

CONEXÃO SAÚDE

DE OLHO NA COVID



MOBILIZAÇÃO E COMUNICAÇÃO DO PROJETO CONEXÃO SAÚDE NA MARÉ: UMA EXPERIÊNCIA DE INOVAÇÃO E ESCUTA

UM PROCESSO COLETIVO DE REFLEXÃO, ESCUTA E MOBILIZAÇÃO

Este documento é fruto da reflexão coletiva sobre a experiência de mobilização e comunicação do projeto Conexão Saúde - de Olho na Covid na Maré, que nasce com o objetivo de implementar um modelo de vigilância em saúde para favelas durante a pandemia.

Na Maré, esta iniciativa nasce a partir da campanha Maré diz Não ao Coronavírus, desenvolvida pela Redes da Maré - organização que, entre outras coisas, foi responsável pela condução das estratégias e ações de mobilização e comunicação do Conexão Saúde no território.

O presente documento apresenta os produtos, estratégias, aprendizados, erros e acertos do processo e reforça a potência do trabalho a partir da escuta contínua de moradores e o permanente e estreito diálogo entre as equipes responsáveis pela mobilização, articulação e comunicação do território.

Mais do que um relatório, produzimos um registro analítico desta experiência - focado na mobilização e na comunicação do projeto - construída a partir do enraizamento da Redes da Maré no território, mas também da estruturação de parcerias institucionais e locais e das respostas aos desafios colocados pela situação imposta pela pandemia do novo coronavírus.

Esperamos, ao compartilhar esse material, subsidiar e inspirar outras equipes e projetos em suas estratégias de comunicação, assim como fomos profundamente inspirados pelas múltiplas trocas e auxílios que tivemos durante esta caminhada.

Equipe de mobilização e comunicação do Conexão Saúde - De Olho na Covid na Maré



ÍNDICE

Histórico do projeto: como tudo começou

Colocando o trem nos trilhos: estrutura e fluxo do trabalho

Comunicação no território: morador é o público prioritário

A voz das ruas: a escuta como diferencial estratégico e metodológico de comunicação

Fato ou fake? Informação responsável e combate à desinformação

Produção de dados e conhecimentos sobre a pandemia na Maré

Outras estratégias de escuta: pesquisas de opinião e grupos focais

Comunicação institucional: linkando parcerias e agregando outros públicos

Lições aprendidas e novas expertises

Edição interativa, clique e navegue pelas páginas



1. HISTÓRICO DO PROJETO: COMO TUDO COMEÇOU



Douglas Lopes/Redes da Maré

Com o início da pandemia da Covid-19, a Redes da Maré reorganizou a sua atuação no território a partir do novo e imenso desafio imposto globalmente e que impactou de forma ainda mais cruel as populações de favelas e periferias.

Partindo de um trabalho contínuo de mobilização e escuta dos moradores, a Redes da Maré pode responder às urgências que se apresentaram, criando em tempo recorde a campanha **Maré diz Não ao Coronavírus**. Foram implementadas ações emergenciais, como distribuição de cestas básicas e máscaras caseiras para moradores, refeições para pessoas em situação de rua, equipamentos de proteção individual para profissionais de saúde e desinfecção de ruas, entre várias outras.

Logo no início, foi criada a campanha de comunicação **Se Liga no Corona**, a partir de uma parceria da Redes da Maré e outras organizações de favelas com a Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), instituição referência em pesquisa, promoção, comunicação e inovação em saúde pública no País.

A campanha produziu uma série de conteúdos com linguagem simples, didática e acessível para esclarecer os moradores de favelas e periferias sobre a propagação do vírus - ainda em um momento onde pouco se sabia sobre a transmissão, prevenção e gravidade da doença.

No entanto, o agravamento da pandemia, com aumento de casos e óbitos na Maré, impôs à Redes da Maré a necessidade de dar um passo ainda maior e articular um projeto estruturado e integrado, que pudesse impactar diretamente na saúde da população. Assim, por meio da já existente e histórica parceria com a Fiocruz foi possível reunir outras organizações interessadas em construir um projeto de vigilância em tempos de pandemia para territórios de favelas.

Desta articulação, foi criado o projeto **Conexão Saúde - De Olho na Covid**, reunindo Redes da Maré, Conselho Comunitário de Manguinhos, Fiocruz, Dados do Bem, SAS Brasil e União Rio para atuar nos territórios da Maré e de Manguinhos. O projeto foi organizado em torno de quatro eixos: Vigilância em Saúde, Assistência, Gestão e Comunicação.

Logo no início, foi criada a campanha de comunicação **Se Liga no Corona**, a partir de uma parceria da Redes da Maré e outras organizações de favelas com a Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), instituição referência em pesquisa, promoção, comunicação e inovação em saúde pública no País

2. COLOCANDO O TREM NOS TRILHOS: ESTRUTURA E FLUXO DO TRABALHO

Dentro do projeto, a Redes da Maré ficou responsável - entre outras ações em diferentes frentes - em produzir os comunicados e orientações sobre a pandemia, além da estratégia de divulgação dos serviços oferecidos para os moradores.

Para isso foi criado um núcleo de comunicação do projeto - primeiramente com o apoio direto do núcleo de comunicação institucional da Redes da Maré e, posteriormente, com uma equipe fixa e específica do Conexão Saúde - De Olho na Covid, com profissionais de jornalismo, audiovisual e design.

Esta equipe, que teve uma coordenação geral, atuou durante todo o tempo lado a lado com a frente de mobilização e articulação no território. A equipe teve autonomia na produção de materiais e nas decisões em questões cotidianas de comunicação do projeto - assegurando maior agilidade em respostas aos muitos desafios apresentados pela situação crítica da pandemia.

Durante todo o período, as ações da comunicação foram ancoradas institucionalmente em um Grupo de Trabalho (GT) formado por representantes das organizações parceiras. O GT funcionou como um órgão consultivo - e em questões estratégicas, também deliberativo - que norteou e chancelou as atividades

de comunicação do Conexão Saúde - De Olho na Covid.

Um planejamento estratégico de comunicação - atualizado em momentos-chave e de acordo com as necessidades impostas pela pandemia - orientou as ações da equipe tanto nas peças e mensagens produzidas para o território quanto na comunicação institucional com parceiros, poder público, pesquisadores e imprensa.

Para que as peças de comunicação do projeto fossem reconhecidas facilmente pelos moradores, foi criada uma identidade visual que norteou todos os materiais produzidos - criando uma linguagem própria que representasse o conjunto de parceiros do Conexão Saúde.

A partir dos alinhamentos gerais e estratégicos - feitos com parceiros e internamente, com a comunicação institucional da Redes da Maré -, um fluxo de trabalho foi definido e, a partir do início de 2021, foram realizadas reuniões periódicas, semanais, entre as coordenações para alinhamento das estratégias e definição de prioridades.

