



Epi-RIDE Comunica!



Boletim informativo do projeto Epi-RIDE: Fortalecimento de salas de situação de saúde

No dia 25 de janeiro, a equipe Epi-RIDE visitou a Secretaria de Saúde do Valparaíso de Goiás (GO) para oficializar a parceria com a Sala de Situação de Saúde (SDS). Neste boletim informativo, os leitores terão acesso exclusivo a uma entrevista realizada com a aluna de mestrado profissional em Saúde Coletiva e da Sala de Situação de Saúde (SDS), e consultora técnica do Ministério da Saúde (MS), Rafaela Santos Ferreira; um mapa de incidência das últimas semanas epidemiológicas no Distrito Federal (DF) elaborado por Felipe Resende,

líder da equipe One Health da SDS; artigo de análise das métricas pelo Social-Search sobre dengue elaborado por Mayane Nalita, extensionista em Comunicação de Risco e Engajamento Comunitário (CREC) no projeto EpiRIDE, orientado pelo Pedro Falcão, mestre em Saúde Coletiva e líder da CREC. Boa leitura!



A SALA DE SITUAÇÃO DE SAÚDE ESTÁ APOIANDO AS RESPOSTAS À EPIDEMIA DE DENGUE!



EPIDEMIA DE DENGUE E ESTRATÉGIAS DE ENFRENTAMENTO



Entrevista com Rafaela Santos



Rafaela é sanitarista e egressa da Sala de Situação de Saúde (SDS). Atualmente, é consultora técnica na Coordenação Geral de Vigilância de Arboviroses (CGARB) do Ministério da Saúde e mestranda da SDS.

Também discuti a implementação da **Sala Nacional de Arboviroses, criada em dezembro de 2023**, além dos principais componentes e ações que precisam estar elencadas dentro deste plano para que possamos ter uma resposta minimamente assertiva. Ou seja, para que **a gente consiga dar conta desse cenário que geralmente é crítico e acaba sobrecarregando o sistema de saúde**, ocasionando muitos óbitos.

P: Qual é o papel da comunicação diante do cenário? O que pode ser feito?

R: Acredito que o principal ponto na comunicação é **tentar traduzir os dados produzidos pelas secretarias estaduais e pelo próprio ministério para a população**. Mostrar, por exemplo, o que quer dizer uma incidência; o que quer dizer aquele quantitativo de casos; o que quer dizer ter Zika em gestantes; o porquê a gente monitora casos de Zika em gestantes. Talvez isso esteja claro, mas com a comunicação que a gente tem hoje, ainda há grandes quantitativos de casos. É preciso mostrar para a população que não basta olhar o quintal uma vez por semana, que não basta só olhar aquele vasinho de planta, mas que precisa, além disso, olhar as suas calhas, suas caixas d'água e, principalmente, verificar os dados do levantamento entomológico feito.

P: O que você apresentou para a SDS?

R: Apresentei o planejamento para o enfrentamento de epidemias de arbovirose e viroses urbanas como a dengue, zika e *chikungunya*. Especificamente, as ferramentas sobre auto transmissão e o plano de contingência.

São ferramentas que utilizamos para esses períodos de auto transmissão e [para] o plano de contingência. Pois hoje vivenciamos o cenário epidemiológico nacional, com base nos informes publicados pelo Ministério da Saúde de arboviroses.



ENTREVISTA COM RAFAELA SANTOS

Sanitarista especialista em monitoramento e avaliação



R: É preciso olhar para a sua região e responder: Quais são os principais depósitos? Porque, às vezes, você está olhando no ralo da sua casa, mas o principal depósito na sua região é a caixa d'água. Então, como a vida é corrida e a pessoa não tem tempo de ficar revisando tudo, ela deve focar no que é o principal: o mosquito picar ela, depois outras pessoas e outra e continuar gerando mais casos. Acho que tem que focar nesses pontos! É interessante porque a gente sempre foca nos criadouros: tirar o lixo, tirar não sei o quê, mas [é] também no cuidado de usar repelente e de evitar que o processo de transmissão siga.

