



Projeto Hashtags: comunicação de risco para COVID-19 na comunidade imigrante brasileira em Boston

Camila Maciel de Oliveira¹, Rebeca Simões Brito², Mercedes Balcells³, Doris Sommer⁴, Carlos Alberto Mourão Júnior⁵, Carlos Eduardo Siqueira⁶

Resumo: A comunicação de risco adequada e o engajamento comunitário têm sido considerados estratégias essenciais para a mitigação da COVID-19. Assim, o objetivo deste relato é descrever as ações do Projeto Hashtags direcionadas à comunidade imigrante brasileira da região de Boston. A primeira etapa ocorreu pela participação de um pesquisador em programas de uma rádio local e publicações no *Facebook*. A segunda etapa se deu pela colaboração de pesquisadores em dois treinamentos para trabalhadores. As ações aconteceram no período de março a junho de 2020. Para melhor descrição da experiência e avaliação do alcance das ações do Projeto Hashtags, registrou-se a média de ouvintes por programa, visualizações por postagem e registro das falas de ouvintes/participantes. De nove programas de rádio, foram obtidos dados de audiência de sete, com média de 743 ouvintes durante a transmissão do programa. O primeiro treinamento para trabalhadores obteve 835 visualizações registradas no *Facebook* logo após a *live*. Já o segundo obteve a participação de 15 colaboradores do Consulado Geral do Brasil em Boston. Quanto às postagens na mídia digital, foram compartilhados 13 vídeos, 7 reportagens e 25 panfletos virtuais, com média de 279 visualizações por postagem em 23 de abril de 2020. A partir do registro de falas, observou-se que as informações fundamentais sobre a doença foram compreendidas e assimiladas, e pode estimular mudanças de rotina e compartilhamento de tais informações. A comunicação de risco realizada em colaboração com membros da comunidade facilitou a propagação de informações confiáveis, em português, em resposta ao surto da COVID-19.

Palavras-chave: Comunicação em Saúde; Coronavírus; Pandemia; Participação da Comunidade; Redes Comunitárias

Hashtags Project: COVID-19 risk communication for Brazilian immigrant community in Boston

Abstract: Adequate risk communication and community engagement have been considered essential strategies for the mitigation of COVID-19. Thus, this report aims to describe the actions of the Hashtags Project directed to the Brazilian immigrant community of the Boston region. The first stage occurred through the participation of a researcher in local radio programs and Facebook posts. The second stage was the collaboration of researchers in two training sessions for workers. The actions took place from March to June 2020. For a better description of the experience and evaluation of the scope of the actions of the Hashtags Project, the average number of listeners per program, views per post, and record of the speeches of listeners/participants were registered. From nine radio programs, audience data of seven were obtained, with an average of 743 listeners during the program broadcast. The first training for workers got 835 views registered right after the *live* on Facebook. The second obtained the participation of 15 employees of the Consulate General of Brazil in Boston. As for digital media posts, 13 videos, seven reports, and 25 virtual flyers were shared, averaging 279 views per post on April 23, 2020. From the speech registers, it was observed that the essential information about the disease was understood and assimilated and can stimulate routine changes and sharing of such information. The risk communication carried out in collaboration with community members facilitated the dissemination of reliable information in Portuguese in response to the COVID-19 outbreak.

Keywords: Health Communication; Coronavirus; Pandemic; Community Participation; Community Networks

*Originais recebidos em
08 de setembro de 2020*

*Aceito para publicação em
19 de março de 2021*

1
MIT Institute for Medical
Engineering and Science (IMES),
Boston, Massachusetts, EUA
<https://orcid.org/0000-0001-6823-7395>

(autora para correspondência)
cmaciel@mit.edu

2
Pesquisadora na Cultural Agents
Initiative at Harvard University,
Boston, Massachusetts, EUA.
<https://orcid.org/0000-0001-8833-6999>

3
MIT Institute for Medical
Engineering and Science,
Cambridge, Massachusetts, EUA.
<https://orcid.org/0000-0002-2532-0516>

4
Ira and Jewell Williams Professor
and Cultural Agents Initiative at
Harvard University, Cambridge,
Massachusetts, EUA.
<https://orcid.org/0000-0002-5327-8060>

5
Departamento de Fisiologia,
Universidade Federal de Juiz de
Fora (UFJF), Brasil.
<https://orcid.org/0000-0001-7199-5365>

6
School for the Environment,
University of Massachusetts,
Boston, EUA.
<https://orcid.org/0000-0001-8993-3031>

Introdução

Em tempos sem precedentes causados pela disseminação do novo coronavírus (SARS-CoV-2), ações estratégicas para a prevenção e a mitigação da COVID-19, de forma coordenada e rápida, têm sido imperativas (World Health Organization, 2020a). A comunicação de risco – troca de informação, aconselhamento e opiniões em tempo real de aspectos conhecidos e desconhecidos sobre o vírus e/ou doença, baseada na percepção da comunidade e a divulgação de informações confiáveis em linguagem simples, entendível e confiável - é fundamental em tais situações de emergência em saúde pública, especialmente no início do surto da doença (McCloskey & Heymann, 2020; World Health Organization, 2020a). Logo, a comunicação simples, direta e veraz, ainda que desafiadora em decorrência da alteração rápida de informações durante uma pandemia, fortalece a relação de confiança entre os profissionais da saúde e a população, contribui para o estabelecimento de medidas preventivas e facilita a mitigação do surto, principalmente em comunidades vulneráveis (Berger et al., 2020).