Muitas demandas pontuais também eram definidas no grupo de WhatsApp criado especificamente para assuntos da comunicação e em conversas bilaterais ou reuniões com as pessoas diretamente envolvidas em determinada tarefa.



Gabi Lino/Conexão Saúde

Para que as peças de comunicação do projeto fossem reconhecidas facilmente pelos moradores, foi criada uma identidade visual que norteou todos os materiais produzidos - criando uma linguagem própria que representasse o conjunto de parceiros do Conexão Saúde.



3. COMUNICAÇÃO NO TERRITÓRIO: MORADOR É O PÚBLICO PRIORITÁRIO



Um dos principais desafios de comunicação do projeto foi levar as novas informações que o momento exigia, com agilidade, para os moradores da Maré - público-alvo e principal destinatário das peças e mensagens produzidas.

Nos primeiros meses, o principal objetivo de comunicação foi informar os moradores sobre a existência dos serviços oferecidos pelo projeto: testagem RT-PCR e sorológico, consultas médicas e psicológicas online (telessaúde) e o inédito Programa de Isolamento Doméstico Seguro.

De faixas e cartazes em pontos estratégicos a carros de som circulando em ruas de maior movimento, passando por comunicação com megafones, panfletos, banners, lambes colados nas principais vias das favelas e peças digitais, uma série de materiais foi produzida para informar os moradores da Maré sobre os serviços gratuitos disponíveis no território e orientá-los quanto ao acesso.

Locais de maior circulação, como os pontos de mototáxi, motoristas particulares e de vans, feiras, comércios, igrejas e as principais ruas de entrada e saída da favela também receberam atenção especial dos comunicadores do território, em especial no primeiro momento da pandemia. Em todos estes locais, foram reforçadas as mensagens sobre cuidados básicos, uso correto da máscara, limpeza das mãos e riscos da doença.

Os folders, com detalhes e orientações sobre os serviços, foram distribu-

idos durante todo o período de execução do projeto: na abordagem aos moradores nas ruas, porta-a-porta e disponibilizados nas instituições do território, como associações de moradores, ONGs e postos de saúde, além do Galpão Ritma.

As redes sociais foram uma ferramenta fundamental na comunicação com os moradores. As peças produzidas foram disseminadas nos perfis da Redes da Maré no Instagram, Twitter e Facebook - além de serem enviadas em grupos de WhatsApp frequentados por moradores da Maré.

Vídeos gravados pelos articuladores de campo e veiculados nos Stories tanto do Instagram quanto do Facebook, com mensagens de prevenção e avisos sobre o funcionamento dos serviços, também foram utilizados como estratégia de comunicação com os moradores.

TESTE GRÁTIS de coronavírus mais perto de você!
Além do Galpão Ritma, o Conexão Saúde está atendendo em outros pontos da Maré.

Confira a agenda:

- 2ª feira - Marçílio Dias**
Associação de Moradores - Avenida Lobo Júnior, 85
Das 7 às 13 horas
- 3ª e 5ª feira - Vila do Pinheiro**
Ciep Ministro Gustavo Capanema - Via AL 1, 117
Das 7 às 13 horas
- 4ª feira - Nova Maré**
Linha Cultural Herbert Vienna - Rua Esmeraldo Alencar, 117
Das 7 às 13 horas
- Domingo - Parque Maré**
Galpão Ritma - Rua Teixeira Ribeiro, 521
Das 9 às 16 horas

Outra estratégia utilizada para que as informações chegassem de maneira ainda mais assertiva até os moradores foi a parceria com o jornal comunitário Maré de Notícias - sobretudo depois que a versão impressa voltou a circular, em setembro de 2020. Como a capilaridade do veículo no território é enorme - ele é distribuído mensalmente porta-a-porta para os mais de 48 mil domicílios da Maré - as reportagens e anúncios veiculados no jornal sobre o projeto reforçaram as informações e esclarecimentos prestados pelos articuladores de campo e das peças disseminadas nas redes sociais.

Somadas às informações dos serviços oferecidos, foram amplamente divulgados pelo jornal dados e números relativos à pandemia na Maré: óbitos, novos casos, evolução da vacinação, e dados produzidos pelo projeto sobre os atendimentos - em uma parceria de conteúdo com o boletim Conexão Saúde - De Olho no Corona.

Entrevistas com especialistas e lideranças publicadas no boletim foram reproduzidas com exclusividade pela versão digital do jornal, o Maré Online, além da produção de reportagens e artigos baseados nos dados divulgados pela publicação do projeto. Em algumas ocasiões, foram produzidos lambes do Maré de Notícias em parceria com o Conexão Saúde - De Olho na Covid, apresentando dados e fatos relativos à pandemia pela Maré.

Outro veículo que dialogou sobre a pandemia com públicos de dentro e fora da Maré, foi o podcast "Maré em tempos de Coronavírus". Apresentado pela diretora da Redes da Maré Eliana Silva, o podcast

teve 40 edições, esclarecendo e informando, com dados e especialistas convidados, sobre assuntos relativos à pandemia, tais como vacinação, saúde mental, novas variantes, uso de máscaras e prevenção. Temas que tangenciam o cotidiano dos moradores, tais como violência armada, fome e volta às aulas no contexto da pandemia também foram tratados nos episódios.

Embora a produção do podcast tenha sido exclusiva da comunicação institucional da Redes da Maré, sem a participação direta da equipe do projeto, as pautas e temas tratados complementaram e fortaleceram mensagens e dúvidas abordadas nos materiais de comunicação do Conexão Saúde - agregando conteúdos confiáveis sobre a pandemia aos moradores da Maré e mesmo para públicos de fora da favela.

**ORTOPEDIA
OTORRINO
PEDIATRIA
PSIQUIATRIA
E OUTRAS
ESPECIALIDADES**

(21) 99271-0554

(SAS BRASIL)

No Maré de Notícias, foram amplamente divulgados dados e números relativos à pandemia na Maré: óbitos, novos casos, evolução da vacinação, e dados produzidos pelo projeto sobre os atendimentos - em uma parceria de conteúdo com o boletim Conexão Saúde - De Olho no Corona.

MARÉ DE NOTÍCIAS

AUMENTAM EM 144% OS CASOS DE COVID-19 NA MARÉ

Até o fim de março, eram 1845 casos e 173 marceenses mortos pela doença.

As favelas do Rio têm mais casos de covid do que 130 países.

