

COMUNICAÇÃO GOVERNAMENTAL EM SAÚDE PÚBLICA MUNICIPAL NO INSTAGRAM

10

Lucas Braga da Silva*
Keliane Moraes Silva Santos Vale†
Mônica Aparecida da Rocha Silva‡
Lia de Azevedo Almeida**

Resumo: Considerando a comunicação governamental como um recurso para compartilhar conteúdos e informações sobre saúde pública, este artigo tem como objetivo analisar as estratégias de comunicação governamental de uma prefeitura de uma capital na região Norte do Brasil para se comunicar com os cidadãos no *Instagram* durante uma crise sanitária. O *corpus* compreende análise documental de 939 publicações dos perfis @cidadedepalmas da Prefeitura de Palmas e @semuspalmas da Secretaria Municipal de Saúde de Palmas, capital do Estado do Tocantins. A análise é baseada no modelo teórico construído por Hyland-Wood *et al.* (2021) para avaliar as estratégias de comunicação governamental eficaz. Por meio das análises, verificou-se que as estratégias de comunicação estão mais próximas de práticas eficazes. Contudo, apenas a credibilidade e os níveis de alfabetização em saúde e matemática apresentaram situações pontuais ineficazes, o que requer atenção por parte do poder público. Isso demonstra que, apesar desse cenário, as estratégias de comunicação estão mais próximas de práticas eficazes, uma vez que é notável o atendimento da maioria dos critérios analisados.

Palavras-chave: comunicação governamental; Covid-19; Instagram; redes sociais.

Government Communication In Municipal Public Health On Instagram

Abstract: Considering government communication as a resource for sharing content and information about public health, this article aims to analyze the government communication strategies of a city hall in a capital in the North of Brazil to communicate with citizens on Instagram during a health crisis. The article development comprises documentary analysis of 939 publications from the profiles @cidadedepalmas from Palmas City Hall and @semuspalmas from the Municipal Health Department of Palmas, capital of the State of Tocantins. The analysis is based on the theoretical model constructed by Hyland-Wood *et al.* (2021) to evaluate effective government communication strategies. Through analysis, it was found that communication strategies are closer to effective practices. However, only credibility and levels of health and mathematics literacy presented specific ineffective situations, which requires attention from public authorities. This demonstrates that, despite this scenario, communication strategies are closer to effective practices, since it is notable met the fulfillment of most conditions analyzed.

* Doutorando em Desenvolvimento Regional pela Universidade Federal do Tocantins. <https://orcid.org/0000-0001-6034-4057>.

† Doutoranda em Desenvolvimento Regional pela Universidade Federal do Tocantins. <https://orcid.org/0000-0003-1148-2132>.

‡ Doutora em Ciências Sociais pela Universidade de Brasília. <https://orcid.org/0000-0002-3323-7712>.

** Doutora em Administração pela Universidade de Brasília. <https://orcid.org/0000-0002-6586-4067>.

Keywords: government communication; Covid-19; Instagram; social media.

1 INTRODUÇÃO

A pandemia decorrente da infecção por Covid-19 resultou em uma onda de milhares de mortes no Brasil e em todo o mundo e em uma crise bastante severa (Rezende *et al.*, 2023). Desde a primeira contaminação em Wuhan (China), em dezembro de 2019, e a conseqüente disseminação mundial, o Brasil só veio a lidar com o primeiro caso em 26 de fevereiro de 2020, em São Paulo, e a primeira morte em 17 de março (Gonçalves; Piñeiro-Naval; Toniolo, 2021).

Embora o Brasil possua uma extensa rede de atenção primária, os sistemas sanitários e hospitalares, especialmente da região Norte, colapsaram-se em decorrência do número de infectados pelo coronavírus na pandemia, e as autoridades de saúde enfrentaram desafios para controlar a pandemia (Rezende *et al.*, 2023).

Diante daquele cenário de problemas de saúde e que minimizassem a propagação do vírus, tornou-se imprescindível o envolvimento e o engajamento do público com as comunicações governamentais em redes sociais (Twitter, Instagram, Facebook), plataformas de vídeo (YouTube) e mídias tradicionais como TV e rádio, em especial, no *Instagram*. Nesse contexto, o Instagram é uma ferramenta digital que pode ser utilizada para divulgar ações profissionais, legendas com mensagens importantes, informações sobre hábitos saudáveis, atualização de casos, rotinas de higiene e saúde ambiental, ações governamentais de combate ao vírus, informações de profissionais de saúde, por exemplo (Kim; Kreps, 2020; Pinto *et al.*, 2020; Hyland-Wood *et al.*, 2021). Tal rede social pode auxiliar os profissionais e autoridades de saúde em relação ao acesso à informação e divulgação de medidas eficazes para o combate e prevenção ao vírus (Malacarne *et al.*, 2021).

Nesse sentido, delineou-se uma proposta de pesquisa para explorar as lacunas de pesquisa evidenciadas na literatura, que destacam as redes sociais: (a) o uso da comunicação governamental eficaz em tempos de crise de saúde pública; (b) os textos e os conteúdos das mensagens divulgadas não foram considerados (Hyland-Wood *et al.*, 2021); (c) o fato de o *Instagram* ser pouco explorado na literatura de administração pública; (d) os estudos acadêmicos no *Instagram* são escassos quando comparados ao *Facebook* ou *Twitter* (Perea; Bonsón; Bednárová, 2021).

A proposta parte da seguinte questão de pesquisa: quais as estratégias de comunicação governamental de uma prefeitura de uma capital na região Norte do Brasil para se comunicar com os cidadãos no *Instagram* durante uma crise sanitária? Como objeto empírico de pesquisa se definiu a rede social da capital do Estado do Tocantins, Palmas, pela proximidade geográfica dos autores. Sendo assim, esta pesquisa concentra-se em analisar as estratégias de comunicação governamental de uma prefeitura de uma capital na região Norte

do Brasil para se comunicar com os cidadãos no *Instagram* durante uma crise sanitária.

O período analisado compreendeu as postagens dos perfis @cidadadedepalmas da Prefeitura de Palmas e @semuspalmas da Secretaria Municipal de Saúde de Palmas, realizadas entre os dias 13/03/20 a 31/08/21, uma vez que foram registrados nesses perfis acontecimentos significativos em relação à infecção por Covid-19 no município, conforme detalhado na metodologia.

A localidade se insere em um contexto peculiar, visto que o Estado do Tocantins foi o último do Brasil a registrar a contaminação pela doença, ocorrendo tanto o primeiro caso e morte na capital do Estado, respectivamente em 18 de março e 15 de abril de 2020 (Alvarenga; Lourenço; Moreira, 2020). O maior quantitativo de casos de Covid-19 registrados foram relacionados aos meses de agosto de 2020, com 6.989 casos, e março de 2021, com 6.957 casos (Gagossian; Martins; Baptista, 2022), fatos que corroboraram com a escolha da prefeitura desse município como caso empírico.

O artigo conta com esta introdução, duas seções de referencial teórico, sendo uma que trata da comunicação governamental e a outra da internet e redes sociais como ferramentas de comunicação governamental, além da seção de metodologia e análise e discussão dos dados, que traz os principais achados relacionados à análise empreendida acerca da comunicação governamental no *Instagram* durante a pandemia.

2 COMUNICAÇÃO GOVERNAMENTAL

O significado do termo “comunicação governamental” varia de autor para autor, alternando a sua associação com política (Deutsch, 1963), falhas da comunicação ([Drewry](about:blank), 1985), crise (Griswold; Lightle; Lovelady, 1990), monarquia (Harrison; Brayshay, 1997), a um foco mais específico de atividade, como políticas públicas (Howlett, 2009), relações públicas e propaganda (Gelders; Ihlen, 2010), governo eletrônico e governança eletrônica (Silva; Meneses; Almeida, 2021), e capacidades político-relacionais (Silva; Meneses; Almeida, 2022). O conceito é trabalhado na literatura desde a década de 80 (Rego, 1985).

A comunicação governamental e a comunicação política são termos complementares, mas que possuem diferenças. Enquanto a comunicação governamental engloba as estratégias de comunicação oficiais do governo com a sociedade em relação ao acesso à informação, à prestação de contas, à participação e à mobilização social em políticas públicas, aos programas sociais, aos serviços públicos e aos direitos sociais (Cezar, 2018; Silva; Meneses, 2022), a política envolve os atores políticos, como partidos, candidatos, movimentos sociais, mídia e opinião pública, em um processo de disputa pelo poder, pela legitimidade e pela influência na esfera pública (Matos, 2006).

A comunicação governamental deve publicizar as mudanças nas legislações, questões sobre crise ambiental, segurança pública, relações internacionais (Liu; Horsley; Suzanne, 2012), políticas públicas (Howlett, 2009; Gelders; Inhlen, 2010; Silva; Meneses; Almeida, 2022), saúde pública (Kim; Kreps, 2020; Hyland-Wood *et al.*, 2021), serviços públicos, controle social, participação e interação social (Silva; Meneses; Almeida, 2022) e uma série de outros tópicos que afetam diretamente os cidadãos.

O trabalho de Howlett (2009) sugere que a comunicação governamental é um mecanismo para dar efeito aos objetivos da política pública e, também, garantir a divulgação de informações relativas ao processo de políticas públicas. Gelders e Inhlen (2010) defendem a comunicação governamental como parte de um processo democrático que não deve ser explorado apenas para divulgar decisões, mas todo o processo de políticas públicas, e ainda destacam que os gestores devem buscar aprender sobre visões e necessidades dos cidadãos em relação a uma questão específica.

Cezar (2018), Silva; Meneses e Almeida (2021) e Silva e Meneses (2022) também entendem que os processos comunicacionais governamentais têm se mostrado cada vez mais eficientes no sentido de divulgar questões ligadas a políticas públicas e informar o cidadão sobre assuntos diversos. Importante destacar que é por meio dos canais de comunicação que a sociedade é estimulada a participar dos projetos desenvolvidos em âmbito público. Contudo Cezar (2018) apresenta um comentário no sentido de compreender a dinâmica da comunicação governamental, os atores sociais que constituem as arenas de debate e a esfera pública, e este penúltimo deve ser pensado para além do diálogo.

