

FAMMUCidade: COMUNICAÇÃO EM SAÚDE POR MEIO DE UM AMBIENTE VIRTUAL

Ana Carolina Damasceno Cavalcanti*
Isabela de Melo Silva
Allana Aparecida Maciel Costa
Caroline Lopes De Amorim
Arthur Leandro Ribeiro de Freitas
Toscanini Barcellos de Oliveira
Danilo Pereira Bispo
Tâmaro Chagas Mendes
Bárbara Mendes Guimarães
Giullio Pietro Gomes da Silva
Patrick Wander Endlich

DOI: <https://doi.org/10.23901/1679-4605.2021v17p517-529>

RESUMO

Na sociedade contemporânea, o acesso à informação, assim como a comunicação, foi singularmente facilitado pela *internet*. Com a massificação da tecnologia surgiram novas maneiras de produzir, divulgar e acessar conhecimento de um modo altamente eficiente e com amplo poder de alcance. Assim, o presente trabalho tem como objetivo relatar a experiência advinda do projeto de extensão FAMMUCidade: Medicina para a Comunidade da Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri (UFVJM), cuja proposta foi a divulgação de conteúdos de caráter informativo sobre as atividades de ensino, pesquisa e extensão realizadas na Faculdade de Medicina do Mucuri (Fammuc), por meio da plataforma digital *Youtube*, assim como divulgar o curso de medicina. Dessa forma, o canal funciona como uma ferramenta que amplia a possibilidade de conhecimento da Fammuc e as atividades realizadas nessa Faculdade. Para a execução do projeto, foi necessário o cadastramento do canal no *Youtube* e uma sequência de etapas foram estabelecidas para a produção dos vídeos: a capacitação dos discentes, a elaboração de um cronograma com os temas a serem abordados, a roteirização da filmagem, a revisão do *script* pelos coordenadores, a gravação e o processo de edição para posterior divulgação na plataforma digital. O canal obteve 346 inscritos, além de ter atingido mais de 11.000 visualizações e 87.244 impressões com os 14 vídeos postados no período de dois anos desde a sua criação, em 2018, informações essas coletadas por meio do *Youtube Studio*. Paralelamente aos acessos dos vídeos do canal em questão, pôde-se perceber o interesse da comunidade nas temáticas abordadas por meio da interação dos usuários por meio de comentários nos vídeos. Os resultados demonstram que a ação cumpriu com o seu objetivo: despertar o sentimento de corresponsabilidade na comunidade no que tange às ações em saúde, assim como, integrar a sociedade local à comunidade acadêmica, estimulando na população o olhar sobre a importância da Universidade como promotora de transformação social nos Vales do Jequitinhonha e do Mucuri. Por fim, o canal FAMMUCidade: Medicina para a Comunidade vem se

* Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri/ Faculdade de Medicina do Mucuri. Contato: anacarolinadc@gmail.com

configurando como uma ferramenta contemporânea de comunicação com a comunidade, divulgando conteúdos acadêmicos resultantes das atividades da Fammuc, por meio de um projeto extensão; assim, garantindo o dever constitucional da indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão.

Palavras-chave: Internet. Mídias Sociais. Comunicação em saúde. Intervenção Baseada em Internet.

FAMMUCidade: COMMUNICATION ON HEALTH USING A VIRTUAL ENVIRONMENT

ABSTRACT

In contemporary society, communication and access to information have been greatly facilitated by the internet. With the widespread use of technology, new ways of producing, disseminating, and accessing knowledge have emerged in a highly efficient way and with a wide power of reach. This paper reports the experience of the *FAMMUCidade: Medicina para a Comunidade* (Medicine for the Community) extension project of the Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri (UFVJM, Mucuri campus), whose purpose was the dissemination of informative content about teaching, research, and extension activities carried out at the Faculdade de Medicina do Mucuri (Fammuc), using the YouTube digital platform, while also publicizing the medical course. The YouTube channel acted as a tool to expand the possibility of getting to know Fammuc and the activities carried out at this Faculty. For implementation of the project, it was necessary to register the channel on YouTube, and a sequence of steps were established for production of the video: training of the students, elaboration of a schedule with the themes to be addressed, development of the filming script, review of the script by the coordinators, and the process of recording and editing for later dissemination on the digital platform. The channel received 346 subscribers, in addition to achieving more than 11,000 views and 87,244 impressions with the 14 videos posted in the two-year period since its creation in 2018. This information was collected by means of YouTube Studio. The results demonstrated that the objective of the action was achieved, namely to awaken a feeling of co-responsibility in the community regarding health actions, as well as contributing to integration of the local society and the academic community, stimulating the population to perceive the importance of the university as a promoter of social transformation in the Jequitinhonha and Mucuri Valleys. Finally, the *FAMMUCidade: Medicina para a Comunidade* channel has become a contemporary tool for communicating with the community, disseminating academic content resulting from the activities of Fammuc in the form of an extension project. The work contributes to the goal of ensuring cohesion among university teaching, research, and extension.