R: Então é demonstrar que não basta [apenas olhar o quintal] e o uso de repelente, mas também conscientizar o seu vizinho. É entender que, ao sentir os sintomas, você deve buscar um serviço de saúde, para que o seu caso possa ser notificado. Isso tem impacto lá na frente!

Quanto maior o número de casos notificados, entendemos que estamos falhando.

A notificação de casos importa não só para a gente tomar alguma medida e tentar resolver aquele problema, mas também entender que a pessoa infectada pelo mosquito oferece determinados riscos. Então, é bom que ela não saia de casa, que ela use o repelente, que ela use mosquiteiro para evitar que aquele ciclo de transmissão continue.

P: E engajamento comunitário, como você avalia? Como você vê a população engajada no combate à dengue, zika, *chikungunya*? Quais estratégias devem ser utilizadas?

R: Percebo que a dengue, principalmente, é uma doença que entrou na rotina das pessoas. Todo mundo sabe que, em determinado momento, haverá alta transmissão. Naquele momento, todo mundo começa a olhar... [ter] visita do agente, então acho que o engajamento comunitário precisa "pegar" pessoas da própria comunidade.

STOP



ENTREVISTA COM RAFAELA SANTOS

Sanitarista especialista em monitoramento e avaliação

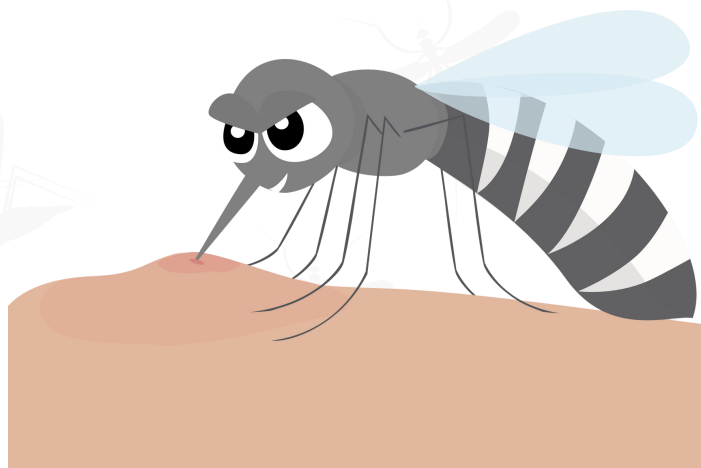


R: Se eu estiver falando [sobre dengue] para uma pessoa, talvez não tenha sentido algum, porque **pode ser que a realidade dela nem se encontre com a minha. Não vai ter o mesmo impacto que a vizinha dela falando para ela, por exemplo.** Não é o mesmo impacto que alguém [como o vizinho] falando da casa que pegou dengue, da casa que estava com acúmulo de lixo. Então a gente precisa identificar atores-chave nas comunidades ao fazer qualquer ação voltada para uma arbovirose, principalmente porque é multifatorial. Além da equipe ter que contar com a vigilância epidemiológica, com assistencial, precisamos contar muito com a comunidade. Então, quando a gente vê uma pessoa como a gente, de igual para igual, falando a pessoa que vive a mesma realidade que está ali no dia a dia, que conhece, tem um peso diferente, um impacto diferente.

R: Então, **eu não acho** que **a forma como é comunicada é tão eficaz, porque é feito muito generalizado.** Não tem enfoque para os locais! Eu acredito que possa ser focado para aquele [determinado] lugar, com pessoas reais, com pessoas de verdade, mostrando sobre isso, sobre a doença. Isso talvez traria um efeito maior.

P: Baseado em lições aprendidas, o que você recomenda para esse ano de 2024 no combate à dengue, zika e *chikungunya* comparado aos outros anos?

R: **Recomendo buscar o serviço de saúde.** Foco em dengue porque é a doença que tem a maior carga no país, [mas] Dengue não é uma doença que é para levar as pessoas a óbito. Dengue, teoricamente, é uma doença leve, então o primeiro ponto é sempre que identificar os sintomas, procurar um serviço de saúde. Acho importante trazer uma comunicação também voltada para essa vertente, já que muitas vezes as pessoas não procuram. As pessoas se desidratam e chegam a casos graves e, infelizmente, muitas delas acabam morrendo.