Comunidades imigrantes enfrentam desafios diversos em tais situações de emergência em saúde pública, especialmente por terem dificuldade de compreender o idioma e/ou o linguajar no processo de comunicação de risco, por se depararem com barreiras culturais na adoção de novos hábitos em resposta ao surto, e por trabalharem, em sua maioria, em serviços essenciais, e por encontrarem obstáculos no acesso ao sistema de saúde. Tais desafios fazem com que os imigrantes recorram a informações *on-line*, nem sempre precisas, culminando em outro fenômeno denominado infodemia (World Health Organization, 2020b). Como consequência, ao apresentar sinais e/ou sintomas de COVID-19, tal população tende a procurar tardiamente serviços de saúde/emergência, o que pode resultar em maior risco de complicações e óbito. Ademais, outros fatores de risco preocupantes desta população são os associados às condições crônicas, como o diabetes mellitus, cuja prevalência é considerada mais alta entre latinos do que em qualquer outro grupo étnico (Page et al., 2020).

Assim, para preencher a lacuna de desafios observados em comunidades imigrantes, utiliza-se como apoio a comunicação de risco em saúde por meio da integração de mídias tradicionais (programas de rádio) e redes sociais (*Facebook, Twitter*). Além do mais, a participação de membros da própria comunidade, tanto no planejamento de ações, como na comunicação durante emergência em saúde, pode auxiliar na resolução da questão do paradoxo de risco associado à percepção e à experiência (World Health Organization, 2018).

Nessa perspectiva, o Projeto Hashtags surgiu com a finalidade de criar sistemas de apoio à comunicação de risco para comunidades – tanto no Brasil quanto nos Estados Unidos da América – em intervenções de curto prazo, durante o início da pandemia da COVID-19. Logo, o objetivo deste relato é descrever as ações direcionadas à comunidade imigrante brasileira, residente na região de Boston.

Método

Este é um relato de experiência que descreve as ações do Projeto Hashtags – projeto de extensão voltado ao auxílio na comunicação de risco durante a situação emergencial de saúde pública causada pelo novo coronavírus para comunidades do Brasil e dos Estados Unidos – na comunidade imigrante brasileira residente na região de Boston, Massachusetts, Estados Unidos, no período de 12 de março a 10 de junho de 2020. Recebeu este nome por utilizar ferramentas digitais em redes sociais. Foi pensado e projetado a partir da parceria entre pesquisadores de instituições americanas (Harvard University, Massachusetts Institute of Technology e University of Massachusetts Boston) e brasileiras (Universidade Federal do Paraná e Universidade Federal de Juiz de Fora). Experiências exitosas relacionadas à educação em saúde, como o Projeto Corações de

Baependi (desde 2005) (Oliveira, 2008), Coraçõezinhos de Baependi (2014-2017) (Bermudez et al., 2017), Coraçõezinhos Apaixonados (desde 2015) (Coelho et al., 2017), Programa *Little Hearts Changing Lives* (desde 2017) (Brito et al., 2019) e Programa Ulisses (desde 2019), foram essenciais para a fundamentação ágil das atividades adotadas neste projeto. Participaram das ações seis pesquisadores da área de educação em saúde. Destes, quatro são também professores universitários, sendo três médicos epidemiologistas. Neste grupo, três pesquisadores participam diretamente como voluntários na própria comunidade imigrante. As ações para a comunicação de risco nos Estados Unidos foram elaboradas a partir de informações e recomendações da Organização Mundial de Saúde - OMS (World Health Organization, 2018; World Health Organization, 2020a).