Keywords: Internet. Social Media. Health Communication. Internet-Based Intervention.

FAMMUCidade: COMUNICACIÓN SANITARIA A TRAVÉS DE UN ENTORNO VIRTUAL

RESUMEN

En la sociedad contemporánea, el acceso a la información, así como la comunicación, ha sido facilitado significativamente por Internet. Con el uso generalizado de la tecnología,

han surgido nuevas formas de producir, difundir y acceder al conocimiento de una manera altamente eficiente y con un amplio poder de alcance. Así, el presente trabajo tiene como objetivo dar a conocer la experiencia del FAMMUCidade: Medicina para la Comunidad, proyecto de extensión de la Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri (UFVJM) - Campus Mucuri, cuya propuesta fue la difusión de contenidos informativos sobre las actividades de enseñanza, investigación y extensión realizados en la Faculdade de Medicina de Mucuri (Fammuc), a través de la plataforma digital *Youtube*, así como la divulgación del curso médico. De esta forma, el canal funciona como una herramienta que amplía la posibilidad de conocer Fammuc y las actividades que se realizan en esta Facultad. Para la ejecución del proyecto fue necesario el registro del canal en *Youtube* y se estableció una secuencia de pasos para la realización de los videos: la formación de los estudiantes, la elaboración de un cronograma con los temas a tratar, el guión de filmación, la revisión del guión por parte de los coordinadores, proceso de grabación y edición para su posterior difusión en la plataforma digital. El canal tuvo 346 suscriptores, además de alcanzar más de 11.000 visualizaciones y 87.244 impresiones con los 14 videos publicados en el bienio desde su creación en 2018, información recogida a través de *Youtube Studio*. Los resultados demuestran que la acción cumplió con su objetivo: despertar el sentimiento de corresponsabilidad en la comunidad con respecto a las acciones de salud, así como buscar la integración de la sociedad local en la comunidad académica, estimulando a la población a mirar la importancia de la Universidad como promotora de transformación social en los valles de Jequitinhonha y Mucuri. Por fin, el canal FAMMUCidade: Medicina para la Comunidad se ha convertido en una herramienta contemporánea de comunicación con la comunidad, difundiendo contenidos académicos resultantes de las actividades de Fammuc, a través de un proyecto de extensión; garantizando así el deber constitucional de la inseparabilidad entre enseñanza, investigación y extensión.

Palabras clave: Internet. Medios de Comunicación Sociales. Comunicación en Salud. Intervención basada en la Internet.

INTRODUÇÃO

Com o desenvolvimento das Tecnologias de Informação e Comunicação atrelado à popularização da *World Wide Web* (do inglês, Rede Mundial de Computadores), o acesso ao conhecimento foi facilitado, de modo que as informações passaram a transpor os limites físicos das escolas e universidades e, por meio da *internet*, se estenderam à população em geral ([SILVERSTONE, 2002](#)).

Atualmente, as redes sociais funcionam como um meio de conexão, permitindo pessoas, grupos ou organizações interagirem entre si. Já as mídias digitais são responsáveis pela disseminação de conteúdos diversos, tendo os equipamentos digitais como veículos das informações ([PERNISA JUNIOR, 2001](#)).

A todo momento uma série de conhecimentos acerca de um determinado assunto é atualizada nas mídias digitais. Particularmente, as ciências da saúde - como, por exemplo, a medicina, a odontologia, a enfermagem e a fisioterapia - são remodeladas frequentemente em decorrência dos avanços científicos, sendo possível a divulgação expressa e eficiente dessas informações por meio da *internet*, não ficando restritas

somente à publicação nos *sites* pagos, mas também a disseminação veloz de uma informação por meio de *blogs* ou até mesmo *sites* gratuitos.

Nesse contexto, as mídias digitais se consolidaram como um veículo de acesso à informação altamente eficiente e com ampla capacidade de alcance, principalmente devido à massificação do acesso à *internet* e aos telefones móveis do tipo *smartphone*. Diante disso, canais em mídias sociais passaram a representar uma oportunidade de a universidade levar informação e conhecimento à comunidade. Isso conjugado à promoção da extensão, que se caracteriza por ser “[...] aberta à participação da população, visando à difusão das conquistas e benefícios resultantes da criação cultural e da pesquisa científica e tecnológica geradas na Instituição” (BRASIL, 1996, p. 15).