DENGUE NO DISTRITO FEDERAL

Mapa atualizado de incidência nas últimas quatro semanas epidemiológicas



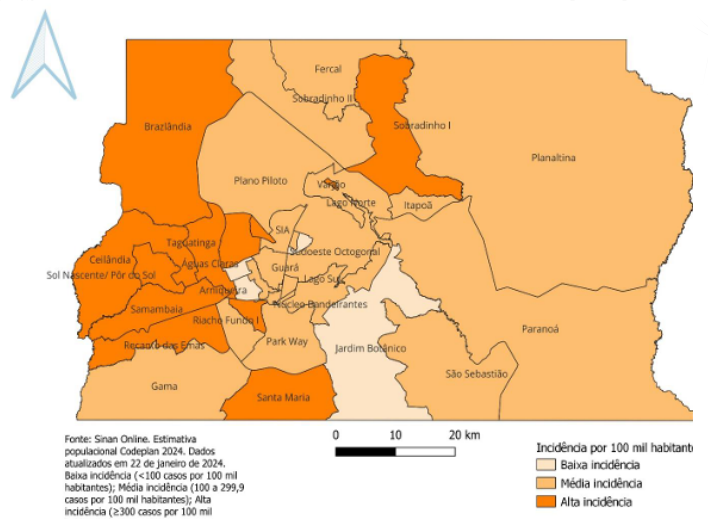
Felipe Resende - Formado em Ciências Biológicas pela Universidade Católica de Brasília, graduando em Medicina Veterinária e líder do grupo One Health da Sala de Situação de Saúde (SDS)

Em 2024, até a terceira semana epidemiológica (SE 03), o Distrito Federal notificou um substancial incremento nos casos prováveis de dengue, totalizando 16.628 casos, com 96,6% destes correspondendo a residentes locais. Comparativamente, esse valor representa um acentuado acréscimo de 646,5% em relação ao mesmo intervalo temporal em 2023. A ascendência desses números é, em parte, atribuída às precipitações irregulares durante os meses de seca, fenômeno correlacionado ao El Niño. **A análise do perfil dos casos revela uma incidência expressiva no sexo feminino e nas faixas etárias mais avançadas, com destaque à faixa etária de 80 anos ou mais, com uma taxa de incidência significativa de 291,4 casos por 100 mil habitantes.**

Paralelamente, a situação epidemiológica evidencia um aumento expressivo nos casos graves e nos óbitos associados à dengue. Até a SE 03, foram reportados 329 casos com sinais de alarme, representando um incremento notório de 722,5% em comparação ao mesmo período de 2023. Além disso, foram notificados 9 casos graves, indicando um aumento de 800%. Além disso, 18 óbitos suspeitos foram documentados, dos quais três foram confirmados,

todos pertencentes ao sexo masculino e com idades variadas entre 5 e 79 anos, destacando-se a presença de comorbidades. Esses dados sublinham a gravidade da conjuntura e reforçam a necessidade premente de medidas de controle e prevenção por parte das autoridades de saúde.

Figura 1. Mapa de incidência no DF, 2024.



Fonte: SINAN Online. Dados atualizados em 22/01/2023 até SE 03, sujeitos a alterações.

Atualizado em 22 de janeiro, o mapa da incidência para as últimas quatro semanas epidemiológicas, classificadas como baixa, média ou alta, abrange o período desde a SE 52 de 2023 até a SE 03 de 2024 no Distrito Federal.



O QUE SE TEM NA MÍDIA GLOBAL?