USAMÁSCARAMORADOR

141 CASOS - JANEIRO

170 CASOS - FEVEREIRO

270 CASOS - MARÇO

“Era uma pessoa que trabalhou a vida toda para pagar a escola dos filhos, me lembro que ela sempre deixava a casa limpa. Hoje, o marido arruma a casa como se estivesse esperando por ela”
Néia Queiroz, viúva de João Lopes, de 70 anos, vítima de covid

“Está sendo muito difícil entender por que isso aconteceu, por ser uma pessoa que tinha tanta vontade de viver”
Thaysa Lucendo ainda chora a morte por covid do primo Paulo Sérgio dos Santos, de 47 anos

“Meu pai me ensinou tudo o que pôde. Para a família, ele sempre vai existir em nossas orações”
Leonardo de Costa Pereira, um dos quatro filhos de Antônio Pereira, 52 anos, uma das 173 vítimas de covid na Maré.

Conexão Saúde/Redes da Maré



4. A VOZ DAS RUAS: A ESCUTA COMO DIFERENCIAL ESTRATÉGICO E METODOLÓGICO

A escuta atenta das necessidades, dúvidas e prioridades dos moradores da Maré foi um dos grandes pilares do trabalho de comunicação do projeto. A escolha da equipe de articuladores de campo e comunicadores no território, formada em sua maioria por moradores da Maré, fez parte desta estratégia e foi fundamental para o êxito das ações.

Além de trazer a sua própria vivência e percepção da favela, estes profissionais eram porta-vozes das dúvidas, medos e posicionamentos de familiares e amigos em relação à pandemia - assegurando lastro sobre o que estava sendo falado e sentido no território para as discussões, criação de narrativas e produção de materiais do projeto.

Desta forma, visitas porta-a-porta, trocas com os moradores e conversas com comerciantes, motoboys e lideranças do território, garantiram aos articuladores uma percepção afiada de tendências comportamentais, temas relevantes, dúvidas sobre a pandemia, tons das mensagens e elementos que proporcionaram maior assertividade às peças de comunicação.

Além disso, os articuladores fizeram visitas periódicas a instituições da Maré, como igrejas, associações de moradores, ONGs, unidades de saúde e escolas, com

o objetivo de esclarecer sobre os serviços oferecidos pelo projeto, disponibilizar materiais informativos (folders, panfletos, cartazes e banners) e insumos (máscaras, álcool em gel, totens de álcool em gel, equipamentos de proteção individual etc) e engajar lideranças locais no esclarecimento sobre cuidados necessários e de dúvidas sobre o vírus.

A partir de dados sobre casos positivos em determinada localidade, queda do número de pessoas testadas e atendidas em determinada região e demandas levadas até os articuladores pelos moradores eram desenhadas estratégias de distribuição de materiais e insumos.



Gabi Lino/Conexão Saúde

Visitas porta-a-porta, trocas com os moradores e conversas com comerciantes, motoboys e lideranças do território, garantiram aos articuladores uma percepção afiada de tendências comportamentais, temas relevantes, dúvidas sobre a pandemia, tons das mensagens e elementos que proporcionaram maior assertividade às peças de comunicação



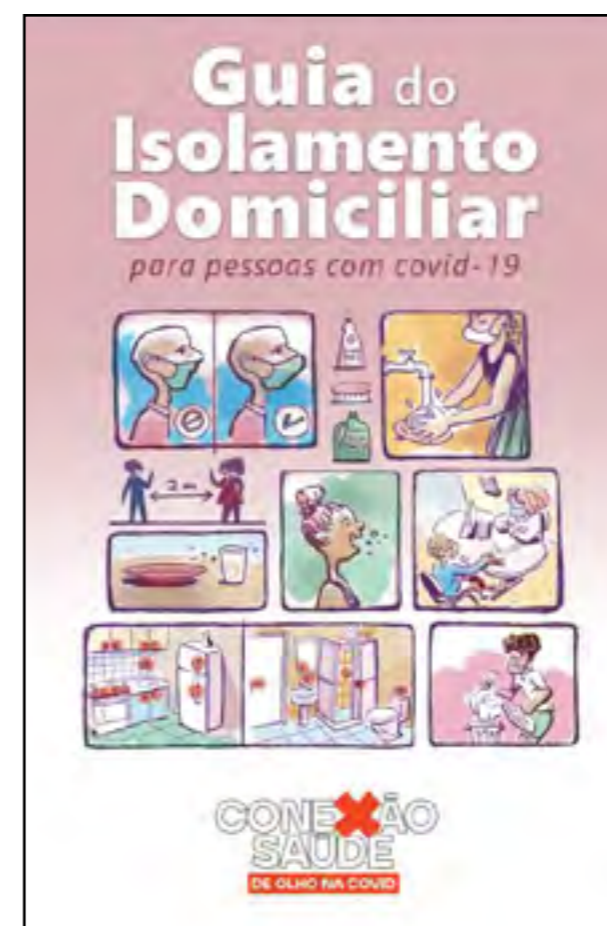
Ações específicas em locais de difícil acesso e territórios sensibilizados (com baixa renda, falta de água e saneamento básico, alto índice de confrontos armados e evasão escolar), como a Favela da Galinha, e ações como a colagem de lambes em locais distantes do Centro de Testagem, como Marcílio Dias e Conjunto Esperança, foram decididas a partir destes retornos e percepções.

A identificação de necessidades dos moradores impactou também na logística geral do projeto, como a instalação de tendas móveis de testagem para atender pessoas que moravam longe do Galpão Ritma, onde funcionava a Tenda de Testagem da Maré.

O fluxo das informações entre as equipes de articuladores e da comunicação,

era feito a partir de reuniões semanais onde eram relatadas as questões colhidas nas ruas. Com as devolutivas dos articuladores de campo, foram definidas estratégias de comunicação e realizadas avaliações dos materiais impressos, digitais e em vídeo em circulação para entender a aderência entre os moradores, promover ajustes de linguagem e definir novos assuntos a serem tratados.

A equipe também passou por formações continuadas sobre a pandemia não apenas na Maré, mas na Capital, no Brasil e no mundo e sobre temas que perpassam a vida dos moradores da Maré, como segurança pública, educação e segurança alimentar - com o objetivo de compreender ainda mais a realidade e as questões que afetam o território e os contextos que as cercam. Houve ainda a



preocupação em apresentar com mais profundidade a atuação da Redes da Maré e os equipamentos e recursos disponíveis no território, tanto públicas quanto de outras instituições

Outra frente de coleta de impressões e necessidades dos moradores em tempo real, foi a integração da equipe de mobilização com o Programa de Isolamento Domiciliar Seguro, onde pessoas com Covid recebiam assistência para o período de isolamento e orientações sobre como se portar em casa de modo a evitar a contaminação de familiares. Por meio da escuta no momento da entrega dos kits de apoio (refeições, máscaras e produtos de higiene e limpeza), dinâmicas, dúvidas e necessidades das famílias atendidas e de seus vizinhos eram absorvidas e compartilhadas pelos articuladores.