Com uma interface de fácil utilização e de livre acesso, o *YouTube* passou a ser considerado uma importante ferramenta na divulgação de informações. Além disso, é proeminente a capacidade de alcance desse canal, haja visto que possui um bilhão de horas assistidas por dia (YOUTUBE, 2020), ocupando a segunda posição no *ranking* das redes sociais mais acessadas no mundo (STATISTA, 2020). Dessa forma, a *internet* vem se configurando como um meio facilitador para intervenções na educação em saúde, estimulando a prevenção de doenças, o engajamento da população em assuntos pertinentes ao bem-estar e à qualidade de vida e a promoção de saúde.

No ano de 2005, a partir do incentivo do Programa de Apoio a Planos de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais - REUNI, a Região dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri foi contemplada com a Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri (UFVJM). Posteriormente, considerando a Portaria SESU/MEC nº 109, de 05 de junho de 2012, o Conselho Universitário da UFVJM, por meio da Resolução nº 09/2012, instituiu a criação de um curso de medicina na cidade de Teófilo Otoni - MG. Esse curso, ofertado pela Faculdade de Medicina do Mucuri (Fammuc), surgiu com um papel fundamental no que diz respeito à transformação social propiciada pela educação. A faculdade teve suas atividades iniciadas no dia 09 de setembro de 2014, já em vigência do Programa Mais Médicos. A cidade de Teófilo Otoni - MG encontra-se no Nordeste do estado e é considerada o centro macrorregional do Vale do Mucuri - uma região composta por 23 municípios, caracterizados pelo baixo nível socioeconômico (PINTO; RODRIGUES, 2018).

Diante desse cenário, a Fammuc visa a formar médicos generalistas, humanistas, críticos e reflexivos, capazes de enxergarem os problemas relacionados ao processo de saúde-doença e propor soluções efetivas, tanto por entender os cuidados que são necessários aos usuários, quanto por reconhecer as deficiências da rede de saúde ou do seu funcionamento (UFVJM, 2018). Assim, a Fammuc se configura como um centro de pesquisa e de extensão, que, junto com as autoridades locais, busca solucionar os problemas ligados à saúde.

Sob essa realidade, o projeto de extensão FAMMUCidade: Medicina para a Comunidade foi desenvolvido e vem sendo executado, tanto por discentes, quanto por docentes e técnicos, da Fammuc. Ele se apresenta por meio de um canal[†] na plataforma digital *YouTube*, e objetiva levar conhecimento à população por intermédio de um veículo de informação atual e com amplo acesso pela sociedade. Ademais, o canal funciona como uma ferramenta para difundir junto à população informações sobre saúde, cultura e ambiente, além de levar ao público os conhecimentos que são gerados na universidade,

[†] O endereço eletrônico do canal FAMMUCidade é:
<https://www.youtube.com/channel/UCIZb6ISAwmnVvLy5M-oc98g>.

fomentando, assim, na comunidade, o desejo de conhecer a Faculdade de medicina e as atividades que nela são realizadas.

Além disso, o Canal surge como uma ferramenta, visando à maior divulgação do Curso de Medicina na Região, para que a comunidade, principalmente, a do Vale do Mucuri e entorno, possa se apropriar do Curso, resultando na fixação de médicos correligionários e assim, suprimindo o vazio assistencial que assola o Nordeste de Minas Gerais ([COVRE et al., 2017-2021](#)).

METODOLOGIA

Trata-se de um relato de experiência sobre a implantação de um projeto de extensão da Fammuc/UFVJM em um ambiente virtual - canal no *Youtube*.

O projeto intitulado FAMMUCidade: Medicina para a Comunidade teve início em 22 de março de 2018, sendo idealizado por um docente e inicialmente executado por cinco discentes e três técnico-administrativos, com o objetivo de estender a capacidade de difusão dos conhecimentos gerados na Fammuc à população, principalmente, àquela residente no Vale do Mucuri. Para tal, primordialmente, foi criado um canal no *YouTube*, no qual seriam veiculadas reportagens pertinentes à saúde e à própria Instituição. Em seguida, foram também criadas páginas do projeto em outras redes sociais, como *Instagram* e *Facebook*, com a intenção de ampliar o alcance dos vídeos.

O projeto tem como principal mecanismo de interface entre a Universidade e a comunidade a rede social *YouTube*. Desse modo, antes de as filmagens serem iniciadas, os discentes receberam uma capacitação, com o propósito de adquirirem uma noção básica acerca das questões que envolvem a produção de conteúdo para grandes veículos midiáticos, tais quais: como se comportar perante as câmeras; como melhorar a dicção e sobre recursos de filmagem, captação de áudio e controle de iluminação. A capacitação foi realizada por servidores da Fammuc, ligados aos setores da saúde, da comunicação, da tecnologia de informação e da psicologia.