Análise das métricas pelo *Social-Search* sobre dengue



Mayane Nalita - Graduanda em Saúde Coletiva pela Universidade de Brasília (UnB) e extensionista de Comunicação
Comunicação de Risco e Engajamento (CREC) da projeto Epi-RIDE da Sala de Situação de Saúde (SDS)

Pedro Falcão - Mestre em Saúde Coletiva e Líder de Comunicação de Risco e Engajamento Comunitário (CREC) no projeto Epi-RIDE da Sala de Situação de Saúde (SDS)

No universo dinâmico da saúde global, a análise das métricas de mídias sociais desempenha um importante papel na compreensão das percepções e discussões em torno de doenças relevantes, como a dengue. Este texto busca investigar o que está em foco na mídia global por meio da plataforma *Social-Search*, fornecendo uma análise abrangente das métricas associadas ao termo "dengue".

Ao explorar as mídias sociais mais amplas, pretendemos identificar padrões, tendências e a amplitude das discussões relacionadas à dengue em nível mundial, a fim de pensar a produção comunicacional na gestão de saúde e fortalecimento de capacidades em CREC. A análise dessas métricas não apenas oferecerá temas sobre a disseminação de informações, mas também contribuirá para a compreensão do impacto e conscientização globais em relação às doenças transmitidas por vetores.

O *Social-Search* é um software de apoio às capacidades, em Tecnologias de Informação e Comunicação de Risco, em análise de mídias sociais que permite a busca, monitoramento e análise de conteúdo em plataformas online.

Figura 1. Quantidade de menções, de usuários e sentimentos relacionados aos conteúdos sobre "dengue" por *Social-Search*, 2024

Menções: 497
Usuários: 256
Sentimento: 1:9

Fonte: *Social-Search*, 2024

Pela quantidade da síntese das métricas (**Ver figura 1**), foram identificadas 497 menções relacionadas à dengue. Esse número reflete a significativa presença do tema nas discussões online, indicando um interesse e preocupação da comunidade virtual em relação às arboviroses.

A análise de usuários apontou a participação de 256 indivíduos nas discussões sobre dengue. Esse envolvimento considerável destaca a relevância do tema e a diversidade de vozes presentes nas plataformas digitais.

A relação de 1:9 para sentimentos indica que, em comparação aos aspectos positivos, há uma predominância de sentimentos negativos ou neutros nas interações online relacionadas à dengue. Esse equilíbrio sugere uma oportunidade para a promoção de mensagens educativas e de conscientização.

O número expressivo de usuários envolvidos destaca a importância de estratégias de engajamento comunitário

nas mídias sociais. O número expressivo de usuários envolvidos destaca a importância de estratégias de engajamento comunitário nas mídias sociais. É fundamental canalizar esse interesse para disseminar informações de qualidade sobre prevenção, sintomas, diagnóstico e tratamento da dengue.

Monitorar as menções e sentimentos relacionados à dengue permite identificar tendências emergentes. Essa prática é importante para ajustar estratégias de comunicação e antecipar demandas da população.

Aprofundar a análise pode revelar preocupações específicas da comunidade. Veja no próximo tópico as principais mensagens apontadas como positivas recuperadas em *Social-Search*. Essas preocupações devem ser abordadas proativamente, demonstrando sensibilidade e oferecendo informações objetivas e confiáveis.

A análise dos dados sobre dengue nas redes sociais destaca a necessidade de uma abordagem estratégica na comunicação de risco. O engajamento com a comunidade online oferece uma oportunidade para disseminar informações confiáveis, combater a desinformação

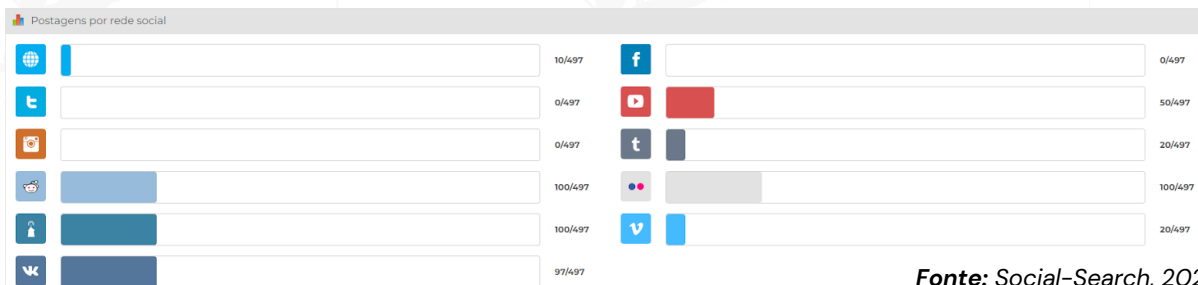
e fortalecer a resposta coletiva contra a dengue.