Não foram estabelecidos critérios de inclusão e exclusão para esta iniciativa. Reativamente ao avanço da pandemia, as ações foram propostas. Tais ações foram divididas em duas etapas. A primeira, realizada no período de 12 de março a 15 de abril de 2020, foi planejada a partir da necessidade da divulgação em massa de informações sobre a doença (sintomas, conduta e tratamento) e sobre o isolamento social imediato instituído em Boston. Para isto, utilizou-se ferramentas que alcançassem o maior número de pessoas, como postagens - vídeos, reportagens e panfletos virtuais - em uma página do *Facebook* - para serem publicadas concomitantemente ao surgimento de novas informações sobre a COVID-19. Nesta fase, houve a participação de uma pesquisadora epidemiologista e idealizadora do projeto, de 6 a 12 minutos, no programa Central da Manhã, rádio local 650 AM (Boston, Massachussets, EUA). As intervenções na rádio foram planejadas de acordo com a demanda por esclarecimentos sobre a COVID-19 enviadas ao radialista do programa, ou remetidas à página de saúde da coordenadora, utilizada pelo Projeto Hashtags no *Facebook*. Assim, os ouvintes encontraram formas de comunicação para enviar depoimentos sobre o que acharam e/ou aprenderam a partir das explicações. Foram, então, relatos espontâneos. As informações foram divulgadas, em português, num linguajar simples e compreensível, de duas a três vezes por semana. A pesquisadora participou de nove programas, dos quais obteve-se dados de audiência de sete. A duração desta participação ocupava aproximadamente 10 a 20% do tempo total do programa (6 a 12 minutos).

A página do *Facebook* já havia sido criada previamente ao surto de COVID-19, em 2012, com a finalidade de divulgar informações sobre outros temas em saúde. Tanto a plataforma digital quanto as entrevistas na rádio local, além de constituírem meios para a divulgação e o compartilhamento de informações em forma de postagens, reportagens e vídeos, foram utilizadas também para a identificação de dúvidas frequentes do público, as quais possibilitaram o desenvolvimento de estratégias para as ações subseqüentes naquela comunidade.

A segunda etapa foi caracterizada pela divulgação de informações relacionadas a medidas preventivas no período de reabertura e liberação de serviços essenciais e não-essenciais. Assim, pesquisadores do Projeto Hashtags participaram da ação "Saúde e Segurança no Trabalho: treinamento para trabalhadoras domésticas - COVID-19" e conduziram também a sessão de orientação para funcionários do Consulado Geral do Brasil, antes de sua reabertura em Boston. Tais eventos ocorreram em apenas um encontro, com duração média de uma hora, e foram realizados em plataforma digital para reuniões virtuais (*Zoom*). A ação "Saúde e Segurança no Trabalho: treinamento para trabalhadoras domésticas - COVID-19" foi transmitida também pelo *Facebook* e o número de visualizações foi registrado imediatamente após o encerramento da *live*.

A pesquisadora, e também membro da comunidade local, foi a responsável pelo registro e organização dos dados das ações para consulta posterior. As falas dos ouvintes que manifestaram interesse em relatar a percepção sobre a iniciativa foram transcritas integralmente e arquivadas em *Word*. Os trechos literais foram utilizados apenas com caráter ilustrativo, não tendo o intuito de oferecerem subsídios para análises inferenciais. A participação da pesquisadora epidemiologista no programa Central da Manhã foi armazenada, em vídeos, no *Youtube*¹. A rádio forneceu os dados de audiência por meio de gráficos. A partir daí, foi elaborada uma

tabela com as datas dos programas, número de audiência e temas tratados (Tabela 1). Os depoimentos foram enviados espontaneamente pelos ouvintes, sendo utilizados sem a identificação do participante. Quanto às postagens no *Facebook*, organizou-se em tabela, cronologicamente, os temas, recursos utilizados e número de visualizações (Tabela 2). Para os treinamentos, registrou-se o número de participantes no *Zoom*, as perguntas respondidas e os assuntos tratados. Seguindo as diretrizes da Comissão Nacional de Ética e Pesquisa (CONEP) - Art 1º inciso VII da Resolução 510 de 2016 -, não houve submissão ao Comitê de Ética em Pesquisa.

Tabela 1. Descrição das intervenções¹ do Projeto Hashtags na rádio sobre a COVID-19 para imigrantes brasileiros. Boston, 2020.

Data	Número Ouvintes (Média/Dia)	Temas
16/03	-	Medidas de prevenção para COVID-19, isolamento social, medidas adotadas pelos EUA e Brasil, isolamento no ambiente escolar, reinfecção, procedimentos eletivos em serviços de saúde, contágio pelo espirro/tosse.
17/03	-	Formas de contágio da COVID-19, uso de medicamento(s) e vitamina(s), procedimento em casos suspeitos, danos ao sistema respiratório.
19/03	800	Grupo de risco, sinais e sintomas, procura pelo serviço de saúde, situação do Brasil, distanciamento social.
20/03	400	Número de casos de COVID-19, isolamento social, uso de medicamento(s), vacina, distanciamento seguro.
23/03	800	Rotina no isolamento, quarentena, sinais e sintomas, procura ao serviço de saúde, medidas de prevenção para COVID-19, formas de contágio.
24/03	650	Número de casos de COVID-19, impacto nos sistemas públicos, grupo de risco, medidas de prevenção para COVID-19, isolamento ideal, reinfecção.
27/03	400	Número de casos de COVID-19, período de transmissão, testes, sinais e sintomas, reinfecção, impacto nos sistemas de saúde.
30/03	750	Procura ao serviço de saúde, sinais e sintomas, medidas de prevenção para COVID-19, formas de contágio, tratamento, testes.
15/04	1.400	Número de casos de COVID-19, isolamento social, evolução da doença, medidas de prevenção para COVID-19, contágio em jovens e crianças, formas de contágio, situação do Brasil.