Após a capacitação dos discentes, no dia 10 de maio de 2018, foi realizado o cadastramento do canal na plataforma digital *YouTube*. Eventuais modificações posteriores ao registro foram realizadas para a customização do canal (Figura 1). A identificação visual foi criada para capa e foto de perfil; e uma descrição foi realizada com o intuito de apresentar aos usuários uma visão geral dos objetivos do projeto. Em seguida, uma ampla divulgação nas redes sociais foi realizada, a fim de tornar público o canal entre os alunos da faculdade e a comunidade local.

Figura 1. Atual *design* do canal FAMMUCidade: Medicina para a Comunidade.



Por conseguinte, a partir do cadastramento do FAMMUCidade: Medicina para a Comunidade no *YouTube*, iniciou-se o processo de produção dos vídeos. Primeiramente, a equipe se reuniu para a elaboração de um cronograma, contendo ideias de temas a serem abordados nas reportagens. Os assuntos foram escolhidos tomando como dimensão os seguintes aspectos: relevância para a comunidade (com enfoque nos temas intimamente relacionados à realidade local); envolvimento da Universidade com o assunto do vídeo; potencial efeito prático das reportagens (destacando-se as temáticas relevantes em determinados meses do ano); e exequibilidade.

Subsequente à confecção do cronograma, a cada mês, um roteiro de filmagem foi elaborado. A etapa de roteirização se iniciava com uma revisão de conteúdo. Os discentes pesquisavam, em fontes cientificamente confiáveis, sobre o tema que seria abordado no vídeo. Dessa forma, as informações relevantes eram selecionadas e um texto base era redigido, com o intuito de guiar os discentes durante as gravações. Além disso, no processo de roteirização, a equipe delimitava o formato em que os assuntos seriam apresentados (*vlog*, *quizz*, entrevista, mito ou verdade, entre outros). Ademais, era feita uma lista com os materiais que seriam necessários para as filmagens.

Com os roteiros de filmagem prontos, ocorria, então, a etapa de revisão pelos colaboradores do projeto, para que eventuais adequações fossem efetuadas. Concomitantemente, a equipe realizava os contatos com os locais privados ou até mesmo públicos, em que as filmagens aconteceriam, a fim de solicitar a autorização para o uso dos espaços. Quando necessário, também era feito o contato prévio com as pessoas que seriam entrevistadas nos vídeos, não só para realizar o convite da participação, mas também para solicitar a autorização de veiculação da imagem.

Definidos os roteiros, a equipe se mobilizava de forma a executar as filmagens. Os vídeos, em geral, foram gravados em espaços públicos, privados, ou nas próprias dependências da UFVJM - *Campus* do Mucuri. As reportagens foram construídas de maneira dinâmica, adotando diferentes cenários, formatos variados e linguagem compreensível.

O processo de filmagem dos vídeos exigia participação de grande parte da equipe do projeto, que se dividia entre a gravação e os bastidores. Para a produção do material, eram utilizados equipamentos - como câmera semiprofissional e celular - dos membros da própria equipe.

Realizadas as filmagens, o material produzido passava por um processo de edição, com a intenção de torná-lo mais atraente visualmente e interativo, por meio de recursos de áudio e vídeo. Essa etapa era realizada por um dos colaboradores, especialista em Tecnologia da Informação.

Findada a edição do vídeo, esse era divulgado nas redes sociais do projeto, além de ser atualizado no *YouTube*. Cabe ressaltar, que a divulgação dos conteúdos na página se baseava nas estatísticas fornecidas a respeito dos horários de maior envolvimento com o conteúdo a ser disponibilizado, de forma a atingir o público interessado e potencializar a visibilidade do canal. Ademais, a divulgação era realizada nas redes sociais do projeto, nos grupos de *WhatsApp*, no *site* do Centro Acadêmico de Medicina de Teófilo Otoni e na página oficial da Fammuc.

Quanto à interação com os usuários, a equipe de discentes era responsável pela moderação dos comentários enviados ao canal, além de responder as dúvidas enviadas por e-mail, relacionadas aos conteúdos do projeto. Dessa forma, a comunidade se comportou como um membro ativo na dinâmica do projeto.