Segundo a linha do tempo (**Ver Figura 2**), nota-se o aparecimento do Youtube em 23 de janeiro de 2024. Isso demonstra uma via importante para divulgação de informações mais interativas em formato de vídeos.

A análise da quantidade de postagens (**Ver figura 3**) sobre um determinado tópico nas redes sociais desempenha um papel crucial na compreensão da relevância e alcance de informações na esfera digital. No contexto específico do ano de 2023 para 2024, focamos em dados fornecidos pelo *Social-Search* relacionados a postagens sobre a dengue. Os resultados revelam uma distribuição notável nas plataformas, com destaque para Reddit, VKontakte, Dailymotion, Flickr e YouTube, cada um representando 25,4%.

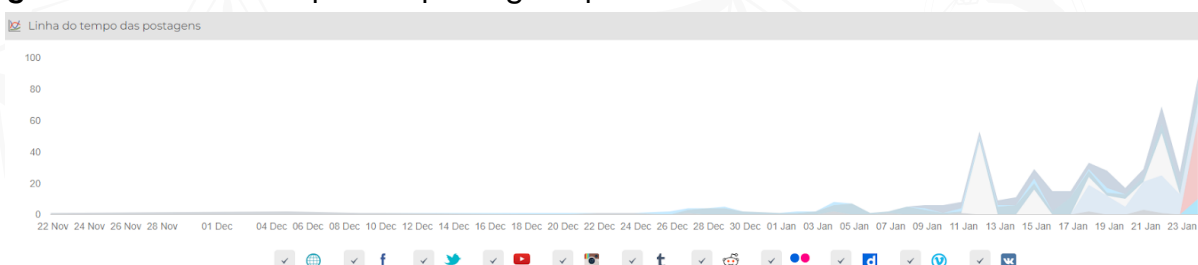
Apesar de representar uma proporção menor em comparação com as outras plataformas, o YouTube ainda se mostra relevante representando 10,1%. A preferência por conteúdos em vídeo é evidente, o que destaca a importância de estratégias visuais para atingir um amplo público.

Figura 3. Quantidade de postagens por redes sociais segundo Social-Search, 2024.



Fonte: Social-Search, 2024.

Figura 2. Linha do tempo das postagens por Social-Search, 2024.



Fonte: Social Search, 2024.

Diante disso, a diversificação de conteúdo é vital, considerando a variedade de plataformas e a convergência das mídias. A adaptação de mensagens para se adequar aos formatos preferidos em cada plataforma pode não só amplificar o alcance, mas também valorizar a mensagem a ser transmitida.

O apelo do audiovisual é inegável. Estratégias que integram imagens e vídeos podem ser particularmente eficazes, alinhando-se com as preferências dos usuários em diferentes redes sociais.

A análise da distribuição de postagens ao longo dos dias da semana, conforme fornecido pelo Social-Search em 2024, fornece insights valiosos sobre os padrões de engajamento online relacionados a um determinado tópico. A observação dos dados revela variações notáveis, com destaque para terça-feira, quinta-feira e sábado (**Ver figura 4**).