Tabela 2. Descrição das atividades² do Projeto Hashtags no *Facebook* para imigrantes brasileiros. Boston, 2020.

Data	Tema	Meio de comunicação	Visualizações*
12/03	Gráfico sobre a pandemia	Reportagem	298
13/03	Mensagem destinada a mulheres	Panfleto digital	335
13/03	CoronaNews: Vamos conversar sobre o coronavírus?	Vídeo	251
14/03	CoronaNews: Vamos conversar sobre o coronavírus?	Vídeo	542
14/03	Supermercados vazios em Boston	Panfleto digital	365
15/03	O momento para agir é agora	Panfleto digital	138
15/03	Podemos vencer o corona	Panfleto digital	255
16/03	Distanciamento social pode salvar vidas	Reportagem	162
16/03	Junto venceremos o corona	Panfleto digital	120
16/03	CoronaNews: Sintomas do Coronavírus	Vídeo	620
16/03	CoronaNews: Crianças na prevenção do corona	Vídeo	497
16/03	Achatar a curva: fiquem em casa	Panfleto digital	167
17/03	Realidade em Boston após 10 dias de confinamento	Vídeo	669
17/03	CoronaNews: Entrevista na rádio	Vídeo	275
17/03	Juntos somos mais fortes	Panfleto digital	355
17/03	CoronaNews: Convocando Médicos e Pesquisadores	Vídeo	340
17/03	Profissionais de saúde, mudança de atitude	Vídeo	173
18/03	Discurso Organização mundial de saúde	Reportagem	129
18/03	Médico brasileiro relatando sobre Itália	Vídeo	250
18/03	Coronavirus Disease 2019	Reportagem	175
19/03	CoronaNews: Dicas de Prevenção do Coronavírus	Vídeo	140
21/03	Exemplo a seguir para se prevenir	Vídeo	163
21/03	Fique em casa: achate a curva	Panfleto digital	135
21/03	Exemplo de isolamento	Vídeo	380
22/03	Contando os dias de isolamento	Panfleto digital	204
22/03	Diário da sobrevivência no isolamento	Vídeo	442
23/03	Evite visitas	Panfleto digital	258
24/03	A ficha de vcs ainda não caiu	Panfleto digital	241
26/03	Formatura de Medicina em Boston	Panfleto digital	142
27/03	O exemplo da China	Panfleto digital	176
27/03	#fiqueemcasa	Panfleto digital	219
29/03	Orientação em caso de suspeita	Panfleto digital	490
30/03	Há quantos dias você está em casa?	Panfleto digital	159
31/03	NYT: Distanciamento Social é a solução	Panfleto digital	336
31/03	Revista Science	Reportagem	225
01/04	Realidade em Nova York	Panfleto digital	356
02/04	Trump recua e mantém o isolamento	Panfleto digital	202
02/04	Subnotificação no Brasil	Panfleto digital	264
02/04	Uso de máscara USA	Reportagem	283
02/04	Sobrecarga sistema funerário NY	Panfleto digital	148
03/04	Estamos em Guerra	Panfleto digital	214
03/04	Medidas de prevenção	Panfleto digital	259
05/04	Formas de transmissão	Panfleto digital	234
08/04	Intercambistas falam sobre a pandemia	Reportagem	208
15/04	Abraço Virtual	Panfleto digital	561

* Dados coletados em 23/04/2020

Resultados e Discussão

Para a descrição da experiência e avaliação do alcance das ações do Projeto Hashtags na região de Boston, utilizou-se a média de ouvintes por programa, visualização por postagens/*lives*, depoimento de ouvintes e registros de falas/questionamentos durante programas e treinamentos.

Quanto às intervenções na rádio, foram obtidos dados de audiência de sete das nove entrevistas, sendo 743 a média de ouvintes durante a transmissão do programa – dados fornecidos pela própria rádio. O programa também foi transmitido ao vivo pelo *Youtube*, no canal da rádio. A audiência de dois programas não foi computada por problemas técnicos da rádio. Os temas contemplados nos programas estão descritos na Tabela 1. Os assuntos mais recorrentes foram os relacionados às medidas de prevenção, sintomas da doença e possíveis tratamentos. A pesquisadora epidemiologista do Projeto Hashtags respondia tanto perguntas previamente enviadas por *WhatsApp* pelo radialista, quanto questionamentos remetidos por ouvintes – por *WhatsApp* -, para a rádio, durante a conversa ao vivo. As falas relatadas foram enviadas por mensagens para a página do *Facebook*, voluntariamente, por espectadores, até dois meses após as ações do Projeto Hashtags na rádio.