Os resultados apresentados abaixo se referem às estatísticas fornecidas pela própria plataforma digital ([YOUTUBE STUDIO, 2020](#)) aos administradores da página, coletadas em 15 de maio de 2020.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O canal FAMMUCidade: Medicina para a Comunidade, após 2 anos de existência, conta com um total de 346 inscritos e 11.264 visualizações. Ao todo, foram 14 vídeos postados e as estatísticas presentes no *YouTube Studio* mostram que, desde a criação do canal, em 2018, até a data de 15 de maio de 2020, os vídeos tiveram 87.244 impressões, que consistem na quantidade de vezes que as miniaturas dos vídeos do canal foram exibidas aos espectadores, não incluindo aplicativos externos ou *sites*. Os números de acesso geral e visualizações, relativos aos conteúdos divulgados no canal, encontram-se na Tabela 1.

Com relação à origem do acesso aos vídeos, cerca de 43,3% foram realizados por pesquisa direta no *YouTube*. Também pôde ser efetuado através de páginas em outros meios digitais vinculados ao projeto, como o *Instagram* e o *Facebook*, representando 15,2%. Os demais acessos (41,5%) ocorreram por meio de vídeos sugeridos que aparecem ao lado ou depois de outros vídeos, recursos de navegação (*feed* de inscrições) e fontes externas, tais como aplicativos e *websites* que inserem ou associam *links* para os vídeos no *YouTube*.

O levantamento de dados do projeto revela que o perfil geral dos espectadores do canal corresponde à faixa etária de 18 a 24 anos, o que representa 67,7% das visualizações; e os 32,3% restantes possuem de 25 a 34 anos de idade. Ademais,

percebeu-se que a maioria dos acessos foram de pessoas do gênero feminino, perfazendo um total de 59,4% das visualizações.

É válido destacar ainda que a ferramenta *YouTube Studio* disponibilizou o *status* da inscrição, categorizando-os em inscritos e não inscritos. Assim, verificou-se que apenas 16,6% das visualizações foram realizadas pelos próprios inscritos no canal, ao contrário dos 83,4%, que corresponderam aos não inscritos. Dessa forma, pôde-se perceber que a maioria das visualizações dos vídeos não foram feitas por pessoas inscritas no canal, fazendo-se necessário, então, ponderar outras medidas para ampliar as inscrições neste, de maneira a ter um melhor alcance do público pretendido.

Tabela 1. Publicações do canal FAMMUCidade: Medicina para a Comunidade no *Youtube*, e os respectivos números de visualizações.

Título do Vídeo	Visualizações
Fala, galera! <i>Making of Teaser</i> FAMMUCidade	791
Você conhece a FAMMUC? - Parte 1	1.536
Você conhece a FAMMUC? - Parte 2	979
Queimaduras – Mitos e Verdades	544
Você conhece o SASI?	3.337
Setembro Amarelo	652
Outubro Rosa	289
Novembro Azul	168
Estrutura da FAMMUC	992
Estrutura da FAMMUC: laboratório de microscopia	370
PBL	248
Cerimônia do Jaleco	1.150
<i>Storytelling</i> do Fernando	128
<i>Storytelling</i> do Gustavo	80
TOTAL	11.264

Fonte: Youtube Studio (página de administração do canal).
Dados coletados no dia 15 de maio de 2020.

O primeiro vídeo, denominado “Fala, galera! *Making of | Teaser* FAMMUCidade”, foi postado em 30 de maio de 2018, com o objetivo de inaugurar o canal do projeto e apresentar os integrantes. Cerca de 24 meses após a postagem, o vídeo alcançou um total de 791 visualizações. Por meio do *YouTube Studio*, foi possível analisar que a postagem desse conteúdo contabilizou um total de 2.452 impressões e o canal obteve 47 inscritos. Cabe destacar também que 100% das visualizações foram de pessoas entre 18 e 34 anos de idade.

Já ao avaliar o vídeo “Você conhece a FAMMUC – parte 1”, observou-se um total de 1.536 visualizações, alcançando mais 62 inscritos para o canal. Ao passo que a continuação: “Você conhece a FAMMUC – parte 2” obteve 979 visualizações e mais 20 inscritos. Os vídeos foram realizados com a intenção de divulgar a faculdade, saber a

opinião da população sobre os possíveis impactos desse curso para a comunidade do Vale do Mucuri e relatar sobre o processo de implantação do curso de medicina em Teófilo Otoni. Isso porque, por se tratar de uma faculdade relativamente nova - tendo as atividades do curso de medicina iniciadas em 2014 - esse projeto proporciona aos novos ingressantes e interessados a possibilidade de conhecê-la e ter acesso às informações, à metodologia e à estrutura da faculdade. Simultaneamente, cria um sentimento de pertencimento na comunidade, na tentativa de despertar, na população, sobre a importância dessa Universidade como promotora de transformação social e científica no Vale do Mucuri – MG.

