



## RELATO

# **PROJETO CORONAVIDAS – CONECTANDO PESSOAS PARA SALVAR VIDAS: UMA EXPERIÊNCIA COMUNICACIONAL NO ENFRENTAMENTO À PANDEMIA**

**Fernanda Vasques Ferreira<sup>1</sup>**

**Sheila Moreira<sup>2</sup>**

**Nilmar de Souza<sup>3</sup>**

**Leandro Brito Santos<sup>4</sup>**

## RESUMO

O projeto *Coronavidas – Conectando pessoas para salvar vidas* foi desenvolvido a partir de março de 2020 com foco na produção de protetores faciais (face shields) para doação aos profissionais de saúde que atuavam na linha de frente de combate ao coronavírus. A proposta nasceu de um coletivo social de pesquisadores integrantes de instituições públicas e privadas de ensino, sociedade civil, profissionais de diferentes áreas do conhecimento, voluntários e representantes do setor produtivo. Para tal, foi necessário desenvolver estratégias de comunicação para divulgação do projeto, buscar apoio e engajamento da sociedade civil e instituições com foco na ampliação da produção e estreitar o vínculo de pesquisadores com a imprensa. Esse relato traz o registro das ações de comunicação realizadas para divulgação e transparência da ação voluntária e de extensão que conseguiu pautar a imprensa.

## PALAVRAS-CHAVE

*Coronavidas. Comunicação. Assessoria de Comunicação. Covid-19. Face Shields.*

## INTRODUÇÃO

O presente relato narra a experiência do *Projeto Coronavidas – Conectando pessoas para salvar vidas* teve como objetivo produzir e doar protetores faciais (*faceshields*) a profissionais de saúde que estavam na linha de frente do combate ao novo coronavírus na rede pública de saúde com foco nas estratégias de

---

<sup>1</sup> Doutora em Comunicação pela Universidade de Brasília (UnB). Professora adjunta da Universidade Federal do Oeste da Bahia (UFOB). E-mail: fernanda.jornalista82@gmail.com

<sup>2</sup> Pós-graduada em História, Sociedade e Cultura pela PUC-SP, Jornalista pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP) e discente em Marketing Digital (MBA) pela Universidade Anhembí Morumbi. E-mail: sheilasamoreira@gmail.com

<sup>3</sup> Doutor em Mecatrônica pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Professor da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB). E-mail: nilmar@ufrb.edu.br

<sup>4</sup> Doutor em Modelagem Computacional e Tecnologia Industrial (SENAI CIMATEC). Professor da Universidade Federal do Oeste da Bahia (UFOB). E-mail: lbsantos@ufob.edu.br.



assessoria de comunicação adotadas pelo *Coronavidas*. O projeto teve início a partir da formação de um coletivo formado por pesquisadores de instituições públicas e privadas de ensino, sociedade civil, voluntários, profissionais de diferentes áreas do conhecimento e de representantes do setor produtivo de diferentes regiões do país que somaram esforços para produzir e fazer chegar os protetores faciais aos profissionais de saúde.

É importante retomar que, em março, no momento de formação desse coletivo que, posteriormente foi cadastrado como ação de extensão na Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB), a Organização Mundial de Saúde (OMS) já havia declarado emergência sanitária classificada como pandemia e, no Brasil, já tínhamos confirmado o primeiro caso e a primeira morte por Covid-19.

Ainda não havia um planejamento claro por parte das autoridades de saúde brasileiras com foco na prevenção à infecção e, ao mesmo tempo que instituições de ensino da Rede Federal de Educação suspendiam suas atividades presenciais, profissionais de saúde em todo o país sofriam com a falta de acesso aos Equipamentos de Proteção Individuais (EPIs), entre eles: máscaras, aventais, protetores faciais, álcool em gel, entre outros. Especialmente em relação às barreiras de proteção facial, os insumos como acetato (para produção da viseira) e o polímero (para a produção das hastes e suporte para a viseira) se tornaram recursos escassos e, quando encontrados no mercado, passaram a custar três ou quatro vezes mais que o valor de mercado antes da pandemia.