A ação na rádio – participação da coordenadora do Projeto Hashtags no programa Central da Manhã – ocorreu simultaneamente às primeiras medidas de isolamento na região de Boston, em concordância com estudos que demonstram ser o tempo de propagação das informações na comunicação de risco determinante na tomada de decisão da população como resposta ao enfrentamento à doença (Zhang et al., 2020). A veiculação na mídia é uma estratégia apropriada para a comunicação de risco, especialmente em situações de surto, por estar acessível constante e repetidamente em locais comuns (World Health Organization, 2020a; Husnayain et al., 2020).

Central da Manhã é um programa diário, apresentado por um reconhecido radialista brasileiro, que há 14 anos dialoga com a comunidade brasileira daquela região, fato que contribuiu sensivelmente para a primeira etapa das ações do Projeto Hashtags. Desta forma, considera-se que identificar e envolver pessoas em quem a comunidade confia no processo de comunicação de risco em saúde pode acelerar a tomada de decisão dessa população (World Health Organization, 2018).

Durante as entrevistas da epidemiologista do Projeto Hashtags na rádio, o público participou ao vivo por meio de comentários, perguntas e/ou relatos relacionados a situações familiares ou de pessoas próximas enviados via *WhatsApp*, o que tornou o programa interativo e assertivo na comunicação de risco.

Observa-se que informações fundamentais sobre a COVID-19 foram compreendidas e assimiladas como descrito a seguir:

“Aprendi o básico, as informações principais, o que é verdade e o que não era. Que devemos nos prevenir, com o quê e de que forma, por exemplo: com máscara, higienização, com informações diárias que eu penso serem básicas para todo mundo. Temos que lavar as mãos porque é um dos meios que mata mais o vírus (através da) água e sabão. E automaticamente levamos as mãos ao rosto sem sentir, e é um vírus que você pega em tudo (contraí de vários locais): porta, maçaneta, janelas, porta de carro. E, se alguém estiver contaminado, pode passar para você. Por isso, é importante lavar bem as mãos com água e sabão, principalmente embaixo das unhas e entre alianças e anéis. As informações ajudaram muito, esclarecendo muitos pontos. A quarentena é o isolamento, e esse é o ponto-chave de não contaminar outras pessoas ou de ser contaminado. Usar máscara na rua previne o vírus e evita contaminação nas suas lindas mãozinhas que tocam em tudo”.

“Aprendi muito sobre como me proteger e maneiras de higiene para me manter imune ao vírus. Precisamos lavar as mãos porque estamos o tempo todo tocando em maçanetas de portas, tocando em objetos vindos de outras pessoas e para mantermos nossas mãos sempre limpas. Através do programa de rádio aprendo diariamente a importância de estar em quarentena. É importante usar máscaras na rua para que eu proteja o

outro e também a mim mesmo". "Usar máscara em público diminui a propagação (de vírus) de doenças contagiosas, impede que os usuários toquem em seu rosto. Falei com minha esposa e meu filho de 13 anos. Comprei máscaras para minha família, quando saio para fazer compras, uso máscara, pratico o distanciamento social, monitorando minha saúde mais de perto, lavando as mãos com mais frequência".

Percebeu-se ainda, que a comunicação de risco durante o programa de rádio estimulou mudanças de hábitos e compartilhamento de informações sobre a COVID-19, principalmente entre familiares e amigos:

"Conversei com muita gente, com minhas irmãs, com as pessoas lá de casa, sobre todas as informações que acho super importantes, algumas são desnecessárias, mas a maioria que é importante eu vou repassando para outras pessoas, para meus grupos, para família em geral. Mudei meus hábitos, dentre eles, o mais triste é não poder abraçar, beijar, apertar a mão e sair na rua". "Tenho conversado (sobre as informações que aprendi na rádio) com amigos que converso, principalmente aqueles que estão resistindo usar a máscaras". "Conversei com os meus filhos, familiares e amigos sobre todas estas informações que são muito importantes e podem salvar vidas. Porque graças a Deus aqui nas pessoas do meu convívio nenhuma foi afetada".