Nesse contexto, a comunicação governamental deve ser eficaz, e, para isso, requer envolvimento e engajamento cívico (Kim; Kreps, 2020; Hyland-Wood *et al.*, 2021), um processo aberto e responsivo (Liu; Horsley; Suzanne, 2012), conectar o público e os tomadores de decisão de políticas públicas, interação na troca de informações e opiniões entre atores-chave da sociedade e do governo, envolvendo mensagens de áreas e contextos distintos e não deve ser pensada apenas como a divulgação de mensagens (Hyland-Wood *et al.*, 2021).

As estratégias de comunicação governamental devem ser pautadas em gerar o máximo de apoio e participação pública, considerando a necessidade de comunicação, as preferências, a extensão e o estilo das mensagens de grupos sociais e comunidades específicas (Gelders; Inhlen, 2010; Hyland-Wood *et al.*, 2021), e os múltiplos canais de comunicação e de *feedback*, como redes sociais digitais e tecnologias de informação e comunicação (Silva; Meneses; Almeida, 2021; Silva; Meneses, 2022; Hyland-Wood *et al.*, 2021).

Também envolve a comunicação interna entre os departamentos de uma agência governamental e entre agências governamentais e externa com diversos públicos, como cidadãos, a mídia e outras organizações, assim como as relações

com representantes de outros países que compartilham problemas semelhantes (Kim; Kreps, 2020).

Para Rego (1985, p. 41), “a comunicação governamental, em sistemas democráticos, abriga todas as possibilidades de intercâmbio entre o Governo e os governados, num fluxo constante de ideias, bilateral, aberto, livre”. Ainda para Rego (1985, p. 44) “deve-se entender por comunicação governamental a vasta rede formal criada e localizada no interior das organizações governamentais”. Assim, abraça as “atividades do jornalismo, das relações públicas, da publicidade e da propaganda, da editoração, do cinema, do rádio, da televisão, além de ações de comunicação informal” (Rego, 1985, p. 44). O autor entende que os objetivos da comunicação governamental podem ser classificados em dois tipos: globais e operacionais (Quadro 1).

QUADRO 1 Objetivos globais e operacionais da comunicação governamental

Globais	Operacionais
Criar as bases e gerar as condições que permitam ao Governo um sólido, profícuo e eficaz relacionamento com a sociedade.	Criar sistemas ágeis, necessários e úteis para a transmissão rápida de mensagens de interesse social.
Estabelecer climas e situações que permitam ao Governo o desenvolvimento normal de suas ações e projetos.	Criar estruturas enxutas, funcionais, que primem pelo escopo de alto profissionalismo e baixos custos operacionais.
Propiciar a criação de fluxos de comunicação, do Governo para segmentos sociais e desses para o Governo, de forma a favorecer o sentido de participação da sociedade na obra governamental.	Clarificar as metas e objetivos dos setores de comunicação social do Governo, de modo a se evitar duplicidade de ações e projetos.
Dar unicidade aos programas, evitando parcializar e fragmentar a obra governamental.	Otimizar os recursos à disposição da área de comunicação governamental, dando uma visão empresarial à gestão.

Fonte: Adaptado de Rego (1985, p. 49).

De maneira mais geral, o termo comunicação governamental descreve um conjunto de práticas utilizadas pelo governo para criar conteúdo e compartilhar informações, ideias, interesses, programas, projetos e outras maneiras de expressão. Essa definição inclui diversos tipos de plataformas, incluindo sítios *web* e redes virtuais, com vistas a deixar o processo de comunicação mais interativo e participativo (Hyland-Wood *et al.*, 2021).

A partir de revisão de literatura, Silva; Meneses e Almeida (2022) empreenderam um modelo teórico de comunicação governamental em que as tecnologias de informação e comunicação podem contribuir com a construção de capacidades político-relacionais, envolvendo a interação com burocratas e a participação da sociedade civil no processo de políticas públicas. Isso ocorre, uma vez que as tecnologias e seus recursos não estão limitados a um espaço geográfico e que contribuem com a criação e ampliação de espaços de diálogo e acesso à informação.

Com as novas tecnologias e as redes sociais digitais (Perea; Bonsón; Bednárová, 2021), a forma de comunicar mudou, e hoje a troca de mensagens e informações pela *internet* é bastante comum (Silva; Meneses; Almeida, 2021). Para o governo, o contexto não é diferente; a forma de comunicar também mudou. A comunicação passou a adotar distintas plataformas digitais e de redes vinculadas à *internet* para o compartilhamento de informações (Silva; Meneses; Almeida, 2022).

Finalmente, a comunicação governamental é entendida como um meio que pode ser mediado por recursos distintos estabelecidos pelo governo, com a finalidade de envolver os cidadãos e as partes interessadas em um processo de participação, de interação e de diálogo relacionados às ações governamentais, por meio de canais distintos, como sítios *web*, aplicativos, redes sociais e outros mecanismos mais tradicionais.

3 INTERNET E REDES SOCIAIS COMO FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO GOVERNAMENTAL EM TEMPOS DE COVID

Em nenhum momento anterior da história foi possível um impacto tão grande na comunicação com as pessoas como durante a pandemia de Covid-19 (Gallhardi *et al.*, 2022; González-Padilla; Tortolero-Blanco, 2020; Santos *et al.*, 2021). Em período pandêmico, em que um dos meios de comunicação é a *internet*, cabe destacar o papel das mídias sociais na disseminação de conteúdos educativos referentes à Covid e na divulgação das ações governamentais frente à pandemia nesse período (Dabbagh, 2020; Pinto *et al.*, 2020; Trevisan; Vassio; Giordano, 2021). As respectivas mídias possibilitaram interação entre pessoas, o recebimento e o compartilhamento de informações, nas quais se pode possibilitar o acesso às informações necessárias, pois as orientações dependiam do curso da pandemia.

As pessoas tiveram a iniciativa de procurar nas redes sociais maneiras de prevenção e proteção contra o vírus. Questões como os sintomas de infecção e tratamento também chamaram muita atenção (Niknam *et al.*, 2021; Pinto *et al.*, 2020). Também passaram a procurar vídeos e postagens de médicos, enfermeiros e outros profissionais da saúde com conhecimento sobre a questão. Como é bastante comum esses profissionais também seguirem a carreira de influencer, em redes como o próprio *Instagram*, e outras como *TikTok* e

YouTube, as pessoas passaram a procurar esses perfis em busca desse tipo de informação.

Naquele período, uma série de medidas de controle da propagação do vírus foi instituída, como o distanciamento físico, uso de máscaras e de álcool em gel (Fabrício; Ferreira; Borba, 2021). Tornou-se imprescindível os governos utilizarem canais de comunicação para alertarem e educarem a população sobre as medidas. Após o início do plano nacional de imunizações, a comunicação também foi importante para divulgar locais de vacinação e grupos prioritários.

Assim, a comunicação governamental, mediada por autoridades de saúde, é um elemento importante nesse contexto por trazer informações confiáveis sobre a eficácia de medicamentos, o tempo de infecção, as medidas de prevenção, o uso de máscaras e álcool em gel. Com informações confiáveis, é possível também manter as comunidades calmas e ajudar com o alívio do estresse (Niknam *et al.*, 2021). Porém, um dos prejuízos decorrentes do não cumprimento dos regulamentos referentes aos cuidados recomendados por órgãos de saúde locais e mundiais, em um período de crise sanitária, pode causar uma alteração negativa no curso de uma pandemia. Tal situação pode ser decorrente da ausência de confiança no governo e em seus processos de comunicação (Gonçalves; Piñeiro-Naval; Toniolo, 2021).

Para sanar as falhas de comunicação, Hyland-Wood *et al.* (2021) empreenderam um modelo teórico que apresenta recomendações para comunicações governamentais em tempos de crise de saúde (ver quadro 2), a saber, comunicação clara, com credibilidade, com empatia, com franqueza e honestidade; que reconheça o cenário de incerteza; considere os níveis de conhecimentos em questões relacionadas à saúde pública e matemática; capacite as pessoas para a ação, apelo às normas sociais; considere as necessidades da comunidade e proativa no combate à desinformação.

QUADRO 2A Comunicação governamental em tempos de crise

Item	Fundamentos	Recomendações
1	Envolve-se em uma comunicação clara	Especialmente em tempos de crise, é essencial fornecer especificações, informações sobre o que fazer e o que evitar, o que pode reduzir a ansiedade e manter a ordem.
2	Esforce-se para obter o máximo de credibilidade	As estratégias para obter o máximo de credibilidade durante uma resposta a uma pandemia incluem o aproveitamento de intermediários confiáveis e autorizados, como médicos e especialistas em saúde pública, para comunicar mensagens importantes.
3	Comunique-se com empatia	Ao se comunicar, os líderes devem ouvir a comunidade, suas necessidades e suas preocupações, e expressar empatia e preocupação genuínas.

QUADRO 2B Comunicação governamental em tempos de crise

4	Comunique-se com abertura, franqueza e honestidade	É mais provável que as pessoas sigam os conselhos se compreenderem a lógica por trás deles. Portanto é vital explicar por que determinadas ações são essenciais, úteis ou problemáticas. O acesso a informações precisas, tanto positivas quanto negativas, ajuda as pessoas a criar expectativas adequadas. O objetivo não deve ser assustar as pessoas, mas fornecer informação suficiente para que estejam adequadamente preocupadas.
5	Reconheça que a incerteza é inevitável	É imprescindível reconhecer que existem riscos e que a incerteza e a ambiguidade são inevitáveis. No entanto é importante fornecer certeza sempre que possível.
6	Considere os níveis de alfabetização em saúde e matemática	Uma tarefa essencial durante uma pandemia é se comunicar de uma maneira que leve em consideração as variações na alfabetização e matemática em saúde entre os públicos. A alfabetização em saúde refere-se a como as pessoas entendem a saúde e os cuidados com a saúde e como podem aplicar essas informações em suas vidas diárias para tomar decisões mais informadas.
7	Capacite as pessoas a agirem	É preciso orientar as pessoas para a ação e também a agir conforme as orientações dos gestores dos serviços públicos. A comunicação precisa ser acompanhada por medidas apropriadas para facilitar a mudança de comportamento e ação.
8	Apele às normas sociais	É preciso promover normas sociais desejáveis, usando tanto normas descritivas (o que todo mundo está fazendo) quanto normas injuntivas (é a coisa certa a se fazer), para promover comportamentos desejáveis.