No canal, o vídeo com maior número de *views* (*visualizações, em português*) foi o intitulado “Você conhece o SASI?”, com 3.337 visualizações, o qual rendeu mais 65 inscritos. Esse atingiu um total de 42,7 mil impressões e o seu acesso se deu, principalmente, por meio de pesquisa direta no *YouTube* (75,4%), sendo o restante advindo de fontes externas, utilizando, por exemplo, o *Facebook* e o *Instagram* do canal. A elaboração desse vídeo deve-se ao fato de a UFVJM contar com dois processos seletivos para o ingresso dos estudantes na instituição: o SISU (Sistema de Seleção Unificada), que acontece semestralmente e o SASI (Seleção Seriado). Este último é um processo próprio da universidade, o qual possibilita que, ao final de cada ano do Ensino Médio, o aluno possa realizar o processo seletivo e obter notas. A média dessas três notas resultarão na classificação, sendo, portanto, um vestibular seriado ([PORTAL UFVJM, 2020](#)). Diante disso, a equipe do FAMMUCidade pôde contribuir com a divulgação do processo seletivo e sanar eventuais dúvidas acerca do conteúdo do vídeo e também dos comentários.

Além disso, o canal possibilitou a divulgação da estrutura da Faculdade de Medicina do Mucuri e uma das principais metodologias de ensino do curso. O vídeo “Estrutura da Fammuc”, assim como o “Estrutura da Fammuc: Laboratório de Microscopia” e “PBL” demonstram esse objetivo de levar um pouco do funcionamento da faculdade para o público externo. Interessante pontuar que a UFVJM visa ao desenvolvimento da região dos Vales do Jequitinhonha e do Mucuri e sua implementação representa a interiorização do ensino público em Minas Gerais, o que possibilita o acesso de pessoas a uma formação acadêmica de qualidade, contribuindo para que esses Vales, considerados uns dos mais pobres do Brasil, possam ter um crescimento econômico significativo, contribuindo para a redução da desigualdade social no país ([PORTAL UFVJM, \[s.d\]](#)).

Outro vídeo com ampla visualização foi sobre o tema “Cerimônia do Jaleco”, com 1.150 *views*. O conteúdo foi criado com o propósito de divulgar esse evento, que é tradição na Fammuc e que também acontece em outras universidades, o qual dá as boas-vindas aos calouros do curso de Medicina ([BETTIN, 2019](#)). A cerimônia, bastante comum na Europa e nos Estados Unidos, visa a chamar a atenção dos calouros para as tradições médicas quanto à vestimenta e à relação com o paciente, além de despertar no aluno o profissionalismo e a ética ([HUBER, 2003](#)).

Além disso, foi postado no canal um vídeo com a seguinte temática: “Queimaduras Mitos e Verdades” que teve a intenção de levar conhecimento para as pessoas acerca de um problema tão recorrente na saúde, que ocasiona cerca de 1.000.000 de incidentes por queimaduras ao ano ([BRASIL, 2017](#)). O vídeo teve um total de 544 visualizações. Tal postagem demonstra que o projeto visa também a produção de conteúdo de caráter científico e de fácil entendimento para a sociedade, de forma que esses conteúdos

possam se reverter em fácil resolução de suas dúvidas quanto a questões de seu cotidiano.

O canal FAMMUCidade: Medicina para a Comunidade também tem vídeos de relevância social no que tange à divulgação de campanhas importantes para a saúde pública, visto que o *marketing* tem como principal função promover a conscientização e a renovação nos padrões sociais ([SAGAZ; LUCIETTO, 2016](#)). Por isso, nos meses de setembro, outubro e novembro foram postados os vídeos: “Setembro Amarelo”, “Outubro Rosa” e “Novembro Azul”, respectivamente, com o intuito de conscientizar a população sobre temas que merecem visibilidade, além de difundir e fortalecer essas campanhas na mídia.

Desta forma, o canal por meio da publicação de vídeos e movimentação de suas redes sociais auxilia na propagação de conteúdo informativo para a população, a destacar: Mitos e verdades sobre queimaduras e das campanhas do Ministério da Saúde intituladas “Setembro Amarelo”, “Outubro Rosa” e “Novembro Azul”. Entretanto, ao se analisar os dados da Tabela 1, esses podem sugerir que os espectadores do canal preferem vídeos que divulgam a Fammuc em si do que aqueles que apresentam cunho científico. No entanto, ambos conteúdos são temáticas bastante características e relevantes do projeto, por diferentes razões. Primeiramente, pelo fato de o projeto promover e disseminar informações sobre uma Universidade pública. E ainda, porque os conteúdos de cunho informativo são produzidos pelos próprios discentes vinculados ao projeto, o que se constitui em uma das importantes vivências que esses estudantes têm durante essa produção, as quais envolvem pesquisa científica sobre o assunto, a elaboração do roteiro e a filmagem.