Foi nesse contexto que se fez necessário traduzir o trabalho do projeto, *Coronavidas – Conectando pessoas para salvar vidas*, que surgiu na Bahia, por meio de conteúdos jornalísticos que pudessem alcançar a sociedade, buscar engajamento e apoio, divulgar o trabalho científico e extensionista realizado pelas universidades brasileiras e cumprir seu objetivo principal: proteger vidas humanas. Portanto, esse trabalho consiste em narrar essa trajetória de extensão e pesquisa que culminou na produção de 220 mil *faceshields*, e acreditamos que os números são maiores pois com o modelo disruptivo deste projeto, os hubs são independentes assim como a sua produção.



A boa atuação de uma assessoria aumenta a visibilidade pública da organização e pode trazer efeitos mercadológicos e políticos predeterminados. [...] Já a imprensa não apenas utiliza as informações como parte do processo natural de captação da notícia (divulgando o que a organização deseja (se passar pelos mecanismos de filtragem) [...] dando credibilidade à notícia que veicula. [...] (DUARTE, 2003, p. 90)

## **AÇÕES DE COMUNICAÇÃO**

### **1.1 Produção de releases e divulgação para a imprensa**

A primeira iniciativa de comunicação desenvolvida no âmbito do projeto foi compreender as questões fundamentais do projeto que impactam a vida das pessoas, responder às questões fundamentais do *lead* jornalístico e buscar ganchos com a agenda temática do momento brasileiro. O primeiro *release* foi desenvolvido com o objetivo de apresentar o projeto *Coronavidas* à sociedade, à imprensa e a possíveis parceiros que tivessem interesse de participar, doar, atuar na logística e distribuição dos protetores faciais. Inicialmente, o trabalho foi desenvolvido pela primeira autora deste trabalho que, posteriormente buscou apoio e engajamento de estudantes de graduação da Universidade Federal do Oeste da Bahia (UFOB) e de jornalista, também autora desse relato que atua na área de produção de conteúdo para o segmento industrial, entre outros.

O release geralmente consta de apenas uma folha, com texto na estrutura jornalística padrão (título, lide e formato pirâmide invertida) com a indicação de um responsável pelas informações e é distribuído gratuitamente a veículos de comunicação e jornalistas que, supõe-se, podem interessar-se pelo assunto e transformá-lo em notícia. (DUARTE, 2003, p. 292)

A partir disso, consideramos a explicação de Lara (2007) sobre as sete portas para a comunicação pública. A primeira delas, segundo o autor, é a imprensa, pautada pela relação com os veículos de comunicação e por onde circulam a informação e os jornalistas. O nosso objetivo com a produção do release foi atender ao direito de acesso da sociedade à informação pelo viés do interesse público, pelo caráter de novidade, exclusividade e adequação aos meios de comunicação, conforme Duarte (2003) e Lara (2007). É preciso salientar que a atividade jornalística foi impactada sobremaneira pela pandemia conforme (Ferreira e Varão, 2020) nos



esclarecem demonstrando que o *modus operandi* do jornalismo sofreu alterações a partir da situação-limite imposta pela infecção pelo novo coronavírus.

O passo seguinte foi conseguir alcançar os diferentes veículos de comunicação e jornalistas. Para tal, buscamos atualizar os contatos com a imprensa, inicialmente, da Bahia e, posteriormente, em nível nacional. Os contatos foram feitos principalmente por meio do *software* WhatsApp e e-mail para onde foram enviadas as diferentes versões dos *releases* à medida que o projeto ia se atualizando.

