



Estratégias de comunicação adotadas pelos ministérios da saúde de Portugal e do Brasil para fomentar a literacia em saúde na área da Covid- 19: uma análise às páginas de Facebook

Dissertação de Mestrado

Susana Catarino Mendes

Trabalho realizado sob a orientação da

Professora Catarina Menezes, Escola Superior de Educação e Ciências Sociais do
Politécnico de Leiria

Leiria, setembro, 2023

Mestrado em Comunicação e Media

ESCOLA SUPERIOR DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS SOCIAIS

INSTITUTO POLITÉCNICO DE LEIRIA

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradeço ao meu marido, meu companheiro há 15 anos. Obrigada por todo o apoio que me deste desde o primeiro minuto, tomando conta dos nossos filhos sempre que necessário para me poder dedicar a este trabalho.

Agradeço aos meus filhos, Tiago e Vicente, pela força que me dão, simplesmente pela sua existência!

Aos meus pais, em particular à minha mãe, pelo esforço que fizeram ao longo de diversos anos para me proporcionar uma educação de qualidade

Finalmente, à Professora Catarina Menezes, orientadora desta dissertação, pela sua compreensão e empenho face às dificuldades encontradas, apresentando oportunas sugestões.

RESUMO

A pandemia de Covid-19 trouxe grandes desafios para os governos e, em particular, para os Ministérios da Saúde dos países de todo o mundo, tornando-se necessário divulgar informação diariamente, quer sobre medidas de prevenção da doença, quer sobre a sua evolução. Perante este contexto, o conceito de literacia em saúde ganhou especial relevo, tendo em conta a inquestionável relação entre a literacia em saúde e a promoção da saúde. Face à pandemia, tornou-se importante dotar os cidadãos de competências cognitivas e sociais que lhes permitissem usar a informação sobre a Covid-19 de forma a promover e manter uma boa saúde e, ao mesmo tempo, capacitar os cidadãos para tomar decisões fundamentadas.

O presente trabalho aborda a comunicação em saúde, a comunicação pública digital e a relação com a literacia em saúde e visa compreender as estratégias utilizadas pelos Ministérios da Saúde de Portugal e do Brasil para fomentar a literacia em saúde na área da Covid-19. Para isso, realizou-se uma análise de conteúdo das páginas de Facebook dos referidos organismos com base em grelhas criadas com diversas variáveis e indicadores, como o número de publicações relacionadas com a Covid-19, o tema e formato das publicações, bem como o envolvimento gerado, reações, partilhas e comentários. As páginas do Facebook foram analisadas em dois momentos distintos – março de 2020 e janeiro de 2021, observa-se que os ministérios em análise desenvolveram intensas estratégias de comunicação, verificando-se, no caso do Ministério da Saúde de Portugal, um maior número de publicações e graficamente mais uniformes. Em ambos os casos, se verifica pouca exploração da interatividade proporcionada pelo digital.

Palavras-chave: Comunicação Pública Digital, Covid-19, Literacia em Saúde, Redes Sociais

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic brought major challenges for governments and, in particular, for the Health Ministries of countries around the world. It became necessary to disclose information daily, both on prevention measures and on the evolution of the disease. In this context, the concept of health literacy gained special relevance, given the unquestionable relationship between health literacy and health promotion. In the face of the pandemic, it became important to equip citizens with cognitive and social skills that would allow them to use information about Covid-19 to promote and maintain good health and, at the same time, empower citizens to make informed decisions.

This study addresses health communication, digital public communication, and the relationship with health literacy and aims to understand the strategies used by the health ministries of Portugal and Brazil to promote health literacy in the area of Covid-19. For this purpose, a content analysis of the Facebook pages in the aforementioned organizations was carried out based on grids created with various variables and indicators, such as the number of publications related to Covid-19, the theme and format of the publications, as well as the engagement generated, reactions, shares, and comments. The Facebook pages were analyzed at two distinct moments – March 2020 and January 2021. It is observed that the ministries under analysis developed intense communication strategies, with the Ministry of Health of Portugal having a higher number of publications and being more graphically uniform. In both cases, there is little exploration of the interactivity provided by digital media.

Keywords: Covid-19, Digital Public Communication, Health Literacy, Social Media

ÍNDICE GERAL

Agradecimentos	ii
Resumo	iii
Abstract.....	iv
Índice Geral	v
Índice de Figuras	vii
Índice de Tabelas	ix
Índice de Gráficos.....	x
Abreviaturas.....	xi
Introdução.....	1
CAPÍTULO I – COMUNICAÇÃO EM SAÚDE NO ESPAÇO DIGITAL E LITERACIA EM SAÚDE.....	6
1.1. Comunicação em saúde e comunicação de crise em saúde pública.....	6
1.2. Comunicação Pública digital	11
1.3. Literacia em saúde	16
1.3.1. Literacia em saúde e Covid-19	21
CAPÍTULO II – COVID-19 EM PORTUGAL E NO BRASIL - CONTEXTUALIZAÇÃO	24
2.1. Portugal.....	24
2.2. Brasil.....	27
2.3. A estrutura da comunicação nos dois países	31
2.3.1. Portugal.....	31
2.3.2. Brasil.....	32
CAPÍTULO III – OBJETIVOS E METODOLOGIA	35
3.1. Objetivos e objeto de estudo.....	35
3.2. O estudo de caso múltiplo	35
3.3. A investigação qualitativa: análise de conteúdo.....	36

3.3.1. O processo de codificação	40
CAPÍTULO IV - ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS	47
4.1. caracterização das páginas de facebook dos ministérios da saúde de portugal e do brasil	47
4.2 Corpus de análise e distribuição das publicações	47
4.3. Frequência das publicações	48
4.4 Temas das publicações	49
4.5. Formato das Publicações	64
4.6. Envolvimento	66
Conclusões.....	77
Bibliografia.....	82
Anexos.....	90
Anexo 1 - Publicações relacionadas com a covid-19 no Facebook SNS - março 2020	90
Anexo 2 - Publicações relacionadas com a covid-19 no Facebook SNS – janeiro 2021	98
Anexo 3 - Publicações MS Brasil relacionadas com a covid-19 no Facebook SNS – março 2020	125
Anexo 4 - Publicações MS Brasil relacionadas com a covid-19 no Facebook SNS – janeiro 2021	137

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Modelo conceptual de literacia em saúde de Nutbeam (2000).....	19
Figura 2 - Exemplo de publicação com o tema “Medidas de Prevenção”	51
Figura 3 - Exemplo 1 de publicação com o tema “Vacinação”	51
Figura 4 - Exemplo 2 de publicação com o tema “Vacinação”	52
Figura 5 -Exemplo 1 de publicação com o tema “Combate contra a doença”	52
Figura 6 - Exemplo 2 de Publicação com o tema “Combate contra a Doença”	53
Figura 7 - Exemplo 1 de publicação com o tema “Evolução da Doença”	54
Figura 8 -Exemplo 2 de publicação com o tema “Evolução da Doença”	54
Figura 9 - Exemplo 1 de publicação com o tema “Esclarecimento de dúvidas”	55
Figura 10 – Exemplo 1 de publicação com recomendações da DGS	56
Figura 11 - Exemplo 2 de publicação com recomendações do Governo Governo	57
Figura 12- Exemplo de Publicação sobre o tema "Prevenção da Doença"	59
Figura 13 - Exemplo de publicação sobre o tema “Combate contra Doença”	60
Figura 14 -Exemplo de publicação sobre o tema “Evolução da Doença.....	60
Figura 15 - Exemplo de publicação sobre o tema “Evolução da Doença”	61
Figura 16 - Exemplo 1 de publicação relativo ao tema “Esclarecimento de dúvidas” ...	62
Figura 17 - Exemplo 2 de publicação relativa ao tema “Esclarecimento de dúvidas” ...	62
Figura 18- Exemplo de publicação do MS do Brasil sobre o tema “Vacinação”	63
Figura 19 – Exemplo de Publicação sobre o tema Diretrizes	64
Figura 20 - Publicação com maior número de “gostos e outras reações” em março de 2020	67

Figura 21 - Publicação com maior número de “gostos e outras reações” em janeiro de 2020	68
Figura 22 - Publicação do MS do Brasil com mais “gostos e outras interações” em março de 2020	69
Figura 23 - Publicação com mais “gostos e outras interações” em janeiro de 2021	69
Figura 24 - Publicação do MS Portugal com maior número de comentários em março de 2020	70
Figura 25 . Publicação do MS Portugal com maior número de comentários em janeiro de 2021	70
Figura 26 - Publicação com maior número de comentários em março de 2020	71
Figura 27 - Publicação com maior número de comentários em janeiro de 2021	71
Figura 28 – Exemplo de comentário não respondido pelo Ministério da Saúde de Portugal.....	72
Figura 29 – Exemplo de resposta do Ministério da Saúde aos comentários dos seguidores	73
Figura 30 - Publicação com mais partilhas em março de 2020	74
Figura 31 - Publicação com mais partilhas em janeiro de 2021	74
Figura 32 - Publicação com mais partilhas em março de 2020	75
Figura 33 - Publicação com mais partilhas em janeiro de 2021	75
Figura 34 A publicação com maior número de visualizações	76

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1- Codificação da Caracterização Geral	41
Tabela 2- Codificação do Conteúdo	42
Tabela 3- Codificação dos Temas	43
Tabela 4- Codificação do Formato das Publicações.....	44
Tabela 5- Codificação do Envolvimento	45
Tabela 6- Corpus de Análise	47
Tabela 7- Temas das Publicações Ministério da Saúde de Portugal	50
Tabela 8- Temas das Publicações Ministério da Saúde do Brasil	58

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Frequência diária das publicações..... 48

Gráfico 2 - Frequência diárias das publicações 49

ABREVIATURAS

DGS - Direção-Geral da Saúde

IHR - International Health Regulations

OMS – Organização Mundial da Saúde

LS - Literacia em Saúde

MS - Ministério da Saúde

SNS – Serviço Nacional de Saúde

SUS - Sistema Único de Saúde

PNPS - Política Nacional de Promoção da Saúde

PNAB – Política Nacional de Atenção Básica

PNAN - Política Nacional de Alimentação e Nutrição

INTRODUÇÃO

No final de janeiro de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou o surto da Covid-19 causado pelo novo coronavírus - SARS-CoV-2 - como uma emergência de saúde pública de impacto global. Desde essa altura, foi visível a abundância de informações disponíveis sobre a temática em todo o mundo.

A emergência criada no mundo devido à pandemia conduziu a um excesso de desinformação, muitas vezes proveniente de entidades credíveis, como autoridades sanitárias, governos, epidemiologistas e outros peritos em saúde que, em diversas situações, apresentaram opiniões diferentes sobre a mesma matéria. Este fenómeno tem motivado a realização de diversas investigações. É o caso do artigo “Redes sociais e desinformação na saúde: o caso do facebook”, da autoria de Revez, J., publicado em 2022, que revela um cenário incerto em relação a soluções para contrariar esta questão de saúde pública. O mesmo trabalho mostra ainda que a “(des)informação *online* sobre saúde continua a ser um tópico de investigação em aberto e um desafio global, uma vez que não parece que os problemas associados irão diminuir ou ser atenuados nos próximos anos”. (Revez, J., 2022, p.16).

Nas últimas décadas, a comunicação de risco em saúde tem representado uma importante área de estudo no âmbito da comunicação em saúde pública. Face ao contexto pandémico, tornam-se ainda mais evidentes os riscos comportamentais da população para a saúde pública.

Segundo Combs (2012), a comunicação de crise surge quando os riscos não são controlados e inclui os esforços de comunicação estratégica das organizações para prevenir ou reparar perceções durante uma situação de crise ou desastre.

Van den Broucke (2020) defende que, em tempos de crise, as pessoas querem estar bem informadas, para que saibam quais as medidas preventivas individuais que devem ser tomadas e como podem lidar com as consequências. Para o autor, essas medidas preventivas individuais devem também ser consistentes com a comunidade em que os indivíduos estão inseridos e, por este motivo, devem ser preventivas para cada um e para os outros.

De acordo com a Direção-Geral da Saúde – DGS (2019), as estruturas de Saúde assumem um papel decisivo na informação que transmitem no sentido de acautelar o bem-estar geral dos indivíduos. Para capacitar o indivíduo para a defesa do seu próprio bem-estar, o Ministério da Saúde (MS) português propõe quatro objetivos: 1) Adotar estilos de vida saudáveis num contexto diário, dando prioridade a áreas como a atividade física, a saúde mental, a alimentação e o envelhecimento ativo e saudável; 2) Capacitar a utilização adequada do sistema de saúde, promovendo a navegação no Sistema Nacional de Saúde (SNS), gestão da saúde e da doença; 3) Promover o bem-estar durante toda a vida, mas principalmente na doença crónica e 4) Promover o Conhecimento e a Investigação, priorizando a avaliação da literacia em saúde (LS), métodos e meios para a promoção da mesma.

A presente investigação foca-se na comunicação dos Ministérios da Saúde de Portugal e do Brasil durante a pandemia. Ambos os países são membros da OMS e foram escolhidos por terem sistemas de saúde universais e gratuitos. Além disso, o Brasil tem a língua portuguesa como língua oficial e é, segundo a Universidade Johns Hopkins, o segundo país do mundo mais afetado pela pandemia, tanto em termos de mortes, como de casos.

A comunicação de risco em saúde e a literacia em saúde são áreas fundamentais durante uma pandemia como a de Covid-19. Ambos os conceitos desempenham papéis importantes na disseminação de informações precisas, na compreensão dos riscos em saúde e na promoção de comportamentos saudáveis.

A comunicação de risco em saúde diz respeito ao processo de transmitir informações sobre riscos em saúde para o público em geral, com o objetivo de fornecer orientações adequadas e facilitar a tomada de decisões informadas. Durante uma pandemia, é crucial que as autoridades de saúde e os profissionais de saúde comuniquem de forma clara, precisa e oportuna os riscos associados à doença, as medidas de prevenção e as recomendações para a população.

Uma comunicação eficaz de risco em saúde envolve o uso de linguagem clara e acessível, o compartilhamento de informações baseadas em evidências científicas atualizadas e a consideração das preocupações e necessidades do público-alvo. Isso

ajuda a evitar a disseminação de informações incorretas ou confusas, que podem levar a comportamentos inadequados ou aumentar a ansiedade e o medo na população.

A literacia em saúde, por sua vez, refere-se à capacidade de uma pessoa compreender, avaliar e utilizar informações relacionadas com a saúde para tomar decisões informadas e adotar comportamentos saudáveis. Durante uma pandemia, a literacia em saúde desempenha um papel fundamental na promoção de comportamentos preventivos, como o uso de máscaras, a prática de higiene das mãos e o distanciamento social.

As tecnologias da informação, que estão em constante evolução, intensificada pelas redes sociais, são, atualmente, a forma mais rápida de chegar ao público-alvo. Com o início da pandemia, várias entidades utilizaram as redes sociais para estarem mais próximas do seu público-alvo e os Ministérios da Saúde (MS) do Brasil e de Portugal não foram exceção, tendo o Facebook assumido um papel determinante.

Este trabalho visa perceber quais as estratégias de comunicação desenvolvidas por parte dos ministérios da Saúde de Portugal e do Brasil para fomentar a literacia em saúde na área da Covid-19 analisando, para tal, as páginas de Facebook em dois períodos diferentes – meses de março de 2020 (início da pandemia) e março de 2021 (fase de recuperação, com diminuição do número de infeções e mortes). Para tal, estabeleceu-se como objetivo geral: verificar que estratégias de comunicação os ministérios da saúde de Portugal e do Brasil adotaram para promover a literacia em saúde na área da Covid-19. Além disso, foram definidos sete objetivos específicos:

- 1) Verificar quais as tendências de comunicação dos ministérios da Saúde de Portugal e Brasil nas suas páginas de Facebook nos períodos em estudo;
- 2) Analisar quais foram as principais temáticas abordadas nos conteúdos relacionados com a Covid-19 em cada uma das páginas da rede social;
- 3) Aferir qual a média de publicações diárias;
- 4) Averiguar qual o número de seguidores das páginas em análise;
- 5) Identificar qual a publicação com maior número de interações em cada mês analisado em cada um dos ministérios da saúde;
- 6) Comparar as estratégias de comunicação utilizadas por ambos os ministérios da saúde para fomentar a literacia em saúde;

7) Analisar as estratégias de cada um dos ministérios da saúde à luz do modelo de literacia em saúde de Nutbeam (2000).

O presente trabalho encontra-se estruturado em quatro capítulos: o primeiro e o segundo referem-se a uma revisão da literatura, o terceiro diz respeito à metodologia e o quarto à análise de dados e discussão de resultados.

Os primeiros dois capítulos incluem quatro grandes temas. O primeiro dedicado à comunicação em saúde, comunicação de crise em saúde pública e literacia em saúde. Neste tópico é feita uma revisão da literatura sobre comunicação em saúde, recorrendo, para tal, à visão de diversos autores. Entre outras particularidades, são abordados os objetivos da comunicação de saúde, os níveis da comunicação e os resultados. É feita ainda uma abordagem ao conceito de comunicação de crise, um tema que se torna relevante perante um quadro de pandemia a nível mundial, em que a atuação do governo junto da comunidade é fundamental. Neste ponto é feita também uma retrospectiva relativamente ao conceito de literacia em saúde, com referência a diversos autores que refletiram sobre o tema. Além disso, é ainda apresentado um importante modelo de literacia em saúde e é focada a importância da literacia no contexto da pandemia de Covid-19, em particular para o controlo da mesma.

A Comunicação Pública Digital é a segunda grande temática abordada neste trabalho. Uma vez que é feita uma análise à rede social *Facebook* das páginas dos ministérios da saúde de Portugal e do Brasil, torna-se útil perceber o crescimento da comunicação digital nos últimos anos e da comunicação pública ou governamental recorrendo ao digital, em particular às redes sociais, sendo relevante efetuar uma revisão da literatura neste campo.

O terceiro grande tema foca-se na Covid-19 em Portugal e no Brasil. Neste tópico é feita uma contextualização sobre a realidade de cada um dos países no que respeita à pandemia. O objetivo é permitir uma melhor compreensão do ambiente vivido em ambos os países durante o período em análise.

Ainda na secção dedicada à revisão da literatura, é abordada a estrutura da comunicação nos dois países. Neste ponto, pretende-se efetuar uma reflexão sobre as

estratégias de comunicação levadas a cabo pelos ministérios da Saúde de Portugal, em particular, quais as ferramentas e canais de comunicação utilizados.

O terceiro capítulo, relativo à metodologia, é dedicado a uma revisão sobre a metodologia utilizada no presente trabalho, em particular ao estudo de caso múltiplo – Ministério da Saúde de Portugal e Ministério da Saúde do Brasil – e a Análise de Conteúdo.

Após serem recolhidos os dados necessários, são descritos e analisados os resultados e é iniciada a discussão dos mesmos. Para terminar, são apresentadas as conclusões do estudo, incluindo as implicações teóricas e práticas, as limitações da investigação e serão indicadas algumas orientações para trabalhos futuros.