QUADRO 2C Comunicação governamental em tempos de crise

9	Considere as diversas necessidades da comunidade	É preciso tornar as informações acessíveis de várias maneiras e aplicar estratégias de gerenciamento de risco que garantam que as pessoas com diversos tipos de necessidade possam ter acesso a medidas preventivas.
10	Seja proativo no combate à desinformação	É preciso examinar a desinformação e também lembrar as pessoas de pensarem cuidadosamente sobre a precisão das informações on-line e considerar a credibilidade da fonte antes de compartilhar informações nas redes sociais.

Fonte: Hyland-Wood *et al.* (2021).

Destaca-se que a confiança dos cidadãos (Liu; Horsley; Suzanne, 2012; Hyland-Wood *et al.*, 2021) e a legitimidade política são questões norteadoras para a administração pública (Liu; Horsley; Suzanne, 2012) e para uma comunicação governamental eficaz. Além disso, a credibilidade também é um recurso que corrobora com o contexto em questão. Nesse sentido, a credibilidade não se resume apenas à precisão da informação, mas é uma construção complexa que incorpora confiança, transparência, comportamento honesto e transparente e a percepção pública sobre a fonte da informação. A confiança pode ser comprometida, caso os cidadãos percebam uma comunicação que não é honesta e que não é transparente. A divulgação de informações corretas é um passo importante, mas a credibilidade é uma conquista contínua que requer esforços consistentes e uma abordagem holística para a comunicação (Hyland-Wood *et al.*, 2021).

Com isso, as situações que envolvem desinformação, notícias falsas, rumores, superstições, *fake news* e informações contraditórias também merecem atenção do governo pelo fato de que isso pode provocar pânico e confusão na população (Niknam *et al.*, 2021), bem como ansiedade, depressão, suicídio (González-Padilla; Tortolero-Blanco, 2020). Por isso, a comunicação deve ser um elemento-chave para combater a desinformação durante uma crise e incentivar a sociedade a colaborar com os regulamentos governamentais instituídos (Niknam *et al.*, 2021).

Segundo González-Padilla e Tortolero-blanco (2020), as plataformas digitais alavancaram ainda mais a comunicação e têm sido utilizadas por atores estatais e não estatais na disseminação de informações. Com uma comunicação responsável e o uso desses recursos é possível o acesso a informações relevantes, esclarecimentos dos fatos e acontecimentos e descobertas científicas (González-Padilla; Tortolero-Blanco, 2020; Niknam *et al.*, 2021). Entre os benefícios,

estão a educação médica em plataformas como *YouTube*, *Skype* ou *Zoom*; disseminação mais rápida dos conteúdos sobre medidas de prevenção (Dabbagh, 2020; González-Padilla; Tortolero-Blanco, 2020).

As redes sociais mais populares são o *Instagram* e o *Facebook* (Trevisan; Vassio; Giordano, 2021). Retomando a lacuna de pesquisa que motivou este artigo, a de que os estudos acadêmicos no *Instagram* são escassos quando comparados ao *Facebook* ou *Twitter*, tem-se ainda a premissa de que a rede social é uma ferramenta alternativa de comunicação para o governo (Perea; Bonsón; Bednárová, 2021) e possui informações valiosas para analisar.

Os autores Perea; Bonsón e Bednárová (2021) também explicam que, por meio dos conteúdos visuais postados na rede social *Instagram*, é possível o cidadão ter o acesso à informação e ao engajamento cívico em discussões públicas. Os conteúdos podem ser imagens, vídeos e pequenos textos com informações sobre assuntos específicos. Assim, é possível alavancar a comunicação do governo e estimular as interações com os cidadãos. Niknam *et al.* (2021) explicam que as interações realizadas pelo *Instagram* podem fornecer *insights* importantes sobre os pensamentos, sentimentos e interesses da população. No entanto essas interações também podem trazer informações negativas, fora de contexto e que contribuem para estresse, ansiedade, medo, entre outros.

Contudo, uma postagem na rede social de órgãos públicos não deveria ter cunho político, pois o foco está em fornecer informações que levem à promoção da participação cívica e ao fortalecimento dos laços com a comunidade local. Isso envolve questões pontuais, como a (1) divulgação de informações institucionais, (2) divulgação de serviços públicos, programas sociais, eventos e campanhas, (3) publicação de informações referentes a determinado problema social como saúde e educação, (4) interação com os cidadãos pelos recursos oferecidos pela plataforma, (5) mecanismo para conscientização e educação em relação aos problemas sociais (Perea; Bonsón; Bednárová, 2021).

Assim, os múltiplos canais de comunicação governamental, entre eles, o *Instagram*, oferecem a possibilidade de disseminação de informações de maneira mais rápida, eficiente, com qualidade, baseada em conhecimentos científicos da saúde e adaptadas a diferentes públicos. Além disso, permitem o envolvimento da comunidade no compartilhamento e aprimoramento de mensagens, sendo também a chave para o sucesso das políticas públicas e outras ações governamentais (Kim; Kreps, 2020; Wood-Hyland *et al.*, 2021).

4 METODOLOGIA

A abordagem da pesquisa é qualitativa (Martino, 2018), em que se utilizou a análise documental, que, segundo Godoy (1995, p. 21), é “o exame de materiais de natureza diversa, que ainda não receberam um tratamento analítico ou que podem ser reexaminados, buscando-se novas e/ou interpretações complementares”.

O estudo analisou as publicações sobre Covid-19 postadas no *Instagram* da Prefeitura de Palmas e Secretaria de Saúde de Palmas, respectivamente nos perfis @cidadedepalmas com 79,5 mil seguidores e @semuspalmas com 14,5 mil seguidores (dados de 31 de agosto de 21), cujo *corpus* resultante – com 939 publicações – pode ser classificado como documento de primeira mão.

Esse material passou por uma análise exploratória e posteriormente foi selecionado e organizado para responder à seguinte questão de pesquisa: quais as estratégias de comunicação governamental de uma prefeitura de uma capital na região Norte do Brasil para se comunicar com os cidadãos no *Instagram* durante uma crise sanitária? Palmas, capital do Estado do Tocantins, pode ser utilizada para a investigação, principalmente pela proximidade geográfica dos autores da pesquisa, mas também porque os perfis apresentaram postagens utilizadas como parte do processo de comunicação governamental no período da pandemia (Martino, 2018).

As buscas pelos perfis foram direcionadas por palavras-chaves: secretaria municipal de saúde + nome do município ou saúde + nome do município e prefeitura + nome do município. As contas encontradas e consideradas para a análise foram @cidadedepalmas e @semuspalmas. O período analisado foi entre os dias 13/03/20 a 31/08/21, com início no mês de ocorrência da primeira infecção por Covid-19 no município, abrangendo ainda outros acontecimentos significativos. No início da pandemia no Tocantins, de março a agosto de 2020, as publicações eram compartilhadas no perfil do *Instagram* @cidadedepalmas. No entanto, com os avanços das infecções e a necessidade de divulgação de informações e conteúdos mais específicos aos públicos e grupos prioritários, foi criado o perfil @semuspalmas pela Secretaria Municipal da Saúde de Palmas, no dia 14 de agosto de 2020. A análise contemplou o período de um ano em relação ao mês da criação do perfil.

Ainda o período de análise abrangeu outras ocorrências significativas, como (1) o mês de ocorrência da primeira morte por Covid no município, (2) os meses de agosto de 2020 e março de 2021, por representarem o maior número de registro de infecção, (3) o período de um ano em relação ao mês inicial com mais registros de infecção, sendo agosto de 2020 (Alvarenga; Lourenço; Moreira, 2020), (4) o início da campanha de vacinação da Covid em 20 de janeiro de 2021 (Gagossian; Martins; Baptista, 2022).

O uso do *Instagram* como recurso de comunicação governamental em tempos de pandemia pode ser justificado pelos seguintes motivos: (a) oferece uma plataforma dinâmica e visualmente atrativa para a comunicação governamental e o envolvimento dos cidadãos, (b) fonte de informação importante para manter o cidadão informado, engajado e consciente, (c) ao adotar tal ferramenta, o governo pode alcançar um público mais amplo e diversificado, incluindo diferentes grupos sociais, (d) oferece recursos interativos, como curtidas, comentários, compartilhamento e envio de mensagens, que corroboram com o diálogo e a participação dos grupos sociais, (e) fornece atualização constante

dos conteúdos relacionados à situação da pandemia, medidas de prevenção, vacinação e outros, (f) plataforma acessível por computadores e aplicativos de celular a todo e qualquer momento pelos cidadãos, (g) é uma plataforma que pode ajudar no combate às informações falsas e (h) é possível a criação de campanhas de conscientização e educação por meio de imagens, vídeos, histórias e outros elementos visuais.

Como a rede social não permite resgatar postagens do *story* ou conteúdos disponibilizados na bio(grafia), a análise se delimitou ao conteúdo do *feed* do perfil, não podendo integrar a análise de conteúdos que não tivemos acesso permanente. A organização do *corpus* foi realizada nas seguintes etapas, conforme Martino (2018): (i) coleta manual dos links no *feed* dos referidos perfis e leitura individual de todas as postagens – 939 publicações – do período analisado – 13/03/20 a 31/08/21; (ii) identificação de unidades de análise comuns; (iii) categorização para organização do *corpus* de pesquisa; (iv) seleção de acontecimentos significativos para descrição do material; (v) análise do material baseada no modelo de estratégias de comunicação eficazes de Hyland-Wood *et al.* (2021).

Inicialmente, a coleta contou com 939 postagens: 528 edições do boletim epidemiológico, 213 postagens sobre medidas de prevenção e 198 posts relacionados à campanha de vacinação. Identificamos dois pontos de organização dos dados que foram: medidas não farmacológicas e campanha de vacinação. Dentre as publicações, selecionaram-se aquelas relativas a acontecimentos significativos, conforme ilustrado no quadro a seguir.