Houve também quem buscasse na rádio fonte confiável de informações, como percebido na fala: "o conteúdo é importante porque as mentiras que rolam nas *social medias* (mídias sociais) atrapalham muito". O compartilhamento sobre as certezas e incertezas no que se refere à doença, pode corrigir lacunas de conhecimento entre os autores da notícia e os que a recebem (Husnayain et al., 2020), o que evita a divulgação de informações enganosas ou ambíguas e, conseqüentemente, previne estresse e pânico na comunidade (Ebrahim et al., 2020; Zhang et al., 2020). Neste mesmo sentido, um termo sugerido pela OMS, recentemente, para os equívocos de informação realçados na situação da pandemia foi a palavra "infodemia", definida como o aumento de informações associadas a um determinado assunto que propagam rapidamente devido a um evento específico (pandemia) e que, a partir de então, gera rumores, desinformações e manipulação da informação com intenção duvidosa. Este termo sinalizou a importância da propagação de informações confiáveis, em meio ao caos estabelecido pela situação do surto infeccioso da COVID-19 (World Health Organization, 2020b).

O que foi observado neste relato de experiência assemelha-se aos achados de Janes & Marques (2013) que estudaram a comunicação de risco em duas rádios comunitárias na cidade de São Paulo. Segundo o estudo, fatores como a participação comunitária e a confiança mútua entre seus membros, dentre outros, ressignificam a noção de risco, considerando seus próprios referenciais de vida e mitigação de riscos sanitários.

Quanto às postagens na mídia digital, foram compartilhados 13 vídeos, 7 reportagens e 25 panfletos virtuais, totalizando uma média de 279 visualizações por postagem, informação colhida em 23/04/2020. As postagens compartilhadas no *Facebook* estão descritas na Tabela 2. O *Facebook* - considerado a mídia social mais usada no mundo - ao ser utilizado como ferramenta para a divulgação de informações confiáveis, pode favorecer diferentes níveis de engajamento por parte da população, tanto no que se refere à consciência ou conhecimento em relação à informação, como no envolvimento dos cidadãos em programas de saúde, em que estes potencialmente podem participar como beneficiado ou voluntário nas ações (Voos & Marques, 2020).

Assim, pode-se inferir que veículos de comunicação, como a rádio, a televisão e, principalmente, as mídias sociais, são fundamentais para a divulgação de orientações e informações de interesse coletivo, e têm potencial para promover a educação em saúde e as mudanças de hábitos de vida.

O convite para assistir/participar da ação "Saúde e Segurança no Trabalho: treinamento para trabalhadoras domésticas - COVID-19" foi divulgado por meio de páginas no *Facebook* (Consulado Geral do Brasil em Boston e Grupo Mulher Brasileira, por exemplo), *Whatsapp* e *e-mails*. O treinamento transmitido em tempo real a partir do *Facebook* - sob a responsabilidade de cinco profissionais de saúde (dois integrantes do Projeto

Hashtags e três ligados a instituições parceiras no treinamento) - foi oferecido para trabalhadoras domésticas via plataforma *Zoom* - 15 trabalhadoras participaram em tempo real interagindo com os profissionais de saúde -, contabilizando 835 visualizações durante a transmissão. Houve exposição de aspectos fundamentais relacionados à prevenção da COVID-19 de maneira simples, compreensível e com o vocabulário familiar aos participantes. Um voluntário, que participava no *Zoom*, ficou responsável por selecionar as perguntas do *Facebook* que foram feitas aos profissionais de saúde. Alguns questionamentos foram respondidos, em virtude do limitado tempo de treinamento.

Tais questionamentos – realizados no treinamento oferecido para trabalhadoras domésticas - estavam relacionados essencialmente a medidas de prevenção (uso de máscara e luvas nas residências), medidas de higienização do material de trabalho, vacinas e o uso de medicação. Outras dúvidas evidenciadas foram sobre o distanciamento físico, por exemplo: quatro pessoas utilizavam o mesmo veículo para o deslocamento entre uma residência e outra; alguns apartamentos/casas pequenas impediam o distanciamento seguro entre residentes e trabalhadores. A falta de insumos para compra, como luvas, máscaras, papel e álcool, foi relatada como um potencial obstáculo para medidas adequadas de proteção.

Quanto ao treinamento para funcionários do Consulado Geral do Brasil em Boston, ocorrido em 10 de junho do mesmo ano, via plataforma *Zoom*, foi conduzido por dois profissionais de saúde, integrantes do Projeto Hashtags. Durante 60 minutos, houve a proposta de um bate-papo para sanar dúvidas pontuais sobre o retorno ao trabalho e outros aspectos relacionados à transmissão da doença. Foi utilizada uma linguagem acessível e compreensível, em língua portuguesa, para 15 funcionários do Consulado. Dentre as colocações, os funcionários temiam que, ao retornarem à rotina de trabalho, pudessem infectar seus familiares em isolamento. As orientações quanto aos meios de transmissão e prevenção da COVID-19 foram disponibilizadas com pertinência pela coordenadora do projeto. Foi percebido que os funcionários foram, de alguma forma, reconfortados e acolhidos durante a conversa.