CAPÍTULO I – COMUNICAÇÃO EM SAÚDE NO ESPAÇO DIGITAL E LITERACIA EM SAÚDE

Na área da saúde, a comunicação pode abranger várias formas, entre as quais a divulgação de informações sobre doenças, a promoção de comportamentos saudáveis, a partilha de resultados de pesquisas, entre outros. Em situações de emergência, como durante epidemias ou catástrofes naturais, onde a rápida disseminação de informações precisas pode ajudar a prevenir a propagação de doenças e salvar vidas, é importante uma comunicação eficaz. Com o surgimento da internet, a forma de comunicar entre pessoas tornou-se instantânea e a comunicação digital tem-se tornado um meio de comunicação cada vez mais utilizado pelas organizações, sejam elas públicas ou privadas.

1.1. COMUNICAÇÃO EM SAÚDE E COMUNICAÇÃO DE CRISE EM SAÚDE PÚBLICA

Num estudo que aborda a comunicação em saúde e a relação entre profissionais de saúde e pacientes, Teixeira (2004) realça que a comunicação em saúde tem como intuito “educar para a saúde, evitar riscos e lidar com ameaças, prevenir doenças, sugerir e recomendar mudanças de comportamentos, recomendar exames de rastreio, informar sobre saúde e doenças, informar sobre os exames a realizar e sobre os seus respetivos resultados, receitar medicamentos, recomendar medidas preventivas e de atividades de autocuidados” (Teixeira, 2004, p. 615).

Por sua vez, em 2006, o professor Thomas David, da Universidade de Edimburgo, publicou o livro *Health Communication: A Model for Understanding and Designing Communication Interventions*, um dos mais influentes textos sobre comunicação em saúde. Na obra, o autor apresenta um modelo para a compreensão e design de intervenções de comunicação em saúde, que se baseia na ideia de que a comunicação em saúde é um processo complexo que envolve diferentes atores, incluindo profissionais de saúde, pacientes e outros membros da comunidade.

Para Thomas David (2006), a comunicação em saúde pode acontecer em cinco níveis: individual, redes sociais, organizacional, comunidade e sociedade. Conforme defende,

quanto mais níveis a comunicação em saúde influenciar, maior será o nível de influência conseguido e maior a probabilidade de criar ou sustentar uma mudança.

Em 2007, Renata Schiavo publicou um livro intitulado *Health Communication: From theory to practice*, que fornece uma visão abrangente relativamente ao campo da comunicação em saúde, desde os seus fundamentos teóricos até às suas aplicações práticas. A obra aborda diversos tópicos, incluindo o papel da comunicação na promoção da saúde, prevenção de doenças e atendimento ao paciente.

Schiavo (2007) destaca que, devido à sua abordagem multifacetada e multidisciplinar, a comunicação em saúde pode contribuir para a promoção da saúde e prevenção da doença, ao influenciar a uma mudança de comportamentos e atitudes, tanto ao nível individual como ao nível comunitário. Para esta autora, o objetivo da comunicação em saúde é informar, persuadir e motivar as pessoas a adotarem comportamentos saudáveis.

Para Mendonça (2014), a comunicação em saúde possibilita acessibilidade e acesso através do acolhimento e construção de autonomia, promovendo comprometimento com diálogo, entendimento do direito, empoderamento e humanização das relações. Por outro lado, permite integração, integralidade, inclusão, participação, reflexão, resolutividade, respeito e solidariedade. É um processo primordial, desafio de transparência, linguagem e transformação de construção de vínculo e dever de cidadania.

De acordo com um estudo do Instituto Nacional de Saúde dos EUA, intitulado *The Growth of Health Communication Research: A Systematic Review of the Literature from 2000 to 2019*, publicado em 2021 no *Journal of Health Communication*, o número de investigações no campo da comunicação da saúde tem vindo a crescer. (Luo, Heng & Li et al, 2021).

O estudo analisou um total de 22 555 artigos publicados em 1 119 revistas entre 2000 e 2019. Os resultados da investigação revelaram que o número de artigos publicados aumentou de 1 005 em 2000 para 2 310 em 2019, o que representa um aumento de 130%. Em 2000, 53% dos artigos foram publicados em revistas de saúde pública, 28% em revistas de comunicação e 19% em revistas de saúde. Em 2019, 37% dos artigos foram publicados em revistas de saúde pública, 43% em revistas de comunicação e 20% em revistas de saúde.

Para os autores do estudo, o aumento de trabalhos de investigação sobre comunicação em saúde é um reflexo do crescente reconhecimento do papel fundamental que a comunicação desempenha na saúde e bem-estar. A comunicação pode ser usada para aumentar a consciencialização sobre os riscos para a saúde, promover comportamentos saudáveis e prevenir doenças.

Os autores do estudo concluíram que o aumento da investigação sobre comunicação em saúde é um sinal positivo do crescente reconhecimento da importância desta área de estudo. A comunicação em saúde é essencial para a promoção da saúde pública e para a melhoria dos cuidados de saúde. O crescente número de publicações sobre comunicação em saúde está a ajudar a melhorar a nossa compreensão sobre os fatores que influenciam, os métodos mais eficazes e os impactos da comunicação em saúde.

À medida que os riscos para a saúde se tornam mais complexos, é ainda mais importante que as organizações de saúde estejam preparadas para comunicar informações precisas e oportunas para o público. A comunicação de risco em saúde é um campo de estudo que investiga como as organizações de saúde se comunicam com o público sobre risco e crises de saúde.

Segundo a OMS, a comunicação de risco “é parte integrante de qualquer resposta a emergências e consiste na troca de informação, aconselhamento e pareceres em tempo real entre peritos, líderes comunitários ou oficiais e as pessoas que se encontram em risco” (OMS, 2018, p. 9).

A pandemia de Covid-19 é um exemplo recente de como face a uma pandemia a comunicação em saúde pode ser usada para proteger a saúde pública. As autoridades de saúde pública em todo o mundo usaram uma variedade de estratégias de comunicação para informar o público sobre o vírus, as medidas de prevenção e as opções de tratamento. Essas estratégias ajudaram a reduzir a disseminação do vírus e salvar vidas.

De acordo com a OMS, “durante as epidemias, pandemias, crises humanitárias e catástrofes naturais, uma comunicação eficaz dos riscos permite às pessoas que se encontram em maior perigo compreenderem e adotarem comportamentos de proteção. Permite às autoridades e aos peritos auscultarem as populações e responderem às suas preocupações e necessidades, para que o seu aconselhamento seja relevante, confiável e aceitável” (OMS, 2018, p. 9).

Já em 1919, George Soper defendia que uma epidemia por infeção respiratória não se resolve apenas com medidas sanitárias, mas necessita que sejam empregues medidas apropriadas de proteção por parte de toda a população. Já nessa época, o autor alertava que as medidas de isolamento e de distanciamento só surtem efeito quando existe um envolvimento das comunidades e chamava a atenção para a necessidade de se prestar mais atenção à gestão do risco não só individual, mas também comunitário. Nesse sentido, é fundamental uma eficaz comunicação de risco e o envolvimento da comunidade em todas as fases de uma intervenção comunitária.

O mesmo autor (1919) entende que a gestão de uma pandemia por infeção respiratória requer o envolvimento da comunidade no cumprimento de medidas de proteção e na mudança comportamental para que estas sejam eficazes, e tal não é possível se não existir um investimento em comunicação de risco.

Após a pandemia “espanhola” de 1918, houve outras epidemias respiratórias, como o vírus H2N2 na Ásia (1957), o vírus H3N2 em Hong Kong (1968), o SARS-CoV-1 na China (2003) ou a variante H1N1 nos Estados Unidos América (2009). Face a esta realidade, a OMS lançou em 2005 o documento International Health Regulations (IHR), com o objetivo de prevenir, proteger, controlar e responder à propagação internacional de doenças e, em 2011, o Pandemic Influenza Preparedness (PIP) Framework, com o intuito de implementar uma abordagem global de prontidão e resposta a um evento de pandemia.

Em Portugal, o Plano de Contingência Nacional do Setor da Saúde para a Pandemia de Gripe (2007) destacava que “na eventualidade de uma pandemia de gripe, a comunicação e a difusão de informação são tão importantes como as ações de controlo da situação, desenvolvidas pelos serviços de saúde e por outros sectores da sociedade, em termos de prevenção e minimização dos efeitos da pandemia”.

Segundo o mesmo documento, “uma das bases do sucesso de um Plano de Comunicação, enquanto contributo para a gestão do risco em situação de ameaça e em situação de crise, é a construção de um modelo proativo, devendo evitar-se uma comunicação meramente informativa e reativa. A difusão de informação transparente e precisa (ao público em geral, aos profissionais de saúde, aos órgãos de comunicação social e a outros parceiros sociais), nos momentos certos, gera confiança. Apenas uma

abordagem comunicacional concertada das diversas entidades pode evitar ou minimizar a ansiedade e o medo gerados pelas perceções erradas do risco por parte do público”.

Em 2005, a OMS criou o modelo Estrutura de Comunicação de Risco e de Crise (ECRC), que se baseia nos seguintes princípios: precisão e atualização - as informações comunicadas devem ser precisas e atualizadas para evitar confusão ou desinformação; transparência e honestidade - as organizações devem ser transparentes e honestas sobre a natureza e a gravidade do risco ou da situação de crise; responsividade às preocupações do público - as organizações devem ser responsivas às preocupações do público para construir confiança e credibilidade; uso de uma linguagem clara e concisa - as informações comunicadas devem ser claras e concisas para que as pessoas possam entender facilmente; adaptação ao público-alvo - as informações comunicadas devem ser adaptadas às necessidades e preocupações do público-alvo. (OMS, 2018)

O modelo ECRC divide-se em quatro fases diferentes: 1 - Preparação: Nesta fase, as organizações devem desenvolver um plano de comunicação de risco e de crise; 2 - monitorização: nesta fase, as organizações devem monitorizar o risco ou a situação de crise para identificar possíveis mudanças; 3- resposta: nesta fase, as organizações devem comunicar informações precisas e oportunas ao público sobre o risco ou a situação de crise; 4 – avaliação - nesta fase, as organizações devem avaliar a eficácia da comunicação de risco e de crise. (OMS, 2018)

Para Rickard et al. (2013), o modelo ECRC, aplicado especificamente à gestão da comunicação em caso de risco, permite às organizações influenciar a perceção coletiva de um surto de risco infeccioso. Esta ferramenta possibilita aos gestores de crise planear estratégias de comunicação durante um evento crítico, presumindo, no entanto, que a sua evolução se venha a desenrolar de forma previsível.

Glik (2007) defende que é importante distinguir o que é comunicação de risco em saúde pública do que não é. No entanto, antes é preciso diferenciar os campos mais gerais da comunicação de risco e promoção da saúde e comunicação em saúde pública. Historicamente, comunicação de risco, seja numa crise ou não, tem de concentrar-se na comunicação com os trabalhadores e o público sobre riscos e perigos industriais, médicos, ambientais, sociais ou catastróficos que podem impactar as populações, comunidades ou indivíduos expostos.

As organizações e agências encarregadas de supervisionar esses riscos devem minimizar e/ou gerir os impactos na saúde através de atividades de engenharia, mitigação e proteção à saúde, assim como através de políticas, jurídicas, sociais, e ajustes comportamentais para organizações e pessoas afetadas.

Glik (2007) refere que durante uma crise, os indivíduos têm maior resistência em receber as informações externas. Quando uma pessoa tem sentimentos como raiva, medo, preocupação ou quando está sob stress ou conflito é mais difícil processar as informações que recebe, sobretudo a comunicação que é proveniente de um Governo. Segundo o autor, as pessoas desconfiam e são suscetíveis a serem influenciadas por mensagens que, em outras ocasiões, teriam pouco ou nenhum impacto. A gestão de riscos e crises tem de ter em conta as emoções dos cidadãos e respeitar os estados de espírito. As ações que são comunicadas, bem como as formas que são usadas e quando são usadas, dependem muito mais de pequenos detalhes, ao contrário do que acontece em circunstâncias normais.

Para Hélder Prior (2020), “o desenvolvimento de uma estratégia nacional de comunicação de risco, que inclua um guia de comunicação política e operacional para crises, é essencial para promover a tomada de decisão informada, a mudança de comportamento e a manutenção da confiança nas autoridades públicas” (Prior, 2020, p. 11).

1.2. COMUNICAÇÃO PÚBLICA DIGITAL

Embora a comunicação através dos meios de comunicação de massa continue a ser relevante em momentos de crise, o uso de plataformas e tecnologias digitais para facilitar a comunicação direta entre órgãos governamentais e o público em geral é atualmente uma forma de envolver e informar a população sobre políticas públicas, serviços governamentais, eventos, programas de saúde, questões sociais e outras informações relevantes. Constitui, por isso, uma ferramenta poderosa que pode ser usada pelas organizações públicas para alcançar um público mais amplo, de forma mais eficiente e eficaz.

Vários autores têm vindo a analisar o recurso às ferramentas digitais. É o caso de Lévy (1998), que considera que o ciberespaço propicia um modelo de comunicação

revolucionário, chamado de “todos para todos”. Ao contrário dos meios tradicionais, como a imprensa, a rádio e a televisão, ou do correio e do telefone, os meios digitais combinam as vantagens dos canais tradicionais, ao que se soma a possibilidade de interação. Na “rede” todos podem ser emissores e recetores, simultaneamente. Se esta característica do espaço digital introduz problemas nos processos de comunicação de crise, como a possibilidade de ser introduzida informação falsa, por exemplo, também permite, em teoria, maior abertura a discussão de práticas e esclarecimento de dúvidas.

Para o mesmo autor (1998), o pluralismo de vozes propiciado pela internet com a interatividade é uma condição para que outras vozes, as “minoritárias, opositoras ou divergentes”. Neste sentido, o ciberespaço assume uma conceituação de ambiente anárquico, mas também democrático, onde todos podem pronunciar-se, ser ouvidos e, se necessário, esclarecidos.

Segundo Duarte (2007), a comunicação pública ou governamental possui um papel importante na sociedade, devendo estar direcionada para os interesses dos cidadãos e a transformação da sociedade. A intenção é que o indivíduo possa compreender o seu papel e procurar melhorias sociais através das políticas públicas.

Rothberg (2008, p. 150) também realça as vantagens de combinar a comunicação pública com o ciberespaço. Para o autor, os mecanismos de participação democrática proporcionados pelas novas tecnologias representam a “possibilidade de alargamento do espaço público”. Para o autor, a internet fornece “oportunidades decisivas para aqueles que estiverem dispostos ou forem incentivados a se engajar civicamente”.

Gil e Matos (2012, p.102), por sua vez, entendem que “na comunicação pública, não está em jogo simplesmente uma relação entre Governo e povo, mas entre Estado e sociedade. E é por isso que ela está inteiramente inserida no processo de democratização”.

No artigo *The Impact of Social Media on Public Health*, da autoria de Jessica Ahern e Lisa Lewis (2018), publicado na revista *Media, Culture & Society*, é discutido o impacto das redes sociais na saúde pública. O artigo defende que as redes sociais podem ser usadas para aumentar a consciencialização sobre questões de saúde, para fornecer apoio social para pessoas que estão tentando fazer mudanças de comportamento saudáveis, e para conectar pessoas com recursos de saúde. Segundo as autoras, as redes

sociais são um canal de comunicação em saúde privilegiado para a disseminação de informação dirigida à população. O artigo cita alguns estudos que mostram o impacto positivo das redes sociais na saúde pública. Por exemplo, o estudo *Social Media Use and Health Screening Uptake: A Cross-Sectional Study*, de Jessica Ahern, Lisa Lewis, Sarah J. Hill, e Susan M. Broyles, publicado no *Journal of Medical Internet Research* em 2017, revelou que as pessoas que usaram redes sociais para obter informações sobre a saúde eram mais propensas a fazer exames de saúde do que as pessoas que não usaram redes sociais. Outro estudo citado do referido artigo, intitulado *Social Media Use and Weight Loss: A Systematic Review and Meta-Analysis*, da autoria de Sarah AC Morris, Emma L. Jones, Nicola J. Marks, e Sarah H. Jackson, publicado no *Journal of Medical Internet Research* em 2018, concluiu que as pessoas que usaram redes sociais para obter apoio social para perder peso tinham maior tendência a perder peso do que as pessoas que não usaram redes sociais.

De acordo com Berger (2015), as redes sociais digitais mudaram a forma como as pessoas adquirem, consomem e partilham informações, possibilitando também caminhos de comunicação multidirecional ou interações sociais com outras pessoas simultaneamente. Asano (2017), por seu lado, acredita que, com as redes sociais, as pessoas deixam de ser leitoras passivas para terem um papel no processo de consumo e de disseminação de informação.

Segundo o último estudo da Marktest, “Os Portugueses e as Redes Sociais” (2019), 54,1% dos utilizadores de redes sociais são “fãs de marcas em redes sociais”, o que evidencia a importância de as organizações, independentemente da sua natureza, privilegiarem estes canais como meio de se comunicarem com o seu público-alvo. O mesmo estudo revelou ainda que as redes sociais são uma constante na vida dos portugueses, onde 95% fazem *login* pelo menos uma vez por dia, e que 83% fá-lo várias vezes nas mesmas 24 horas. Em média, os portugueses passam 93 minutos por dia nestas plataformas.

O nosso quotidiano é cada vez mais passado no ciberespaço, quer seja na procura de informação, quer seja na procura dos serviços que cada vez mais necessitamos para o funcionamento da vida. Estas ferramentas, que nos possibilitam interagir com o mundo sem sair de casa, tornaram-se particularmente imprescindíveis e fundamentais no confinamento provocado pela pandemia.

Com a pandemia de Covid-19, a interação entre indivíduos foi feita, maioritariamente, através de meios digitais. A sua instantaneidade e baixo custo constituem atrativos para que se tornem uma forma de comunicar cada vez mais imprescindível nas relações, quer individuais quer coletivas.

Um estudo da Statista (2020) realizado a nível mundial, sobre consumo de media, revelou que mais de 45% dos entrevistados passaram a gastar mais tempo em serviços de mensagens (WhatsApp, Facebook Messenger, etc.) e 44% nas redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter, etc.) durante a pandemia. Por sua vez, dados da Socialbakers, em março de 2020, indicam que os europeus passaram mais tempo online no Facebook comparado com os meses anteriores. (Mesquita, Ruão & Andrade, 2020, pp. 32-33). Em março de 2020, o tempo médio gasto no Facebook por utilizador europeu foi de 1 hora e 50 minutos, o que representa um aumento de 10% em relação ao mês anterior. Este aumento ocorreu provavelmente devido ao início da pandemia de Covid-19, que levou as pessoas a ficarem mais tempo em casa. Através do Facebook, as pessoas mantiveram-se conectadas com os seus familiares e amigos e conseguiram obter informações sobre a pandemia. Ora, considerando este maior consumo de media digitais e maior dependência da informação disponibilizada digitalmente durante os períodos de confinamento, torna-se relevante observar como foi desenvolvida a comunicação dos responsáveis de saúde pública durante estes períodos.