Para apoiar a comunicação e orientação sobre cuidados das pessoas contaminadas, foi produzido um guia ilustrado em parceria com a Fiocruz, distribuído para as famílias que participaram do Programa. O Guia trouxe, de forma didática, dicas sobre como preparar e servir refeições, limpar a casa e higienizar as roupas da pessoa doente, entre outras orientações práticas de proteção aos demais membros da família e incentivo ao isolamento da pessoa com Covid-19 por pelo menos 14 dias. Cards para as redes sociais foram produzidos a partir das artes do Guia, reforçando a estratégia de desdobrar mensagens e divulgar ações em diferentes plataformas com o intuito de atingir um público mais amplo, sobretudo de moradores.



Conexão Saúde/Redes da Maré

Outra frente de coleta de impressões e necessidades dos moradores em tempo real, foi a integração da equipe de mobilização com o Programa de Isolamento Domiciliar Seguro, onde pessoas com Covid recebiam assistência para o período de isolamento e orientações sobre como se portar em casa de modo a evitar a contaminação de familiares



5. INFORMAÇÃO RESPONSÁVEL E COMBATE ÀS FAKE NEWS

Os boatos e notícias falsas que circularam sobre a doença durante a pandemia mostraram a necessidade de criação de uma série de peças digitais e audiovisuais, veiculadas durante todo o ano de 2021 e no início de 2022 com o intuito de esclarecer os moradores e disseminar informação responsável e correta.

Uma personagem foi criada especificamente para este fim: a simpática dra. Ana, uma médica negra, moradora da Maré e profissional do SUS. Mais de 20 edições de cards com respostas a dúvidas sobre diferentes aspectos da doença e momentos da pandemia, vacinação, sintomas, tratamentos e outros temas foram publicados nas redes sociais da Redes da Maré, divulgados via WhatsApp e compartilhados por ONGs e instituições parceiras, ampliando o alcance das mensagens para outros públicos da Maré e mesmo moradores de outras favelas.



As perguntas/dúvidas respondidas pela dra. Ana foram, em sua maioria, colhidas pelos articuladores de campo na vivência com os moradores ou na percepção de fake news que circulavam no território e em grupos de WhatsApp e que precisavam de esclarecimentos. A série da dra. Ana recebeu o selo "Fiocruz Tá Junto", de validação de conteúdos por pesquisadores da instituição, e alcançou cerca de 70 mil impressões (total de vezes que a publicação foi visualizada) apenas no Instagram.

Toda a estratégia de comunicação nas redes sociais foi desdobrada em peças para o Whatsapp - meio amplamente utilizado pelos moradores nas comunicações individuais e na participação em grupos de instituições como igrejas, escolas, Vila Olímpica e nos já tradicionais "grupos de família". O "zap" foi utilizado pelo projeto tanto para informações simples sobre a rotina do Galpão de Testagem até troca de impressões e avisos, passando pelos cards com orientações sobre prevenção e desdobramentos da pandemia.

O objetivo da criação de peças para essa plataforma é a de contemplar um público que não acessa outras redes sociais e chegar a grupos específicos, em um esforço para atingir moradores de todas as favelas da Maré, de diferentes idades e interesses.



Outra vertente do trabalho de combate à desinformação foi a série de vídeos gravados com Henrique Gomes, cria da Maré, tecedor da Redes da Maré e influenciador do território, abordando diferentes temas relacionados à pandemia com orientações objetivas e linguagem direta, voltada para moradores.

De uso correto de máscaras a perigos da automedicação, da busca por informações seguras ao incentivo à vacinação, da dificuldade de manter o distanciamento social ao perigo de contaminação por parte de pessoas assintomáticas, vários foram os temas abordados na série de vídeos, que teve dezenas de milhares de visualizações, sempre levando em consideração a realidade da favela e de seus moradores.

Mais de 20 edições de cards com respostas a dúvidas sobre diferentes aspectos da doença e momentos da pandemia, vacinação, sintomas, tratamentos e outros temas foram publicados nas redes sociais da Redes da Maré, divulgados via WhatsApp e compartilhados por ONGs e instituições parceiras





Profissionais de saúde das clínicas da família da Maré protagonizaram outra série de vídeos, desta vez com foco em orientações de saúde e esclarecimento sobre os serviços oferecidos pelo SUS aos moradores durante a pandemia.

Esta produção qualificou e reforçou a informação segura sobre a Covid-19 e fez parte da estratégia geral do projeto de estreitar laços com estes profissionais e fortalecer os serviços públicos de saúde durante a crise sanitária causada pelo novo coronavírus.

E, já a partir das necessidades surgidas no início de 2022 e na esteira da realização do estudo sobre a vacinação na Maré, uma série de vídeos com o médico, pesquisador e coordenador da pesquisa, Fernando Bozza, foi produzida e veiculada nas redes sociais, com algumas peças disseminadas em colab com a Fiocruz - ampliando o alcance do vídeo e estreitando ainda mais a parceria estratégica entre as instituições.

Ao todo, foram produzidos mais de 30 vídeos para Feed e Stories do Instagram e Facebook com orientações sobre temas, esclarecimentos de dúvidas dos moradores, avisos sobre o funcionamento dos serviços do projeto durante feriados e dicas de proteção e prevenção.

Além disso, foram produzidos, em parceria com o Conexão Saúde - De Olho na Covid, dois vídeos com esclarecimentos sobre a vacina contra a Covid-19 em parceria com Raphael Vicente, in-

Foram produzidos mais de 30 vídeos para as redes sociais com orientações sobre temas, esclarecimentos de dúvidas dos moradores, avisos sobre o funcionamento dos serviços do projeto e dicas de proteção e prevenção



fluenciador digital da Maré que conta com mais de 2 milhões de seguidores no Tik Tok, 290 mil no Instagram e 102 mil no Twitter.

O primeiro vídeo, produzido e postado no timing da campanha Vacina Maré, atingiu a marca de 2,4 milhões de visualizações apenas no Twitter, viralizou nacionalmente, ganhou reportagens na imprensa e se tornou uma das referências em comunicação assertiva e bem-humorada sobre os benefícios da vacinação, ti-

rando dúvidas e esclarecendo moradores.

O segundo vídeo foi produzido para os Stories da Redes da Maré e reforçou a necessidade de tomar a segunda dose da vacina contra Covid-19. A aproximação com influenciadores digitais e produtores de conteúdo da Maré - que também postaram vídeos de forma espontânea ao longo do período - foi uma das estratégias previstas no planejamento de comunicação para 2021 para fortalecimento e potencialização da mobilização de moradores da Maré em momentos-chave.