Assim, como relatado pela literatura, a comunicação sólida, clara e contínua de informações, feita de maneira ininterrupta e oportuna é uma estratégia eficiente, que facilita a aceitação da população em um contexto como este (World Health Organization, 2020a; Husnayain et al., 2020). A divulgação de informações precisas e transmitidas à população em linguagem compreensível é uma maneira de garantir o engajamento da comunidade no processo de resposta à situação emergencial (Ebrahim et al., 2020; Zhang et al., 2020).

Experiências vividas com o Ebola e a Síndrome Respiratória Aguda Grave (SARS) demonstraram que a parceria com a comunidade imigrante e que a participação de pessoas da própria comunidade na comunicação de risco para tais grupos vulneráveis são fundamentais, pois permitem o desenvolvimento de uma relação de confiança, nem sempre possível com autoridades ou sistemas de saúde locais (San Lau et al., 2020).

As intervenções do Projeto Hashtags tiveram como vantagens serem de baixo custo e fácil aplicabilidade. As entrevistas de rádio foram realizadas a partir de chamadas telefônicas. As mídias sociais ou *Zoom* foram estratégias essenciais. Quanto aos desafios, pode citar: acompanhar as mudanças rápidas de informações sobre a disseminação do vírus e propagação da doença; orientar o público, tendo em vista as incertezas sobre detalhes que permeiam as medidas preventivas; o desconhecimento, naquele momento, sobre forma de ação do vírus no organismo; polêmicas sobre possíveis medicamentos para o tratamento da infecção e aqueles que precisariam ser evitados diante da contaminação. No entanto, a partir dos depoimentos de ouvintes da rádio e dos posteriores convites - de programas e instituições da comunidade brasileira na região de Boston – para que profissionais participantes do Projeto Hashtags dialogassem sobre a COVID-19 em programas, treinamentos, rodas de conversas, observou-se que, mesmo em formato piloto, o Projeto Hashtags de alguma forma cumpriu sua função no apoio a comunicação de risco para a mitigação da COVID-19. A equipe continua

engajada na missão de amparar a comunidade imigrante, em parceria com o Conselho de Boston, composto por integrantes da comunidade imigrante brasileira.

Um dos desdobramentos desta ação tem sido a criação de animações em português, inglês e espanhol para a comunicação sobre a disseminação do vírus e prevenção da doença, além de incentivo à vacinação e estímulo às interações sociais, ainda que em fase de isolamento físico³. Uma das limitações desta iniciativa foi a escassez de tempo para o planejamento organizado das ações, em face à situação emergencial. As ações não foram todas pensadas inicialmente, foram o produto da resposta contínua às necessidades observadas pelos pesquisadores, inseridos na comunidade imigrante brasileira.

Considerações finais

A comunicação de risco assertiva e direcionada à comunidade imigrante brasileira, como a realizada através do Projeto Hashtags na região de Boston, pode cooperar com planos de contenção e mitigação de doenças como da COVID-19. A ação de profissionais de saúde que falem o mesmo idioma e tenham características culturais semelhantes à determinada comunidade, sob a perspectiva da comunicação de risco, é fundamental para a construção da relação de confiança e propagação de orientações. O Projeto Hashtags conseguiu comunicar informações fundamentais sobre a COVID-19 em um momento extremamente delicado, como o início da pandemia. Por outro, de forma gradual, atuou no empoderamento de membros da própria comunidade no enfrentamento ao surto. Nessa perspectiva, sugere-se a união de esforços para a comunicação de risco em situação emergenciais por meio dos mais variados meios de comunicação e, concomitantemente, a busca pelo engajamento de populações que possam ser negligenciadas neste processo.

Agradecimentos

Gostaríamos de agradecer ao Consulado Geral do Brasil em Boston pelo apoio às iniciativas do nosso grupo desde 2017 e, ainda, pelo convite para auxiliarmos no retorno às atividades desta instituição através do compartilhamento de informação. Agradecemos também ao Grupo Mulheres Brasileiras que atua ativamente em favor desta comunidade considerada vulnerável. Em especial, ao radialista Eduardo Oliveira por estar presente no dia a dia da nossa comunidade, oferecendo informações confiáveis e em português para imigrantes brasileiros que, em grande parte dos casos, não compreende outro idioma.

Notas

1. Intervenções disponíveis em https://www.youtube.com/channel/UCZbY2FLfxVg7EqjypSW6ICA?view_as=subscriber
2. Intervenções disponíveis em <https://www.facebook.com/DraCamilaMaciel/>
3. Animações disponíveis em <https://www.youtube.com/watch?v=cVDihaL8HMc>

Contribuição de cada autor

Os autores C.M.O. e R.S.B. escreveram o texto final; C.M.O. e C.E.S. planejaram o projeto; M.B. e D.S. revisaram o projeto; C.M.O. atuou como coordenadora; C.E.S., C.M.O. e C.A.M.J. atuaram como orientadores para a escrita do manuscrito.