Os dois últimos vídeos postados no canal retratam a temática do *storytelling*, entendido como o aspecto de contar, transmitir uma história ou um fato utilizando-se de imagens ou outros recursos que ajudam a manter o interesse dos espectadores ([PALACIOS; TERENCEZZO, 2016](#)). Assim, o canal, ao exibir os *storytellings* de alunos do curso de medicina da Fammuc, proporcionou ao interlocutor uma narrativa acerca da trajetória do discente para a inserção em uma Faculdade de Medicina e como o preparo acadêmico pode sobrecarregar o emocional e desencadear problemas psiquiátricos (como a ansiedade e a depressão), demonstrando a importância da construção de uma rede de apoio para a superação do problema. Para o estabelecimento dessa rede de apoio é relevante que a Universidade e os envolvidos na educação médica insiram-se nesse processo, por meio de recursos pedagógicos e de assistência estudantil que acolham a humanização dentre seus princípios, pois tais medidas exercem uma influência positiva e auxiliam no processo de superação do discente ([BAMPI et al., 2013](#)).

É válido ressaltar que uma das limitações do projeto foi o fato de a equipe do canal contar somente com um colaborador da área de informática para realizar a edição dos vídeos. Além disso, esse técnico era responsável por todas as demandas que surgissem na Fammuc no âmbito de sua área. Dessa forma, no decorrer desses 2 anos, o canal apresentou dificuldade quanto à divulgação dos vídeos de forma periódica, acarretando um número de postagens no canal abaixo do programado, uma vez que a intenção inicial era divulgar um vídeo mensalmente. Como forma de sanar esse problema, a equipe conseguiu, no início do semestre de 2020, mais um profissional da área de informática para compor o grupo e auxiliar no trabalho.

Por fim, é válido destacar que o *YouTube* é uma ferramenta que também permite uma interação digital entre os moderadores do canal e o público. Assim, forma-se uma rede de sujeitos com os mesmos interesses, criando novas formas de relacionamento por

meio de condições propícias como o sentimento de comunidade e, ao mesmo tempo, de anonimato, provocados pela distância. Aproximam-se, portanto, jovens que possuam interesses comuns (SILVA, 2016). Essa interação acontece por meio dos comentários que podem ser realizados ao final de cada vídeo, no qual o telespectador pode interagir com alguma dúvida, sugestão ou crítica. Desse modo, os membros do projeto estão sempre atentos à moderação dos comentários dos vídeos, acessando-os constantemente e efetuando, porventura, a resposta às postagens o que gera uma maior aproximação com o espectador.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O canal está avançando em seu objetivo de ampliar o acesso às informações científicas e às atividades da Fammuc, além de promover uma sensação de pertencimento e corresponsabilidade na comunidade no que tange às ações em saúde decorrentes das atividades acadêmicas do curso de medicina. Ademais, o projeto possibilitou a integração entre os diferentes representantes da comunidade acadêmica por meio da realização de trabalhos de gravação em grupo com os profissionais da faculdade e os alunos de diferentes turmas, incentivando assim, o trabalho em equipe. Diante do exposto, esse projeto vem se configurando como uma ferramenta contemporânea de comunicação com a comunidade, divulgando conteúdos acadêmicos resultantes das atividades da Fammuc, por meio de um projeto extensão; assim, garantindo o dever constitucional da indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão. Por fim, o canal FAMMUCidade: Medicina para a Comunidade é um projeto que continuará em vigor e que almeja extrapolar o ambiente virtual, visando à divulgação da Fammuc por meio de ações em colégios e cursinhos pré-vestibulares, a fim de estimular o olhar da comunidade sobre a importância da Universidade como promotora de transformação social nos Vales do Jequitinhonha e do Mucuri.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos à Pró-Reitoria de Extensão e Cultura da UFVJM por todo apoio prestado a este Projeto.

SUBMETIDO EM: 14/08/2020.

ACEITO EM: 08/09/2021.

REFERÊNCIAS

[BAMPI, L. N. da S. et al.](#) Qualidade de vida de estudantes de Medicina da Universidade de Brasília. **Revista Brasileira de Educação Médica**, Brasília, DF, v. 37, n. 2, p. 217-225, 2013. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-55022013000200009&script=sci_abstract&lng=pt. Acesso em: 14 maio 2020.