6. PRODUÇÃO DE DADOS E CONHECIMENTO SOBRE A PANDEMIA NA MARÉ

Uma das mais destacadas dimensões do projeto foi a produção e monitoramento de dados sobre a pandemia no território, que permitiu não só o direcionamento de ações e estratégias do projeto como a criação de uma série histórica sobre casos, óbitos, testagem, vacinação e acesso aos serviços de tele-saúde e isolamento domiciliar seguro.

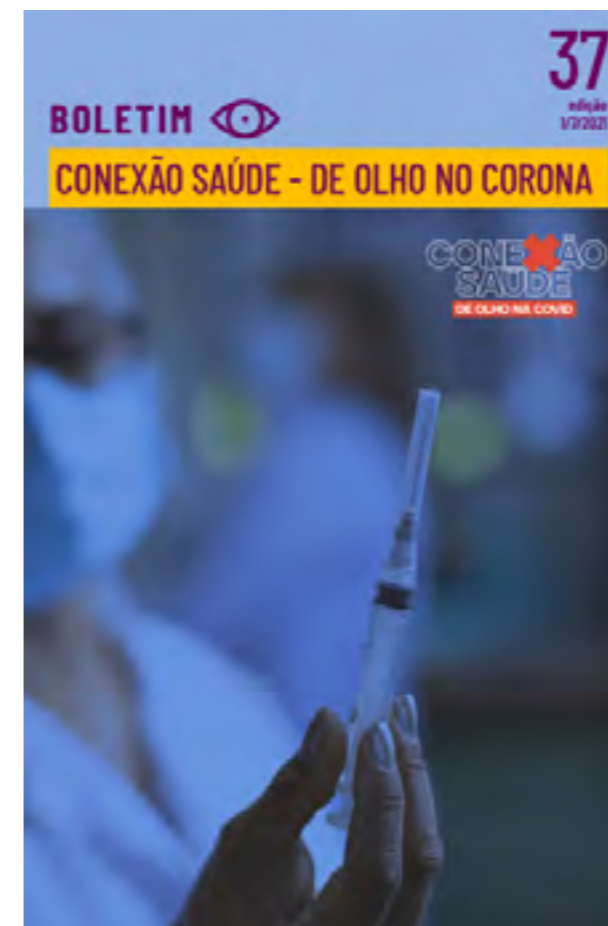
Partindo de múltiplas e confiáveis fontes primárias de dados, como o número de casos e óbitos do Painel Rio Covid, da Prefeitura do Rio, os registros de testagem do aplicativo Dados do Bem, os atendimentos em telessaúde do SAS Brasil, os dados de vacinação da CAP 3.1 e as demandas de saúde e segurança alimentar registrados pelo Isolamento Domiciliar Seguro, a equipe de dados do projeto fez um trabalho constante de cruzamento e checagem de informações durante todo o período de existência do Conexão Saúde - De Olho na Covid.

Toda esta produção foi sistematizada primeiramente no boletim De Olho no Corona, produzido pela Redes da Maré, e - a partir de fevereiro de 2021 - incorporada ao boletim Conexão Saúde - De Olho no Corona, que passou a ficar sob responsabilidade do projeto Conexão Saúde - De Olho na Covid, com reformulação editorial e gráfica e agregando dados de Manguinhos.

Criada a partir da necessidade de produzir dados que retratassem a situação da pandemia na Maré, em um momento de baixa testagem e subnotificação de casos, a publicação teve inicialmente periodicidade semanal. Ao longo do período, passou para quinzenal e depois mensal - sempre acompanhando os temas e desafios impostos a cada momento - chegando a 44 edições, sendo a última em janeiro de 2022.

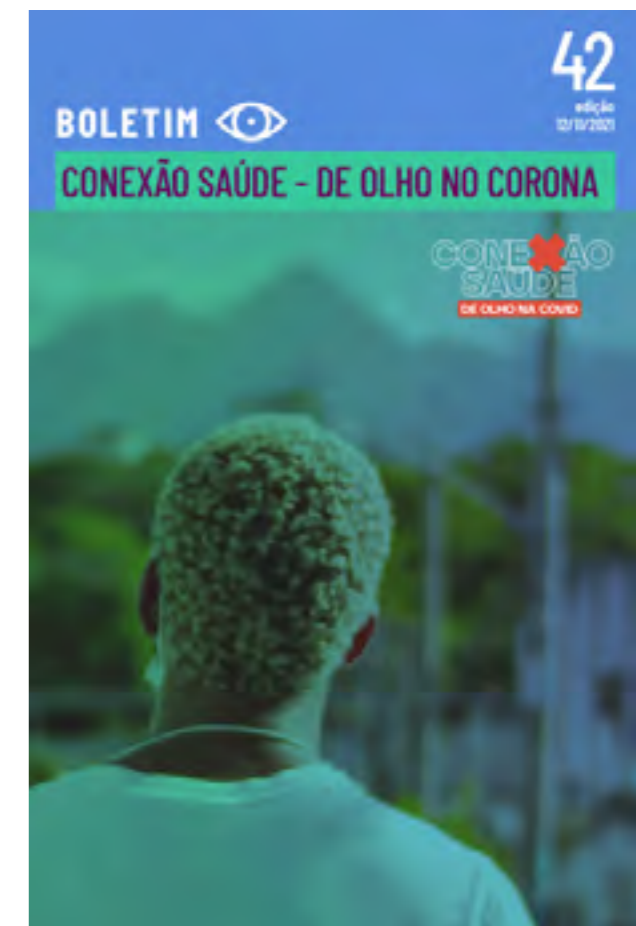
Entrevistas com especialistas foram publicadas em cada edição e repercutidas com exclusividade pelo Maré de Notícias Online, trazendo análises e abordagens de pesquisadores e lideranças como Margareth Dalcomo, Fernando Bozza, Eliana Silva, Carlos Machado, Daniel Becker, Luciana Costa, Thiago Wendel, Valcler Fernandes, Adriana Mallet e José Cerbino, entre outros. Um Conselho Editorial foi formado com representantes das organizações parceiras para debater temas e aprovar as pautas de cada edição.

Além de ser disponibilizado no site da Redes da Maré (aba Publicações) e na página do projeto, o boletim foi enviado para diferentes listas de transmissão por WhatsApp para públicos como: tecedores da Redes da Maré, jornalistas, pesquisadores, profissionais de saúde e organizações parceiras. Em diferentes ocasiões, a imprensa utilizou dados inéditos divulgados pelo boletim em suas matérias.



Cards para as redes sociais, com as principais análises, dados e informações coletados pelo boletim foram produzidos a cada edição e disseminados nos perfis da Redes da Maré e das organizações parceiras, além de enviados em grupos de WhatsApp frequentados por moradores da Maré, com o objetivo de atingir públicos mais amplos, e democratizar as informações geradas.

