**Estratégias no uso de plataformas digitais no acesso a conteúdos sobre medicamentos e temas relacionados à saúde durante a pandemia de COVID-19**

[socepis1@gmail.com](mailto:socepis1@gmail.com) Sociedade Cearense de Pesquisa e Inovações em Saúde

Lia Pinheiro de Lima1, Lucas Alves Barbosa2, Ana Cláudia de Brito Passos2, Mirian Parente Monteiro2, Marta Maria de França Fonteles2, Mylenne Borges Jácome Mascarenhas2.

1 Universidade Federal do Ceará (liiaplima3@gmail.com)

2 Universidade Federal do Ceará

**Introdução:** Com o surgimento da pandemia do novo coronavírus, o mundo passou a lidar com o crescimento de notícias, que não necessariamente verídicas, tomavam espaço nas redes sociais, sobretudo, tratando de temáticas como a pandemia. A chamada infodemia exigiu uma reeducação acerca do consumo de notícias e de uma maior criticidade sobre elas. É bem verdade que se trata de um desafio no séc. XXI, contudo, algumas iniciativas se fazem necessárias para servir como contraponto à essa prática de compartilhar, consumir e criar notícias falsas, as fakes news. O objetivo do trabalho foi descrever o uso de plataformas digitais no acesso a conteúdos sobre medicamentos e temas relacionados à saúde durante a pandemia de COVID-19. **Metodologia:** Trata-se de um relato de experiência que aborda a criação dos conteúdos em mídias digitais. Foram elaborados boletins, informes, notas técnicas e realizados alguns eventos científicos transmitidos em tempo real (*lives*), com temas relacionados à saúde durante a pandemia por coronavírus. Para análise do impacto dos conteúdos digitais publicados, foi feita uma busca de informações do alcance ao público, para cada publicação, no InstagramⓇ. Depois disso, foi feita uma média dos valores de alcance e foram selecionados alguns comentários dos usuários de *feedback* para obtenção dos resultados. **Resultados:** Foram produzidos 126 conteúdos digitais e foi obtido um alcance médio de 518,59 entre as publicações. Com relação ao *feedback* dos usuários, foram selecionados 6 (seis) comentários. **Conclusão:** Pode-se concluir que a criação desses conteúdos possibilitou o acesso à informações atualizadas, com base nas evidências científicas disponíveis e isentas de conflitos de interesse, aspectos relevantes frente às *fake News*.

**Palavras-chave:** Mídias digitais; Informação; Infodemia.

**Área Temática:** Plataformas e portais digitais para a saúde.

1. **INTRODUÇÃO**

Com a popularização dos celulares e dispositivos eletrônicos com acesso à internet, o mundo conseguiu se conectar como nunca antes visto (ABREU, 2018). Informações que antes demoravam dias ou meses para chegar ao conhecimento do público em geral, hoje, demoram minutos. De fato, houve uma revolução na comunicação, já que o acesso tornou-se mais prático e acessível. Contudo, observa-se que a grande questão não é só ter acesso às informações, mas que as mesmas sejam de fontes confiáveis, atualizadas e imparciais, ou seja, informações baseadas nas melhores evidências disponíveis. O volume de notícias tem crescido de maneira exponencial, sobretudo nesses tempos de pandemia pelo novo coronavírus.

Esse crescimento na quantidade de notícias passou a ser chamado de infodemia, que é definida pela *Pan American Health Organization* (PAHO, 2020) como: “um excesso de informações, algumas precisas e outras não, que tornam difícil encontrar fontes idôneas e orientações confiáveis quando se precisa.”. Associado a isto, os usuários não desejam mais qualquer tipo de informação, consomem notícias que condizem com a sua crença nos mais diversos assuntos, não necessariamente verídicas; se inserindo neste contexto as *fake news*, que são definidas, segundo o Dicionário de Cambridge (CAMBRIDGE, 2020) como: “histórias falsas que parecem ser notícias, disseminadas na internet ou usando outras mídias, geralmente criadas para influenciar opiniões políticas[...].” o que pode constituir um ambiente de perigo para a sociedade, uma vez que passam a influir diretamente nas mais diversas áreas que desempenham papéis importantes sob o ponto de vista social.