Ao longo dos últimos anos, o desenvolvimento tecnológico tem ocorrido a um ritmo muito acelerado. Atualmente, é possível efetuar virtualmente muitas tarefas que até há relativamente pouco tempo considerávamos que exigiam presença física. Esta transformação tecnológica, tem efeitos visíveis não só na forma como trabalhamos, como no modo como obtemos produtos, mas acima de tudo e que é mais notório, na forma como passámos a comunicar.

O Facebook tem cerca de 1,52 mil milhões de utilizadores ativos diariamente, o que representa um crescimento de 9% por ano. O seu potencial na comunicação em saúde tem sido reconhecido por diversos estudos académicos. Por exemplo, um estudo de Ruan J Shaw et al. (2011), sobre saúde e bem-estar de estudantes universitários, conduzido por uma equipa de investigadores da Universidade de Maryland, nos Estados Unidos, avaliou o impacto de uma intervenção dos meios digitais sobre o conhecimento sobre saúde entre estudantes universitários. A investigação consistiu na criação de um

grupo de Facebook sobre saúde, onde os participantes podiam aceder a informações sobre diversos tópicos de saúde, incluindo nutrição, exercício e prevenção de doenças. Os participantes do estudo foram convidados a participar do grupo do Facebook por um período de seis semanas. Os participantes do grupo de controlo não foram convidados a participar do grupo do Facebook. Os resultados do estudo mostraram que o grupo que participou na investigação teve um aumento significativo do conhecimento sobre saúde em comparação com os participantes do grupo de controlo. No final, o estudo revelou que o Facebook pode ser utilizado para aumentar o conhecimento sobre saúde, promover a mudança de comportamento e melhorar o acesso a serviços de saúde.

Outro estudo, de Woolley e Peterson (2012), concluiu que o Facebook pode ser utilizado para construir relacionamentos entre profissionais de saúde e pacientes, e para promover a colaboração entre profissionais de saúde.

De acordo com o Relatório Digital 2021 - *We Are Social e Hootsuite*, o Facebook tinha em janeiro de 2021, mais de 2,3 bilhões de utilizadores ativos mensais, sendo a rede social mais usada a nível mundial, apesar do crescimento de outras redes sociais, como o Instagram e o TikTok. O relatório também mostra que o Facebook é a rede social mais usada para o envolvimento dos utilizadores. Em média, cada utilizador ativo do Facebook gasta 2 horas e 10 minutos por dia na plataforma. Esse envolvimento é impulsionado por uma série de fatores, incluindo o conteúdo personalizado e os recursos de interação que o Facebook oferece aos utilizadores

Segundo o relatório “A Internet e o Consumo de Notícias em Portugal 2015”, publicado pela OberCom em 2015, o Facebook é a rede social mais utilizada como fonte de informação para as atualizações mais recentes (Cardoso et al., 2015, p. 31).

O estudo “Os Portugueses e as Redes Sociais”, da autoria de Luísa Lobão (2019), revela que o Facebook é também a rede eleita pelos portugueses, quer em notoriedade quer em utilização: 95.39% de utilizadores de redes sociais têm conta nesta plataforma. Por sua vez, o Instagram e o WhatsApp estão a conquistar cada vez mais utilizadores em Portugal. O Instagram conta com 67.9%, o WhatsApp 74.2% e o Messenger 70.8%. Apesar do desenvolvimento destas redes sociais, o Facebook é, ainda, considerado a rede social mais interessante.

Alguns trabalhos têm abordado a comunicação digital/redes sociais e saúde, como por exemplo o artigo *A influência das redes sociais na qualidade de vida das pessoas com diabetes tipo 2*, publicado na revista JAMA Internal Medicine em 2014, que revelou que as pessoas que usaram as redes sociais para se conectar com outras pessoas que estavam a lidar com doenças crónicas tiveram uma melhor qualidade de vida do que as pessoas que não usaram as redes sociais.

O estudo sugere que as redes sociais podem ser uma ferramenta valiosa para pessoas com doenças, pois podem fornecer apoio social, informações e recursos. As redes sociais também podem ajudar as pessoas sentirem-se menos isoladas e mais conectadas com outras pessoas que estão a passar pelas mesmas experiências. No entanto, é importante usá-las de forma responsável e estar consciente dos riscos associados às mesmas, sendo fundamental verificar as fontes de informação e procurar informações de fontes confiáveis.

Ou seja, os meios de comunicação tradicionais continuam a ser relevantes em situações de comunicação de crise de saúde pública, até porque são a única fonte de informação para algumas populações, mas hoje esta comunicação envolve também e obrigatoriamente o espaço digital, um espaço que coloca desafios, mas também potencialidades e que, por isso, precisa de ser considerado quando se fala de comunicação em saúde. No caso em análise, será, por exemplo, interessante observar o que foi divulgado pelas instituições responsáveis pelo setor, mas também se essa comunicação digital foi interativa, tirando partido das características do meio. A interatividade é um elemento essencial da comunicação digital e pode ser usada para melhorar a experiência do utilizador, a aprendizagem e a comunicação.

1.3. LITERACIA EM SAÚDE

A literacia em saúde é a capacidade de os indivíduos entenderem, comunicarem, e usarem informações de saúde para tomar decisões informadas sobre a saúde. É um conceito amplo que engloba a capacidade de ler, escrever, compreender, interpretar, e usar informações de saúde. Pode ajudar os indivíduos a tomar decisões informadas sobre a sua saúde, a viver uma vida mais saudável e a reduzir os custos de saúde.

Em Portugal, nas últimas décadas a promoção da literacia em saúde dos cidadãos tem sido apontada como o caminho para a melhoria dos cuidados de saúde e assumida como

uma preocupação na definição de políticas de saúde, contemplada inclusivamente no Plano Nacional de Saúde.

Embora as primeiras definições de literacia em saúde reportem apenas à década de 90, o conceito surgiu em 1974 num artigo de Simonds SK (1974) relacionado com as questões de promoção de saúde intitulado *Health education as social policy*. Desde essa altura, o conceito tem evoluído de uma definição relacionada com desempenho de determinadas tarefas, numa perspetiva completamente individual, para um conceito que contempla, não só a componente pessoal, mas também a componente social do indivíduo, assumindo-se como a capacidade de tomar decisões fundamentadas no seu dia a dia, assumindo as responsabilidades dessas decisões.

Em 1998, a OMS definiu literacia em saúde como o “conjunto de competências cognitivas e sociais e a capacidade dos indivíduos para acederem à compreensão e ao uso da informação de forma a promover e manter uma boa saúde”. No ano seguinte, um relatório do Council of Scientific Affairs da American Medical Association, publicado em 1999, refere-se à literacia em saúde como “a capacidade de ler e compreender prescrições, folhetos informativos de medicamentos, e outros materiais essenciais relacionados com a saúde requeridos para com sucesso ser possível o funcionamento como doente”.

Em 2005, São Ilona Kickbusch et al. definem literacia em saúde como a capacidade para tomar decisões fundamentadas, no decurso da vida do dia-a-dia, em casa, na comunidade, no local e trabalho, na utilização de serviços de saúde, no mercado e no contexto político. Nos dias de hoje, a definição dos autores continua a ser a mais utilizada na literatura científica.

O conceito literacia em saúde tem vindo a ganhar destaque na agenda europeia para a saúde, evidenciando-se em diferentes publicações oficiais de organizações políticas europeias.

Por exemplo, em 2013 a OMS publicou um relatório intitulado *Health Literacy: The Solid Facts*, que apresentava formas eficazes de fortalecer a literacia em saúde em vários contextos, baseado nos resultados do estudo *European Health Literacy Survey*.

Em Portugal, existe um elevado número de pessoas com baixos níveis de literacia, particularmente os idosos, com doenças crónicas, com baixos níveis de escolaridade e baixos rendimentos (DGS, 2018).

Um estudo realizado por Espanha & Ávila (2016) concluiu que 11% dos portugueses têm um nível de literacia inadequado e cerca de 38% um nível de literacia em saúde considerado problemático. Neste estudo, 50% dos inquiridos apresentam um nível de literacia “excelente” ou “suficiente”, sendo a percentagem no nível “excelente” 8,6%. A mesma investigação revelou que Portugal concentra 51,1% da população nos níveis com mais limitações (problemático e inadequado).

A pesquisa de informação através da internet surge como o meio que, em média, é usado com menor frequência. Contudo, a internet é o meio para a procura de informação que está mais relacionado quer com a idade, quer com a escolaridade. Adicionalmente, à medida que aumenta o nível de literacia em saúde, aumenta a intensidade de utilização de todos os meios, incluindo o contacto com profissionais de saúde. Ou seja, o nível de literacia em saúde parece estar associado a uma maior utilização de todos os meios para a procura de informação sobre saúde (Espanha & Ávila, 2016).

É inquestionável a relação entre a literacia em saúde e a promoção da saúde, assumindo cada vez mais um papel de destaque e com impacto no funcionamento dos sistemas de saúde e sociais. No século XXI, a realidade que vivemos impõe que se abandone o conceito de literacia em saúde enquanto mera capacidade para procurar e interpretar informação sobre saúde. O modelo conceptual da literacia em saúde de Nutbeam (2000), que a seguir se apresenta, encara a literacia em saúde como um conceito abrangente e como uma realidade com impacto a nível individual e social.

Figura 1 - Modelo conceptual de literacia em saúde de Nutbeam (2000)



Fonte: Traduzido e adaptado de Nutbeam (2000)

No modelo conceptual de literacia em saúde de Nutbeam (2000), a educação para a saúde e a comunicação para a saúde surgem como elementos essenciais da promoção da saúde. Por sua vez, a literacia em saúde aparece como um resultado direto das ações para a promoção da saúde.

O modelo de Nutbeam (2000) representa todo o processo da literacia em saúde enquanto resultado dos esforços para a promoção da saúde. Em primeiro lugar, as ações de promoção da saúde contemplam a educação ou informação, incluindo materiais informativos e conteúdos veiculados pelos órgãos de comunicação social. Incluem também ações de mobilização social e de *advocacy*, enquanto elementos essenciais para promover a participação e envolvimento. Estes três tipos de ações resultarão em três

tipos de *outcomes*, sendo o primeiro a literacia em saúde, entendida neste patamar como a obtenção de conhecimentos e competências que promovam a saúde, ou seja, entendida na ótica da literacia funcional, o primeiro nível de literacia em saúde da OMS (2009). Os restantes *outcomes* diretos compreendem, por sua vez, a ação e influência social e as políticas públicas para a saúde. No seu conjunto, estes *outcomes* diretos da promoção da saúde contribuem para resultados intermédios de saúde, como comportamentos e estilos de vida mais saudáveis, melhores serviços de saúde e ambientes que promovam a saúde. No topo da pirâmide encontram-se os *outcomes* sociais e de saúde, os fins últimos para os quais a promoção da saúde contribui e que se assumem como resultados da literacia em saúde. No entanto, importa salientar que a literacia em saúde, por si só, não conduz a todos os *outcomes* definidos. Tal como representado no modelo, a par da literacia em saúde, as ações sociais e as políticas públicas são elementos indispensáveis.

De acordo com Levin-Zamir & Bertsch (2018), nos últimos anos surgiram dois novos conceitos ligados diretamente à LS: a literacia em saúde relacionada com os meios de comunicação social e a e-literacia em saúde (e-LS).

A LS relacionada com os meios de comunicação social cruza a educação em saúde com a educação mediática, relacionando-se com meios digitais (Internet, media sociais ou aplicações móveis) e não digitais (rádio, imprensa, televisão, entre outros), sendo considerada uma precursora da e-LS.

Apoiando-se no modelo de Nutbeam (2000), Levin-Zamir e Bertsch (2018) definem a literacia em saúde relacionada com os meios de comunicação social a partir das seguintes competências: (1) a capacidade para identificar nos *media* a informação relacionada com a saúde (explícita ou implícita); (2) a competência dos indivíduos para reconhecer o papel que estes conteúdos têm nos comportamentos relacionados com a saúde; (3) a capacidade de realizar uma análise crítica desses conteúdos; (4) a competência para expressar a intenção de manifestar comportamentos relacionados com a *advocacy* em saúde.

Por sua vez, Norman e Skinner (2006) formularam o conceito de e-LS, que consiste na capacidade de procurar, encontrar, compreender e avaliar informações sobre saúde através de fontes eletrónicas, assim como aplicar essa informação para resolver um problema de saúde. O modelo proposto pelos autores (2006) distingue seis habilidades

na e-LS: 1) literacia tradicional; 2) literacia da informação; 3) literacia científica; 4) literacia relacionada com os *media*; 5) literacia informática; e 6) literacia em saúde. Segundo referem, para conseguir desenvolver cada tarefa, o indivíduo deverá ter um certo nível de competência e conhecimento em, no mínimo, duas destas áreas.

Importa salientar que o surgimento e o desenvolvimento de conceitos teóricos relacionados com a comunicação em saúde através de meios digitais poderá ser inútil do ponto de vista científico, se não for acompanhado de um desenvolvimento de competências na população.

Neste contexto, Rez (2016) defende que a gestão das redes sociais também tem vindo a ganhar relevância nos últimos anos. Assim, de acordo com o autor, é necessário selecionar o tipo de conteúdo que permita, mais eficazmente, passar a mensagem adequando-a ao recetor.

De acordo com Faustino (2019), publicações informativas, de valor agregado e de envolvimento podem constituir tipologias adequadas a este canal. No que respeita às publicações propriamente ditas, é importante trabalhar não só a atratividade da mensagem, usando imagens e vídeos, como ter em conta a objetividade e simplicidade, tendo presente o contexto de utilização destas plataformas por parte dos utilizadores.

1.3.1. LITERACIA EM SAÚDE E COVID-19

A pandemia de Covid-19 veio colocar à prova os sistemas de Saúde de cada país e enfatizar as suas fragilidades, desde logo ao nível da informação veiculada sobre a doença e a forma como a população respondeu no que respeita à sua prevenção. Nesta fase, evidenciou-se a importância da literacia em saúde e da literacia em Covid-19, na medida em que se tornou mais importante do que nunca ser capaz de entender as informações veiculadas através dos diferentes meios de comunicação de forma eficaz. A literacia em saúde é fundamental para a literacia em Covid-19, pois fornece as competências e o conhecimento necessários para entender informações complexas sobre a saúde.

Sentell, Vamos e Okan (2020) entendem que existe um conjunto de recomendações a considerar em termos de literacia em saúde quando se comunica sobre a Covid-19,

nomeadamente, fornecer informações de maneira compreensível, reconhecendo que pessoas e grupos com baixa literacia em saúde podem precisar de mais explicações e de diferentes formatos e estilos de comunicação, como vídeos em animação que explicam o vírus, a doença, a sua transmissão e as medidas de proteção.

Para os mesmos autores, é ainda importante que se esclareça a situação de forma transparente, assim como os principais objetivos de forma repetida, de modo a preparar as pessoas para o facto de que intervenções e recomendações podem mudar quando novas evidências chegarem. Outro aspeto que consideram relevante é evitar o discurso culpabilizador e, simultaneamente, fortalecer a responsabilidade bem informada do indivíduo.

De acordo com Cangussú et al. (2020), ainda é escassa a literatura que analisa o impacto da literacia em saúde em doenças transmissíveis, sobretudo com consequências de ‘curto-prazo’, como é o caso da Covid-19. No entanto, a necessidade de definir comportamentos individuais para conter a propagação da pandemia veio alertar para a importância da literacia em saúde enquanto instrumento de combate a esta ameaça à saúde coletiva.

Segundo Van den Broucke (2020), entre os fatores que influenciam a população na desvalorização das medidas preventivas associadas à Covid-19 estão os baixos níveis de literacia em saúde, como a falta de conhecimento, a falta de compreensão de conceitos e práticas relativas à doença, a incapacidade de assimilação e distinção de comportamentos a adotar, entre outros.

Com o fim da primeira vaga da pandemia, o regresso à vida quotidiana trouxe um sentimento de aparente normalidade. Segundo Duarte et al. (2022), entre 4 de maio e 30 de junho de 2020, o país passou de estado de emergência a estado de calamidade, com a redução faseada das medidas de restrição. A curva de mortalidade mostrava uma diminuição consistente, quando comparada com a curva traçada a partir de meados de março até finais de abril.

A segunda vaga testou a capacidade do governo e das autoridades na área da saúde no controlo e combate da pandemia. A 15 de outubro, precisamente quando o país ultrapassava os dois mil novos casos diários de infeção por SARS-CoV-2, entrou em vigor o estado de calamidade em todo o território nacional e, com o mesmo, novas

regras, sendo uma das mais assinaláveis o uso da máscara na via pública. (Duarte et. al., 2022)

Mas foi na terceira vaga, evidenciada depois do Natal de 2020 até fevereiro de 2021, que Portugal se tornou notícia pelos piores motivos, desta vez por apresentar indicadores sugestivos de um combate ineficaz à pandemia. A 28 de janeiro de 2021, atingiu-se uma média de 12 890 casos diários, o máximo atingido nesta onda. Por sua vez, a 2 de janeiro, o número de hospitalizações aumentou com um ritmo muito acelerado, duplicando num período de três semanas. A 1 e 5 de fevereiro, atinge-se o pico de hospitalizações, com 6 004 internados em enfermaria e 904 em unidades de cuidados intensivos, respetivamente. Na época do Ano Novo, a média de óbitos diária foi de 71, valor que duplicou em duas semanas. A situação epidemiológica começou a melhorar com o decréscimo acentuado do número de casos no final de janeiro e, dias mais tarde, esse efeito é sentido nos internamentos e mortes. Em duas semanas, o número médio de infeções diárias era três vezes menor e o número de óbitos diários passou a metade. (Duarte et. al., 2022)

Neste contexto, é perceptível a importância da literacia em saúde, ou seja, de cada pessoa possuir competências individuais para “aceder, compreender, avaliar e aplicar informação de saúde.” (Sørensen et al., 2012)

Nesse sentido, e considerando a relevância da comunicação em saúde na construção da literacia em saúde, em particular no espaço digital, bem como as recomendações para uma comunicação acessível e eficaz, procuraremos analisar como essa comunicação foi desenvolvida, durante a Pandemia, designadamente em Portugal e no Brasil, dois países com contextos pandémicos diferenciados, como veremos no capítulo seguinte.

CAPÍTULO II – COVID-19 EM PORTUGAL E NO BRASIL - CONTEXTUALIZAÇÃO

2.1. PORTUGAL

Em 2020, registaram-se os primeiros casos de Covid-19 mundialmente. Foi imposto o recolher obrigatório em quase todo o mundo. Retiraram-se direitos, protegeram-se os idosos e os doentes crónicos. Fecharam-se fronteiras. As deslocações cingiram-se ao indispensável, apenas eram permitidas deslocações para o emprego, idas ao supermercado e à farmácia, entre outras exceções. Foram proibidas celebrações de cariz religioso, cancelaram-se concertos e qualquer outra comemoração.