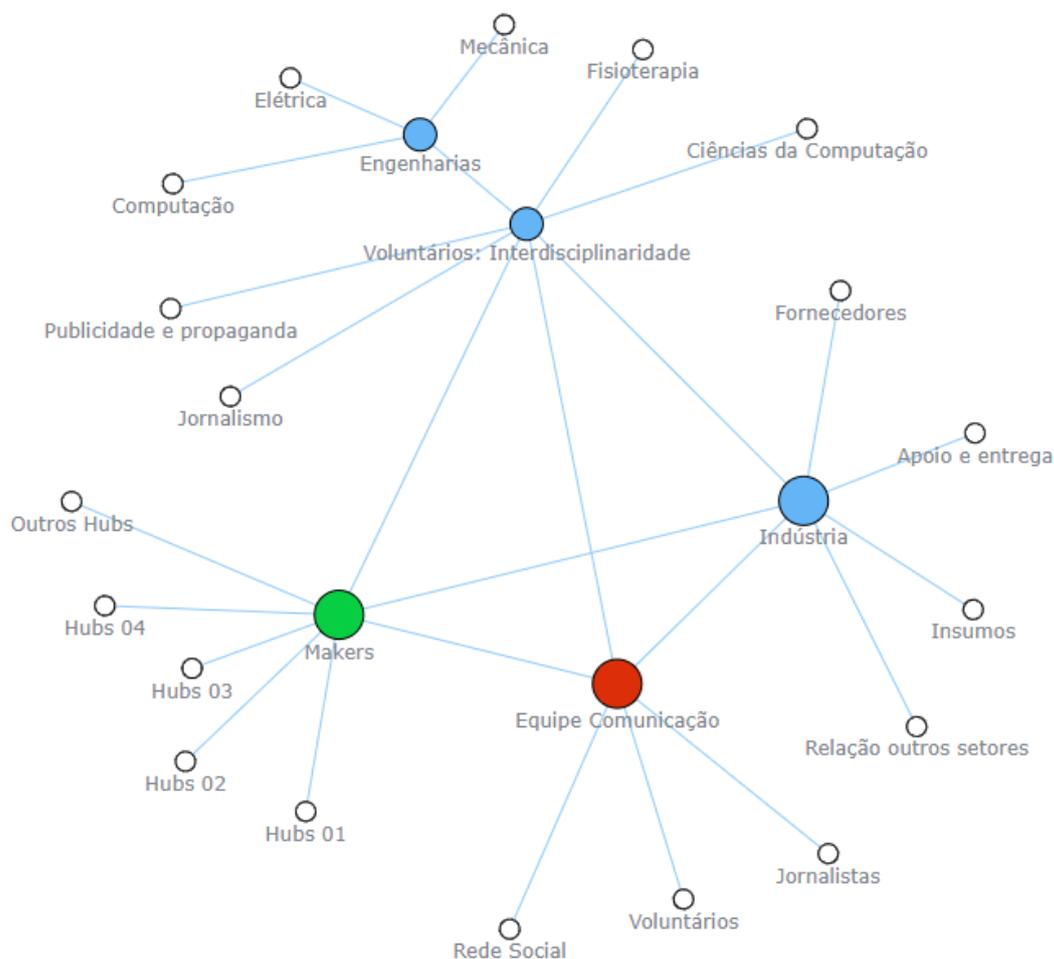
## **1.2 Transparência das ações nas redes digitais**

A partir do momento que o coletivo se estabeleceu, a equipe sempre se preocupou com a divulgação e transparência das ações. Para isso, foi criado o site, um perfil no Facebook e o Instagram do projeto. O site teve um papel mais burocrático no sentido de apresentar as estruturas do projeto (*hubs* de trabalho) e de captar as doações feitas pela sociedade civil e empresas com links para as páginas de recepção das doações para destinação à compra de insumos. Já a conta @coronavidasoficial do Instagram<sup>5</sup> e do Facebook teve um papel bastante dialógico com a sociedade no sentido de apresentar as conquistas do projeto, a produção, as entregas realizadas, as impressões daqueles profissionais e instituições que receberam os protetores faciais e o clipping das notícias veiculadas e publicadas sobre o projeto, resultado da ação do trabalho da equipe de assessoria de comunicação. Esses canais digitais de comunicação permitiram agregar voluntárias que, de forma independente, contribuíram para a execução de cada etapa ou tarefa, conforme os conhecimentos técnicos e experiência. A representa as relações entre os grupos de voluntários e o papel da comunicação.

Figura 01. Relação entre os grupos de voluntários.

<sup>5</sup> Até o fechamento desse trabalho, a rede contava com mais de 580 seguidores e 337 publicações.





Fonte: Autores.