Referências

Berger, Z. D., Evans, N. G., Phelan, A. L., & Silverman, R. D. (2020). Covid-19: Control measures must be equitable and inclusive. *BMJ*, 368, m1141.

- Bermudez, B. E. B. V., Alvim, R. O., Soares, F. M., Gonçalves, A. B. C., Tizzot, E. L. A., Ulbrich, ... & Oliveira, C. M. (2017). The Baependi Little Heart Study: Strategies in child education related to cardiometabolic risk factors for reducing morbidity and mortality in a developing country. *Endocrinology & Metabolism International Journal*, 5(5), 1-4.
- Brito, R. S., Gonçalves, A. B., Soares, F. M., Tizzot, E. L. A., Bermudez, B. E. B. V., Mourão Júnior, C. A., ... & Oliveira, C. M. (2019). Recomendações de medidas preventivas sobre o vírus H1N1 através de ações educativas para o público infantil: Universidades Criativas em Ação. *Interfaces (UFMG)*, 7(1), 353-364.
- Coelho, P. D., Queiroz, H. K. G., Pereira, A. P. S., Vieira, P. P., Alvim, R. O., Mourão Júnior, C. A., & Oliveira, C. M. (2017). Práticas educativas relacionadas à saúde para crianças de 4 a 10 anos. Projeto Coraçõezinhos apaixonados: Um relato de experiência. *Extensão em Foco*, 1(13), 48-54.
- Ebrahim, S. H., Ahmed, Q. A., Gozzer, E., Schlagenhauf, P., & Memish, Z. A. (2020). Covid-19 and community mitigation strategies in a pandemic. *BMJ*, 368, m1066.
- Husnayain, A., Fuad, A., & Su, E. C. Y. (2020). Applications of google search trends for risk communication in infectious disease management: A case study of COVID-19 outbreak in Taiwan. *International Journal of Infectious Diseases*, 95, 221-223.
- Janes, M. W., & Marques, M. C. D. C. (2013). A contribuição da comunicação para a saúde: Estudo de comunicação de risco via rádio na grande São Paulo. *Saúde e Sociedade*, 22, 1205-1215.
- McCloskey, B., & Heymann, D. L. (2020). SARS to novel coronavirus—old lessons and new lessons. *Epidemiology & Infection*, 148, E22.
- Oliveira, C. M., Pereira, A. C., De Andrade, M., Soler, J. M., & Krieger, J. E. (2008). Heritability of cardiovascular risk factors in a Brazilian population: Baependi Heart Study. *BMC Medical Genetics*, 9(1), 32.
- Page, K. R., Venkataramani, M., Beyrer, C., & Polk, S. (2020). Undocumented US immigrants and Covid-19. *New England Journal of Medicine*, 382(21), e62.
- San Lau, L., Samari, G., Moresky, R. T., Casey, S. E., Kachur, S. P., Roberts, L. F., & Zard, M. (2020). COVID-19 in humanitarian settings and lessons learned from past epidemics. *Nature Medicine*, 26(5), 647-648.
- Voos, F. L., & Marques, M. C. D. C. (2020). A vigilância sanitária no Facebook: Potências e fragilidades da comunicação do risco sanitário na esfera digital. *Saúde e Sociedade*, 29(1) e181173.
- World Health Organization. (2018). *Comunicação de riscos em emergências de saúde pública: Um guia da WHO para políticas e práticas em comunicação de risco de emergência*. Genebra: Organização Mundial da Saúde (WHO). Recuperado de <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/259807/9789248550201-por.pdf?ua=1>
- World Health Organization. (2020a). *Risk communication and community engagement (RCCE) readiness and response to the 2019 novel coronavirus (2019- nCoV): interim guidance, 20 January 2020*. [S. I.]: World Health Organization (WHO).
- World Health Organization (2020b). *Managing the COVID-19 infodemic: Promoting healthy behaviours and mitigating the harm from misinformation and disinformation*, 23 September 2020. . [S. I.]: World Health Organization (WHO).
- Zhang, L., Li, H., & Chen, K. (2020). Effective risk communication for public health emergency: Reflection on the COVID-19 (2019-nCoV) outbreak in Wuhan, China. *Healthcare Multidisciplinary Digital Publishing Institute*. 8(1), 64.

Como citar este artigo:

Oliveira, C. M. de, Brito, R. S., Balcells, M., Sommer, D., Mourão Júnior, C. A., & Siqueira, C. E. (2021). Projeto Hashtags: Comunicação de risco para COVID-19 na comunidade imigrante brasileira em Boston. *Revista Brasileira de Extensão Universitária*, 12(2), 147-156. <https://periodicos.uffs.edu.br/index.php/RBEU/article/view/11694/pdf>