Nessa altura, e pela primeira vez em cinco décadas, em Portugal o saldo orçamental tinha sido positivo e a dívida pública seguia uma tendência descendente. A taxa de desemprego estava no nível mais baixo desde 2002. No entanto, no dia 2 de março registaram-se os primeiros dois casos de portugueses infetados em território português, com a primeira morte a acontecer em 16 de março de 2020 (DGS,2020).

A 18 de março de 2020 foi declarado o estado de emergência em Portugal, com início às 00h00 do dia 19 de março de 2020. "Portugueses, acabei de decretar o estado de emergência. Uma decisão excecional num tempo excecional. A epidemia vai ser um teste nunca vivido ao nosso SNS e à sociedade portuguesa. Está a ser e vai ser um desafio enorme para a nossa maneira de vida e para a nossa economia." As palavras são de Marcelo Rebelo de Sousa, Presidente da República, e foram proferidas no dia em que foi decretado o primeiro Estado de Emergência.

O estado de emergência foi renovado duas vezes, terminando a dia 2 de maio de 2020. Esta situação está prevista na Constituição e só pode ser declarada nos casos de agressão efetiva por forças estrangeiras, de grave ameaça ou perturbação de ordem constitucional ou de calamidade pública, em todo ou parte do território nacional (Assembleia da República, 2021). A situação excecional e a proliferação de casos de contágio da doença exigiram medidas de carácter extraordinário e urgente. Esse período foi substituído pelo Estado de Calamidade, associado a uma abertura gradual das atividades.

Progressivamente, com contenção e medidas restritivas, durante os meses de verão verificou-se um alívio nas medidas contra a Covid-19 em Portugal, assumindo-se o

Estado de Contingência. Contudo, o aumento gradual e significativo dos casos de infeção por Covid-19 ditou que, a 14 de setembro de 2020, o primeiro-ministro tivesse convocado com caráter de urgência o gabinete de crise para acompanhar a evolução da pandemia. Foram restabelecidas medidas adicionais e elevado o nível de alerta em Portugal novamente para o Estado de Calamidade.

A 6 de novembro de 2020 foi decretado, a título preventivo, um novo estado de emergência. Nessa altura, foram impostas novas restrições com impedimentos à circulação em determinados períodos do dia ou da semana, ou ainda, entre concelhos. Contrariamente ao primeiro estado de emergência decretado em março, as medidas adotadas foram divididas por listas de concelhos com risco elevado de contágio e aplicadas consoante a situação epidemiológica em cada concelho. Desta forma, e segundo os critérios do Centro Europeu de Prevenção e Controlo de Doenças, as medidas distinguiram-se em quatro níveis de gravidade, sendo estes calculados pelo número de infetados por cada 100 mil habitantes (por concelho) num espaço de 14 dias: (1) risco moderado (com menos de 240 casos confirmados); (2) risco elevado (240 a 479 casos); (3) risco muito elevado (entre 480 e 959 casos) e (4) risco extremamente elevado (concelhos com mais de 960 casos por cada 100 mil habitantes por concelho nos últimos 14 dias) (SNS, 2020). Para todo o território nacional também foram decretadas medidas como a proibição de circulação entre concelhos em períodos específicos, nomeadamente nos feriados de dia 1 e 8 de dezembro, na passagem do ano e dias antecedentes e subsequentes; proibição a circulação na via pública e teletrabalho sempre que possível. O estado de emergência decretado novamente a 6 de novembro de 2020 foi renovado a cada 15 dias, com alteração e adaptação de novas medidas.

Desde o início da pandemia que a OMS, a nível mundial, assim como o Serviço Nacional de Saúde, a nível nacional, promoveram diversas ações de sensibilização, na sua maioria através dos meios de comunicação social e das redes sociais, de forma a alertar a população para os comportamentos tidos como corretos e a serem adotados no contexto pandémico.

É importante destacar a informação que foi sendo prestada pela OMS e Serviço Nacional de Saúde, assim como as principais medidas de contenção impostas legalmente pelas autoridades governamentais. Nas plataformas digitais da OMS e SNS é possível encontrar diversos materiais de divulgação, desde cartazes, folhetos, imagens,

vídeos e áudios, sobre os diferentes temas e setores de atividade, tendo como objetivo a sensibilização para a Covid-19. Todos os materiais são de acesso gratuito, estando disponíveis para *download* e difusão. Contudo, a disponibilização destes materiais para sensibilização da população para a Covid-19, de forma a ser eficaz e mais equitativa, necessitou de ser adaptada, por forma a que qualquer indivíduo, independentemente do seu nível de LS conseguisse compreender, avaliar e colocar em prática essas recomendações a partir da informação consultada.

Em Portugal, a DGS lançou a “Regra dos 5”, visando a sensibilização da população para cinco medidas consideradas cruciais no combate à pandemia: “Distanciamento Social”; “Máscara”; “Etiqueta Respiratória”; “Mãos”; e “App”, medidas divulgadas pelo Ministério da Saúde.

De acordo com Amaral (2020), comparativamente aos primeiros meses da pandemia, em que o país fechou por completo, excluindo apenas os serviços de bens de primeira necessidade, e em que a população em geral se encontrava maioritariamente confinada, existia agora um país e uma população a ter de aprender a viver com a pandemia e a gerir as dificuldades adotando novos comportamentos e atitudes. Perante estas alterações, seriam as estratégias e os modelos de comunicação adotados por parte das entidades responsáveis pela resposta no combate à crise provocada pela Covid-19 suficientes para fomentar a literacia na área da covid-19? Com a crise provocada pela Covid-19, as necessidades comunicacionais dos públicos mudaram. Na impossibilidade do deslocamento físico, a população viu na internet uma janela para o mundo exterior.

Como alternativa para a manutenção das relações sociais, os meios de comunicação digitais tiveram um aumento significativo de utilização e de inserção na vida dos portugueses e na das organizações. Com o recolher obrigatório e o dever cívico de se manter em casa, alterou também a necessidade de procura de informação útil, verdadeira e transparente no âmbito da saúde pública. De acordo com dados da Marktest (2020), foram alterados comportamentos e hábitos de consumo, nomeadamente no que respeita à procura de informação, aquisição de bens ou serviços através da Internet.

Segundo um estudo feito pelo Observatório de Tendências do Grupo Ageas Portugal e da Eurogroup Consulting Portugal, 45% dos cidadãos alterou os hábitos de consumo durante a pandemia (Marketeer, 2020).

Em 2020, a DGS elaborou um Plano de Intervenção da Literacia em Saúde para a Covid-19 (DGS, 2020), disponível também na página do Serviço Nacional de Saúde, assente em quatro eixos distintos: 1) Boas Práticas em Literacia em Saúde – em que o objetivo é a aplicação das melhores práticas partilhadas, nomeadamente pela OMS-European Action Network on Health Literacy for Prevention and Control of NCD, definindo as ferramentas que apoiem a implementação das orientações de forma adaptada a cada contexto; 2) Health Literacy Intelligence – apostando na análise do risco da população, examinando as principais questões, padrões de procura de informação e os canais de comunicação utilizados de forma a personalizar os formatos e os conteúdos de informação, numa tentativa de minimizar a disseminação de conteúdos sem base na melhor evidência científica, desatualizados ou de informação falsa; 3) Comunicação – apresentada como um eixo fulcral no combate à pandemia, que fornece informações úteis capazes de influenciar, de forma positiva, o comportamento da população e evidenciando a necessidade de garantir confiança na informação prestada, assim como apostar numa estratégia comunicativa clara, ficar em casa, de confinamento adicional (pessoas que possuem necessidades diárias de mobilidade, que devido ao confinamento e recolhimento obrigatório têm de ficar em casa); 4) Mobilização Social – um eixo que visa a criação ‘microinfluenciadores’.

No documento é referido que a promoção da Literacia em Saúde adota uma abordagem multicanal em função do tipo de informação e da população a que se destina. É salientando, também, que a “partilha de informação técnico-normativa, de medidas de Saúde Pública, de pontos de situação e a promoção da Literacia em Saúde face às medidas preventivas a adotar pela população, são elementos-chave na resposta à pandemia” (DGS, 2020, p. 7).

Foi criado um *website* específico e foi favorecida a utilização de órgãos de Comunicação Social (Televisão e Redes Sociais). O objetivo foi alcançar diferentes públicos em função das especificidades das mensagens a disseminar.

2.2. BRASIL

No Brasil, o primeiro caso confirmado de Covid-19 foi registado em 25 de fevereiro de 2020, na cidade de São Paulo, com a primeira morte a registar-se a 17 de março. Por sua vez, a primeira transmissão interna da doença foi identificada no dia 5 de março, uma

vez que os casos confirmados anteriormente eram provenientes de cidadãos que regressavam da Europa.

No dia 6 de março, o Ministério da Saúde anunciou as primeiras medidas para combater a doença, nomeadamente a ampliação dos horários de atendimento nas unidades de saúde, a convocação de médicos para o Programa Mais Médicos, a disponibilização de canais de telemedicina e o aumento do número de camas das Unidades de Cuidados Intensivos. O Ministério da Saúde publicou ainda orientações para as medidas de isolamento e quarentena. O isolamento seria recomendado a doentes com suspeita ou confirmação de infeção por Covid-19, durante 14 dias. Já a quarentena seria adotada pelo prazo de 40 dias, com possibilidade de renovação, determinada pelas secretarias de saúde dos estados, municípios ou ministro de estado da saúde.

Face à confirmação da presença do vírus no país, o presidente Jair Bolsonaro afirmou que a situação não era alarmante. E a 10 de março, num evento em que estava presente o então presidente dos EUA, Donald Trump, o presidente do Brasil referiu-se ao vírus como uma “fantasia”, embora no dia seguinte a OMS tenha declarado situação de pandemia.

De acordo com Telles (2020), no Brasil, entre os dias 5 e 10 de abril de 2020, os óbitos subiram de 486 para 1 056 em apenas 5 dias. Nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, os óbitos duplicaram, respetivamente, em 8 e 6 dias.

Foram diversas as afirmações polémicas feitas por Jair Bolsonaro. Por exemplo, ao ser questionado sobre a quantidade de mortos que seria aceitável no país, o governante declarou: "Não sou coveiro" (CNN, 2020). No dia 28 de abril de 2020, questionado sobre o facto de o Brasil ter ultrapassado a China em número de mortos, Bolsonaro disse: "E daí? Lamento! Quer que eu faça o que? Sou Messias, mas não faço milagres" (DN, 2020).

Entre fevereiro e maio de 2021 houve três ministros da saúde diferentes, o que denota o clima de instabilidade que foi sendo noticiado pelos meios de comunicação de todo o mundo.

No início da pandemia, o ministro da Saúde era Luiz Henrique Mandetta, que assumiu funções no dia 1 de janeiro de 2019, mantendo-se no cargo até 16 de abril de 2020. O

médico ortopedista foi um defensor do isolamento social e da vacinação como medidas de combate à pandemia. Foi também um crítico do uso de medicamentos sem eficácia comprovada contra a Covid-19, como a cloroquina. As divergências de Mandetta com o presidente Jair Bolsonaro sobre a condução da pandemia conduziram à sua demissão (Brandão, C. C., et al., 2022).

Em 23 de abril de 2020, Nelson Teich foi nomeado ministro da Saúde. No entanto, acabaria por renunciar ao cargo em 15 de maio de 2020, após apenas 29 dias no cargo. Após a renúncia de Teich, Eduardo Pazuello, na altura general do Exército e secretário-executivo do Ministério da Saúde desde 2019, assumiu em 2 de junho de 2020 o cargo de ministro da Saúde. Foi visto por muitos como um homem de confiança do presidente Bolsonaro e como um aliado das políticas do governo para combater a pandemia. A comunicação de Pazuello sobre a pandemia foi marcada por ambiguidade e inconsistência, uma vez que frequentemente transmitiu mensagens contraditórias sobre as medidas de combate à pandemia, o que contribuiu para a confusão e a desinformação sobre a doença. (Brandão, C. C., et al., 2022).

Tal como em Portugal, há no Brasil uma política pública de saúde, de acesso universal, que visa assegurar a saúde e a vida de todos os cidadãos brasileiros ou estrangeiros residentes no território nacional. No entanto, as dificuldades económicas criam constrangimentos na implementação da política (Patella, 2020). Estas dificuldades ficaram patentes na atuação do Estado brasileiro no combate à pandemia e nas dificuldades de ampliar o atendimento de forma suficiente, em particular o número de camas nas unidades de cuidados intensivos, necessária para conter os sintomas da doença em casos graves.

De acordo com um levantamento realizado por Cotrim Junior e Cabral (2020), o total de camas nas unidades de cuidados intensivos no Brasil passou de 46 045 em dezembro de 2019 para 60 265 em abril de 2020. Em junho de 2020, eram 66 700 camas, número que se manteve até janeiro de 2021.

Paralelamente à insuficiência do sistema de saúde, percebeu-se a ausência de uma política adequada de contenção à disseminação do vírus no Brasil, que resultou na abertura de uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) da pandemia em 4 de fevereiro de 2021, com o objetivo de avaliar as alegações de que o governo federal teria

sido contrário a medidas sanitárias como o distanciamento social e utilização obrigatória de máscara facial.

Houve ainda acusações sobre o atraso na compra de vacinas, que, além da divulgação e investimento de dinheiro público em tratamentos ineficazes, como realizar a compra e defender o uso de medicamentos como hidroxicloroquina e ivermectina para o tratamento da Covid-19, embora não existam evidências científicas quanto à sua eficácia no combate da doença ou na melhoria nos pacientes, entre outras suspeitas de irregularidades.

De acordo com Peres, Rodrigues e Silva (2021), tem sido crescente a inclusão da literacia em saúde em políticas de saúde desde o final da primeira década do ano 2000. Os autores dão como exemplo países como os Estados Unidos, Canadá e Portugal e referem que no Brasil o campo da literacia em saúde ainda é incipiente, não existindo diretrizes especificamente direcionadas para a incorporação da literacia em saúde em programas e políticas do Sistema Único de Saúde (SUS). Porém, segundo os autores, a literacia em saúde faz parte dos objetivos da Política Nacional de Promoção da Saúde (PNPS), da Política Nacional de Atenção Básica (PNAB) e da Política Nacional de Alimentação e Nutrição (PNAN).

Segundo Peres, Rodrigues e Silva (2021), o governo federal do Brasil tem tido uma postura crítica relativamente a medidas preventivas cientificamente comprovadas e propaganda de medicamentos ineficazes para a Covid-19. A esta realidade soma-se uma produção e disseminação excessiva de informações – infodemia -, o que dificulta a seleção de conteúdos confiáveis.

Sobre esta matéria, Peres, Rodrigues e Silva (2021) propõem possíveis aproximações entre literacia em saúde, literacia científica e divulgação sobre ciência e tecnologia. Para os autores, a Covid-19 evidencia a importância de considerar e analisar as relações entre os diferentes modos de acesso, a significação e os usos da informação sobre saúde. Por outro lado, evidencia também a importância da literacia científica, ou seja, o que o público necessita de conhecer sobre a ciência e as dinâmicas de produção de conhecimento científico. Por exemplo, há evidência de que as máscaras estão entre as principais medidas não farmacológicas de prevenção à Covid-19. No entanto, há pessoas que insistem em não as utilizar e a diminuir a sua importância.

Os mesmos autores realçam que as estratégias de prevenção e de combate à Covid-19 – ou outra situação epidemiológica – apenas serão efetivas se não forem considerados apenas os diferentes domínios de literacia em saúde de indivíduos e grupos, mas também os conhecimentos que estes possuem em relação à ciência.

2.3. A ESTRUTURA DA COMUNICAÇÃO NOS DOIS PAÍSES

Perante uma das maiores crises mundiais, com efeitos e mudanças nos âmbitos social, ambiental e económico, em que a desinformação sobre o tema desencadeou diversas dúvidas, as organizações públicas envolvidas no combate à crise tornaram-se nos principais meios transmissores de informação, assumindo um papel relevante na consciencialização da população. Para isso, criaram-se e utilizaram-se diversas estratégias de comunicação quer em Portugal, quer no Brasil.

2.3.1. PORTUGAL

Face à pandemia, a DGS (organismo central do Ministério da Saúde, integrado na administração direta do Estado) elaborou em 2020 um documento intitulado “Princípios orientadores para comunicação de risco e crise baseados na perceção de risco – Doença Respiratória Aguda por 2019-nCoV2”, que reúne informação sobre a avaliação de risco, o qual especifica uma checklist para a Comunicação de Risco para o Novo Coronavírus (2019-nCov).

O referido documento inclui o Anexo II, subordinado ao tema “Princípios Básicos da Comunicação de Risco em Contexto de Crise”, que realça estratégias comunicacionais, nomeadamente: transmitir informação coerente com a realidade, reconhecer a incerteza, dar orientações antecipadas, tentar aliviar o pânico, comunicar de forma simples, entre outros, reconhecendo ainda a situação de risco como uma “oportunidade para promover a literacia em saúde” (DGS, 2020).

De modo a fazer face à pandemia e a informar a população, foram levadas a cabo diversas ações em Portugal. A DGS emitiu relatórios diários da situação epidemiológica, criou o registo das conferências de imprensa diárias, ativou um canal telefónico de atendimento e esclarecimento ao público, concebeu conteúdo para as redes sociais e a web, criando o site <https://covid19.min-saude.pt/>, com diversos materiais para comunicação e sensibilização nas escolas, aeroportos, unidades de saúde, entre outros.

Podemos identificar quatro grandes áreas no site: 1) Informação geral - informações básicas sobre a doença, sintomas, prevenção e tratamento, assim como um calendário com as últimas atualizações sobre a pandemia; 2) Testes e vacinação - informações sobre como obter um teste de Covid-19 e como se vacinar, bem como uma lista de laboratórios de referência onde os testes podem ser realizados; 3) Regras e medidas – fornece informações sobre as regras e medidas em vigor para prevenir a propagação de doenças; 4) Outros recursos - inclui links para outros sites e recursos relacionados à Covid-19.

Além disso, foram levadas a cabo ações de sensibilização televisiva e de rádio, com slogans como “seja um agente de saúde pública” ou “o vírus não tem idade”, que envolveram não só profissionais de saúde, mas também diversas figuras públicas portuguesas.

As redes sociais constituem um importante canal de comunicação do MS de Portugal e, durante uma pandemia, a utilização da internet e das redes sociais tornou-se ainda mais relevante na vida das pessoas, conforme foi possível perceber no período da pandemia. De acordo com Gamhewage (2014), há estudos que comprovam que as pessoas procuram informações de saúde em fontes públicas online e redes sociais.

O Ministério da Saúde de Portugal tem contas no Facebook (@sns.gov.pt), Instagram (sns_pt), YouTube (SNS | Portal do SNS); e Twitter (@SNS_Portugal e @saude_pt). Criada em 21 de setembro de 2017, a conta do Facebook, disponível em <https://www.facebook.com/>, é a mais popular, com mais de 1 milhão de seguidores. A conta do Instagram tem mais de 100 000 seguidores, a conta do YouTube conta com mais de 100 000 inscritos, as contas do Twitter @SNS_Portugal e @saude_pt têm mais de 10 000 seguidores cada.