Além disso, a parceria com o jornal Maré de Notícias permitiu o desdobramento dos dados e informações gerados pelo boletim para diferentes plataformas e formatos, como artigos e reportagens, publicação das entrevistas e de anúncios em formato de painel e lambes colados em muros da Maré.



Cards para as redes sociais, com as principais análises, dados e informações coletados pelo boletim foram produzidos a cada edição e disseminados nos perfis da Redes da Maré e das organizações parceiras, além de enviados em grupos de WhatsApp frequentados por moradores da Maré, com o objetivo de atingir públicos mais amplos, e democratizar as informações geradas.



7. OUTRAS ESTRATÉGIAS DE ESCUTA E PRODUÇÃO DE DADOS: PESQUISAS DE OPINIÃO E GRUPOS FOCAIS

Para apurar ainda mais a percepção dos moradores sobre assuntos específicos, foram aplicadas pesquisas de opinião entre março e abril de 2021, abrindo mais uma frente de produção e qualificação de dados utilizados na construção das estratégias de mobilização e comunicação - também de subsídios para outras frentes do projeto. Foram considerados 318 questionários válidos, aplicados em moradores da Maré, de diversas favelas, com idade mínima de 12 anos.

As perguntas abordaram desde estratégias de autocuidado (uso ou não da máscara, decisão de tomar a vacina, distanciamento social etc) até as formas de conversar e pactuar a necessidade de isolamento com pessoas próximas, passando pela situação da saúde mental - queixa recorrente dos moradores durante a pandemia. A partir das percepções e resultados da pesquisa, foram criadas peças de comunicação direcionadas a demandas específicas, como a sensação de desconforto ao usar a máscara, por exemplo.

Outra estratégia de escuta foi a formação de grupos focais, nos moldes dos realizados em pesquisas qualitativas, com o objetivo de aprofundar determinadas questões e entender a percepção de grupos específicos sobre a pandemia. Os

grupos focais foram realizados entre abril e maio de 2021 com os seguintes públicos-alvo: comerciantes, jovens participantes de projetos sociais e ONGs e lideranças religiosas, reunindo entre cinco e seis pessoas cada.

As perguntas norteadoras dos grupos seguiram a linha da pesquisa de opinião, aprofundando nas especificidades e realidades de cada grupo, incluindo o impacto durante o primeiro lockdown e questões financeiras, afetivas e de saúde mental.

Um dos grupos, composto pelo corpo da Primeira Igreja Batista do Parque União, destacou a dificuldade de fazer com que os seguidores respeitassem os protocolos de segurança, a urgência na oferta de tratamento psicológico e de cestas básicas, além de discussões ocorridas entre instituições religiosas sobre prevenção da Covid-19 entre fiéis.

Os jovens destacaram a criação de estratégias de cuidado, produção artística e a preocupação com a saúde mental. Foram feitas reflexões sobre família e amizades fortalecidas virtualmente, além da valorização dos locais onde moram, já que não circulam em outros espaços da cidade.

Comerciantes relataram a dificuldade do respeito aos protocolos de segurança, havendo agressões verbais dos clientes por conta das estratégias adotadas - o que levou muitos a cederem ao não uso dos protocolos em seus estabelecimentos, mesmo demonstrando preocupação com o risco de contaminarem familiares nesse processo.

Todas estas percepções e retornos foram reportadas nas reuniões de equipe e consideradas nas estratégias de mobilização e nas peças de comunicação, subsidiando pautas, mensagens e roteiros ao longo do trabalho, em diferentes momentos.

As percepções e retornos dos grupos focais foram reportadas nas reuniões de equipe e consideradas nas estratégias de mobilização e nas peças de comunicação, subsidiando pautas, mensagens e roteiros ao longo do trabalho, em diferentes momentos.



8. COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL: LINKANDO PARCERIAS E AGREGANDO OUTROS PÚBLICOS

Ao lado da comunicação focada no território, voltada diretamente para os moradores, foi traçada uma estratégia de comunicação institucional que cuidou do alinhamento de imagem e narrativa do projeto, relação com parceiros, encaminhamentos, acordos e prazos com a comunicação institucional da Redes da Maré e informação das ações para públicos mais amplos.

Dentro desta vertente, foi feito o registro audiovisual do projeto, captando tanto as atividades de rua quanto as ações que ocorreram do Galpão Ritma, passando pela cobertura de pautas específicas, como reuniões, realização de grupos focais, testagem móvel, pesquisa da Fiocruz sobre a vacina, visitas técnicas etc.

O objetivo deste registro foi alimentar tanto as peças de comunicação para o território quanto os materiais institucionais do projeto, tais como apresentações produzidas para apoiadores e financiadores e fornecimento de vídeos e imagens para imprensa e parceiros.

Uma página foi produzida e hospedada no site da Redes da Maré para informar, de forma direta e precisa, tanto moradores quanto o público externo (imprensa, pesquisadores, profissionais de saúde, instituições parceiras etc) sobre o projeto.

A página traz as principais informações e resultados do projeto, em seus quatro pilares: testagem em massa, telessaúde, isolamento domiciliar e comunicação no território - além de conter links de acesso aos materiais publicados pelo projeto (Guia de Isolamento Domiciliar Seguro e edições do boletim Conexão Saúde - De Olho no Corona), além da equipe, vídeo institucional, matérias veiculadas na imprensa e galeria de fotos no Flickr.

Outra forma fundamental de comunicação com o público externo foram as reportagens, matérias e entrevistas veiculadas na imprensa. Desde o início do projeto, o Conexão Saúde protagonizou mais de 500 matérias na mídia regional, nacional e internacional - entre veículos impressos, digitais, rádio e TV.

Grande parte destas matérias e reportagens foram articuladas de forma proativa, por meio do trabalho de assessoria de imprensa, mediante o envio de press releases e sugestões de pauta para jornalistas e editores de veículos de imprensa, além da divulgação dos dados do boletim Conexão Saúde - De Olho no Corona. Outra parte foi gerada de forma espontânea, a partir dos resultados do projeto e de momentos críticos da pandemia onde a imprensa buscava retratar a questão a partir do olhar de moradores de favelas e periferias.



Visite o site em: <https://www.redesdamare.org.br/conexaosaude/>

O modus operandi criado pela equipe para atendimento à imprensa merece registro especial: os jornalistas eram atendidos primeiramente pela coordenação de comunicação institucional do projeto, de modo a alinhar a pauta e esclarecer sobre ações, resultados e especificidades do Conexão Saúde - municiando e preparando a imprensa para a chegada no território e para as entrevistas com porta-vozes do projeto e moradores.