Com o surgimento da pandemia causada pelo novo coronavírus (Sars-CoV-2), essa problemática se fez mais perigosa, já que trata-se de uma doença ainda cercada de muitas incertezas e controvérsias. Neste cenário o Grupo de Prevenção ao Uso Indevido de Medicamentos da Universidade Federal do Ceará (GPUIM-UFC) passou a adotar medidas com o escopo de possibilitar o acesso a informações de qualidade, com base nas melhores evidências.

O objetivo do trabalho foi descrever o uso de plataformas digitais no acesso a conteúdos sobre medicamentos e temas relacionados à saúde durante a pandemia de COVID-19, bem como as estratégias adotadas pelo GPUIM, tais como utilização de recursos visuais e  linguagem mais acessível a fim de proporcionar uma maior aceitação e consumo dessas informações do público em geral.

1. **METODOLOGIA**

Trata-se de um relato de experiência que aborda a criação dos conteúdos nas mídias digitais realizada pelos integrantes do Centro de Informações sobre Medicamentos da Universidade Federal do Ceará (CIM/UFC) e do Centro de Estudos em Atenção Farmacêutica da UFC (CEATENF/UFC), ambos projetos de extensão vinculados ao programa de extensão GPUIM/UFC.

Com relação aos conteúdos digitais, foram criados materiais informativos, cujos temas foram selecionados com base nas informações veiculadas à população, as quais poderiam levar ao uso indevido de medicamentos, bem como práticas inseguras na prevenção ao novo coronavírus. Assim, foram elaborados boletins, informes, notas técnicas e realizados alguns eventos científicos transmitidos em tempo real (*lives*). Os temas das estratégias educativas abordaram as terapias medicamentosas utilizadas na COVID-19 (com foco no uso seguro e racional dos medicamentos), o manejo de outros problemas de saúde relacionados com a doença pelo novo coronavírus e informes diários sobre o número de casos e óbitos da COVID-19 no Ceará e no Brasil. Os conteúdos digitais foram elaborados com base nas melhores evidências científicas disponíveis sobre os assuntos, contidas em fontes primárias (como o *The Lancet*); fontes secundárias (Pubmed), materiais produzidos pelo Ministério da Saúde, Organização Mundial da Saúde (OMS), Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS), e outras fontes de informação técnica sobre a COVID-19. Após isso, foram produzidos os *layouts* para esses materiais, usando a plataforma CANVAⓇ. Essa plataforma permite a utilização de recursos visuais importantes para atrair o leitor, como tabelas, formatos, diferentes estilos de letras e cores, fotos e figuras. Por fim, foi feita uma revisão pelos coordenadores e responsáveis técnicos dos centros para posterior publicação. Com relação aos informes técnicos, houve um trabalho colaborativo entre os CIM’s do Nordeste do Brasil. Foram utilizadas duas plataformas para divulgação dos conteúdos, sendo elas o InstagramⓇ do CIM/UFC e do CEATENF/UFC e o Website do GPUIM.

Boletins informativos e informes técnicos, são materiais com mais recursos em texto e com uma linguagem mais técnica, voltada para a comunidade acadêmica. Para criação desses, foi utilizada uma linguagem verbal estruturada e organizada, juntamente com imagens, fotos e figuras que ajudaram a contextualizar o texto. Os materiais educativos com formato mais sintético apresentaram mais recursos visuais, textos menores e uma linguagem simples, permitindo o entendimento pelo público leigo das mídias sociais. Além disso, foram exploradas, nesses conteúdos, imagens, caixas de texto e cores atrativas para o leitor. Os informes diários consistiram de informações disponibilizadas pelo Ministério da Saúde e Secretária de Saúde do Estado do Ceará (SESA), os quais são úteis para garantir o acesso a informações fidedignas e dificultar a propagação de *fake news.* Por fim, as *lives,* sendo mais um tipo de conteúdo digital, com linguagem clara e didática, permitiu a interação entre participantes, mediadores e palestrantes.

Para análise do impacto dos conteúdos digitais publicados, realizou-se uma busca de informações de alcance ao público, em cada publicação, no InstagramⓇ do CIM/UFC e do CEATENF/UFC. Depois disso, foi calculada uma média dos valores de alcance, obtendo-se assim, os resultados. Também foram selecionadas algumas falas dos usuários contemplando aspectos relacionados aos temas disponibilizados nas mídias digitais.