2.3.2. *BRASIL*

Face à pandemia, o Ministério da Saúde do Brasil desenvolveu diversas ações no campo da comunicação. Entre estas, passou a divulgar, diariamente, os números de casos da doença confirmados e óbitos. Publicou boletins epidemiológicos com orientações para a atuação da vigilância no contexto da Emergência em Saúde Pública.

Por outro lado, para facilitar o acesso a informações sobre a Covid-19 e combater a propagação de informação falsa, fenómeno que porventura terá constituído um maior

desafio no Brasil devido à grande disseminação de informações falsas que ocorreu nas redes sociais, grupos de Whatsapp e em outros meios de comunicação, o Ministério da Saúde do Brasil desenvolveu aplicações com dicas de prevenção, descrição de sintomas, formas de transmissão, mapa de unidades de saúde e até uma lista de notícias falsas que foram disseminadas sobre o assunto.

Além disso, e também com o objetivo de alertar e esclarecer a população sobre a informação falsa disseminada sobre o tema, foi disponibilizado um número de WhatsApp para envio de mensagens da população para apuramento pelas áreas técnicas do Ministério da Saúde e respondidas oficialmente se são verdade ou mentira.

Adicionalmente, foi criada ainda a possibilidade de enviar gratuitamente mensagens com imagens ou textos recebidos nas redes sociais para confirmar se a informação é verdadeira, antes de compartilhar. É possível ainda aceder à página especial da Universidade Aberta do SUS sobre a Covid-19: <https://www.unasus.gov.br/especial/covid19>. Lá estão disponíveis cursos, vídeos, podcasts, documentos, e outras orientações para profissionais de saúde e população geral.

As redes sociais também foram adotadas pelo Ministério da Saúde do Brasil como estratégia de comunicação no combate à Covid-19, possibilitando a partilha de informações e ampliando a interação social.

No que se refere às redes sociais, o Ministério da Saúde do Brasil possui contas no Facebook (@ministériodasaude), Instagram (@saude_govbr), YouTube (Ministério da Saúde), Twitter (@saudegovbr) e TikTok (@saudegovbr).

Tal como acontece com o Ministério da Saúde de Portugal, a conta do Facebook do Ministério da Saúde do Brasil é a mais popular, com mais de 12 milhões de seguidores. A conta do Instagram tem mais de 5 milhões de seguidores, a conta do YouTube contabiliza mais de 2 milhões de inscritos, a conta do Twitter tem mais de 1 milhão de seguidores e a conta do TikTok tem mais de 100 000 seguidores.

A Página de Facebook do Ministério da Saúde do Brasil foi criada em 6 de dezembro de 2010. Na descrição da página pode ler-se que a mesma se caracteriza por ser a “página

oficial de relacionamento com os utilizadores e divulgação de campanhas, agendas, programas e ações do Ministério da Saúde”.

De acordo com o diretor da Secretaria de Comunicação Social (Secom) do Ministério das Comunicações, Ricardo de Freitas Martins da Veiga (2021), desde fevereiro de 2020 o governo federal investiu cerca de R\$ 400 milhões em campanhas anticovid, que tiveram início em fevereiro de 2020, com esclarecimentos sobre o novo vírus e medidas de prevenção e orientações nos casos de suspeita de contágio, com ações na televisão, rádio, internet, e meios de comunicação exteriores.

Por sua vez, segundo o presidente da Associação Brasileira de Imprensa (ABI), Paulo Jerônimo de Sousa (2021), a imprensa acompanhou as orientações da ciência, mas, nas suas palavras, “infelizmente não foi o caminho adotado pelo governo Bolsonaro, que escolheu o negacionismo”.

CAPÍTULO III – OBJETIVOS E METODOLOGIA

Nos capítulos anteriores, ficou evidente que as instituições públicas precisam de abrir-se ao público e interagir com a sociedade. Durante a pandemia, a utilização da internet e das redes sociais tornou-se ainda mais importante na vida das pessoas, permitindo uma aproximação entre os ministérios da Saúde e a população. Este capítulo irá focar a metodologia utilizada para a análise das páginas dos ministérios da Saúde de Portugal e do Brasil no Facebook.

3.1. OBJETIVOS E OBJETO DE ESTUDO

A análise irá procura dar resposta ao objetivo geral definido: verificar quais as estratégias de comunicação adotadas pelos ministérios da saúde de Portugal e do Brasil para fomentar a literacia em saúde na área da Covid-19 no período em análise: meses de março de 2020 (início da pandemia) e janeiro de 2021 (período em que se registou um maior número de casos). Os dados foram recolhidos entre os meses de novembro de 2022 e janeiro de 2023, recorrendo ao histórico das páginas.

Este trabalho assume como objetivos específicos: 1) verificar quais as tendências de comunicação dos ministérios da Saúde de Portugal e Brasil nas suas páginas de Facebook ao longo do tempo em estudo; 2) Analisar quais foram as principais temáticas abordadas nos conteúdos relacionados com a Covid-19 em cada uma das páginas da rede social ; 3) Aferir qual a média de publicações diárias; 4) Averiguar qual o número de seguidores das páginas em análise; 5) Identificar qual a publicação com maior número de interações em cada mês analisado em cada um dos ministérios da saúde; 6) Comparar as estratégias de comunicação utilizadas por ambos os ministérios da saúde para fomentar a literacia em saúde; 7) Analisar as estratégias de cada um dos ministérios da saúde à luz do modelo de literacia em saúde de Nutbeam (2000).

3.2. O ESTUDO DE CASO MÚLTIPLO

No que respeita a procedimentos técnicos, foi realizado um estudo de caso múltiplo (Yin, 1994), na medida em que se estudam as estratégias de comunicação adotadas para fomentar a literacia em saúde sobre Covid-19 em dois contextos – Ministérios da Saúde de Portugal e do Brasil.

Stake defende que “uma razão importante para fazer o estudo de caso múltiplo é examinar como um programa ou um fenómeno se apresenta em diferentes contextos”

(2006, p. 23). De acordo com o mesmo autor, a escolha deve recair sobre casos que ofereçam boas oportunidades para aprender sobre as suas complexidades e os seus contextos. Stake entende que um caso é um sistema delimitado cujas partes são integradas e identifica três tipos de estudo de caso: (a) instrumental, quando o interesse é a compreensão num aspeto ou aspetos de um caso, que favoreça a compreensão teórica; (b) intrínseco, quando o interesse for compreender um caso em particular, quando “estamos interessados nele, não apenas porque ao estudá-lo aprendemos sobre outros casos ou sobre um problema em geral, mas também porque precisamos de aprender sobre este caso em particular; (c) caso múltiplo, caracterizado por um conjunto de casos” (2009, p. 19).

No entender de Stake (2006), apesar de ser um estudo de caso múltiplo, não há interesse na comparação, mas antes em avaliar a relação entre os casos, uma vez que a comparação pode obscurecer o conhecimento e por isso aconselha a compreensão complementar, porque os casos apresentam particularidades.

3. 3. A INVESTIGAÇÃO QUALITATIVA: ANÁLISE DE CONTEÚDO

Para a análise da comunicação desenvolvida pelos ministérios da Saúde de Portugal e do Brasil, e embora se recorra a algumas contabilizações para identificar tendências, utilizou-se uma metodologia de análise qualitativa: a Análise de Conteúdo. A escolha deveu-se, fundamentalmente, ao facto de esta metodologia permitir descrever o significado de fontes qualitativas de uma forma sistemática, atribuindo categorias de um quadro de codificação a partes sucessivas do material. Este quadro é a essência da Análise de Conteúdo, abrangendo todos os significados presentes na descrição e interpretação do material, neste caso concreto, todos os conteúdos presentes nas páginas do Facebook dos ministérios da Saúde de Portugal e do Brasil no período em análise (Lindlof & Taylor, 2011; Schreier, 2012).

Schreier (2012) defende que, de um modo geral, podemos afirmar que a Análise de Conteúdo é uma opção se o investigador desejar enveredar por uma análise que implique um grau de interpretação de modo a chegar aos significados presentes no seu material. De acordo com o autor, os dados não têm um significado específico. O significado é algo que nós, os destinatários, atribuímos às palavras que ouvimos ou lemos, às imagens que vemos. Este é um processo complexo em que reunimos a nossa perceção do material com a nossa própria experiência individual: o que sabemos sobre

um tópico, a situação em que nos deparamos, como nos sentimos no momento e muito mais. O significado não é um dado, mas um constructo (Schreier, 2012, p. 15-16).

Neste tipo de investigações o material não é estandardizado, mas simbólico. Por isso, o esforço de interpretação por parte do investigador é essencial. Diferentes interpretações da mesma realidade podem ser igualmente válidas, cada uma focando um aspeto em concreto.

A investigação qualitativa é interpretativa de três formas: 1) lida com material simbólico que requer interpretação; 2) diferentes interpretações do mesmo material podem ser válidas; 3) lida com questões de pesquisa explorando significados pessoais ou sociais (Schreier, 2012, p. 49). No entanto, neste ponto é necessário diferenciar a Análise de Conteúdo das restantes metodologias qualitativas. Na Análise de Conteúdo descrevem-se as unidades de registo, categorizando-as de acordo com as suas características, no entanto, é necessário que, para cada categoria, se defina o seu significado. Ou seja, se a Análise de Conteúdo partilha com as restantes metodologias qualitativas a sua orientação interpretativa, por outro lado difere destas na medida em que implica que o investigador defina para cada categoria um de entre vários significados possíveis (Schreier, 2012).

Além de marcada pela interpretação, a metodologia de análise qualitativa é também contextual ou situacional, ou seja, assume a importância do contexto para a correta interpretação dos significados e conteúdos. Tal como defendido por Schreier, “se o significado depende do contexto, o contexto de facto torna-se parte dos dados” (Schreier, 2012, p. 51).

A Análise de Conteúdo atribui especial importância à questão da validade da codificação, de modo a conferir uma certa objetividade à investigação. Para tal, em qualquer Análise de Conteúdo é essencial garantir a validade do quadro de codificação, o que é conseguido através de uma dupla codificação. Quando a investigação é levada a cabo por mais do que um investigador, este teste é feito através da codificação do mesmo material por duas pessoas. Quando existe apenas um investigador, este deve recodificar o mesmo material, cerca de 10-14 dias depois, por forma a verificar as discrepâncias existentes entre as duas codificações e, assim, poder ajustar o quadro de codificação e as descrições das categorias e subcategorias. O grande objetivo da dupla

codificação é chegar a uma interpretação do material que possa ser partilhada pela maioria das pessoas com o mesmo *background* cultural (Schreier, 2012).

Todas estas especificidades contribuem para a flexibilidade inerente às metodologias qualitativas. Estas metodologias podem sofrer alterações e adaptações ao longo do processo de análise, à medida que o investigador vai recolhendo e começando a analisar o material. Esta flexibilidade emergente está, ainda, relacionada com a natureza indutiva das metodologias qualitativas. A Análise de Conteúdo conjuga, na maioria dos casos, modelos *concept-driven e data-driven*, começando por definir as categorias e subcategorias, tendo por base investigação prévia e conhecimentos do investigador, e partindo depois para a definição de categorias emergentes dos dados em estudo (Schreier, 2012).

Para Bardin (1977), a análise de conteúdo “não se trata de um instrumento, mas de um leque de apetrechos; ou, com maior rigor, será um único instrumento, mas marcado por uma grande disparidade de formas e adaptável a um campo de aplicação muito vasto: as comunicações”. (Bardin, 1977, p. 31) Esta metodologia é utilizada para descrever e interpretar documentos, textos e mensagens, através de uma análise que facilita a compreensão dos significados para além da leitura comum. “A intenção da análise de conteúdo é a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou, eventualmente, de receção), inferência esta que recorre a indicadores (quantitativos ou não).” (Bardin, 1977, p. 38)

Segundo a mesma autora, a análise de conteúdo é uma técnica de investigação objetiva e sistemática dos conteúdos manifestos das comunicações, que visa a interpretação das próprias comunicações. Concretiza-se a partir do tratamento das informações contidas nas mensagens, que podem derivar de diversas fontes: documentos, entrevistas, reportagens, textos e, adaptando a uma realidade da Web 2.0, publicações em redes sociais e materiais multimédia. Nesse sentido, a AC é um método empírico, o qual depende do tipo de fala a que se dedica e do tipo de intenção de interpretação que se deseja.

Por sua vez, Godoy (1995), tal como Bardin, afirma que a análise de conteúdo consiste numa técnica metodológica que se pode aplicar em discursos diversos e a todas as formas de comunicação, seja qual for à natureza do seu suporte. O investigador busca

compreender as características e estruturas que estão por trás das mensagens analisadas, exercendo um duplo papel: entender o sentido da comunicação como um recetor normal, e desviar o olhar, a fim de buscar outra significação.

Para o desenvolvimento da análise, Bardin (1977) propõe três fases fundamentais: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados.

A primeira fase, a pré-análise, pode ser considerada como uma fase de organização. Nesse momento, estabelece-se os esquemas e procedimentos de trabalho, e desenvolve-se também a “leitura flutuante”, que consiste no primeiro contacto com o conteúdo a ser analisado, bem como a elaboração de hipóteses, dos indicadores e a preparação formal do material.

A fase 2, de exploração do material, é realizada a partir da definição de categorias (sistemas de codificação) e identificação das unidades de registo e das unidades de contexto do documento. É o momento da descrição analítica, no qual o corpus é submetido a um estudo aprofundado, orientado pelas hipóteses e indicadores elaborados na fase anterior. Bardin (1977) considera que a codificação, a classificação e a categorização são fundamentos-base da segunda fase.

Bardin (1977) entende que a maior parte das análises de conteúdo organizam-se em torno da categorização, constituindo um momento importante da investigação. Segundo a autora, a categorização fornece uma representação e organização simplificada dos dados brutos. Na sua perspetiva, o critério de categorização pode ser semântico (categorias temáticas: por exemplo, todos os temas que significam a ansiedade, ficam agrupados na categoria “ansiedade”, enquanto que os que significam a descontração, ficam agrupados sob o título concetual “descontração”), sintático (os verbos, os adjetivos), léxico (classificação das palavras segundo o seu sentido, com emparelhamento dos sinónimos e dos sentidos próximos) e expressivo (por exemplo, categorias que classificam as diversas perturbações da linguagem). (Bardin, 1977, p. 117-118)

No momento de análise, Bardin (1977) destaca quatro principais técnicas a serem aplicadas: 1. Análise Categorical: é o estágio de divisão dos textos e reagrupamento em categorias analógicas; 2. Análise de Avaliação: consiste na avaliação dos comportamentos do emissor quanto aos objetos falados, e, a partir disso, fazer

inferências sobre o autor; 3. Análise de Enunciação: entende a comunicação como um processo no qual é elaborado um sentido e são operadas transformações; 4. Análise de Expressão: faz a correspondência entre o tipo de discurso emitido, as características do emissor, e as características dele e do seu meio.

A fase 3, de tratamento dos resultados, diz respeito à inferência e interpretação. Segundo Bardin (1977), é o momento da intuição, da análise reflexiva e crítica. “O objetivo é estabelecer uma correspondência entre o nível empírico e o teórico, de modo a assegurar-nos - e é esta a finalidade de qualquer investigação - que o corpo de hipóteses é verificado pelos dados do texto.” (Bardin, 1977, p. 69).

3.3.1. O PROCESSO DE CODIFICAÇÃO

A partir do momento em que a análise de conteúdo decide codificar o seu material, deve produzir um sistema de categorias. O primeiro objetivo da codificação é fornecer uma representação simplificada dos dados brutos (Bardin, 2004: 119). Codificação é um termo que nos remete, em primeira instância, para um dos mais populares métodos de análise qualitativa com o seu nome. Contudo, é necessário distinguir a codificação como método para reduzir dados e a codificação conceptual, preocupada essencialmente em perceber como é que as categorias se relacionam umas com as outras. Neste caso, a codificação não é meramente descritiva, mas uma forma de relacionar os dados com conceitos. Por sua vez, a codificação como método para reduzir dados é a codificação utilizada na Análise de Conteúdo. Tem como principal objetivo agrupar partes do material em categorias específicas, sendo por isso um método exclusivamente descritivo. O foco é a forma como o material/os dados se relacionam, sendo as subcategorias de uma categoria principal mutuamente exclusivas (Schreier, 2012).

Tendo em conta que o objetivo desta investigação é verificar quais as estratégias de comunicação que os Ministérios da Saúde de Portugal e do Brasil adotaram para fomentar a literacia em saúde durante a pandemia de Covid-19, a análise ao conteúdo visa observar as publicações nas páginas de Facebook de ambas as organizações que fomentem a literacia em saúde na área da Covid-19 durante o período em análise. Assim, o corpus de análise é composto por materiais sobre a Covid-19 disponibilizados nas páginas de Facebook dos Ministérios da Saúde de Portugal e Brasil nos meses de março de 2020 e janeiro de 2021. Optou-se por iniciar a análise no mês em que foi decretada a pandemia, e depois prolongá-la avaliando o mês de janeiro de 2021 (altura

de grande intensificação das medidas de combate ao vírus se intensificaram devido ao elevado número de infeções e de mortes). Desta forma, é possível averiguar possíveis mudanças nas ações de comunicação estratégica.

A recolha dos dados foi efetuada através da observação de cada página em análise. O *codebook* da presente investigação reflete os objetivos da mesma. Assim, encontra-se dividido em quatro categorias de análise: caracterização geral, temáticas, conteúdo e envolvimento.

a) Caracterização geral

Na categoria “caracterização geral”, procedeu-se a uma breve descrição da página com o objetivo de compreender como está organizada e, desta forma, retirar alguns dados qualitativos sobre a forma como os ministérios da saúde de Portugal e do Brasil utilizaram a sua página de Facebook para promover a literacia em saúde durante a pandemia de Covid-19. Dentro desta dimensão, as componentes “categoria” e “informação de página inicial”, por exemplo, permitem-nos aferir o foco de cada entidade.

Tabela 1- Codificação da Caracterização Geral

Categoria	Componentes
Caracterização	Nome da página
	Categoria
	Antiguidade da página
	N. ° de seguidores

Fonte: Elaboração própria.

b) Frequência das publicações

Com o objetivo de apurar quais as estratégias de comunicação adotadas pelos ministérios da Saúde de Portugal e do Brasil nas respetivas páginas de Facebook nos períodos em análise, importa compreender como foram geridos os conteúdos nesta rede social. Assim, na dimensão dedicada ao conteúdo, é efetuada uma análise à frequência

de publicações e às informações fornecidas pelas mesmas, recorrendo, para tal, a informação quantitativa.

Tabela 2- Codificação do Conteúdo

Categoria	Componentes
Conteúdo	N.º total de publicações
	Frequência diária das publicações

Fonte: Elaboração própria.

c) Temas

Na categoria “temas”, são apresentadas as temáticas das publicações relacionadas com a Covid-19 na rede social Facebook dos Ministérios da Saúde de Portugal e do Brasil ao longo do período em análise. O objetivo é perceber que temas mereceram maior destaque, analisando o número de vezes que foram alvo de publicação.