QUADRO 3A Principais temas e *links* das postagens analisadas

Temas principais das postagens	Link
Primeira postagem sobre coronavírus na rede social da Prefeitura	https://www.instagram.com/p/B9r49mRnxBD/
Post perguntas frequentes	https://www.instagram.com/p/B9zfriJHcLV/ https://www.instagram.com/p/B9zgCgzntx5/
Ajuda médica	https://www.instagram.com/p/B91ZoclHTfa/
confirmação do primeiro caso (18/03/20)	https://www.instagram.com/p/B94fuOHnWOU/
situação de emergência em saúde pública no município, casos suspeitos e decreto	https://www.instagram.com/p/B9uSVVnHiVF/ https://www.instagram.com/p/B9u7IDHH3sm/
Decreto de ponto facultativo	https://www.instagram.com/p/B95YJqVHnBR/
Post “Coisinha para fazer”	https://www.instagram.com/p/B97JZ_iHCz7/
Post “proliferação do vírus – sem isolamento”	https://www.instagram.com/p/B99BUKKn0iy/
Mudanças dos Boletins Epidemiológicos no decorrer da pandemia	https://www.instagram.com/p/B92e4fTnlFo/ https://www.instagram.com/p/B-S9PJnHJNq/ https://www.instagram.com/p/B-apIPWnbvn/ https://www.instagram.com/p/B_BTvXyHon9/ https://www.instagram.com/p/CBO_69gHUL1/ https://www.instagram.com/p/CKpHdQ9r6r6/ https://www.instagram.com/p/CTQhBahs6UX/

QUADRO 3B Principais temas e links das postagens analisadas

VT Prefeita de Palmas, Cinthia Ribeiro, informando sobre a compra de exames de Covid (09/04/20)	https://www.instagram.com/p/B-wvXznHu-C/
Falecimentos relacionados à Covid que foram marcantes	https://www.instagram.com/p/B_BTVXyHon9/ https://www.instagram.com/p/B_ARb4Xn13S/ https://www.instagram.com/p/CMlKcWzsDO6/
Canais de informação	https://www.instagram.com/p/B96-KXZHQ8c/ https://www.instagram.com/p/B-Fa6MRHKUB/ https://www.instagram.com/p/B-aLvGTnV0P/ https://coronavirus.palmas.to.gov.br
Campanhas sobre medidas de prevenção que tiveram a elaboração assertiva	https://www.instagram.com/p/CCwt0a2nqIc/ https://www.instagram.com/p/CClMKXLnP2b/ https://www.instagram.com/p/CCeymc2nK3G/ https://www.instagram.com/p/CCWgqDdnYXF/ https://www.instagram.com/p/CCPeXchHbGk/ https://www.instagram.com/p/CFJ70urFFKx/ https://www.instagram.com/p/CAJRw-dnT4n/ https://www.instagram.com/p/CAL2a87nU19/ https://www.instagram.com/p/CAOXMGpGov/ https://www.instagram.com/p/CAWdbx4HKmw/ https://www.instagram.com/p/Cad-vzxHH1m/ https://www.instagram.com/p/B_a2EBYHG12/ https://www.instagram.com/p/CLo2_SDHZVV/
Fake news	https://www.instagram.com/p/B-VbbFoHG7x/ https://www.instagram.com/p/B_BLa8Ynp3T/ https://www.instagram.com/p/B_3UAz3HQ9/
Campanha de vacinação	https://www.instagram.com/p/CKNKyT5MbF_/
Ferramentas de gestão	https://www.instagram.com/p/CKmzb3bsIly/ https://www.instagram.com/p/CB3w-L2nCHS/ https://www.instagram.com/p/B-2LSannDVF/ https://www.instagram.com/p/CAV30ozn75z/ https://www.instagram.com/p/CPJl_jRLmYP/
Outras postagens	https://www.instagram.com/p/COVWdHoLrst/ https://www.instagram.com/p/COtGwGARc9l/ https://www.instagram.com/p/CO1KSfUrNXX/ https://www.instagram.com/p/CO6DEUdFed_/ https://www.instagram.com/p/CP8z_W8HwJE/ https://www.instagram.com/p/CSHUCyDFIEK/ https://www.instagram.com/p/CNcje5Jl3VS/

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

5 ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO GOVERNAMENTAL SOBRE COVID-19 PUBLICADAS NO INSTAGRAM DA PREFEITURA E SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE DE PALMAS

No Tocantins, ao longo dos registros de infecções pelo vírus da Covid 19, foram registradas 372.233 infecções, incidência de 23665,9 por 100 mil habitantes, 4.248 óbitos e mortalidade de 270,1 por 100 mil habitantes. Em Palmas, foram identificadas 91.013 infecções acumuladas, incidência de 30426,21 por 100 mil

habitantes, 735 óbitos e mortalidade de 245,72 por 100 mil habitantes (Brasil, 2023).

Em 2020, o município registrou 21.524 infecções acumuladas, incidência de 7.195, 61 por 100 mil habitantes, 217 óbitos acumulados e mortalidade de 72,54 por 100 mil habitantes (Brasil, 2020). Para 2021, foram identificados 55.661 casos de Covid acumulados, incidência de 11.383,46 por 100 mil habitantes, 684 óbitos acumulados, e mortalidade de 156,12 por 100 mil habitantes (Brasil, 2020). Em meio a esse cenário, os picos com maior quantitativo de casos de Covid-19 foram registrados nos meses de agosto de 2020, com 6.989 casos, e março de 2021, com 6.957 casos (Gagossian; Martins; Baptista, 2022).

No período, alguns problemas podem ser citados, a saber, o número de óbitos, a sobrecarga no sistema de saúde pública e privada da capital. Apesar do início do plano de imunização em 20 de janeiro de 2021, foi perceptível uma redução da cobertura vacinal, que pode ser decorrente da falta de conhecimento da população em relação aos riscos da doença e aos benefícios, da falta de confiança no governo e na eficácia da vacina e de informações falsas (Gagossian; Martins; Baptista, 2022).

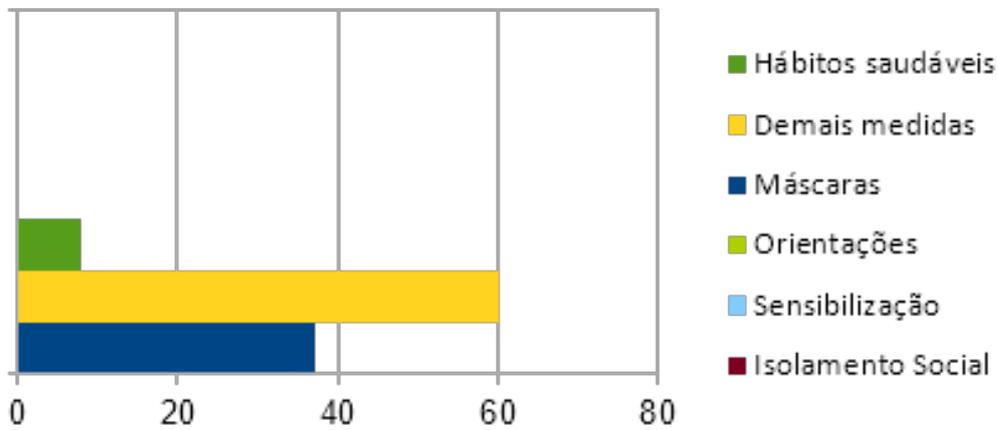
Mesmo com uma estrutura física e humana disponibilizada pela prefeitura para amenizar os impactos da pandemia, tais recursos se mostraram insuficientes, isso porque a pandemia de Covid-19 também foi rotulada como uma infodemia (Gagossian; Martins; Baptista, 2022) e a comunicação nesse sentido é um recurso que pode contribuir bastante (Dabbagh, 2020; Galhardi *et al.*, 2022; Malacarne *et al.*, 2021; Pinto *et al.*, 2020).

Nesse contexto, o papel da comunicação governamental é nítido em situações como uma pandemia, uma vez que o representante de saúde e do governo devem disseminar informações confiáveis baseados em um processo de educação médica contínua (Dabbagh, 2020; Pinto *et al.*, 2020), ou melhor, orientações de especialistas da saúde. As pessoas precisam de orientações, o que Hyland-Wood *et al.* (2021) denominam de capacitação para as pessoas agirem.

Nesse sentido, as postagens com medidas de prevenção foram um destaque no perfil da Prefeitura e Semus (Gráfico 1). As postagens das medidas de prevenção, por ordem crescente da importância dada, foram: hábitos saudáveis e de bem-estar durante a pandemia (8), isolamento/distanciamento social (24), orientações sobre o vírus (37), uso da máscara (37); sensibilização sobre a responsabilidade individual (47) e demais medidas (60). A Semus também conclamou ao compartilhamento de dicas e prevenções.

Algumas campanhas de prevenção foram marcadas pela regionalidade, como um VT que cita um local na cidade onde estava ocorrendo muitas aglomerações, e a campanha seriada e com um tom humorístico “Palmense raiz”. O uso de postagem continua com a mesma identidade visual como “Aqui não, Covid” (Figura 4) e até referências do cinema e da televisão (Figura 5).

GRÁFICO 1 Medidas de prevenção postadas nos perfis analisados



Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

FIGURA 1 Campanhas Seriadas



Fonte: Prefeitura de Palmas (2020).

Foram identificadas três campanhas seriadas: “Palmense Raiz” com cinco *cards*; “Aqui Não, Covid” com 14 postagens, incluindo vídeo; e uma campanha com cinco *cards* com foco na responsabilização individual quanto ao isolamento social.

Além de orientações quanto à Covid-19, há postagens com incentivo a hábitos saudáveis (Figura 2), como a prática de atividade física, que também foi uma orientação do Conselho Federal de Educação Física em suas redes sociais, conforme evidenciado por Malacarne *et al.* (2021). Desse modo, a comunicação é clara no sentido de fornecer especificações e informações relacionadas a dicas e prevenções no período de isolamento social ocasionado pela pandemia (Hyland-Wood *et al.*, 2021).