Este primeiro atendimento era coordenado com a equipe de campo, que fornecia aos jornalistas - caso houvesse interesse na captação de imagens e entrevistas in loco - um percurso de visita aos moradores atendidos pelo projeto e às ações de rua. Assim, as equipes de imprensa chegavam ao Galpão Ritma e se ambientavam com as ações de testagem e movimentação da equipe, faziam seus registros e seguiam

com os articuladores de campo para acompanhar entregas de panfletos, cestas básicas e outras ações de rua.

As entrevistas só eram feitas mediante concordância e autorização expressa dos moradores, sempre acompanhadas dos articuladores. Em todo o processo, a preocupação com a forma como a favela é retratada na grande mídia e com o respeito à intimidade e limites dos moradores - tendo em vista a fragilidade adicional de estarem enfrentando uma pandemia, com casos da doença e óbitos de pessoas próximas.

Esta preparação, acompanhamento e orientação dos jornalistas garantiu um grande número de matérias positivas sobre o projeto na imprensa, ajudando o Conexão Saúde a ser reconhecido nacional e internacionalmente como um modelo de combate à pandemia em favelas.



O Conexão Saúde protagonizou mais de 500 matérias na mídia regional, nacional e internacional - entre veículos impressos, digitais, rádio e TV.



Estadão O Dia Extra
UOL Meia Hora Época
Brasil de Fato
TV Record TV Brasil
BBC BRASIL O Globo

AFP TVT
El País G1
Jornal Hoje



Fiocruz lança projeto de combate à Covid-19 em comunidades do Rio em parceria com conselhos comunitários e ONGs

RJTV 1ª Edição
Folha de São Paulo
France 24 Rádio France

Agência Reuters - EUA
Agência DPA - Alemanha
Radio France Internacional
Rádio CBN Rádio Nacional
Agência EFE - Espanha
Arte - TV Francesa

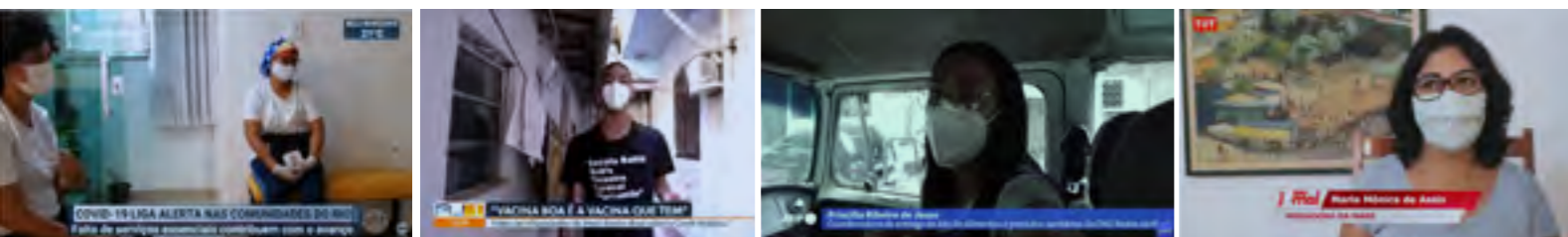


Canal Saúde Fiocruz
Agência Brasil
SBT Brasil
Globo Comunidade



Mais de 500 MATÉRIAS

veiculadas na imprensa local,
nacional e internacional



30 VÍDEOS

produzidos
para redes
sociais (feed
e stories)

MAIS DE 500 MIL CONTAS ALCANÇADAS

em postagens do
projeto nas
redes sociais

20 EDIÇÕES DE CARDS

da personagem Dra. Ana



Distribuição de 72 MIL FOLDERS

informativos sobre o projeto e de
20 mil panfletos
sobre a testagem móvel



Entrega de 2 MIL GUIAS

do Isolamento Domiciliar Seguro

1 MIL CARTAZES

colados em locais estratégicos
(comércios, instituições parceiras,
associações de moradores,
unidades de saúde etc)



Reportagens,
paineis e anúncios
veiculados em
10 EDIÇÕES
impressas do
jornal Maré
de Notícias

28 BANNERS

colados em ruas da favela
em parceria com o jornal Maré de Notícias

9. LIÇÕES APRENDIDAS E NOVAS EXPERTISES

O território da Maré é dinâmico e plural, cada uma das 16 favelas tem suas próprias especificidades. Bailes, igrejas, comércios, feiras e equipamentos de esporte e lazer também apresentam dinâmicas próprias, ampliando as camadas de características únicas dos grupos que coexistem no território.

Compreender e trabalhar com toda esta diversidade, por meio de uma escuta atenta e contínua, com o objetivo de dar

respostas rápidas e assertivas aos desafios de cada momento foi um dos grandes - se não o maior - aprendizado deste processo.

Isto fez com que ações de rua e agendas dos articuladores respeitassem as especificidades de cada público, como dias e horários onde determinados grupos podiam ser encontrados ou onde haviam atividades pontuais, como os cultos matinais às sextas-feiras na área de Nova Holanda, Rubens Vaz e Parque União.

Ou seja, ouvir demandas e dúvidas, criar narrativas e peças customizadas a partir desta escuta e disseminar informações a partir das necessidades e especificidades de cada momento e público foi uma metodologia constante da mobilização e da comunicação ao longo do projeto.

A preocupação com a distribuição assertiva, tanto das peças digitais quanto dos materiais impressos, também foi uma tônica da comunicação. Embora ao longo do período tenham sido criadas dezenas de peças, com diferentes mensagens, urgências e formas de disseminação, a estratégia consistiu em trabalhar com uma menor quantidade de peças - buscando assertividade nas narrativas e na distribuição, fazendo com os materiais produzidos fossem aproveitados ao máximo, chegando e impactando de fato os públicos-alvo.

E, como citado anteriormente, a formação de uma equipe de articuladores composta por moradores da Maré - diminuindo distâncias e apostando na sensibilidade de quem vive e conhece o território e suas demandas - foi uma escolha estratégica, que fez parte da metodologia de mobilização e comunicação do projeto.

Neste mais de um ano e meio de projeto, a equipe demonstrou resiliência e agilidade para se adaptar, reestruturar e organizar o trabalho cotidiano de acordo com as inúmeras necessidades impostas (novos surtos, aumento de casos e mortes, campanhas de testagem e vacinação, dúvidas sobre novas variantes e vacinas, orientações em momentos específicos etc).

CASOS DE COVID NA MARÉ
SALTAM DE 5 PARA **184**
EM APENAS UMA SEMANA

(AUMENTO DE 3.580% ENTRE 22 E 29/12 E 01 A 07/01)

BOLETIM

CONEXÃO SAÚDE - DE OLHO NO COTIDIANO

A integração da equipe de comunicação com a equipe de monitoramento e produção de dados foi fundamental para que as informações fossem divulgadas em primeira mão

A possibilidade de utilizar dados, números e estatísticas primárias, que refletiram os diversos momentos da pandemia no território, em materiais de comunicação para moradores e em pautas para a imprensa também se mostrou um grande diferencial metodológico para a comunicação do projeto.