Uma das temáticas identificadas é o “Combate contra a Doença”, que inclui conteúdos relacionados com ações levadas a cabo pelos Ministérios da Saúde de ambos os países para lutar contra a doença, que incluem, entre outras, imagens com profissionais de saúde de diversas unidades de saúde com mensagens que transmitem a luta do SNS e dos profissionais contra a doença, assim como publicações com informação sobre as ações levadas a cabo pelos Ministérios para combater contra a doença.

Outro tema é a “Prevenção da doença”, no qual se inserem conteúdos relacionados com medidas de prevenção, informações sobre o uso de máscara, distanciamento físico, limpeza e desinfeção.

A “Vacinação” foi outra das temáticas que motivou a criação de conteúdos, com publicações a incluir informação sobre o número de vacinas e imagens com profissionais de saúde a vacinar e a serem vacinados a incentivar a vacinação por parte da população.

Identificou-se ainda o tema “Diretrizes”, que engloba publicações relacionadas com as recomendações emanadas pelos governos e ministérios, como aquelas relacionadas com o isolamento.

Tabela 3- Codificação dos Temas

Categoria	Componentes
Temas	Combate contra a doença
	Prevenção da doença
	Vacinação
	Diretrizes
	Esclarecimento de dúvidas
	Evolução da doença

(Fonte: Elaboração própria)

Outra das temáticas reconhecidas é o “Esclarecimento de Dúvidas”, no qual se inserem mitos e verdades sobre a doença, no caso do Ministério de Saúde de Portugal, e factos e informação falsa relacionados com a ação do Governo, no caso do Ministério do Brasil.

Por último, identificou-se o tema “Evolução da doença”, que engloba as conferências de imprensa realizadas por ambos os ministérios, assim como os relatórios com o ponto de situação da pandemia.

d) Formato

Finalmente, foi criada uma codificação relativa ao formato das publicações, identificando os diversos formatos utilizados durante o período em análise e descrevendo-os sumariamente.

Tabela 4- Codificação do Formato das Publicações

Formato	Descrição
Texto	Publicação apenas de texto.
Imagem gráfica	Publicação com layout criado para transmitir determinado conteúdo.
Apresentação	Publicação com apresentação sobre um determinado tema incluindo imagens e fotos (exemplo: apresentação sobre o que é o coronavírus).
Foto	Fotografia de profissionais de saúde, iniciativas, etc (com ou sem texto com descrição)
Vídeo	Publicação de vídeo (com ou sem texto descritivo)
Direto	Transmissão de eventos online através de funcionalidade própria do Facebook.

Fonte: Elaboração própria.

e) **Envolvimento**

O envolvimento dos seguidores da página ou perfil de uma rede social é um dos fatores mais relevantes para medir a sua utilização. Esta dimensão diz respeito a todo o tipo de interação, seja através de “gostos” e outras reações, seja através de comentários, de partilhas ou visualizações (vídeos). Deste modo, pretende-se avaliar que publicações conseguiram um maior envolvimento dos seus respetivos seguidores, assim como identificar o número de seguidores.

Resumindo, o envolvimento nas redes sociais é a medida em que os utilizadores interagem com o conteúdo de uma empresa ou marca, que pode incluir ações como gostar, comentar, partilhar, seguir, responder a perguntas ou participar em concursos ou promoções.

Tabela 5- Codificação do Envolvimento

Categoria	Componentes	
Envolvimento	Interação	“Gostos” e outras reações
		Comentários
		Partilhas
		Visualizações
	Número de seguidores	

Fonte: Elaboração própria.

Através da codificação, é possível organizar, estruturar e tornar os dados mais compreensíveis. Este processo permite ainda identificar temas e padrões nos dados, que são essenciais para a compreensão do conteúdo da investigação.

Neste sentido, no próximo capítulo, dedicado à análise e discussão de resultados, procuraremos dar resposta aos objetivos estabelecidos:

1) Verificar quais as tendências de comunicação dos ministérios da Saúde de Portugal e Brasil nas suas páginas de Facebook nos períodos em estudo;

- 2) Analisar quais foram as principais temáticas abordadas nos conteúdos relacionados com a Covid-19 em cada uma das páginas da rede social;
- 3) Aferir qual a média de publicações diárias;
- 4) Averiguar qual o número de seguidores das páginas em análise;
- 5) Identificar qual a publicação com maior número de interações em cada mês analisado em cada um dos ministérios da saúde;
- 6) Comparar as estratégias de comunicação utilizadas por ambos os ministérios da saúde para fomentar a literacia em saúde;
- 7) Analisar as estratégias de cada um dos ministérios da saúde à luz do modelo de literacia em saúde de Nutbeam (2000).

CAPÍTULO IV - ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

4.1. CARACTERIZAÇÃO DAS PÁGINAS DE FACEBOOK DOS MINISTÉRIOS DA SAÚDE DE PORTUGAL E DO BRASIL

A página de Facebook do Ministério da Saúde de Portugal, designada por “Serviço Nacional de Saúde”, incluída na categoria “organização governamental” foi criada em setembro de 2017. Por sua vez, a página de Facebook do Ministério da Saúde do Brasil, inserida na categoria “Serviço público e governamental”, com o nome “Ministério da Saúde”, teve origem em dezembro de 2010.

O número de seguidores de ambas as páginas é bastante diferente, o que já se esperava, uma vez que o Brasil tem mais de 203 milhões de habitantes, enquanto em Portugal o número estimado é de 10 milhões e 50 mil habitantes. No final de junho de 2023, a página de Facebook do MS do Brasil contava com 5,3 milhões de seguidores, enquanto a do MS de Portugal reunia cerca de 282 mil seguidores.

4.2 CORPUS DE ANÁLISE E DISTRIBUIÇÃO DAS PUBLICAÇÕES

Depois de analisadas as dimensões contextuais, chegou o momento de avançar para a dimensão operatória do estudo. Este tópico é dedicado à atuação quantitativa, que se consubstancia numa análise de conteúdo que pretende analisar as estratégias de comunicação adotadas pelos ministérios da saúde de Portugal e do Brasil para incentivar a literacia em saúde.

Tabela 6- Corpus de Análise

Total 348 Publicações	Total Ministério da Saúde Portugal	68 em março 2020
	216 publicações	148 em janeiro 2021
	Total Ministério da Saúde Brasil	64 em março
	132 publicações	68 em janeiro

Fonte: Elaboração própria.

Conforme a tabela 6, o corpus de análise é constituído por um total de 348 publicações, recolhidas nos meses de março de 2020 e janeiro de 2021 nas páginas do Ministério da Saúde de Portugal e do Brasil

No total, foram recolhidas 216 publicações na página de Facebook do MS de Portugal, das quais 68 publicações foram efetuadas em março de 2020 e 148 em janeiro de 2021.

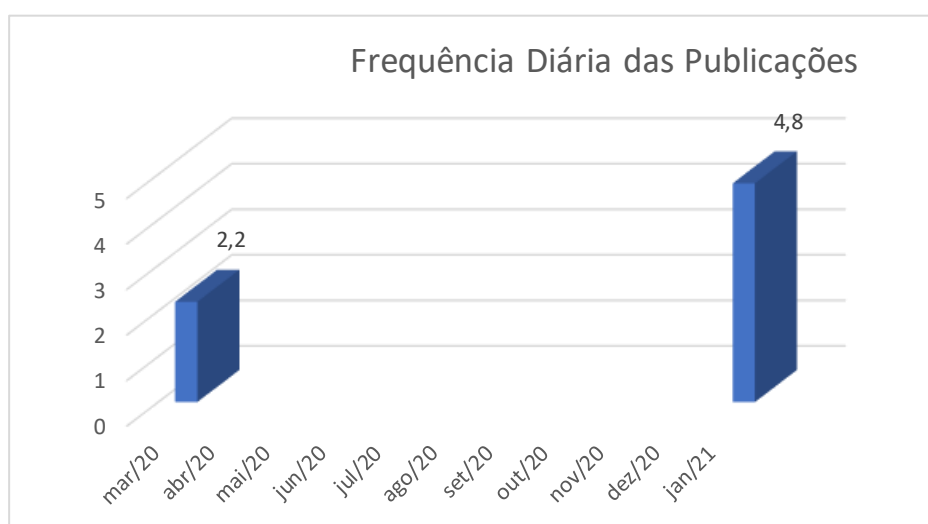
No que respeita ao Ministério da Saúde do Brasil, em março de 2020 foram efetuadas 64 publicações, enquanto em janeiro de 2021 registaram-se 68 publicações, o que, somando, perfaz um total de 132 publicações.

4.3. FREQUÊNCIA DAS PUBLICAÇÕES

Quanto à frequência diária das publicações, em março de 2020 foram efetuadas pelo MS de Portugal, em média, 2,2 publicações por dia. Em janeiro de 2021, o número mais do que duplicou, situando-se em 4,8.

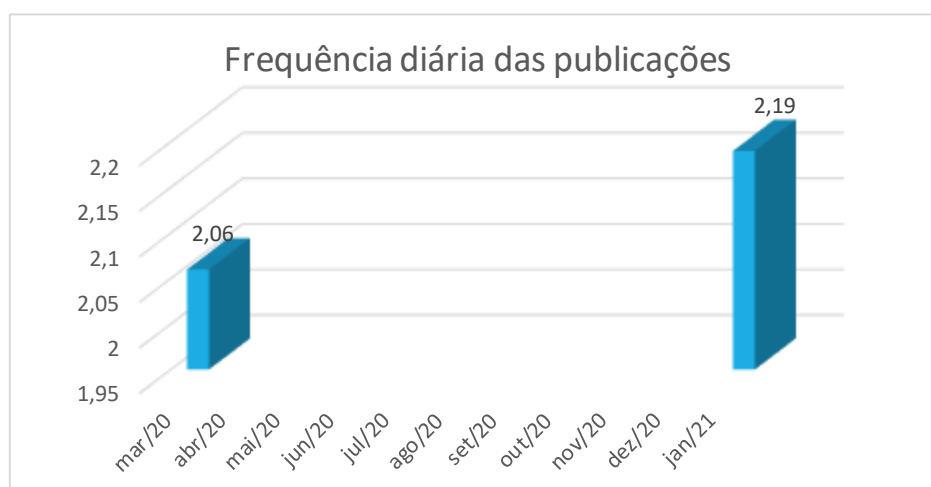
Já no que respeita ao MS do Brasil, em março de 2020 houve uma média diária de 2,06 publicações, enquanto em janeiro registou-se uma média diária de 2,19 publicações.

Gráfico 1 - Frequência diária das publicações- Ministério da Saúde de Portugal



Fonte: Elaboração própria.

Gráfico 2 - Frequência diárias das publicações – Ministério da Saúde do Brasil



Fonte: Elaboração própria.

Perante estes resultados, pode inferir-se que, no caso do Ministério da Saúde de Portugal, foi feita uma aposta crescente na criação de conteúdos para as redes sociais, o que revela uma alteração na estratégia de comunicação.

No que se refere ao Ministério da Saúde do Brasil, o número de publicações manteve-se, o que significa que não se registou uma alteração na estratégia de comunicação.

4.4 TEMAS DAS PUBLICAÇÕES

a) Ministério da Saúde de Portugal

Nos meses de março de 2020 e janeiro de 2021 foram efetuadas diversas publicações na rede social Facebook do Ministério da Saúde de Portugal, que foram categorizadas nos seguintes temas: prevenção da doença, combate contra a doença, vacinação, esclarecimento de dúvidas, diretrizes, e evolução da doença. Na tabela que se segue, é possível verificar a distribuição de publicações pelas diversas temáticas.

Tabela 7- Temas das Publicações| Ministério da Saúde de Portugal

Temas	Total de publicações – março 2020 (n.º/%)	Total de publicações - janeiro 2021(n.º/%)
Combate contra a Doença	7 (10,3%)	7 (4,7%)
Medidas de Prevenção	36 (52,9%)	47(31,8%)
Evolução da Doença	21 (30,9%)	27(18,2%)
Diretrizes	4 (5,9%)	7 (4,7%)
Esclarecimento de dúvidas	-	7(4,7%)
Vacinação	-	53(35,9%)
Total	68 (100%)	148 (100%)

Fonte: Elaboração própria.

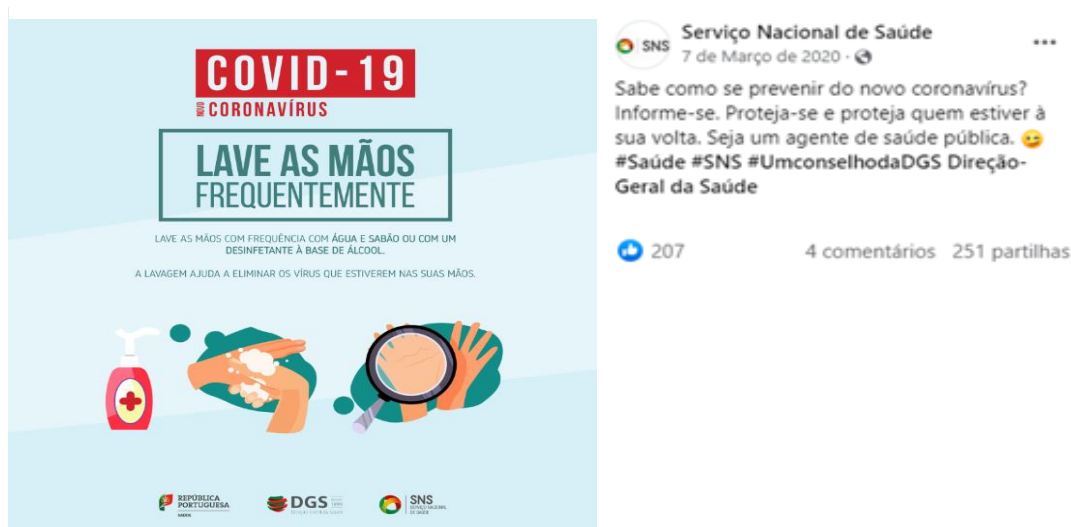
Publicações sobre o tema “Medidas de prevenção”

Em março de 2020, 52,9% das publicações do MS de Portugal incidiram sobre medidas de prevenção da Covid-19. Por sua vez, em janeiro de 2021 esse valor desceu para 31,8% das publicações.

Os conteúdos foram diversos, entre recomendações sobre as medidas necessárias para evitar o contágio, explicações sobre como colocar corretamente uma máscara cirúrgica e mensagens de apelo ao cumprimento das normas, quer através de imagens acompanhadas de texto, assim como através da partilha de vídeos da DGS, ou intervenções dos profissionais de saúde e *influencers* de diversas áreas.

Embora a percentagem de publicações sobre as medidas de prevenção tenha diminuído um ano após o início da pandemia, passando para segundo lugar na lista dos temas, o assunto continuou a merecer um grande destaque por parte do Ministério da Saúde de Portugal, tendo dado origem a um total de 47 publicações (38,1%). Estes dados podem estar relacionados com o contexto que ainda se vivia em janeiro de 2021, altura em que se verificava um elevado número de infeções e de mortes, o que continuou a motivar a aposta na partilha de conteúdos relacionados com a prevenção.

Figura 2 - Exemplo de publicação com o tema “Medidas de Prevenção”



Fonte: Facebook do SNS

Publicações sobre o tema “Vacinação”

A temática da “Vacinação” deu origem a um total de 53 publicações, todas em janeiro de 2021, tendo sido diversos os formatos utilizados, entre imagens com profissionais a serem vacinados e a vacinar, ou o reporte do número de vacinas efetuadas. Vejam-se os exemplos nas duas figuras que se seguem.

Figura 3 - Exemplo 1 de publicação com o tema “Vacinação”



Fonte: Facebook do SNS

A partilha de conteúdos sobre vacinação neste período seria expectável, uma vez que foi precisamente nesta altura que se iniciou a campanha de vacinação, daí que tenha merecido grande destaque e investimento por parte do Ministério da Saúde de Portugal.

Os conteúdos relacionados com o tema da vacinação baseiam-se sobretudo na contabilização do número de vacinas administradas e no exemplo de profissionais de saúde, quer dos cuidados de saúde hospitalares, quer dos cuidados de saúde primários (unidades de saúde familiares, centros de saúde e outras), utilizado como forma de credibilização da vacina e de valorização do esforço dos profissionais no moroso processo de vacinação.

Figura 4 - Exemplo 2 de publicação com o tema “Vacinação”



Fonte: Facebook do SNS

Publicações sobre o tema “Combate contra a doença”

No período em estudo, foram efetuadas sete publicações sobre o tema “Combate contra a doença” em março de 2020 (10,2%) e sete em janeiro de 2021 (4,7%), onde se enquadra aquela que é apresentada na figura abaixo.

Figura 5 -Exemplo 1 de publicação com o tema “Combate contra a doença”



Fonte: Facebook do SNS

A maioria destas publicações enaltece o trabalho desenvolvido pelo SNS, em particular o esforço dos profissionais de saúde no que respeita ao cumprimento das medidas recomendadas. Em muitas destas publicações são os próprios profissionais de saúde que apelam à população que fique em casa.

Em janeiro de 2021, verificou-se uma alteração da linguagem, tendo sido partilhados conteúdos como aquele que se segue abaixo, integrado na campanha “A decisão é sua – ser paciente ou ser paciente”. A expressão "ser paciente" é usada na campanha de forma metafórica, significando que, na pandemia, podemos ser pacientes no sentido de cumprir as normas de saúde pública, como o uso de máscara, o distanciamento social e a vacinação. Ou podemos ser pacientes no sentido de ficarmos doentes, com o risco de desenvolvermos doença grave, hospitalização e morte.