FIGURA 2 Campanhas de prevenção com referências da televisão e do cinema



Fonte: Instagram da Prefeitura de Palmas (2020).

A Semus também informou sistematicamente sobre a rede de atendimento exclusivo a casos suspeitos e confirmados de Covid-19. O *Instagram* da Prefeitura e Semus divulgaram constantemente a página própria sobre o coronavírus e os contatos telefônicos utilizados – o Disque Saúde (136), do Ministério da Saúde, integrou os primeiros *cards* divulgados no *Instagram* da Prefeitura (15/03/21), mas, a partir do dia 19 de março, o órgão divulgou o próprio Disque Coronavírus, que funcionava como WhatsApp e também telefone fixo para ligações. O perfil passou a informar o número telefônico do SIOP - Sistema Integrado de Operações (153) para denúncias de descumprimento do decreto municipal; divulgou números de teletendimentos em serviços de Assistência Social.

Com as restrições de funcionamento dos serviços em âmbito público e privado, as páginas procuraram informar sobre os decretos de regulamentação da prefeitura municipal, assim como preconiza Hyland-Wood *et al.* (2021) em um cenário de crise sanitária, na qual é preciso apelo às normas sociais e o respectivo acato pela sociedade para reduzir o número de infectados e de pessoas nos hospitais. O estudo de Gonçalves; Piñeiro-Naval e Toniolo (2021) mostra que, em uma crise sanitária como a da Covid-19, o modo como as pessoas cumprem com as normas estabelecidas pode afetar o curso da crise de modo positivo ou negativo.

Nesse diapasão, fornecer informação suficiente para uma preocupação adequada integra as recomendações dos autores (Hyland-Wood *et al.*, 2021). Destaca-se a administração da comunicação em alguns episódios sequenciais nas primeiras postagens sobre coronavírus na rede social da Prefeitura. O perfil replicou em 13/03/20 o vídeo de Manuela Molina Cruz (produtora de conteúdo

para crianças) que comparava o coronavírus com um arranhão – remetendo a um pulmão (ver Figura 3).

FIGURA 3 Reprodução de parte do vídeo comparando a Covid-19 com um arranhão



Fonte: Instagram da Prefeitura de Palmas (2020).

Hoje sabemos que a doença tem uma gravidade fatal para algumas pessoas (Galhardi *et al.*, 2022; Rezende *et al.*, 2023). O que sabíamos sobre o coronavírus no início da pandemia e atualmente demonstra o salto de conhecimentos científicos adquiridos com o tratamento da doença e desenvolvimento de vacinas, além da própria evolução da doença e do número de variantes que foram surgindo. Contudo o coronavírus requeria cuidados maiores, principalmente pelos gestores públicos, e em se tratando de uma pandemia, que só atingiu o Brasil meses após se espalhar pela Europa e Ásia¹. A posição do órgão público na postagem citada careceu de precisão e adequação aos níveis de alfabetização em saúde (Hyland-Wood *et al.*, 2021), pois se tratou de um material infantilizado, que, embora o foco estivesse em trazer tranquilidade com um tom de mensagem para crianças, naquele momento não elucidou o que estava

¹ UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL (UFRGS). *Uma breve linha do tempo*. Tramandaí, RS: UFRGS Litoral, 13 abr. 2020. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/coronaviruslitoral/uma-breve-linha-do-tempo/>. Acesso em: 11 mar. 2022.

ocorrendo no mundo, nem se voltou para pessoas adultas, que era o público que precisava dessa informação específica, pois eram os mais afetados. Isso foi demonstrado pela postura do órgão apenas um dia depois, já com dois casos suspeitos, quando a Prefeitura decretou situação de emergência em saúde pública no Município de Palmas, suspendendo aulas e outras aglomerações em enfrentamento a Covid-19, conforme as postagens em 14/03/20.

A partir desse momento, foi perceptível a mudança em relação às duas primeiras postagens sobre coronavírus. “Ainda são muitas as dúvidas sobre o #coronavírus. Por isso destacamos 18 perguntas frequentes com suas respectivas respostas”. Um próximo *card* foi sobre o momento certo de procurar ajuda médica, após algum sintoma respiratório, febre e se tivesse viajado até 14 dias antes ou tivesse tido contato com alguém com suspeita de coronavírus. Essas postagens foram publicadas nos dias 16 e 17/03/21, respectivamente.

A confirmação do primeiro caso (18/03/20) veio apenas cinco dias após o perfil iniciar as abordagens sobre Covid-19, em postagem no dia 18/03/20. A nota oficial explicava que a paciente havia chegado de viagem, detalhando a cronologia do caso e que a paciente ficou em isolamento desde os primeiros sintomas, que eram leves, e que os contatos seriam monitorados. Uma Coletiva de Imprensa foi realizada no mesmo dia sobre as novas medidas preventivas para o coronavírus, com transmissão também pelo Instagram, além de outros canais.

Essa recondução da crise atendeu a vários critérios de Hyland-Wood *et al.* (2021): comunicação clara; com credibilidade; comunicação com abertura, franqueza e honestidade; voltada para o comportamento e ação apropriadas; promoção de normas sociais desejáveis. Comunicação pautada em informar sem esconder o que estava acontecendo. Acesso às informações sobre a situação de contaminação pelo vírus na capital. Destacando a necessidade de prevenção da infecção e de que na época o cenário era de muitas dúvidas. A partir disso, seria mais provável a população se atentar à infecção e aos respectivos riscos (Hyland-Wood *et al.*, 2021).

Outro episódio, ainda no início da pandemia, chama a atenção. Refere-se à postagem “Coisinhas para fazer no isolamento social” (19/03/20), no *Instagram* da Prefeitura. Uma das primeiras medidas foi decretar ponto facultativo junto a um feriado na primeira semana em que se falou do vírus no perfil, mas naquele momento as pessoas não compreendiam a gravidade da situação e havia resistência com o fechamento do comércio por três dias, devido ao feriado prolongado, lembrando do que relatamos da abordagem inicial do perfil que desconhecia a gravidade do vírus e passando a mensagem de tranquilidade à população. Portanto a postagem não atendeu ao princípio de empatia, gerando resistência ao invés de solidariedade (Hyland-Wood *et al.*, 2021). A postagem “proliferação do vírus – sem isolamento e com isolamento”, no dia seguinte, tem um tom mais sério (20/03/20) e a população parece aderir, pelos comentários postados. Para exemplificar, são apresentados trechos desses comentários:

“reforçar a fiscalização, precisa de fiscalização, fechamento de diversos órgãos, e as empresas que estão abertas?”.

O *layout* do boletim epidemiológico do coronavírus também ilustra bem essa questão. No período de pouco mais de um ano (período de 14/08/20 a 31/08/21), foram realizadas publicações no perfil da Semus de 380 boletins (da 148 a 528 edição) e os boletins anteriores no perfil da Prefeitura. É importante destacar que o primeiro boletim (17/03/20) foi publicado após quatro dias que o perfil iniciou as postagens sobre o vírus, informando zero casos confirmados, 8 investigados e 11 descartados.

O modelo foi alterado em 28/03/20, excluindo os casos investigados, mas só teve três edições, pois os usuários questionaram a retirada dos dados. O boletim retoma a contagem alterando casos investigados para casos notificados. O formato do boletim, a partir de 09/04/20, foi alterado novamente, registrando zero óbitos em Palmas e destacando que “o Tocantins continua(va) sendo o único estado brasileiro a não registrar óbito por Covid-19”. Também passou a contabilizar pessoas em isolamento, internados e em alta (passando a denominar “recuperados”, a partir de 27/04/20; e nova alteração incluiu os dois índices “recuperados” e “altas do dia”, em 05/06/20). Para Niknam *et al.* (2021), os boletins epidemiológicos são exemplos de publicações voltadas às informações sobre a situação do sistema de saúde.

A Figura 4 mostra as principais modificações dos boletins epidemiológicos de Palmas, de março a junho de 2020, quando o formato se aproximou ao que passou a ser divulgado até agosto de 2021 (quando se encerrou a análise), que incorporou ainda as doses de vacinas desde janeiro de 2021.

Essa constante alteração dos boletins demonstrou a dinamicidade das informações relevantes para o acesso integral à informação pela população, cuja atuação atende aos critérios de adequação aos níveis de alfabetização em saúde (Hyland-Wood *et al.*, 2021).

A criação do perfil do *Instagram* da Semus é um ponto que merece destaque também, uma vez que com isso foi possível direcionar mais a informação aos grupos afetados pela Covid. Na visão de Hyland-Wood *et al.* (2021), a situação apresentada demonstra uma preocupação com o outro pelo fato de os gestores públicos municipais envolvidos nessa crise perceberem a necessidade do acesso à informação ao cidadão de modo mais específico e direcionado. Destaca-se que o critério de acessibilidade de Hyland-Wood *et al.* (2021) foi atendido nesse caso de criação do perfil específico da saúde, visto o prejuízo da disputa de espaço com outras ações.

Além disso, no perfil da prefeitura, havia muitas postagens referentes a todas as secretarias municipais, o que podia tornar o acesso à informação mais difícil em um cenário que requeria mais direcionamento. Ou seja, as postagens mais gerais no perfil da prefeitura tiravam o foco de temas específicos, como vacinação, medidas de prevenção, isolamento social, entre outros.

FIGURA 4 Reprodução de Boletins Epidemiológicos de Palmas



Fonte: Instagram da Prefeitura de Palmas (2020).

Sem prejuízo das ações relacionadas à Covid-19, a Secretaria Municipal de Saúde se manteve atenta às outras doenças, mantendo campanhas preventivas e calendários de vacinação, como hepatites, gripe etc. O funcionamento do atendimento de saúde mental passou a ser reforçado, visto ser totalmente correlacionado para uma melhor qualidade de vida no isolamento social necessário na pandemia, entre outras ações. Campanhas de solidariedade também foram divulgadas, assim como ações de assistência social às pessoas em vulnerabilidade. Postagens de notícias produzidas pelo setor de comunicação do município sobre fiscalização, entre outros temas relacionados, também foram veiculadas.

