

PRODUÇÃO DE BANNER DIGITAL A PARTIR DE MEMES CIRCULADOS DURANTE COVID-19: RELATO DE EXPERIÊNCIA SOBRE O “PROJETO CORPO, SAÚDE E SALUTOGENIA NA PANDEMIA COVID-19”¹

Jackeline Santos Cristina,

Universidade Federal de Sergipe (UFS)

Larissa Gandarela,

Universidade Federal de Sergipe (UFS)

Rodrigo Santos,

Universidade Federal de Sergipe (UFS)

Lucas Araújo,

Universidade Federal de Sergipe (UFS)

Cristiano Mezzaroba.

Universidade Federal de Sergipe (UFS)

RESUMO

PALAVRAS-CHAVE: Salutogenia; Memes na Pandemia; Covid-19.

INTRODUÇÃO

A saúde sempre foi uma temática presente no campo da Educação Física, seja pelo caráter higiênico, pela justificativa do fortalecimento corporal ou do padrão de movimento. Atualmente, existem muitas pesquisas no âmbito científico que apontam as práticas corporais como um mecanismo de prevenção de doenças ou de promoção da saúde. Contudo, ainda não há clareza por parte da sociedade a respeito da distinção entre a saúde e a ausência de doença.

A salutogenia é um termo que surgiu através de Aaron Antonovsky, buscando diferenciar a saúde da patogênese, utilizada na área médica, ampliando o entendimento de saúde e trazendo um entendimento mais voltado à resistência, produção, proteção e manutenção da vitalidade, diferente da simples ausência de doença (OLIVEIRA, 2004), sendo assim, um

¹ EDITAL PROEX/UFS – PIAEX Nº 08/2020 – CADASTRO DE PROJETOS PARA DESENVOLVIMENTO REMOTO.

conceito importante a ser discutido nesse momento pandêmico como forma de promoção ao cuidado.

Um mecanismo contemporâneo para qualquer tipo de discussão são as redes sociais, pois são importantes propagadoras de toda e qualquer informação, com poder de acesso e papel globalizador, principalmente neste período de isolamento social vivido mundialmente devido à pandemia de Covid-19.

Este texto é constituinte do projeto cujo objetivo geral centrou-se na elaboração de 3 produtos audiovisuais e textuais que vislumbrou possibilidades que envolvem corpo, práticas corporais e a dimensão da salutogênese, mobilizando estratégias da mídia-educação (FANTIN, 2006), a partir do que tem sido produzido e veiculado através das redes sociais e portais de informações. Neste relato de experiência, trazemos o processo de produção do *banner* digital que focou na cultura dos memes, os quais passaram a constituir a cultura imagética do nosso cotidiano a partir da cultura digital. Tais produtos culturais podem aparecer com seu perfil descontraído, crítico ou reforçando ideologias diversas, com seu caráter replicador, que trata de assuntos comuns a determinados grupos.

METODOLOGIA

A coleta dos memes foi realizada nas redes sociais: *Twitter, Instagram e Facebook*. Foram identificados e coletados 255 memes, posteriormente feita uma categorização levando em conta a quantidade, o conteúdo e as linhas de pensamento convergentes entre eles, o que nos permitiu elaborar as seguintes categorias: Conscientização; Descontração; Política brasileira; Ideologia e Preconceito. Após a categorização foi confeccionado o banner digital, com apenas 13 memes como exemplos das categorias. Todo o projeto foi desenvolvido de maneira remota, alternando-se entre encontros *online* e tarefas *offline*.

RESULTADOS

Quanto à categorização, observamos que a categoria “Conscientização” conteve a maior quantidade de publicações (132) e trouxe a ideia de conscientização da sociedade quanto ao vírus ao número de mortes, à pandemia, a proteção por meio de vários mecanismos. Na categoria “Descontração” tivemos 69 memes, os quais enfatizavam o humor na situação atual da sociedade, com implicações de gerar um sentimento de leveza em meio às dificuldades do

momento. Quanto à categoria “Política brasileira” obtivemos 27 memes que trouxeram as falas, atitudes e decisões dos nossos governantes, que resultaram em drásticas consequências para a população; Por sua vez, a categoria “Ideologia” com 23 memes, os quais apresentam as ideias que surgiram com a pandemia, ideologias sem cunho científico ou comprobatório; e por último, a categoria “Preconceito” com apenas 4 memes que nos mostram os preconceitos sofridos por aqueles que têm seus corpos gordos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto teve seu objetivo geral cumprido através da construção do *banner* digital com os memes retirados das redes sociais, mesmo com algumas dificuldades que o período remoto e a pandemia nos trouxeram, conseguimos trazer um conteúdo inédito, coerente com a realidade vigente, cumprindo a ideia do projeto geral de debater sobre o tema proposto e apresentar um produto audiovisual que possibilita um fácil acesso e compreensão.

Compreendemos também novas formas de ver os memes, de uma maneira mais crítica e minuciosa, aprendendo sobre a temática da Salutogenia e observando suas contribuições na formação em Educação Física. Dessa forma, sugerimos pesquisas nessa abordagem que resultem em produtos acessíveis à população em geral utilizando de ferramentas que já fazem parte do dia a dia de todos, a exemplo dos memes.

REFERÊNCIAS

FANTIN, M. **Mídia-educação**: conceitos, experiências, diálogos Brasil-Itália. Florianópolis: Cidade Futura, 2006.

OLIVEIRA, A. O tema saúde na Educação Física escolar: uma visão patogenética ou salutogenética? In: KUNZ, E.; STRAMANN, R. **Intercâmbio científico internacional em Educação Física e Esporte**. Ijuí-RS: Unijuí, 2004. p. 241-259.