1. **RESULTADOS E DISCUSSÕES**

O quantitativo das publicações está descrito no quadro abaixo:

**Quadro 1: Quantidade de publicações CIM/UFC e CEATENF/UFC. Ceará, 2020.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **CIM/UFC** | **CEATENF/UFC** | **Total** |
| **Boletins informativos** | 7 | 3 | 10 |
| **Informes diários** | 83 | 0 | 83 |
| **Informes técnicos** | 11 | 14 | 25 |
| **Lives** | 4 | 4 | 8 |

Os conteúdos digitais foram publicados no Website do GPUIM/UFC e no InstagramⓇ dos dois centros, sendo que os boletins informativos, na íntegra, estavam exclusivamente no website. Com relação ao impacto dos conteúdos digitais, as publicações realizadas no InstagramⓇ dos centros obtiveram um alcance médio de 518,59, bem superior ao que existia antes do uso dessas estratégias, ampliando o acesso de informações sólidas e de qualidade no combate às *fake news* no contexto da pandemia pelo novo coronavírus.

Foram selecionados alguns comentários, que são apresentados a seguir, como *feedback* dos usuários que acompanharam as mídias digitais dos centros.  “*Estão de parabéns pelo conteúdo que informa de maneira simples e didática”* (Farmacêutica). *“Material muito bom, ótimo para atualizar nossas informações quanto aos possíveis tratamentos”*. *“CEATENF sempre atento para informação adequada, de qualidade e atual”* (Professora do curso de Farmácia). *“Conteúdo relevante. Obrigado por compartilhar!*” sendo este publicado no perfil do InstagramⓇ de uma liga acadêmica.

Baseado nos dados, é possível perceber que as informações disponibilizadas tiveram um bom alcance, e que talvez isso esteja relacionado a linguagem utilizada e recursos visuais atrativos sem perder a qualidade do conteúdo científico. A linguagem nas redes sociais passou a exigir uma fluidez, de modo que há risco do interesse se esvair caso existam materiais que não possuam atrativos para a aprendizagem e aceitação por parte da população. Cada vez mais, as mídias sociais ganham novos usuários dos mais distintos perfis. Trata-se de um desafio por parte daqueles que produzem e trabalham com ciências da saúde de procurar meios para atrair esses mais diversos públicos.

Dessa forma, entendendo a necessidade da informação como inerente ao indivíduo, percebe-se a importância do compartilhamento de novos conhecimentos, democratizando informações de qualidade, ao mesmo tempo em que se procura tornar o ambiente das mídias em um espaço de aprendizagem. (TOMAEL, 2005) Conforme apresentado acima, a diferenciação nos modos de compartilhar informação através de lives, boletins, informes, notas técnicas, entre outros e a qualidade das mesmas, configura-se como uma estratégia que tanto atrai aos mais diversos interesses como favorece o ganho em conhecimento.

1. **CONCLUSÃO**

O uso de plataformas digitais mostrou-se uma boa estratégia adotada pelo GPUIM através dos seus projetos de extensão CIM/UFC e CEATENF, para a disponibilização de informações relacionadas com a pandemia do novo coronavírus. A utilização de recursos visuais mais atrativos e linguagem acessível aos usuários, permitiu ampliar o acesso à informações atualizadas, com base nas evidências científicas disponíveis e isentas de conflitos de interesse, aspectos relevantes frente às *fake News*.

1. **REFERÊNCIAS**

ABREU, Leonardo. Transformações no mercado de telefonia móvel de classes populares.Ergodesign & HCI, número especial, volume 6, ano 6 (2018). Rio de Janeiro. Disponível em:<http://periodicos.puc-rio.br/index.php/revistaergodesign-hci/article/download/534/458/>. Acesso em: 16/07/2020.

Dicionário de Cambridge, 2020. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/fake-news>.  Acesso em: 16/07/2020.

Pan American Health Organization**.** Entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a COVID-19, Página Informativa N.5, 2020. Acesso em: 16/07/2020.

TOMAEL, Maria Inês; ALCARA, Adriana Rosecler; DI CHIARA, Ivone Guerreiro. Das redes sociais à inovação. **Ci. Inf.**, Brasília, v. 34, n. 2, p. 93-104, Aug.  2005.   Disponível em:http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\_arttext&pid=S0100652005000200010&lng=en&nrm=iso>. Acesso em:   25/07/2020.