Hyland-Wood *et al.* (2021) explicam que a comunicação governamental deve considerar postagens de conteúdos referentes aos diversos tipos de informação na página e, em se tratando desse quesito, a Prefeitura de Palmas trouxe informações não somente sobre a Covid, mas outros assuntos também. Portanto observa-se uma sensibilidade com a saúde da sociedade e na continuidade do sistema de saúde, de conscientização da importância do calendário vacinal, dos cuidados com a pandemia e atuação na frente dos problemas relacionados às vulnerabilidades sociais. Por fim, apesar de se tratar de uma crise específica, é notável a preocupação da prefeitura com outros problemas de saúde e também sociais que se agravaram com esse cenário, e, apesar desse detalhe importante, não considerou o acesso às pessoas com deficiências. Uma situação evidenciada por Santos *et al.* (2021) é que, durante a pandemia, não houve consideração em relação às necessidades linguísticas da comunidade surda para o acesso à informação antes, durante e após esse período.

Ao se falar de comunicação governamental, também se pode destacar os princípios constitucionais, como a impessoalidade. Nesse sentido, um destaque da análise foi que o uso político da rede social não teve prejuízo para a gestão de informações sobre a pandemia. Verificou-se que a prefeita de Palmas, Cinthia Ribeiro, teve a imagem veiculada uma vez no perfil para informar sobre a compra de exames de Covid (09/04/20), cuja fala foi transcrita abaixo:

A secretaria municipal de saúde de Palmas adquiriu cerca de 6.000 testes rápidos, que vão começar a ser realizados a partir de segunda-feira. Com isso, vamos testar uma margem maior, né, de pacientes que se encontram em estados mais graves, né, os pacientes que têm todas as indicações. E vamos poder construir um plano de descontingenciamento e todas as tomadas de decisão com muito mais segurança. Quero mais uma vez agradecer a todos vocês por tudo que já fizemos até aqui em conjunto. Lembrar que isso não é um esforço exclusivo da prefeitura, do governo do estado, do governo federal, mas um esforço conjunto de todos nós. Uma necessidade de ampliarmos ainda mais a responsabilidade social e o comprometimento que temos, principalmente, com a valorização das vidas.

Por outro lado, o perfil no Twitter da gestora² foi bastante movimentado com informações sobre o trabalho na pandemia, o que demonstrou uma cooptação de capital político diretamente no perfil pessoal dela.

Contudo, no vídeo, observa-se um sentimento de empatia por parte da prefeita devido às consequências com a infecção pelo vírus. Os achados de Gonçalves; Piñeiro-Naval e Toniolo (2021) explicam que as mulheres demonstraram mais sensibilidade no período pandêmico do que os homens. Além disso, os países com lideranças femininas tiveram destaque positivo no enfrentamento

2

à Covid, como Nova Zelândia, Hong Kong, Grécia, Estônia e Islândia (Fabrício; Ferreira; Borba, 2021). Nota-se, portanto, uma expressão de empatia, preocupação pelas vidas e em apresentar o enfrentamento conjunto (governo e sociedade) na infecção pelo vírus (Hyland-Wood *et al.*, 2021).

Essa comunicação com empatia foi manifesta no perfil, como se pode perceber no registro de comoção da população por alguns falecimentos relacionados à Covid que foram marcantes: o primeiro óbito, dia 15 de abril de 2020, por tratar-se de uma mulher, Romana Sousa Chaves, muito atuante contra a violência doméstica, quando foi decretado luto de 3 dias. No decorrer da pandemia, Palmas veio a perder a secretária municipal de Saúde, Valéria Paranaguá, em 18 de março, após atuação à frente do combate à pandemia na cidade por um ano.

É importante destacar que houve o combate à desinformação, conforme recomendado por Hyland-Wood *et al.* (2021) e também reforçado por Niknam *et al.* (2021). O primeiro caso de *fake news* foi sobre as restrições (por exemplo, quarentena, suspensão das aulas, fechamento do comércio), tendo sido divulgada uma notícia em um veículo local (não identificado) de que não haveria mais restrições, e uma postagem no *Instagram* explicou que teriam sido reiteradas, na verdade (situação ocorreu em 29/03/21). Outros casos: causa da morte de paciente por erros médicos e não por coronavírus, em que a postagem trouxe o carimbo de *fake news* na mensagem veiculada sem detalhamento do caso; e sobre um suposto aumento salarial aos presidentes das autarquias municipais durante a pandemia foi publicizada uma nota oficial, conforme se pode verificar nas postagens. Em um estudo desenvolvido por Niknam *et al.* (2021), os autores observaram que as redes sociais são canais para a disseminação de desinformação e destacam a necessidade de esclarecimento e posicionamento sobre os fatos apresentados.

A campanha de vacinação também teve que veicular cinco notas desmentindo *fake news*. A gestão criou diversas ferramentas: o vacinômetro (contador de doses da vacina); Painel Epidemiológico para acompanhamento da doença em tempo real; Plantão Coronavírus. Após cinco meses de vacinação, lançou o agendamento da vacina, em 21 de maio. Todos esses avanços não foram utilizados sem falhas de comunicação, conforme relataremos nas análises pontuais sobre a vacinação. Durante a pandemia, surgiu o aplicativo “Eu Fiscalizo”, desenvolvido pela Escola Nacional de Saúde Pública com o objetivo de combater a desinformação, conforme descrito por Galhardi *et al.* (2022).

Importante destacar que as postagens sobre as vacinas não se limitaram a informar os grupos, locais ou datas, foram fundamentais campanhas de sensibilização tendo em vista a resistência de parcela da população. Na verdade, os imunizantes, em geral, sofreram vários ataques de desinformação, o que

determinou essa não adesão integral dos cidadãos à vacina³. Na pesquisa de Galhardi *et al.* (2022), os autores mostram que os boatos e as *fake news* tiveram uma parcela de contribuição para desestimular a adesão dos cidadãos à vacina da Covid-19.

Com a chegada das doses da vacina Coronovac, primeira distribuída no Brasil, devido à fabricação própria no país, a Campanha de vacinação anunciou, antecipadamente, os grupos prioritários para a 1ª fase, e em 20/01/21 deu início à vacinação em Palmas. Contudo foram verificadas algumas brechas para quem só acompanhava o perfil no *Instagram* como canal de informação, pois algumas faixas etárias que seriam vacinadas não foram precedidas de postagens com avisos sobre as datas, sendo remediada com postagem sobre a vacinação já ocorrendo, como na faixa etária de 63 anos, conforme se pode verificar nas postagens. Certamente que essas pessoas tomaram ciência por outros meios de comunicação, o que demonstrou uma falha no perfil do *Instagram*.

Sobre as fases da vacinação, apesar do esforço dos gestores públicos, passou a ficar confusa quando avançou para o público com comorbidades devido as muitas variáveis: de idades, de patologia, e além disso a manutenção das faixas etárias anteriores. Então tinha-se um público ampliado, mas as comunicações do *feed* aparentemente não acompanharam a dinâmica da vacinação, e os *cards* divulgados, apesar de serem precisos, em geral, não contemplaram os destaques necessários da inserção de novos grupos, em separado. O que se seguiu foram *cards* com muitas informações devido às variáveis já mencionadas do grupo com comorbidade. No entanto a inserção dos idosos com mais de 60 anos, sem comorbidade, ficou sem destaque; aparece na relação de pessoas com comorbidades e na mesma identidade visual que passaram a utilizar para o grupo de comorbidades, além da imprecisão do público contemplado: “idosos primeira e segunda dose”. Mas sabemos que o público de idosos começa aos 60 anos, sendo que no post seguinte é que anunciaram “primeira dose para idosos com 60 anos”. Essa ambiguidade (Figura 6) não é possível de avaliar apenas pelo *Instagram* o êxito dessa comunicação à população, mas a imprecisão da mensagem é evidente (Hyland-Wood *et al.*, 2021).

As falhas na comunicação continuaram e podem ser demonstradas pelo vídeo em que a diretora da Vigilância em Saúde Marta Malheiros explica que não há ocorrências de “informações privilegiadas” no dia 15/05/21:

³ O primeiro imunizante disponível no Brasil foi a Coronovac, e o cenário no país foi de disputas políticas sobre essa vacina entre o governador de São Paulo, João Dória, que administra o Instituto desenvolvedor da vacina (Butantan, em parceria com a fabricante chinesa Sinovac), e o presidente do país, Jair Bolsonaro. Após oito meses de vacinação no país com a Coronovac, a polêmica ressurgiu com a nova determinação da dose de reforço da vacina (3ª dose) e a não indicação da Coronovac pelo Ministério da Saúde. Apesar disso, o governador de São Paulo determinou que todos os imunizantes serão utilizados, conforme foi veiculado no G1 São Paulo, em 1º de set. de 2021 (Pinhoni *et al.*, 2021).

FIGURA 5 Reprodução do card de 10/05/2021 e 13/05/2021



Fonte: Semus Palmas (2021).

Vídeo esclarecimento vacinação - A diretora da Vigilância em Saúde, Marta Malheiros, esclarece que o público-alvo não foi alterado, desta forma continua sendo vacinadas contra a Covid-19 em Palmas pessoas com 50+ com alguma comorbidade comprovada.

Novamente se pode perceber que teve um lapso nos avisos sobre as idades, pois os *cards* anteriores ao vídeo da Diretora mencionam a faixa de 53 a 59 anos (com comorbidade), e a postagem do vídeo afirma que o público atendido é a partir de 50 anos (com comorbidade).

Dentro da nossa análise, não podemos afirmar que houve informação privilegiada; podemos afirmar que o critério de informações precisas não foi cumprido durante esse período relatado, cerca de uma semana. A situação apresentada não demonstra credibilidade, mesmo em se tratando da fala da diretora da área da saúde (Hyland-Wood *et al.*, 2021). Embora a fala de especialistas levem à credibilidade da comunicação, houve uma falha de comunicação a respeito da vacinação da população. Contudo os *cards* seguintes são bem mais diretos e separa em dois grupos: pessoas com comorbidade (avança a idade conforme a disponibilidade de imunizantes) e idosos acima de 60 anos.

