentos ser maior. Porém, já no terceiro vídeo publicado sobre a Covid-19, como é o caso deste último, os seguidores da plataforma já tinham uma ideia de como funcionava a página e os temas que seriam abordados nela, logo não enviaram para amigos e familiares apenas por curiosidade, mas também para informá-los e atualizá-los.

CONCLUSÕES

As ações realizadas conseguiram alcançar retornos positivos evidenciados pelos dados expostos, conferindo ao público a oportunidade de atuar como ouvinte em atividades de promoção da saúde de forma remota. As plataformas Instagram e Youtube possibilitaram que os indivíduos em sua maioria reclusos, por conta do isolamento social, conseguissem ter acesso às informações respaldadas por estudos, de modo que pudessem cuidar da saúde de maneira correta, protegendo seu animal de estimação, bem como praticando o autocuidado, contribuindo assim para redução no número de infectados pela Covid-19.

AGRADECIMENTOS

À Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira- UNILAB, à Pró-reitoria de Extensão, Arte e Cultura - PROEX, ao Programa de Bolsas de Extensão, Arte e Cultura- PIBEAC e ao Grupo de Estudos sobre Zoonoses e Animais- GEZA.

REFERÊNCIAS

LANA, Raquel Martins et al. The novel coronavirus (SARS-CoV-2) emergency and the role of timely and effective national health surveillance. *Cadernos de saúde pública*, v. 36, p. e00019620, 2020.

SERVIÇO, Governo do Estado de Pernambuco et al. Protocolo de Manejo Clínico para o Novo Coronavírus (2019-nCoV). 2020.

BRASIL. Ministério da Saúde. Manejo de corpos no contexto do novo coronavírus COVID-19. Brasília: Ministério da Saúde, 2020.

DE LIMA, Fabíola Zagana et al. *EDUCAÇÃO EM SAÚDE: Multiplicando Informações em Suporte Básico de Vida*. 2018.

BARATA, Germana et al. O uso de mídias sociais por acadêmicos brasileiros. *Anais do 6º Encontro brasileiro de bibliometria e cientometria*, p. 209-217, 2018.

DA SILVA, Camila Florencio. *Digital Influencer: a disseminação da informação no YouTube*. 2018. Trabalho de Conclusão de Curso.



BERNARDES, Raissy Alves et al. O Instagram como Ferramenta para Educação em Saúde: Relato de experiência. In: Anais do I Congresso Norte Nordeste de Tecnologias em Saúde. 2018.

RIBEIRO, Michelle Porto; MOSCON, Daniela. Reflexões sobre o uso do Instagram na contemporaneidade. Seminário Estudantil de Produção Acadêmica, v. 17, 2018.

SOUZA, Claudia Teresa Vieira de et al. Cuidar em tempos da COVID-19: lições aprendidas entre a ciência e a sociedade. Cadernos de Saúde Pública, v. 36, p. e00115020.

