

LAITOX VS. COVID-19: AÇÕES DE ENFRENTAMENTO CONTRA PANDEMIA REALIZADAS PELA LIGA ACADÊMICA INTERDISCIPLINAR DE TOXICOLOGIA

BRUNA VOIGT RODRIGUES¹; BEATRIZ DE FREITAS CORRÊA²; DANIELA DE
BITTENCOURT MAIA³; FRANCINE RODRIGUES PEDRA⁴; LETÍCIA DEVANTIER
KRUGER⁵; GIANA DE PAULA COGNATO⁶

¹Universidade Federal de Pelotas – r.brunarodrigues@hotmail.com

²Universidade Federal de Pelotas - biatriz55hotmail@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas - danielabittencourtmaia@gmail.com

⁴Universidade Federal de Pelotas - francinepedra22@gmail.com

⁵Universidade Federal de Pelotas - leticiadevantier@hotmail.com

⁶Universidade Federal de Pelotas - giana.cognato@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

No final de 2019, na China, começaram a surgir casos de uma nova doença respiratória aguda semelhante à pneumonia (GALHARDI, 2020). Em seguida, foi descoberto que essa patologia era causada pelo SAR-CoV-2, um novo vírus que faz parte da família Coronavírus, porém muito mais avassalador e perigoso (SOUSA JÚNIOR, 2020). A doença foi denominada de Covid-19 e levou a Organização Mundial da Saúde (OMS) a decretar estado pandêmico em março de 2020 (RODRIGUES, 2020).

Por estar presente em quase todos os aspectos do cotidiano na população, a Covid-19 afetou também o sistema de notícias, jornalismo e mídia, já que muitas informações sobre a doença começaram a circular (CASERO-RIPOLLÉS, 2020). Dentre os veículos de comunicação, as redes sociais se tornaram grandes plataformas de circulação de notícias por terem um grande número de usuários (XAVIER, 2020). Em consequência, ocorreu uma crescente circulação de boatos, levando a propagação de notícias falsas relacionadas à Covid-19, sendo que algumas delas promovem ideias que fazem com que alguns indivíduos desacreditem na gravidade da situação (GALHARDI, 2020; GUTIÉRREZ-COBA, 2020).

Perante a grande quantidade de informações falsas propagandas, têm se visto um esforço mundial gigantesco feito pela comunidade científica para agregação de conhecimentos sobre o novo coronavírus (FIOCRUZ, 2020). Desta forma, as redes sociais também podem servir como aliadas na divulgação destas informações científicas de forma clara, consistente e baseadas em evidências (GARCIA, 2020).

A Liga Acadêmica Interdisciplinar de Toxicologia (LAITox) da Universidade Federal de Pelotas (UFPel), vem desenvolvendo ações de extensão relacionadas à prevenção de intoxicações, através de esclarecimentos à comunidade. Com a pandemia pela Covid-19 e a propagação de notícias falsas relacionadas, observou-se a necessidade de se divulgar informações científicas de maneira simplificada para a população. Dentro do exposto, essa ação de extensão tem por objetivo divulgar os avanços da ciência de forma descomplicada através das redes sociais, com o objetivo de aumentar o conhecimento científico de toda a comunidade.

2. METODOLOGIA

Foram realizadas buscas nas principais plataformas de pesquisas, como PubMed, SciELO entre outras, para seleção de artigos científicos sobre a atual pandemia. Após, os artigos foram simplificados e um roteiro foi escrito para divulgação nas redes sociais. Posteriormente, o material visual foi desenvolvido no *software* canva.com. Em seguida, o material foi divulgado nas redes sociais da LAITox (Instagram e Facebook). Por fim, o número e porcentagem de pessoas alcançadas foi analisado.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Atualmente, a LAITox possui contas ativas nas plataformas Facebook e Instagram. No Facebook, a página conta com 919 curtidas, já a página do Instagram conta com 126 seguidores. Em média, a porcentagem de pessoas alcançadas em relação ao número de curtidas em uma página do Facebook é em torno de 5,7% (Dados de 2020) (MLABS, 2020). Já no Instagram, a taxa média de alcance é de 34,37% (ISHIDA, 2020).

Dentre os materiais elaborados, foram produzidos dois vídeos, onde artigos científicos foram abordados e simplificados. Este quadro recebeu o nome de “Simplificando a ciência”. No primeiro vídeo, o artigo abordou as mutações do SAR-CoV-2 no Brasil, este teve um alcance de 39 pessoas no Instagram, cerca de 30% do número de seguidores do perfil. No Facebook, teve um alcance de 73 pessoas, cerca de 7,3% do total de curtidas da página. O segundo vídeo do “Simplificando a ciência” abordou o tema das Fake News relacionadas a Covid-19. Este vídeo teve um alcance de 16 pessoas no Instagram, cerca de 12% do total de pessoas que acompanham a página. Já no Facebook, alcançou 93 pessoas, representando cerca de 10% do total de curtidas da página. Desta forma, os vídeos tiveram um alcance médio positivo na página do Facebook, porém negativo em relação à média na página do Instagram.