A credibilidade ficou prejudicada devido a uma falha de comunicação a respeito da liberação das vacinas por idade e que pode ter gerado efeitos subsequentes em relação à confiança. No entanto, como aponta Kim e Kreps (2020), não é somente um erro na comunicação que pode provocar a falta de credibilidade, a comunicação unilateral também. Os conteúdos são passíveis de visualização apenas para pessoas que sabem ler e não possuem outro tipo de deficiência (por exemplo, visual, auditiva), o que, segundo Kim e Kreps (2020), revela uma discriminação em relação aos grupos minoritários e demonstra um

processo comunicativo frágil e uma limitação em relação aos públicos atendidos. Nesse sentido, é importante o poder público trazer informações que contemplem diversos públicos, realidades e necessidades distintas, a fim de evitar erros de comunicação e mal-entendidos em relação à disseminação da informação e consequências sociais e saúde desastrosos (Kim; Kreps, 2020).

Um exemplo de incerteza reconhecida foi quando a Semus emitiu uma nota no *Instagram* falando da possibilidade de aplicação das vacinas vencidas⁴ (Hyland-Wood *et al.*, 2021). A secretaria reconheceu a possibilidade e informou ainda que iria averiguar a situação. Em nenhum momento, disse que era uma informação falsa. De todo modo, assumiu a possibilidade de erro. E em caso positivo, iria tomar as medidas necessárias.

O avanço lento da vacinação além de ter gerado apreensão, também gerou cobranças. Nesse sentido, foram bem sintomáticas as postagens “Você já sabe como funciona a distribuição das vacinas contra a Covid-19 no país?”⁵, visto que a população passou a questionar a distribuição da vacina no Tocantins. No perfil é publicado um vídeo do Secretário Executivo Daniel Borini falando de estudos sobre a quantidade de vacinas (03/08/21) e que fariam articulações para a compensação de doses em remessas posteriores do MS, tendo em vista que outros municípios receberam mais vacinas proporcionais à população. A cobrança por mais doses de vacinas foi algo que se propagou por todos os Estados brasileiros, pelo avanço variável em faixas etárias – enquanto algumas cidades vacinavam pessoas com 18 anos, outras estavam nos 30, entre outras desconformidades diante de uma distribuição supostamente desigual da vacina, proporcionalmente ao público, para os Estados e municípios.

Aparece uma menção disso no VT da Prefeitura sobre o esforço para adquirir mais doses⁶. De certa forma, esse anúncio de intenção de compra de vacinas pode ter tido interesses políticos. Os critérios de franqueza e honestidade (Hyland-Wood *et al.*, 2021) podem ter sido ignorados nessa ocasião, mas é uma suposição, pois não sabemos as reais intenções dos gestores públicos. Ocorre que outro município importante no Estado, Araguaína, alavancou

⁴ No decorrer da vacinação, em julho, o Ministério da Saúde (MS) divulgou que cerca de 26 mil doses vencidas da vacina Astrazeneca foram aplicadas no Brasil (Brasil, 2021).

⁵ A Secretaria Estadual da Saúde também se manifestou sobre o assunto. Segundo a notícia “Tocantins divulga metodologia de distribuição das doses e orienta mandar ‘sommelier de vacina’ para o fim da fila”, a superintendente de Vigilância em Saúde, Perciliana Joaquina Bezerra de Carvalho, afirmou que a discrepância de avanço na vacinação pode estar relacionada às seguintes hipóteses: sub-registro de vacinação, disponibilidade de vacinas e zona rural extensa (Reis; Cavalcante, 2021).

⁶ Segundo o G1, a prefeitura de Palmas foi autorizada a fazer compra direta de vacinas contra Covid-19 por meio de lei, mas o projeto não prevê a compra imediata das vacinas, ele apenas autoriza a prefeitura a aderir ao consórcio de municípios que deve fazer a aquisição. A iniciativa do consórcio é da Frente Nacional dos Prefeitos (FNP) e a direção da FNP já avisou que só vai fazer a compra se ficar evidenciado que o Ministério da Saúde não conseguirá atender a toda a demanda por vacinas sozinho (Lei, 2021).

capital político com anúncio semelhante, também não cumprido, podendo ter gerado uma demanda para a gestora na Capital.

A veiculação de notícias sobre o uso dos recursos federais por governadores e prefeitos, reverberou em disputas políticas e denúncias de corrupção em nível Estadual e Municipal⁷. Em Palmas, houve incentivo aos cidadãos para acesso ao Portal da Transparência⁸ e postagens detalhando o uso dos recursos nas ações executadas contra o coronavírus. O acesso e a transparência em relação à informação são mecanismos importantes para a comunicação governamental e devem ser estimulados (Cezar, 2018; Silva; Meneses; Almeida, 2021; Silva; Meneses, 2022).

Finalmente, as recomendações de comunicação governamental em tempos de crise, em especial da Covid-19, são importantes e devem ser estimuladas, principalmente, práticas de disseminação de informação pautada em dados e informações confiáveis. Além disso, os representantes do governo (federal, estadual ou municipal) exercem um papel importante como uma imagem de liderança à sociedade em geral e no combate à desinformação (PINTO *et al.*, 2020). No entanto um desafio nesse contexto é a confiança dos cidadãos nas fontes de informação e no governo (Gonçalves; Piñeiro-Naval; Toniolo, 2021), que em alguma medida afeta a credibilidade (Kim; Kreps, 2020).

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O artigo foi norteado pelo seguinte questionamento: quais as estratégias de comunicação governamental da prefeitura de Palmas – TO para se envolver com os cidadãos no *Instagram* durante uma crise sanitária? Para responder ao objetivo, analisaram-se as mídias e postagens sobre Covid-19 no Instagram da Prefeitura de Palmas (@cidadadedepalmas) e da Secretaria Municipal de Saúde de Palmas (@semuspalmas), no período citado acima. Em relação aos métodos, adotaram-se pesquisa qualitativa e análise documental a partir do

⁷ Segundo a agência de fact-checking, Lupa/Folha de São Paulo, circulou nas redes sociais que um balanço da Polícia Federal mostrou que Estados e municípios desviaram “60% da verba enviada” pelo governo federal para medidas de combate à Covid-19. Contudo o trabalho de verificação da Lupa constatou que se tratava de uma informação falsa, em outubro de 2020. De toda forma, esse assunto se tornou recorrente durante a pandemia. Em Palmas, diversas denúncias foram feitas pela vereadora e presidente da Câmara, Janad Valcari (Podemos), contra a Prefeita de Palmas desde o início do seu mandato na legislatura municipal (Almeida, 2021). Uma das denúncias na Controladoria Geral da União foi desconsiderada: <https://clebertoledo.com.br/tocantins/apos-pedido-de-reconsideracao-semus-deixa-de-ser-objeto-de-auditoria-da-cgu-denuncias-sobre-gastos-na-pandemia-foram-apresentadas-por-janad-valcari/>. Já o Governador do Tocantins, Mauro Carlesse, foi convocado à CPI da Pandemia em decorrência da operação *Personale*: <https://conexaoto.com.br/2021/05/26/senado-aprova-convocacao-de-mauro-carlesse-para-prestar-depoimento-na-cpi-da-pandemia>, mas o Supremo Tribunal Federal suspendeu a convocação de governadores.

⁸ Ver <http://prodata.palmas.to.gov.br>

modelo de Hyland-Wood *et al.* (2021) sobre recomendações para a comunicação governamental eficaz em tempos de crise.

Como pudemos demonstrar, a avaliação dos perfis da Prefeitura e Secretaria da Saúde de Palmas quanto às recomendações de Hyland-Wood *et al.* (2021) para a comunicação governamental em tempos de crise, de forma geral, todos os critérios foram evidenciados de forma positiva, mas também relatamos alguns casos negativos e também neutros, considerando que o trabalho de comunicação e de saúde refletiram a própria evolução dos protocolos diante de uma doença, já conhecida no meio científico, mas que pela primeira vez teve um alcance mundial com uma mutação grave e fatal do coronavírus, SARS-Cov-2 (González-Padilla; Tortolero-Blanco, 2020; Kim; Kreps, 2020; Malacarne *et al.*, 2021; Trevisan; Vassio; Giordano, 2021).

Entre os principais resultados, se percebeu que, apesar do atendimento da maioria das recomendações para uma comunicação governamental eficaz, é preciso considerar que a credibilidade e os níveis de alfabetização em saúde e matemática não foram considerados eficazes. Além de que o intuito é trazer informações que proporcionem tranquilidade à sociedade, de modo a evitar problemas de saúde e possíveis sobrecargas nos sistemas de saúde decorrentes de problemas distintos da Covid (Niknam *et al.*, 2021). Porém os recursos de saúde também são relevantes e esses foram alocados de modo ineficiente, conforme relatado por Rezende *et al.* (2023).

No que tange às contribuições do artigo, os resultados oferecem um alargamento da literatura de comunicação governamental, com especial enfoque para as crises e que também pode se estender a outros problemas sociais. Isso requer estratégias de comunicação bem definidas e executadas. Além do mais, os resultados também levam a reflexões das estratégias de comunicação por parte da gestão pública municipal em relação à crise, evidenciada pelo alto número de infecções pelo coronavírus, e outras que podem surgir em momentos posteriores. As reflexões empreendidas oferecem um diagnóstico referente às estratégias de comunicação governamental no Instagram que pode ser utilizado para delinear novas estratégias.

Sobre as limitações, a primeira delas reside no fato de que as análises partiram de postagens do *Instagram* e desconsideraram outras mídias sociais como *Facebook*, *Twitter* e *TikTok*, entre outros, o que poderia ser analisado também no sentido de verificar se existem semelhanças ou diferenças entre as estratégias para ambas as mídias. Posto isso, a segunda limitação encontrada é que as análises se basearam em um período específico e em critérios estabelecidos, o que pode não abranger toda a complexidade da comunicação em cenários dinâmicos como o da pandemia.

