

COMBATE À DESINFORMAÇÃO E ÀS FAKENEWS DURANTE A PANDEMIA - CONFIANÇA E SATISFAÇÃO PARA OS BENEFICIÁRIOS

Elesbão, André de Oliveira;

16/10/2020

OBJETIVOS: no dia 11 de março de 2020, a Organização Mundial de Saúde (OMS) declarou que o novo Coronavírus havia se tornado pandêmico. Frente a esse cenário, a Cemig Saúde precisou reinventar a forma de se comunicar com seus beneficiários, para mantê-los atualizados sobre o novo vírus, tranquilizá-los nesse momento de incertezas e mostrar que, mesmo em meio à pandemia, o plano continuava a oferecer a assistência necessária para garantir a saúde de todas as pessoas assistidas, transformando-se num porto seguro no que se refere às informações sobre a nova doença. Para isso, uma nova estratégia de comunicação foi criada para que a Operadora estivesse presente nas vidas dos beneficiários durante todo o período. A estratégia foi dividida em três estágios: no primeiro, o intuito foi levar informações verdadeiras, tirar dúvidas gerais sobre a COVID-19 e evitar a disseminação de *fake news*. Em seguida, a Operadora buscou levar conteúdos informativos sobre o que fazer e como se cuidar no isolamento social. O último estágio envolveu a apresentação de ensinamentos sobre como se preparar para o novo normal.

MÉTODOS: para atender a esses objetivos, a Cemig Saúde colocou em prática uma ação de informação, intensificando a divulgação de conteúdos ricos e verdadeiros sobre o Coronavírus aos beneficiários a partir do uso de diferentes veículos. As divulgações foram iniciadas antes mesmo da pandemia ser declarada pela OMS, em 09 de março de 2020. Os conteúdos foram divulgados diariamente no site (www.cemigsaude.org.br) e no Blog (vivamais.cemigsaude.org.br) da Operadora. Além disso, foram enviados comunicados, e-mails marketings, *whatsapp* e SMS para beneficiários e prestadores. A Operadora também produziu campanhas, infográficos, fluxos de atendimento e vídeos.

RESULTADOS: com a adoção da estratégia de Informação, a Cemig Saúde percebeu um crescimento nos acessos de seus canais: em março/2020, o número de visitantes únicos no Portal Cemig Saúde e no Blog Viva+ foi de 43.165 pessoas. Esse número representa um aumento de 30,8% em relação ao mês de fevereiro/2020 e de 70,05% em relação a agosto/2019. A taxa de abertura de e-mails marketing enviados pela Operadora entre março a maio também registrou um aumento de 42,23% (entre beneficiários) e de 61,3% (entre prestadores). Os resultados mais importantes foram o aumento nos índices de confiança na marca Cemig Saúde e no índice satisfação do participante, aferidos na Pesquisa de Satisfação com o Beneficiário.

CONCLUSÕES: os resultados das ações adotadas demonstram que a Cemig Saúde foi assertiva em seu contato com os beneficiários durante a pandemia, aumentando sua proximidade ao mesmo tempo em que manteve todas as pessoas atendidas pelo plano bem informadas. A intensificação nas divulgações da Operadora ajudou os beneficiários a se manterem bem-informados sobre a pandemia e a COVID-19, a aprenderem a identificar *fake news*, a conhecerem os serviços do plano em prol da promoção de uma assistência de qualidade e a se prepararem para o futuro. Beneficiário bem informado é beneficiário confiante e satisfeito com sua Operadora.