Outro recurso visual utilizado foi o formato de quadrinhos. Em um deles, foi abordado a utilização de medicamentos ineficazes como forma de prevenção contra a Covid-19. Este teve um alcance de 46 pessoas na página do Instagram, (36% dos seguidores da página). No Facebook, houve um alcance de 293 pessoas (31,8% das curtidas totais da página). Já no segundo quadrinho, o assunto abordado foi a resistência de alguns indivíduos perante a vacinação, ressaltando a importância da mesma. Esta publicação alcançou 271 contas no Facebook, (29,5% do total de curtidas da página). No Instagram, houve um alcance de 51 pessoas (40% dos seguidores do perfil). Todos os quadrinhos apresentaram alcance médio positivo em ambas as redes sociais.

4. CONCLUSÕES

As publicações relacionadas a Covid-19 tiveram um alcance positivo em comparação com a média, com exceção do alcance médio dos vídeos no Instagram. Atribuímos essa exceção ao tempo de duração dos mesmos, já que são longos. Com isso percebe-se que os usuários da plataforma Instagram possuem preferências por materiais de rápido acesso e compreensão. Corroborando com essa percepção, observou-se que o recurso visual que alcançou uma maior taxa de visualizações foram os quadrinhos, levando a crer que postagens que trazem informações de forma leve e simples, agradam mais o público presente nas redes sociais da LAITox. Dentro do exposto, o projeto tem como perspectivas futuras, focar nos recursos visuais que tiveram maior alcance.

Portanto, a LAITox irá criar um perfil na plataforma TikTok, para fazer a divulgação de vídeos curtos, com o objetivo de obter um maior alcance da população.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

RODRIGUES, L.P. VIEDMA, E.H. **Noticias sobre Covid-19 y 2019-nCoV en medios de comunicación de España: el papel de los medios digitales en tiempos de confinamiento.** El profesional de la información. Espanha. v. 29, n. 3. 2020.

GUTIÉRREZ-COBA, L. M., COBA-GUTIÉRREZ, P. & GÓMEZ-DÍAZ, J. A. **Noticias falsas y desinformación sobre el Covid-19: análisis comparativo de seis países iberoamericanos.** Revista Latina de Comunicación Social. Espanha. v. 78. pag. 237-264. 2020.

FIOCRUZ. **O novo coronavírus e a divulgação científica.** Agência Fiocruz de Notícias, 17 de abril de 2020. Acessado em 12 de julho de 2020. Disponível em: <https://www.arca.fiocruz.br/bitstream/icict/40823/2/O%20novo%20coronav%C3%A9rus%20e%20a%20divulga%C3%A7%C3%A3o%20cient%C3%ADfica.pdf>.

GALHARDI, C.P. FREIRE, N.P. MINAYO, M.C. FAGUNDES, M.C. **Fato ou Fake? Uma análise da desinformação frente à pandemia da Covid-19 no Brasil.** Ciência & saúde coletiva. Brasil. v.25. 2020.

CASERO-RIPOLLÉS, A. **Impact of Covid-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak.** El profesional de la información. Espanha. v. 29, n. 2. 2020.

XAVIER, F. OLENSCK, J.R. ACOSTA, A.L. SALLUM, M.A. SARAIVA, A.M. **Análise de redes sociais como estratégia de apoio à vigilância em saúde durante a Covid-19.** Pandemia pela Covid-19. Instituto de Estudos Avançados da Universidade de São Paulo. Brasil. Estud. av. 34 (99). 2020

GARCIA, L.P. DUARTE, E. **Infodemia: excesso de quantidade em detrimento da qualidade das informações sobre a COVID-19.** Secretaria de Vigilância em Saúde - Ministério da Saúde do Brasil. Brasil. Editorial 29 (4). 2020.

SOUSA JÚNIOR, J.H. RAASCH, M. SOARES, J.C. RIBEIRO, L.V.H.A.S. **Da Desinformação ao Caos: uma análise das Fake News frente à pandemia do Coronavírus (COVID-19) no Brasil.** Cadernos de Prospecção – Salvador. Brasil. v. 13, n. 2, Edição Especial, p. 331-346. 2020.

MLABS. **Algoritmo do Facebook 2020: descubra como funciona e melhore seus resultados.** MLABS. 16 de dezembro de 2020. Acesso em 13 de julho de 2020. Disponível em: <https://www.mlabs.com.br/blog/algoritmo-do-facebook/>.

ISHIDA, G. **Média de engajamento e alcance no Instagram de acordo com o Iconosquare.** Midializando. 15 de abril de 2020. Acesso em 13 de julho de 2020. Disponível em: <https://www.midializado.com.br/2019/04/media-engajamento-alcance-instagram-iconosquare/>.