Para pesquisas futuras, sugere-se que o modelo teórico do autor seja aplicado e/ou adaptado em outras situações de emergência em saúde que também requer comunicação governamental. Em uma perspectiva local, outra questão

de pesquisa que aflora é a participação das mulheres como líderes no enfrentamento de crises de saúde em comparação com os homens, com enfoque na comunicação governamental. Além do mais, um importante ponto de análise é a influência da comunicação governamental na confiança dos cidadãos em tempos de crises.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, N. Câmara retoma sessões com denúncia de Janad e reação da base da prefeita. *In: G1 Tocantins*. Palmas, 24 mar. 2021. Disponível em: <https://www.t1noticias.com.br/a/116763>. Acesso em: 01 mar. 2023.
- ALVARENGA, M. S. de.; LOURENÇO, R. G. da S.; MOREIRA, L. M. dos S. Situação do Covid-19 e sua progressão no município de Araguaína, Tocantins, Brasil. *Facit Business and Technology Journal*, v. 1, n. 20, 2020.
- BRASIL aplicou 26 mil vacinas vencidas da AstraZeneca; veja os lotes. *Correio Braziliense*, 2 jul. 2021. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/brasil/2021/07/4935127-brasil-aplicou-26-mil-vacinas-vencidas-da-astrazeneca-no-df-foram-77.html>. Acesso em: 10 abr. 2024.
- BRASIL. Ministério da Saúde. *Painel Coronavírus*, 2020. Disponível em: <https://covid.saude.gov.br/>. Acesso em: 09 dez. 2023.
- BRASIL. Ministério da Saúde. *Painel Coronavírus*, 2023. Disponível em: <https://covid.saude.gov.br/>. Acesso em: 09 dez. 2023.
- CEZAR, L. C. Reflexões sobre a comunicação em políticas públicas: proposta de um modelo de avaliação da comunicação governamental. *Revista de administração pública*, Rio de Janeiro, v. 52, n. 1, p. 52–70, jan./fev. 2018.
- DABBAGH, A. The role of Instagram in public health education in Covid-19 in Iran. *Journal of Clinical Anesthesia*, v. 65, p. 1, 2020.
- DEUTSCH, K. W. *The nerves of government: models of political communication and control*. New York: Free Press, 1963.
- DREWRY, G. The GCHQ case-A failure of government communications. *Parliamentary Affairs*, v. 38, i. 4, p. 371–386, 1985.
- FABRÍCIO, S.; FERREIRA, D. M.; BORBA, J. A. Enfrentamento aos impactos da covid-19: governos liderados por mulheres apresentam melhor resposta em prevenção a pandemia? *Revista Gestão Organizacional*, v. 14, n. 1, p. 390–415, 2021.

- GAGOSSIAN, D. I.; MARTINS, G. S.; BAPTISTA, A. B. Análise epidemiológica da COVID-19 e da dengue em meio a cenário pandêmico em Palmas-TO. *Revista de Medicina*, v. 101, n. 3, 2022.
- GALHARDI, C. P.; FREIRE, N. P.; FAGUNDES, M. C. M.; MINAYO, M. C. D. S.; CUNHA, I. C. K. O. Fake news e hesitação vacinal no contexto da pandemia da Covid-19 no Brasil. *Ciência & Saúde Coletiva*, v. 27, p. 1849–1858, 2022.
- GELDERS, D.; IHLEN, Ø. Government communication about potential policies: Public relations, propaganda or both? *Public Relations Review*, v. 36, n. 1, p. 59–62, 2010.
- GODOY, A. S. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. *Revista de Administração de empresas*, v. 35, p. 20–29, 1995.
- GONÇALVES, G.; PIÑEIRO-NAVAL, V.; TONIOLO, B. P. Em quem os portugueses confiam?: gestão da comunicação governamental na pandemia de Covid-19. *Comunicação e sociedade*, n. 40, p. 169–187, 2021.
- GONZÁLEZ-PADILLA, D. A.; TORTOLERO-BLANCO, L. Social media influence in the Covid-19 Pandemic. *International Brazilian Journal of Urology*, v. 46, p. 120–124, 2020.
- GRISWOLD, J. S.; LIGHTLE, T. L.; LOVELADY, J. G. Hurricane Hugo: effect on state government communications. *IEEE Communications Magazine*, v. 28, n. 6, jun. 1990.
- HARRISON, P.; BRAYSHAY, M. Post-horse routes, royal progresses and government communications in the reign of James I. *The Journal of Transport History*, v. 18, n. 2, set. 1997.
- HOWLETT, M. Government communication as a policy tool: a framework for analysis. *The Canadian Political Science Review*, v. 3, n. 2, jun. 2009.
- HYLAND-WOOD, B.; GARDNER, J.; LEASK, J.; ECKER, U. K. H. Toward effective government communication strategies in the era of Covid-19. *Humanities and Social Communications*, v. 8, n. 30, jan. 2021.
- KIM, D. K. D.; KREPS, G. L. An analysis of government communication in the United States during the Covid-19 pandemic: recommendations for effective government health risk communication. *World Medical & Health Policy*, v. 12, n. 4, dez. 2020.
- LEI que autoriza prefeitura de Palmas a fazer compra direta de vacinas contra Covid-19 é aprovada. *In: G1 Tocantins*. Palmas, 09 mar. 2021.

- Disponível em: <https://g1.globo.com/to/tocantins/noticia/2021/03/09/lei-que-autoriza-prefeitura-de-palmas-a-fazer-compra-direta-de-vacinas-contracovid-19-e-aprovada.ghtml>. Acesso em: 01 mar. 2023.
- LIU, B. F.; HORSLEY, J.; SUZANNE, Y. K. Overcoming negative media coverage: does government communication matter? *Journal of Public Administration Research and Theory*, v. 22, n. 3, p. 597–621, 2012.
- MALACARNE, J. A. D.; CARVALHO, P. H. M. D.; ALEXANDRIA, D. D. B.; ROCHA, M. B.; PALMA, A. Análise das publicações do Conselho Federal de Educação Física no Instagram® durante a pandemia da Covid-19. *Educación Física y Ciencia*, v. 23, n. 4, p. 196–196, 2021.
- MARTINO, L. M. S. *Métodos de pesquisa em comunicação: projetos, ideias, práticas*. Petrópolis: Vozes, 2018.
- MATOS, H. H. G. de. Comunicação política e comunicação pública. *Organicom*, v. 3, n. 4, p. 58–73, 2006.
- NIKNAM, F.; SAMADBEIK, M.; FATEHI, F.; SHIRDEL, M.; REZAZADEH, M.; BASTANI, P. Covid-19 on Instagram: A content analysis of selected accounts. *Health Policy and Technology*, v. 10, n. 1, p. 165–173, 2021.
- PEREA, D.; BONSON, E.; BEDNÁROVÁ, M. Citizen reactions to municipalities' Instagram communication. *Government Information Quarterly*, v. 38, n. 3, jul. 2021.
- PINHONI, M.; FIGUEIREDO, P.; BITAR, R.; HONÓRIO, G. SP não vai priorizar Pfizer para dose de reforço apesar de críticas de cientistas; gestão Doria diz que exclusão de CoronaVac pelo Ministério da Saúde foi política. In: G1 SP. São Paulo, 01 set. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2021/09/01/sp-nao-vai-priorizar-pfizer-para-dose-de-reforco-apesar-de-criticas-de-cientistas-gestao-doria-diz-que-exclusao-de-coronavac-pelo-ministerio-da-saude-foi-politica.ghtml>. Acesso em: 01 mar. 2023.
- PINTO, P. A.; BRASILEIRO, F. S.; ANTUNES, M. J. L.; ALMEIDA, A. M. P. Covid-19 no Instagram: práticas de comunicação estratégica das autoridades de saúde durante a pandemia. *Comunicação Pública*, v. 15, n. 29, 2020.
- REGO, F. G. T. *Marketing político e governamental: um roteiro para campanhas políticas e estratégias de comunicação*. São Paulo: Summus, 1985.

- REIS, P.; CAVALCANTE, S. Tocantins divulga metodologia de distribuição das doses e orienta mandar 'sommelier de vacina' para o fim da fila. *In: G1 Tocantins*. Palmas, 07 jul. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/to/tocantins/noticia/2021/07/07/estado-divulga-metodologia-de-distribuicao-das-doses-e-orienta-que-quem-escolher-vacinas-deve-ir-para-o-fim-da-fila.ghtml>. Acesso em: 01 mar. 2023.
- REZENDE, A. A. B.; SILVA, R. P. D.; PEDROSA, N. L.; LUZ, R. A. D.; PAIXÃO, A. N. D.; RODRIGUES, W., SILVA, M. A. da R.; CAMPOS, A. D. R. Distribuição da Covid-19 e dos recursos de saúde na Amazônia Legal: uma análise espacial. *Ciência & Saúde Coletiva*, v. 28, n. 1, p. 131–141, 2023.
- SANTOS, S. K. da S. de L.; SILVA, Q. P. da; MENDES, N. F. O.; REZENDE, R. C. F. de. Surdos e acesso à informação: antes, durante e após a pandemia da Covid-19. *HOLOS*, v. 3, p. 1–13, 2021.
- SILVA, L. B. da.; MENESES, V. D.; ALMEIDA, L. de A. TIC's governamentais de navegabilidade na gestão de resíduos sólidos no Brasil. *Cadernos de Comunicação*, v. 25, n. 2, 2021.
- SILVA, L. B. da.; MENESES, V. D.; ALMEIDA, L. de A. Capacidades político-relacionais estabelecidas pela comunicação digital: proposição de um instrumento de análise. *Comunicação & Inovação*, v. 25, n. 52, p. 48–66, 2022.
- SILVA, L. B. da.; MENESES, V. D. A informação digital sobre resíduos sólidos como ferramenta de comunicação governamental. *Amazônia, Organizações e Sustentabilidade*, v. 11, n. 1, p. 89–107, 2022.
- TREVISAN, M.; VASSIO, L.; GIORDANO, D. Debate on online social networks at the time of Covid-19: An Italian case study. *Online Social Networks and Media*, v. 23, p. 100136, 2021.
- UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL (UFRGS). *Uma breve linha do tempo*. Tramandaí, RS: UFRGS Litoral, 13 abr. 2020. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/coronaviruslitoral/uma-breve-linha-do-tempo/>. Acesso em: 11 mar. 2022.