Neste ponto, a integração da equipe de comunicação com a equipe de monitoramento e produção de dados foi fundamental para que as informações fossem divulgadas em primeira mão, com qualidade e assertividade científica mesmo em peças que exigiam uma mensagem simples e direta.





Douglas Lopes/Redes da Maré

Algumas decisões foram tomadas logo na estruturação do projeto e se mostraram acertadas posteriormente, como a criação de uma equipe de comunicação própria, com autonomia de produção de materiais. Ao longo do processo foi comprovado que a urgência da pandemia exigia respostas rápidas e que o projeto tinha demandas, costuras institucionais e desafios particulares, que impunham mensagens, soluções e tempos específicos.

Outra decisão acertada, tomada depois de discussão do assunto no GT de Comunicação, foi descartar a possibilidade de criação de perfis específicos do projeto e utilizar os perfis das redes sociais já existentes, notadamente o da Redes da Maré - organização com credibilidade e grande número de seguidores dentro e fora do território.

O projeto Conexão Saúde também se inspirou, desdobrou e aprimorou aprendizados obtidos pela campanha "Maré diz não ao Coronavírus", utilizando diferentes ações de rua como tecnologia social de comunicação e articulação do território, tais como entregas domiciliares de kits de higiene e refeições, distribuição de máscaras, reposição de totens de álcool em gel e levantamentos de dados.

E muito do que foi feito, encaminhado e estrategicamente pensado só foi possível graças ao lastro de mais de 20 anos de atuação da Redes da Maré no território. Sua capilaridade, influência e confiabilidade entre os moradores foram determinantes para que informações fossem absorvidas e repassadas de forma orgânica e eficiente.

Ou seja, pés fincados no território mas com uma antena permanente de disseminação de mensagens, informações, narrativas e notícias da Maré para a Maré e para o mundo (literalmente). Toda esta logística contou com expertise de profissionais de dentro e de fora do território, buscando fontes e orientações científicas e seguras para dar resposta aos inúmeros desafios que a situação limite que a pandemia impôs para a população.

Ações, experimentações, erros, acertos, trocas e decisões que forjaram uma metodologia inovadora de mobilização, comunicação e respostas a crises em territórios de favelas. Uma metodologia que seguramente pode ser adaptada e utilizada em outras situações, de emergência ou não.



CONEXÃO SAÚDE

Comitê Gestor

Adriana Mallet (SAS Brasil)
Ana Carneiro (Fiocruz)
André Lima (Conselho Comunitário de Manguinhos)
Fernando Bozza (Dados do Bem)
Luna Arouca (Redes da Maré)
Sabine Zink (SAS Brasil)
Valcler Rangel (Fiocruz)

Coordenação do Conexão Saúde na Maré

Everton Pereira da Silva
Henrique Gomes
Luna Arouca
Fernanda Viana

Mobilização e Articuladores Territorial

Lidiane Malanquini (coordenação geral - 1ª fase)
Suzane Santos (coordenação até 12/2020)
Mariane Rodrigues (coordenação)
André Ferreira Rodrigues
Eduardo da Silva
Erica da Silva Ferreira
José Gerson da Silva
Juliana Oliveira
Leonardo da Silva
Priscila de Jesus
Suelem Carvalho
Vânia da Silva Pereira
Rafael Lima

SOBRE O TERRITÓRIO DA MARÉ

O território que hoje abriga as 16 favelas que compõem a Maré foi consolidado entre a década de 1940 e os anos 2000, a partir da organização e iniciativa dos moradores ou por programas habitacionais promovidos pelo poder público. Com cerca de 140 mil habitantes, a Maré tem população maior do que 96% dos municípios brasileiros. Localizada na zona Norte da cidade do Rio de Janeiro, a Maré foi reconhecida como bairro em 1994, por meio de lei municipal.

Comunicação

Luciana Bento (coordenação)
Jessica Pires (jornalista)
Ana Paula Godoi (redes sociais)
Gabriela Lino (audiovisual)
Pictomonster (designer e identidade visual)
Robert Silva (designer)
Amapola Rios (site)

Comunicação Institucional - Redes da Maré

Andrea Blum (coordenação)
Geisa Lino (coordenação)
Juh Oliveira (Identidade visual - fase inicial)
Bia Policicchio (produção - fase inicial)

Boletim Conexão Saúde - De Olho no Corona Edições 1 a 26

Andrea Blum e Dalcio Marinho (revisão final e edição)
Juliana Marques - DataLabe (análise e produção de dados)
Camila Barros (pesquisa e sistematização de dados)
Lais Martins Costa Araújo, Vanessa Lima, André Galdino, Lucilene Gomes, Patrícia Ramalho (captação de dados)
Amapola Rios (designer)

Edições 27 a 44

Luciana Bento (edição)
Camila Barros e Amanda Batista (pesquisa e sistematização de dados)
Pictomonster - design
Revisão final - Luna Arouca
Isolamento Domiciliar Seguro
Lais Araújo (coordenação até 7/2021)
Danielle Cardoso (coordenação)
Thaís Noro
Jorge Magnun S. Martins
Amanda de Andrade
Maurillia Rodrigues Gaspar

EXPEDIENTE

Mobilização e Comunicação na Maré: uma experiência construída a partir da escuta cotidiana e da produção de dados

Edição

Luciana Bento

Revisão final

Luna Arouca

Produção de conteúdo

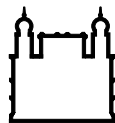
Luciana Bento, Mariane Rodrigues e Henrique Gomes

Diagramação

PictoMonster



REALIZAÇÃO:



Ministério da Saúde

FIOCRUZ

Fundação Oswaldo Cruz



APOIO:



redesdamare.org.br/conexaosaude

AGRADECIMENTOS

Às instituições que, de diferentes formas, acreditaram em nosso trabalho e ofereceram apoio para que estas ações e resultados fossem possíveis, nossos sinceros agradecimentos:

Centre for Disease Control (CDC/Atlanta), International COVID-19 Data Alliance (Icoda), Health Data Research (HDR/UK), Fundação Bill e Melinda Gates, Global Outbreak, Alert and Response Network (Goarn), Fundação Wellcome Trust, Faperj, Cnpq, Secretaria Municipal de Saúde do Rio de Janeiro, PUC/Rio, Itaú Social, Instituto Unibanco, Instituto Galo da Manhã, L'Oreal, Rede Asta, Brazil Foundation, Arq.Futuro.