### 1.3 Pesquisadores, jornalistas, voluntários e o relacionamento com a mídia

Uma das atividades desenvolvidas pela equipe de comunicação foi o estreitamento da relação entre pesquisadores das mais diferentes áreas e os jornalistas que atuavam nos diferentes meios e veículos de comunicação. A iniciativa teve um caráter de “treinamento” para os profissionais de áreas como: Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Fisioterapia, Ciência da Computação, das Engenharias da Computação, Elétrica e Mecânica. Preocupamo-nos em estabelecer um diálogo respeitoso e profícuo entre os cientistas que integravam o projeto e entre os jornalistas. Podemos citar como exemplo de orientações dadas: explicar a importância de atender à imprensa com prestatividade e



disponibilidade; de serem pontuais com relação às entrevistas marcadas, sobretudo para emissoras de televisão e rádio que têm particularidades de grade de programação; com relação à tradução do conhecimento principalmente porque ao conceder entrevista aos jornalistas estariam falando diretamente com a população – de todas as faixas etárias, classes sociais, gênero e níveis de conhecimento; da importância de apresentarem números globais e serem claros nas respostas, buscando objetivar suas falas, numa constante adaptação do discurso científico para o discurso midiático.

Não podemos afirmar que realizamos um *media training* com nossos pesquisadores porque isso exigiria método e tempo. A situação de emergência sanitária imposta por ocasião da Covid-19 não nos permitiu atuar nesse sentido, principalmente porque o tempo era um inimigo da saúde. Nossa equipe chegou a trabalhar mais de 18h por dia para produzir protetores, atender às demandas das instituições, firmar parcerias, estender o projeto a outros estados, atender à imprensa, produzir conteúdo, gerar engajamento, fazer clipagem das notícias, entre outras atividades.

## CONCLUSÃO

O projeto *Coronavidas – Conectando pessoas para salvar vidas* foi uma ação citada na aula magna do professor Marcelo Moreti, na PUC- SP<sup>6</sup>, como um projeto disruptivo que representou a união de pessoas das mais diferentes áreas e segmentos para dar respostas imediatas à pandemia da Covid-19. O papel da comunicação nesse percurso se mostrou fundamental e indispensável para garantir que pessoas conhecessem o projeto, divulgassem suas ações, fizessem doações, para que empresários pudessem firmar parcerias e igualmente atuar no ecossistema produtivo dos protetores faciais. A atividade de assessoria de comunicação voluntária buscando dar visibilidade e transparência ao projeto

<sup>6</sup> Aula Magna mediada pela professora Lúcia Santaella com o professor Dr. Marcelo Moret e Roberto Pacheco em 19 de agosto de 2020 cujo tema foi: Por que e como avaliar os PEPGs. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=zZr-5a3L20M> Acesso em 20 jun. 2021.



garantiu que, em um momento de restrições, de dificuldade de acesso a insumos, de falta de EPIs no mercado para profissionais de saúde, num contexto de dúvidas e incertezas sobre a doença, de disseminação de notícias falsas sobre a doença e sua forma de prevenção, a ajuda – na forma das *faces shields* e na divulgação da informação científica, do papel da pesquisa, extensão e das universidades públicas fossem reafirmados diante da sociedade. Sobre esse último, o Painel Coronavírus de Monitoramento da Rede Federal de Educação mostra dados quantitativos do trabalho feito pelas universidades públicas no contexto pandêmico.

## REFERÊNCIAS

CORONAVIDAS. **CORONAVIDAS - CONECTANDO PESSOAS PARA SALVAR VIDAS.** www.coronavidas.net Acesso em: 20 jun. 2021.

DUARTE, Jorge. **Release: História, Técnica, Usos e Abusos.** In: DUARTE, Jorge (Org.) Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica. São Paulo: Atlas, 2003.

DUARTE, Jorge. **Assessoria de imprensa no Brasil.** In: DUARTE, Jorge (Org.) Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica. São Paulo: Atlas, 2003.

LARA, Maurício. **As sete portas da comunicação pública: como enfrentar os desafios de uma assessoria.** Belo Horizonte: Gutenberg, 2007.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Painel Coronavírus: Monitoramento na Rede Federal de Educação.** 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/mec/pt-br/coronavirus/> Acesso em: 20 jun. 2021.