Figura 6 - Exemplo 2 de Publicação com o tema “Combate contra a Doença”



Fonte: Facebook do SNS

Publicações sobre o tema “Evolução da doença”

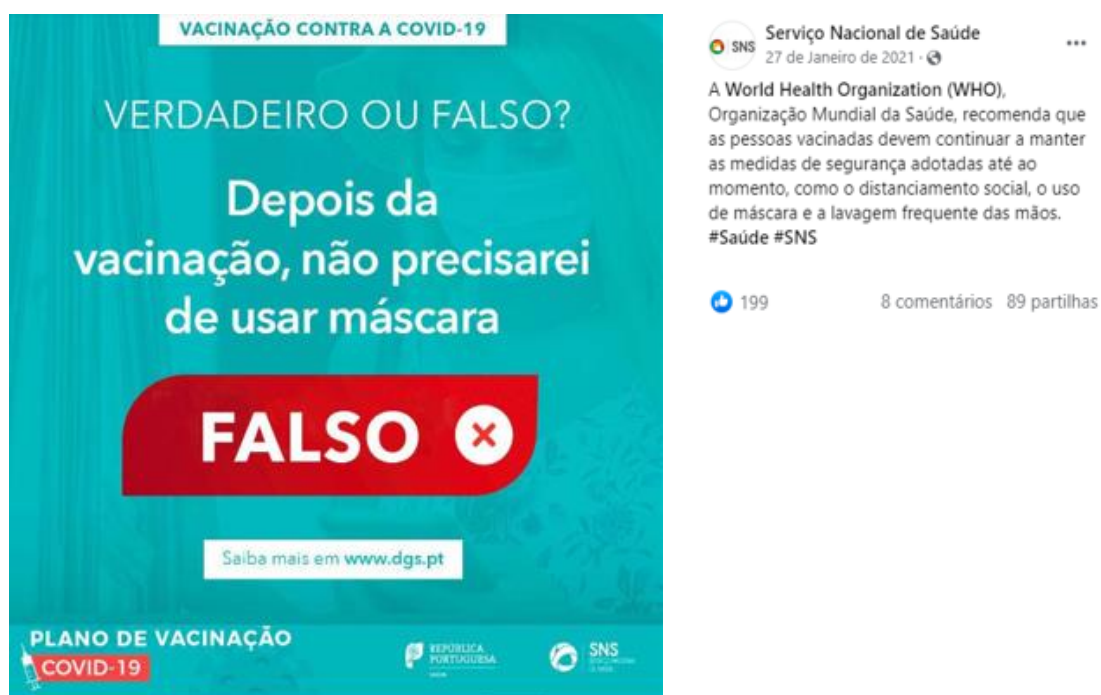
No total, foram 41 as publicações sobre a evolução da doença no período em análise - 21 (30,9%) em março de 2020 e 27 (18,2%) em janeiro de 2021. Foram adotados dois formatos: 1) Diretos - numa primeira fase, foram publicados diretos das conferências de

Publicações sobre o tema “Esclarecimento de dúvidas”

Outro dos temas em análise diz respeito ao “Esclarecimento de dúvidas”. No total, foram sete (4,7%) as publicações dedicadas a este assunto, todas em janeiro de 2021. As publicações recorrem a uma imagem, na qual se interroga se determinada afirmação é “verdadeira ou falsa” ou “verdade ou mentira”.

Salienta-se a consistência nas imagens partilhadas, recorrendo nas várias publicações a materiais gráficos coerentes, tornando a experiência para o utilizador mais sólida e ligada à marca “Serviço Nacional de Saúde”. Por exemplo, nas imagens dedicadas às informações “verdadeiras e falsas”, o *design* gráfico utilizado é o mesmo, transmitindo a identidade da marca. Quanto às cores, é utilizado o azul, muito associado à tranquilidade e serenidade, e o vermelho, que estimula a ação.

Figura 9 - Exemplo 1 de publicação com o tema “Esclarecimento de dúvidas”



Fonte: Facebook do SNS

Publicações sobre o tema “Diretrizes”

Durante a pandemia, o MS recorreu ao Facebook para divulgar as recomendações que iam sendo emanadas pela DGS e pelo Governo, tendo sido feitas 11 publicações sobre a temática - 4 em março de 2020 (5,9%) e 7 em janeiro de 2021 (4,7%). Vejam-se, em seguida, dois exemplos:

Figura 10 – Exemplo 1 de publicação com recomendações da DGS

Serviço Nacional de Saúde
23 de Março de 2020

Conheça as recomendações que deve ter em conta durante o período de isolamento. Seja um agente de Saúde Pública. Um conselho da Direção-Geral da Saúde. #Saúde #SNS #UmconselhodaDGS #COVID19

NOVO CORONAVÍRUS | COVID-19
DURANTE O PERÍODO DE ISOLAMENTO

As pessoas a quem tenha sido indicado isolamento pelo profissional de saúde, devem ficar em casa. Esta medida de afastamento social **pretende evitar a transmissão da doença** para quem os rodeia e ter, se estiver em isolamento.

RECOMENDAÇÕES PARA ISOLAMENTO EM CASA

- 1 - PERMANEÇA EM CASA**
Não se dirija ao trabalho, à escola ou a espaços públicos, nem utilize transportes públicos ou táxis, até acabar o período de isolamento. Deve pedir ajuda ou cuidados por telefone se necessitar de compras ou medicamentos - a entrega deve ser feita a exterior do casa, sem haver contacto com o entregador. Se por motivos de força maior, precis e sair de casa, ligue sempre primeiro ao profissional de saúde que o acompanha.
- 2 - MANTENHA-SE SEPARADO/A DE OUTRAS PESSOAS EM CASA**
Se não viver sozinho, deve promover o distanciamento das outras pessoas com quem partilha casa. Tenha um quarto e, se possível, uma casa de banho só para si. Se não tiver casa própria separada, não partilhe artigos de higiene pessoal, tal como toalha, lençóis e borseiros estendidos para si ou tecido líquido e torção banho em último lugar. Evite contactos pessoais com outras pessoas presentes, incluindo crianças.
- 3 - MONITOREZE OS SEUS SINTOMAS**
Ligue a sua temperatura corporal duas vezes por dia e siga outros sintomas como tosse ou dificuldade respiratória. Se sentir que os sintomas estão a agravar deve contactar o profissional de saúde que o acompanha. Em situações de urgência ligue 112 ou 262 00 24 24 24 e informe da sua situação de isolamento.
- 4 - UTILIZE UMA MÁSCARA, APENAS SE RECOMENDADO**
Evite utilizar máscara quando estiver com outras pessoas. Caso não possa usar máscara, evite estar em contacto com quem vive a casa-lá, quando estiverem na mesma divisão.
- 5 - PROTEJA-SE**
Lave as mãos frequentemente com água e sabão durante, pelo menos, 20 segundos e secas-as bem. Evite tocar nos olhos, nariz e boca com as mãos.
- 6 - PROTEJA AS PESSOAS À SUA VOLTA**
Quando tossir ou espirrar, tape a boca e o nariz com um lenço descartável. Corte no lenço de papel e lave imediatamente as mãos com água e sabão durante pelo menos 1 minuto, secando-as bem. Se usar o lenço, lave-o de seguida.
- 7 - EVITE PARTILHAR ITENS DOMÉSTICOS**
Não deve partilhar pratos, copos, colheres, utensílios de cozinha, toalhas, lençóis e outros itens com pessoas que vivem na sua casa. Após a sua utilização, lave-os com água e detergente ou na máquina de lavar a temperaturas elevadas (acima de 60°C).
- 8 - CUIDADO COM OS RESÍDUOS**
Os resíduos produzidos durante o isolamento devem ser colocados num saco de lixo e a tampa não manual com saco plástico. Só deve encher o saco de plástico até 2/3 da sua capacidade, fechando-o bem. Coloque-o de seguida dentro de outro saco bem fechado e jante-o num contentor, NUNCA num esgoto.
- 9 - NÃO RECEBA VISITAS EM CASA**
Se convide não permita que outras pessoas entrem em sua casa durante o período de isolamento. Caso seja urgente falar com alguém que não viva consigo, faça-o por telefone.
- 10 - SEJA UM AGENTE DE SAÚDE PÚBLICA**
O combate à transmissão do vírus requer que toda a comunidade adote as medidas recomendadas. É importante a adesão e promoção das medidas por todos.

233
2 comentários · 282 partilhas

Fonte: Facebook do SNS

Figura 11 - Exemplo 2 de publicação com recomendações do Governo



Fonte: Facebook do SNS

Também nestas publicações, o Ministério da Saúde de Portugal optou por uma linguagem simples e acessível e pela consistência nas imagens. No primeiro exemplo, utilizam-se novamente o azul e o vermelho, o que denota o cuidado na consistência gráfica dos conteúdos partilhados.

Em síntese, ao longo do período em estudo, o Ministério da Saúde de Portugal apostou fortemente na partilha de conteúdos relacionados com a prevenção e evolução da doença, tendo as publicações relacionadas com o segundo tema diminuído significativamente em janeiro de 2021 em prol de um aumento de conteúdos sobre vacinação. Por outro lado, numa altura em que se verificou um aumento do número de casos e de mortes, optou-se por uma linguagem mais “agressiva”, com recurso a imagens impactantes, sensibilizando para os possíveis efeitos devastadores da doença. Destaca-se também a coerência gráfica dos conteúdos, que sublinham a identificação dos conteúdos com assinatura DGS e, nesse sentido, a credibilização dos mesmos.

b) Ministério da Saúde do Brasil

Em março de 2020 e janeiro de 2021 foram feitas diversas publicações na página de Facebook do MS do Brasil categorizadas nos seguintes temas: Prevenção da doença; Combate Contra a Doença; Diretrizes; Esclarecimento de dúvidas; e Vacinação. Na

tabela que se segue, é possível visualizar a distribuição do número de publicações e a respectiva percentagem.

Tabela 8- Temas das Publicações | Ministério da Saúde do Brasil

Temas	Total de publicações- março 2020 (n.º/%)	Total de publicações-janeiro 2021 (n.º/%)
Combate contra a Doença	18 (28,1%)	14 (20,5%)
Prevenção da Doença	24 (26,6%)	7 (10,3%)
Evolução da Doença	19 (29,6%)	24 (35,3%)
Diretrizes	1 (1,6%)	-
Esclarecimento de dúvidas	9 (14,1%)	8 (11,8%)
Vacinação	-	15 (22,1%)
Total	71 (100%)	68 (100%)

Fonte: Elaboração própria.

Segue-se uma análise das publicações sobre Covid-19 do Ministério da Saúde do Brasil nos dois períodos em estudo, incidindo nos vários temas que mereceram a criação de conteúdos.

Publicações sobre o tema “Prevenção da doença”

No período em análise foram efetuadas 24 publicações sobre o tema “Prevenção da Doença”, das quais 17 em março de 2020 (26,6%) e 7 em janeiro de 2021(10,3%), o que denota uma maior preocupação pela temática no início da pandemia.

Sobre esta temática foram publicados conteúdos diversos, como dicas para uma boa utilização da máscara, recomendações para o dever de ficar em casa, informações sobre como lavar as mãos bem as mãos, anúncio de ida à Índia para ir buscar dois milhões de doses de vacina, recomendação para procurar ajuda médica perante sintomas da doença.

Figura 12- Exemplo de Publicação sobre o tema "Prevenção da Doença"



Fonte: Facebook do Ministério da Saúde do Brasil

Estes dados revelam que houve um desinvestimento na partilha de conteúdos sobre prevenção da doença, tendo reduzido para metade.

Publicações sobre o tema “combate contra a doença”

Em março de 2020, o MS do Brasil fez 18 publicações sobre o “combate contra a doença”, o que representa 28,1% do total. Por sua vez, em janeiro de 2021 somaram-se 14 publicações (20,5%).

Foram vários os conteúdos versados nas publicações, entre as quais a contratação de médicos, o anúncio do reforço da capacidade de atendimento, o investimento aplicado em ações contra o coronavírus, aquisição de seringas e agulhas, homenagens aos profissionais que combateram a doença.

Comparando com os registos da página de Facebook do Ministério da Saúde de Portugal, denota-se que relativamente à mesma temática a abordagem do Ministério da Saúde do Brasil é diferente. O foco são as medidas levadas a cabo pelo Governo para fazer frente à pandemia, enquanto do MS de Portugal o enfoque é o esforço dos profissionais.

Figura 13 - Exemplo de publicação sobre o tema “Combate contra Doença”



Fonte: Facebook do Ministério da Saúde do Brasil

Publicações sobre o tema “Evolução da doença”

No mês de março de 2020 foram efetuadas 19 publicações sobre a temática “Evolução da doença” (29,7%), enquanto em janeiro de 2021 o mesmo assunto deu origem a 24 publicações (35,3%).

Quanto ao tipo de publicações, foram feitos diretos com a atualização do ponto de situação relativamente ao número de novos casos e mortes envolvendo especialistas em saúde e membros do Governo, possibilitando o esclarecimento de dúvidas e fornecimento de informações atualizadas, assim como publicações com imagens remetendo para a página oficial do Ministério da Saúde onde se encontravam os dados diários.

Figura 14 -Exemplo de publicação sobre o tema “Evolução da Doença”



Fonte: Facebook do Ministério da Saúde do Brasil

Figura 15 - Exemplo de publicação sobre o tema “Evolução da Doença”



Fonte: Facebook do Ministério da Saúde do Brasil

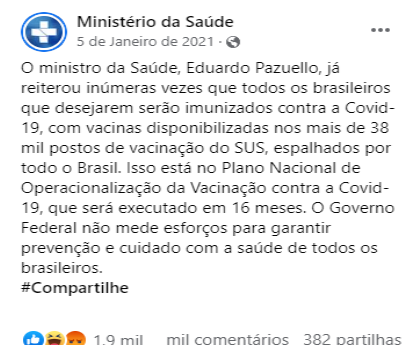
Publicações sobre o tema “Esclarecimento de dúvidas”

Nos meses de março de 2020 e janeiro de 2021 foram efetuadas 17 publicações relativas ao tema “Esclarecimento de dúvidas” das quais nove no primeiro mês (14,1%), e oito no segundo (11,8%).

A maioria das publicações relacionadas com esta temática prendeu-se com esclarecimento de factos e informação falsa relacionada com a ação do Governo. Através destas publicações, e atendendo ao contexto político do Brasil, sobretudo no início da pandemia, verifica-se a preocupação de esclarecer a população sobre a ação do Governo no combate da pandemia e relativamente às diversas afirmações que circularam nos meios de comunicação, quer do presidente da altura, Jair Bolsonaro, quer de outros elementos.

A publicação que se segue diz respeito à informação que terá sido veiculada de que a campanha de vacinação seria entregue ao setor privado. Neste caso, a rede social foi utilizada para desmentir a informação do Governo.

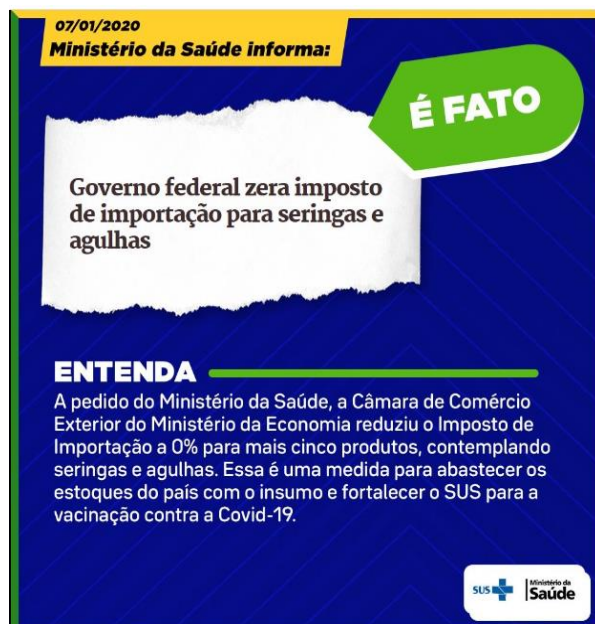
Figura 16 - Exemplo 1 de publicação relativo ao tema “Esclarecimento de dúvidas”



Fonte: Facebook do Ministério da Saúde do Brasil

Por sua vez, veja-se a figura 16, referente a uma publicação que informa que o imposto de importação para seringas e agulhas passou a ser zero, mais uma medida levada a cabo para combater a Covid-19.

Figura 17 - Exemplo 2 de publicação relativa ao tema “Esclarecimento de dúvidas”



Fonte: Facebook do Ministério da Saúde do Brasil

Tal como o Ministério da Saúde de Portugal, também o Ministério da Saúde do Brasil criou designs gráficos para este tipo de publicações. De notar que a linguagem utilizada pelo segundo organismo é igualmente simples e que as cores utilizadas são escuras, o que pode transmitir a ideia de uma comunicação mais fechada. Além disso, é evidente o recurso a uma maior variação gráfica e cromática, que reforça um pouco menos a imagem de marca da comunicação no Brasil.

Publicações sobre o tema “Vacinação”

No período em análise registaram-se 15 publicações relativas ao tema “vacinação”, todas em janeiro de 2021 (22,1%). A publicação que apresentamos na figura 17 anuncia o investimento do Governo na formação de profissionais de saúde na área da vacinação.

Figura 18- Exemplo de publicação do MS do Brasil sobre o tema “Vacinação”



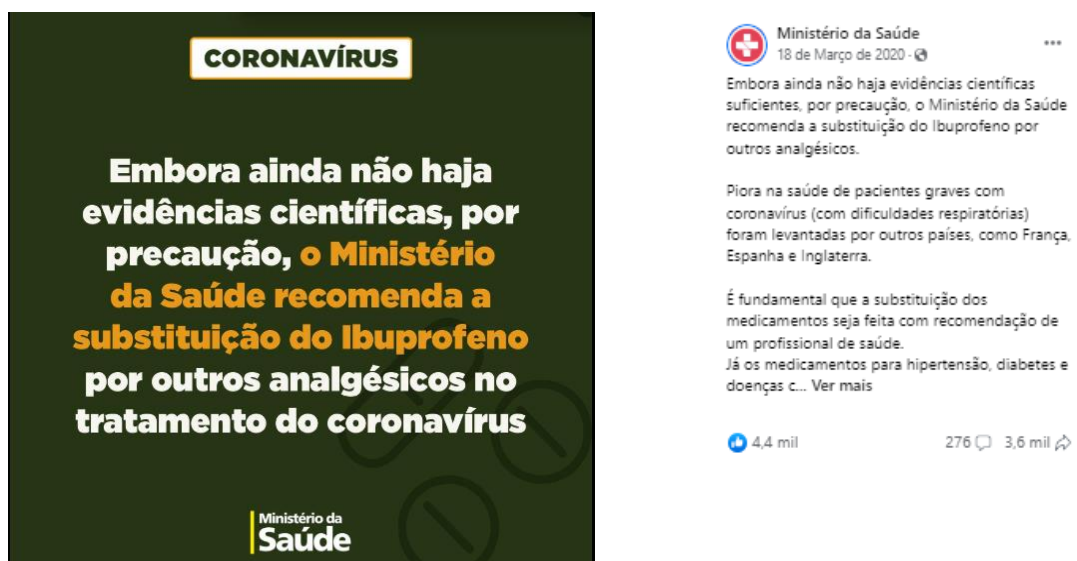
Fonte: Facebook do Ministério da Saúde do Brasil

Tal como o Ministério da Saúde de Portugal, também o Ministério da Saúde do Brasil partilha conteúdos consistentes, com recurso a *designs* uniformes. O amarelo e o verde, cores da bandeira do Brasil, foram cores muito utilizadas nas publicações relacionadas com a Covid-19.

Publicações sobre o tema “Diretrizes”

O tema “Diretrizes” originou 1,6% do total das publicações do MS do Brasil nos períodos em análise, o que representa apenas uma publicação, a qual incidiu sobre a recomendação de substituir o ibuprofeno por outros analgésicos no tratamento da Covid-19, conforme se pode observar na figura que se segue.

Figura 19 – Exemplo de Publicação sobre o tema Diretrizes



Fonte: Facebook do Ministério da Saúde do Brasil

O assunto refletido na publicação anterior foi muito noticiado nos meios de comunicação numa fase inicial da pandemia, em que existiam muitas dúvidas relativamente ao vírus e, em particular, à medicação aconselhável.