O início da semana mostra uma parcela significativa de 21% das postagens, indicando que as comunidades online estão ativas e engajadas no tópico logo nos primeiros dias úteis. Esse padrão sugere um interesse inicial e uma disposição

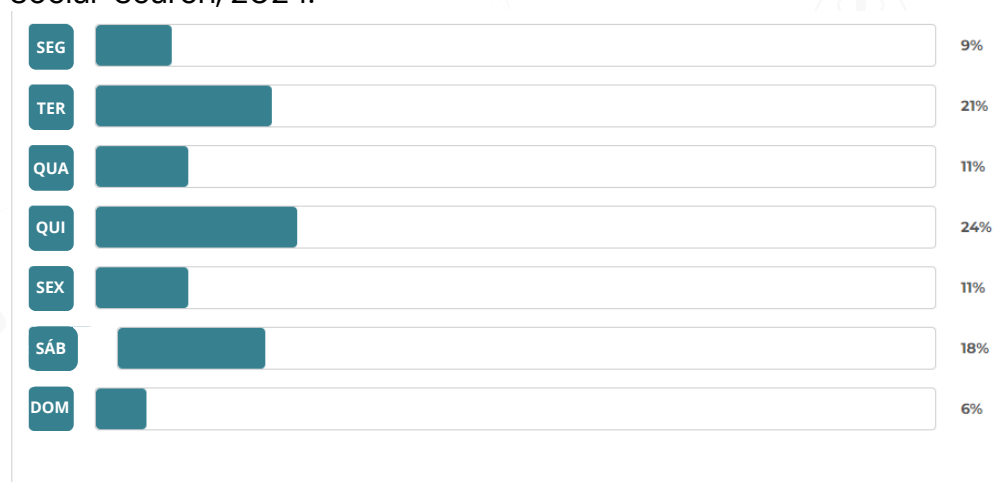
para explorar informações relevantes no início da semana.

O início da semana mostra uma parcela significativa de 21% das postagens, indicando que as comunidades online estão ativas e engajadas no tópico logo nos primeiros dias úteis. Esse padrão sugere um interesse inicial e uma disposição para explorar informações relevantes no início da semana.

A quinta-feira emerge como o dia com a maior quantidade de postagens, representando 24% do total. Este pico pode ser atribuído a diversos fatores, incluindo uma maior disposição das pessoas para consumir conteúdo informativo e compartilhá-lo antes do final de semana. Estratégias de comunicação direcionadas a esse dia específico podem ser particularmente impactantes.

Sábado (18%): A presença consistente de 18% das postagens aos sábados sugere que o interesse e engajamento na temática continuam mesmo durante o fim de semana. Isso pode ser influenciado por diferentes fatores, incluindo um interesse contínuo na informação ou o aumento do tempo disponível para explorar conteúdos mais aprofundados.

Figura 4. Quantidade de postagens por dia da semana segundo Social-Search, 2024.



Fonte: Social Search, 2024.



ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO de risco e engajamento comunitário



Agendamento de conteúdo:

Com base nos dados, estratégias que envolvem o agendamento de postagens podem ser otimizadas, priorizando os dias de terça-feira e quinta-feira. Isso pode resultar em maior visibilidade e participação ativa do público na mídia.

Aproveitamento do pico na quinta-feira:

considerando o pico nas postagens às quintas-feiras, estratégias específicas, como lançamentos ou campanhas, podem ser programadas para esse dia específico. A maximização do alcance nesse momento pode gerar impacto significativo.

Engajamento contínuo aos sábados:

A presença consistente aos sábados sugere uma oportunidade de manter o engajamento ao longo do fim de semana. Conteúdos mais leves, interativos ou informativos podem ser explorados nesses dias.

Adaptação às tendências semanais:

A compreensão das variações semanais permite uma adaptação eficaz às tendências comportamentais da audiência. Essa flexibilidade é fundamental para uma estratégia de comunicação dinâmica. No que diz respeito à dengue, a observação da distribuição horária das postagens, conforme fornecida pelo Social-Search, oferece os padrões de atividade online relacionados ao agravo. Os dados apresentam variações notáveis em diferentes intervalos horários, destacando três períodos específicos (**Ver figura 5**).

O intervalo entre 16h e 18h surge como o período de maior atividade, representando 21% do total de postagens.