[BETTIN, H. B.](#) **Cerimônia do Jaleco**. [S.l.]: FAMMUC, 03 abr. 2019. Faculdade de Medicina do Mucuri. Disponível em: <http://site.ufvjm.edu.br/fammuc/2019/04/03/cerimonia-do-jaleco/>. Acesso em: 18 jun. 2020.

[BRASIL](#). Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 23 dez. 1996. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/seesp/arquivos/pdf/lei9394_ldbn1.pdf. Acesso em: 11 maio 2020.

[BRASIL](#). Ministério da Saúde. **Queimados**. Brasília, 2017. Disponível em: <https://www.saude.gov.br/component/content/article/842-queimados/40990>. Acesso em: 17 maio. 2020.

[COVRE, A. L. et al.](#) **Plano de Desenvolvimento Institucional 2017-2021**. Diamantina: UFVJM, 2017-2021. Disponível em: http://media.ufvjm.edu.br/content/uploads/sites/105/2017/07/PDI_2017_2021-2.pdf. Acesso em: 15 mai. 2020.

[HUBER, S. J.](#) The white coat ceremony: a contemporary medical ritual. **Journal of Medical Ethics**, London, v. 29, n. 6, p. 364-366, 2003. Disponível em: <https://jme.bmj.com/content/29/6/364>. Acesso em: 22 jun. 2020.

[PALACIOS, F.; TERENCEZZO, M.](#) **O guia completo do Storytelling**. Rio de Janeiro: Alta Books Editora, 2016.

[PERNISA JUNIOR, C.](#) Mídia digital. **Lumina**, Juiz de Fora, v. 4, n. 2, p. 175-186, 2001. Disponível em: <https://www.ufjf.br/facom/files/2013/03/R8-Junito-HP.pdf>. Acesso em: 15 mai. 2020.

[PINTO, V. S. de O.; RODRIGUES, C. E.](#) Criação e implantação do Curso de Medicina da UFVJM, Campus do Mucuri: uma história de lutas e desafios. **Revista Vozes dos Vales**, Diamantina, v. 7, n. 13, p. 1-17, maio 2018. Disponível em: <http://site.ufvjm.edu.br/revistamultidisciplinar/files/2018/05/Vania0102.pdf>. Acesso em: 15 mai. 2020.

[PORTAL UFVJM](#). **Pró-Reitoria de Graduação - Formas de Ingresso**. Diamantina, 2020. Disponível em: <http://www.ufvjm.edu.br/copese/sasi.html>. Acesso em: 04 mai. 2020.

[PORTAL UFVJM](#). **História. UFVJM: 68 anos de tradição em ensino 16 anos de universidade**. Diamantina [s.d]. Disponível em: <http://portal.ufvjm.edu.br/a-universidade>. Acesso em: 19 mai. 2022.

[SAGAZ, S. M.; LUCIETTO, D. A.](#) Marketing social aplicado à saúde coletiva: definições, usos, aplicações e indicadores da produção científica brasileira. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, Niterói, v. 10, n. 3, p. 16-30, 2016. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/pca/article/view/11267/pdf>. Acesso em: 15 mai. 2020.

[SILVA, M. F. R. da](#). **A publicidade no youtube e sua evolução como mídia digital**. 2016. 48 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Publicidade e Propaganda) – Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais, Brasília, DF, 2015. Disponível em: <https://docplayer.com.br/15655796-A-publicidade-no-youtube-e-sua-evolucao-como-midia-digital.html>. Acesso em: 15 mai. 2020.

[SILVERSTONE, R.](#) **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Loyola. 2002.

[STATISTA.](#) **Most popular social networks worldwide as of April 2020, ranked by number of active users.** New York, 2020. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>. Acesso em: 15 maio 2020.

[UFVJM.](#) Faculdade de Medicina do Mucuri. **Projeto Pedagógico do Curso de Graduação em Medicina Campus Mucuri - Teófilo Otoni - MG.** Teófilo Otoni, 2018. 210 p. Disponível em: http://www.ufvjm.edu.br/formularios/doc_view/6669-.html?lang=pt_BR.utf8%2C+pt_BR.UT. Acesso em: 15 maio 2020.

[YOUTUBE STUDIO.](#) **Youtube Studio.** [S.l.: s.n., 2020?]. Disponível em: <https://studio.youtube.com/>. Acesso em: 15 maio 2020.

[YOUTUBE.](#) **About YouTube.** [S.l.: s.n., 2020?]. Disponível em: <https://www.youtube.com/intl/pt-PT/about/press/>. Acesso em: 15 maio 2020.