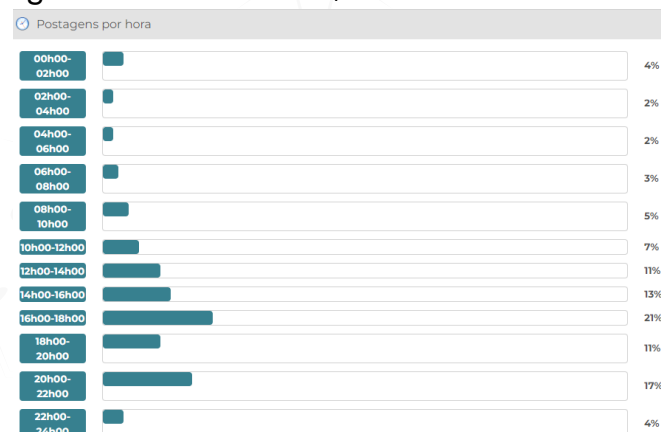
Esse pico pode ser atribuído ao fim da jornada de trabalho, quando muitas pessoas têm tempo livre para explorar conteúdos online. Estratégias de comunicação direcionadas a essa faixa horária podem chamar a atenção e aumento de usuários online engajados.

20h–22h (17%):

O período entre 20h e 22h mantém uma representação significativa, correspondendo a 17% das postagens. Essa observação sugere que, mesmo após o horário tradicional de trabalho, a audiência permanece ativa online, indicando uma oportunidade estratégica para alcançar aqueles que preferem acessar conteúdo mais tarde no dia.

O intervalo de 14h a 16h revela uma presença notável, representando 13% das postagens. Esse dado pode ser influenciado por uma combinação de pausas durante o expediente de trabalho ou hábitos de consumo de conteúdo online durante o período da tarde. Estratégias direcionadas a essa janela horária podem aproveitar a atenção da audiência nesses momentos específicos.

Figura 5. Quantidade de postagens por hora segundo Social-Search, 2024.




Fonte: Social-Search, 2024.





ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO de risco e engajamento comunitário




MAS PARA QUE SERVE AS INFORMAÇÕES SOBRE QUANTIDADE DE POSTAGENS?

 **Foco nas janelas de oportunidade:** Considerando o pico entre 16h e 18h, estratégias de comunicação de risco e engajamento nas mídias sociais podem concentrar seus esforços em aproveitar essa janela de oportunidade para maximizar a visibilidade e o engajamento das mídias institucionais.

 **Conteúdo noturno:** A representação significativa entre 20h e 22h sugere que o período noturno é propício para a divulgação de conteúdos de prevenção da dengue e promoção da saúde comunitária em identificar os casos. A adaptação de estratégias para capturar a atenção do público durante essas horas pode ser benéfica, mas o mais importante: é a participação dos indivíduos, famílias e comunidades no monitoramento e avaliação desses conteúdos.

 **Variação na tarde:** A presença nas mídias sociais das 14h às 16h destaca a importância de manter uma comunicação de risco, envolvendo uma dinâmica e acompanhamento ao longo do dia. Estratégias específicas e adaptadas com linguagem local para esse intervalo podem envolver conteúdos informativos ou interativos para envolver a audiência, principalmente

por meio de canais de dúvidas abertas e acessíveis, com informações de apoio e acompanhamento das mudanças locais.

 **Ajustes dinâmicos:** A compreensão desses padrões horários permite ajustes dinâmicos nas estratégias de postagem e fortalecimento de uma equipe com capacidades mínimas de produção de conteúdo. A capacidade de adaptar o conteúdo e a comunicação sobre os riscos conforme os momentos de maior atividades pode otimizar o impacto das mensagens-chave, e podem ser feita pela equipe e seguir conforme as normas institucionais locais.

PRODUÇÃO: ISABEL LIMA, MARIA EDUARDA CUNHA, MAYANE NALITA, MATHEUS MATIAS E FELIPE RESENDE
REVISÃO E DIAGRAMAÇÃO: THAMIRES ALMEIDA E MILENA MARRA
ORIENTAÇÃO: PEDRO FALCÃO
COORDENAÇÃO E APROVAÇÃO FINAL: JONAS BRANT