De salientar que se registou um menor volume de publicações relativas ao tema “Diretrizes” no Facebook do Ministério da Saúde do Brasil comparativamente com o Ministério da Saúde de Portugal, o que pode, de alguma forma, refletir o contexto social e político do Brasil, mais atribulado.

4.5. FORMATO DAS PUBLICAÇÕES

O formato das publicações do MS Portugal predominante no período em análise foi o das imagens gráficas, com 28 publicadas em março de 2020 (41%) e 133 publicadas em janeiro de 2020 (92%), o que perfaz um total de 161 imagens gráficas. Além das imagens gráficas, no período em análise foram efetuadas publicações nos formatos de apresentação (13), direto (20), vídeo (6) e texto (1).

Tabela 7 – Formato das publicações – Ministério da Saúde de Portugal

Formato	Total de Publicações - março 2020 (n.º/%)	Total de Publicações - janeiro 2021(n.º/%)
Apresentação	13 (19,1%)	10 (6,8%)
Direto	20 (29,4%)	-
Texto	1 (1,5%)	-
Vídeo	6 (8,8%)	2 (1,4%)
Imagem gráfica	28 (41,2%)	133 (91,1%)
Foto	-	1 (0,7%)
Total	68 (100%)	146 (100%)

Fonte: Elaboração própria

Relativamente ao MS do Brasil, no período em análise o formato “imagem gráfica” foi o que mais foi utilizado. Em março de 2020, foram publicadas 40 imagens gráficas, 18 diretos, cinco apresentações e uma publicação com foto. Em janeiro de 2021, o formato “imagem gráfica” foi também o mais usado, contabilizando-se um total de 64 imagens gráficas, quatro publicações com fotos e uma apresentação.

Tabela 8 – Formato das publicações – Ministério da Saúde do Brasil

Formato	Total Publicações - março 2020 (n.º/ %)	Total Publicações - janeiro 2021 (n.º/ %)
Apresentação	5 (7,1%)	1 (1,5%)
Direto	18(28,1%)	-
Texto	-	-
Vídeo	-	-
Imagem Gráfica	40(62,9%)	64 (92 %)
Foto	1(1,9%)	4 (6,5 %)
Total	64/100%	69/100%

Fonte: Elaboração própria

Em síntese, quer o MS de Portugal como o do Brasil apostaram na partilha de conteúdos em diferentes formatos, tendo havido predominância no formato imagem gráfica nas páginas de ambos os organismos. Em ambos os ministérios, no início da pandemia, os diretos foram muito importantes para informar a população. Contudo, em janeiro de 2021 o formato foi utilizado de forma residual pelo Ministério da Saúde de Portugal e não foi usado pelo Ministério da Saúde do Brasil, tendo a informação passado a ser divulgada em formato imagem gráfica. O formato “apresentação” foi o terceiro mais utilizado por ambos os ministérios. Os formatos foto e vídeo foram utilizados de forma pouco expressiva.

4.6. ENVOLVIMENTO

Gostos e outras reações

Em março de 2020, as publicações do MS de Portugal dedicadas à Covid-19 na sua página do Facebook valeram um total de 28 970 gostos e outras reações, o que equivale a 10,3% dos seguidores. Por sua vez, em janeiro de 2021, as publicações efetuadas originaram um total de 32 749 gostos e outras interações, o que significa que existiu uma reação por um equivalente 1,6% dos seguidores. Referimos ‘equivalente’ porque permite ter uma ideia da proporção, mas ressalvando pode haver reações que não são de seguidores da página.

Analisando as publicações que resultaram num maior número de gostos e outras interações nos meses em análise, verificamos que em março de 2020 a publicação que reuniu mais reações deste tipo diz respeito à temática “Combate contra a doença”, com um total de 3 700 (Figura 20), das quais 2,19 mil “gostos”, 712 “Adoro”, 1 “riso” e 1 “ira”.

Figura 20 - Publicação com maior número de “gostos e outras reações” em março de 2020



Fonte: Facebook do SNS

A publicação anterior gerou muita interação, tal como a que se segue. Para tal, terá contribuído o facto de ambas incluírem fotografias de profissionais de saúde que estavam no terreno a combater a pandemia, numa fase muito se falava sobre o seu papel no combate à pandemia, tendo sido várias as manifestações da população no sentido de homenagear o trabalho desenvolvido. A primeira publicação integra-se na campanha "Juntos vamos vencer o vírus" que apela à união de todos para combater a Covid-19. A campanha tem como objetivo sensibilizar a população para a importância da vacinação, do cumprimento das medidas de prevenção e controlo da doença, e da solidariedade para com os mais vulneráveis. A mensagem da campanha é clara: só juntos podemos vencer o vírus. Todos temos um papel a desempenhar, e cada pequeno gesto conta.

Já em janeiro de 2021, a publicação que juntou mais gostos e outras reações é igualmente referente ao tema “Combate contra a doença”, com 1 100 reações (Figura 21), das quais 822 “gostos”, 174 “coragem”, 71 “tristeza”, 27 “adoro”, 4 “ira” e 1 “surpresa”.

Figura 21 - Publicação com maior número de “gostos e outras reações” em janeiro de 2020



Fonte: Facebook do SNS

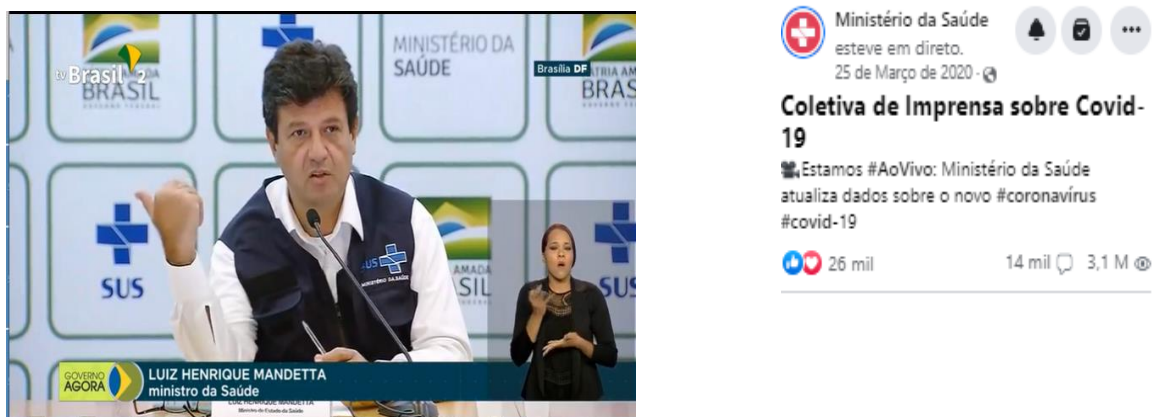
Esta publicação mostra o sacrifício dos profissionais no combate à Covid-19, que implicava a utilização de equipamentos de proteção individual e o isolamento.

Em ambas as imagens gráficas é notória a humanização das campanhas de combate à Covid-19. Através de uma abordagem humanizada, é possível aumentar a adesão às medidas de prevenção e controlo da doença, melhorar a experiência dos utentes e promover a saúde pública.

Por sua vez, no que respeita ao MS do Brasil, em março de 2020 as publicações centradas na Covid-19 na sua página do Facebook reuniram um total de 286 407 gostos e outras reações. Já em janeiro de 2021, as publicações efetuadas resultaram num total de 223 367 gostos e outras reações.

Quanto às publicações que originaram um maior número de gostos e outras reações nos meses em análise na página de Facebook do MS do Brasil, verificou-se que em março de 2020 a publicação que reuniu mais reações deste tipo está integrada no tema “Evolução da Doença”, com um total de 26 630 (Figura 22) reações. Destas, 20 mil foram “gosto”, 5,7 mil “adoro”, 262 “tristeza”, 194 “zangado”, 90 “surpresa” e 72 “sorriso”.

Figura 22 - Publicação do MS do Brasil com mais “gostos e outras interações” em março de 2020



Fonte: Facebook do Ministério de Saúde do Brasil

Por sua vez, no que respeita a janeiro de 2021, a publicação que juntou mais gostos e outras reações diz respeito ao tema “Vacinação”, com 17 613 reações (Figura 23), das quais 12 mil “gosto”, 3,5 mil “riso”, 1,1 mil “adoro”, 409 “zangado”, 129 “coragem”, 37 “surpresa” e 25 “tristeza.

Perante os valores apresentados, constata-se uma maior diversidade de reações no Brasil, eventualmente explicadas por um contexto político mais conturbado e menor consensualidade em torno das mensagens publicadas.

Figura 23 - Publicação com mais “gostos e outras interações” em janeiro de 2021



Fonte: Facebook do Ministério de Saúde do Brasil

Comentários

No período em análise, foram efetuados um total de 10 055 comentários nas publicações na rede social Facebook do MS de Portugal referentes à Covid-19, dos quais 6 785 em março de 2020 e 3270 em janeiro de 2021. Em março de 2020, a publicação que originou mais comentários por parte dos seguidores diz respeito ao tema “Evolução da Doença” (figura 24).

Figura 24 - Publicação do MS Portugal com maior número de comentários em março de 2020



Fonte: Facebook do SNS

Em janeiro de 2021, a publicação mais comentada pelos seguidores foi um *live* referente ao tema “Vacinação”. Fazendo uma análise transversal aos comentários em ambos os meses, percebe-se que são muitas as dúvidas colocadas sobre a evolução da doença no live que recebeu um maior volume de interações, numa fase em que a pandemia ainda era muito desconhecida, e da vacinação, sobretudo relacionadas com questões da organização. Ambos os períodos, foram muito relevantes no contexto da pandemia, daí a importância atribuída a estas publicações.

Figura 25 . Publicação do MS Portugal com maior número de comentários em janeiro de 2021



Fonte: Facebook do SNS

Por sua vez, no que respeita ao MS do Brasil, em março de 2020 foram feitos 80 436 comentários nas publicações relacionados com o tema Covid-19. Já em janeiro de 2021, foram 86 856. Assim, nos períodos em análise, registaram-se 167 292 comentários.

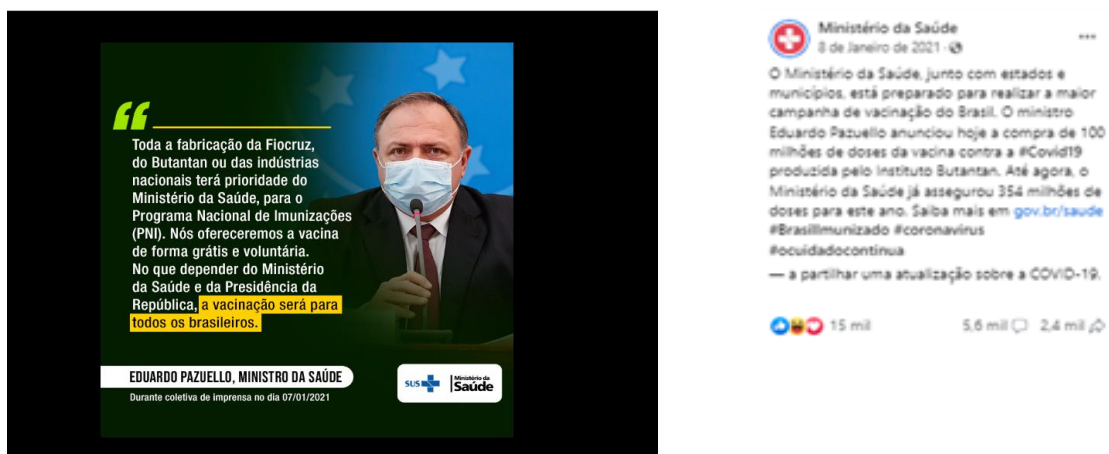
Figura 26 - Publicação com maior número de comentários em março de 2020



Fonte: Facebook do Ministério de Saúde do Brasil

Em março de 2020, a publicação que originou mais comentários está relacionada com o tema “evolução da doença”, com 14 177, assumindo o formato de direto (figura 26). Em janeiro de 2021, a publicação que gerou maior número de comentários foi publicada no dia 8 de janeiro, com 5 703 (figura 27), também sobre o tema “evolução da doença”.

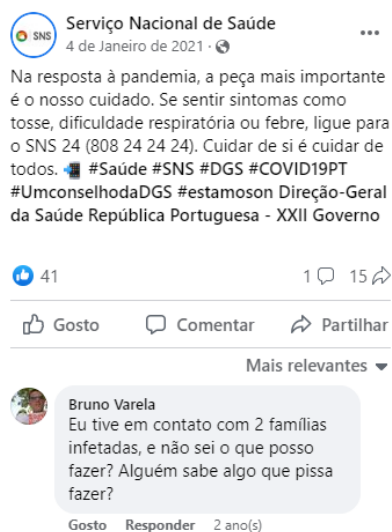
Figura 27 - Publicação com maior número de comentários em janeiro de 2021



Fonte: Facebook do Ministério de Saúde do Brasil

No que diz respeito a respostas, verificou-se que não é uma prática do Ministério da Saúde de Portugal a resposta aos comentários dos utilizadores, nem mesmo quando é colocada uma questão, conforme se pode confirmar na publicação abaixo.

Figura 28 – Exemplo de comentário não respondido pelo Ministério da Saúde de Portugal



Fonte: Facebook do Ministério de Saúde do Brasil

No caso do Brasil, existem diversas respostas aos comentários dos seguidores, embora não aconteça sempre. Veja-se o exemplo que se segue, em que o administrador da página responde a uma questão de forma educada, promovendo, simultaneamente, a literacia em saúde.

Figura 29 – Exemplo de resposta do Ministério da Saúde aos comentários dos seguidores



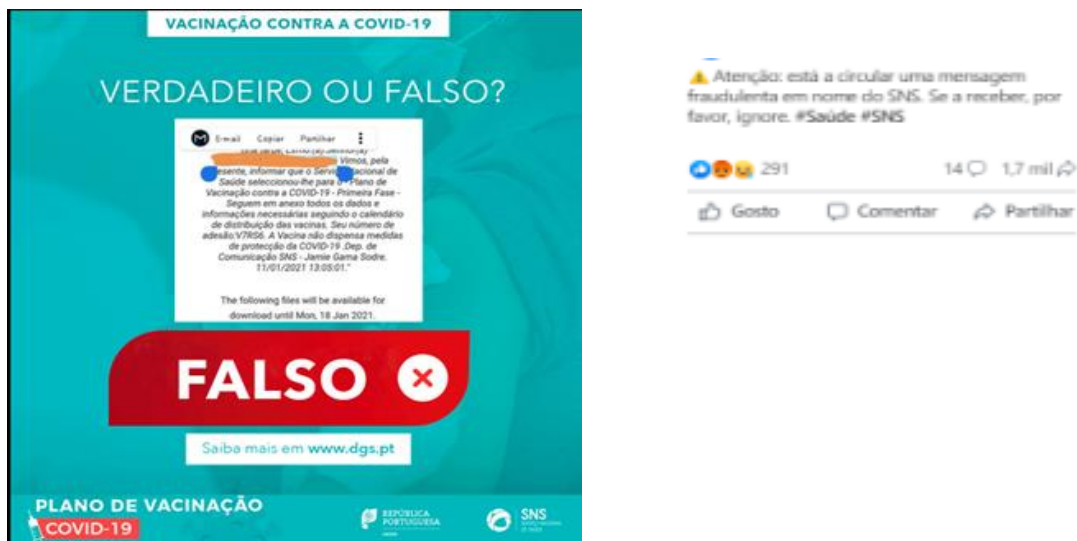
Fonte: Facebook do Ministério de Saúde do Brasil

A interação com os utilizadores é uma das boas práticas da gestão das redes sociais, contribuindo para aumentar o seu alcance. Por outro lado, a interação nas redes sociais é essencial para o sucesso de qualquer estratégia de marketing digital, na medida em que esta interatividade permite que utilizadores se envolvam com o conteúdo de uma forma mais pessoal e significativa, criando proximidade com a marca.

Partilhas

No período em análise, foram efetuadas 22 628 partilhas de conteúdos relacionados com a Covid-19 na página de Facebook do Ministério da Saúde de Portugal (12.689 em março de 2020 e 9 939 em janeiro de 2021). A publicação mais partilhada em março de 2020 diz respeito às “Medidas de Prevenção” (figura 30).

Figura 30 - Publicação com mais partilhas em março de 2020



Fonte: Facebook do SNS

Figura 31 - Publicação com mais partilhas em janeiro de 2021



Fonte: Facebook do SNS

Por sua vez, na página de Facebook do Ministério da Saúde do Brasil, em março de 2020 registaram-se 124 609 partilhas de publicações relacionadas com a Covid-19. Em janeiro de 2021 foram feitas 39 428 partilhas, o que perfaz um total de 164 037 partilhas.

A publicação que mereceu mais partilhas em março de 2020 incluiu-se na temática “esclarecimento de “dúvidas”, com 12 486 partilhas (figura 32).

Figura 32 - Publicação com mais partilhas em março de 2020

CORONAVÍRUS COVID-19

Atenção, profissionais de saúde!

Você, que é **médico** ou **enfermeiro** e trabalha em um **posto de saúde** ou faz parte de uma **equipe de saúde da família**,

LIGUE: 0800 644 6543 E RECEBA **CONSULTORIA CLÍNICA GRATUITA** SOBRE O CORONAVÍRUS.
De segunda a sexta, das 8h às 17h30.

Saiba mais em saude.gov.br/coronavirus

DISQUE SAÚDE 136

SUS Ministério da Saúde GOVERNO FEDERAL

Ministério da Saúde
26 de Março de 2020

Consultoria gratuita sobre #Coronavírus. Médicos e enfermeiros da Atenção Primária e da Estratégia Saúde da Família podem tirar dúvidas sobre o #Coronavírus por um canal de atendimento exclusivo. É só ligar.
Telefone: 0800 644 6543
De segunda a sexta, das 8h às 17h30.

40 mil 1,8 mil 12 mil

Fonte: Facebook do Ministério de Saúde do Brasil

Já em janeiro de 2021, a publicação mais partilhada pertenceu à categoria “Vacinação”, com 4 120 partilhas (figura 33).

Figura 33 - Publicação com mais partilhas em janeiro de 2021

“
Asseguro que **todos os estados e municípios** receberão a vacina contra a Covid-19 de forma simultânea, igualitária e proporcional à sua população.
A vacina será gratuita e não obrigatória.

EDUARDO PAZUELLO, MINISTRO DA SAÚDE
Em pronunciamento em rede nacional no dia 06/01/2021

SUS Ministério da Saúde

Ministério da Saúde
7 de Janeiro de 2021

O Brasil já tem garantido vacinas e seringas para começar a vacinação contra Covid-19 neste mês de janeiro. Em pronunciamento em rede nacional, o ministro da Saúde, Eduardo Pazuello, disse que o Brasil tem hoje 354 milhões de doses de vacinas asseguradas, para 2021, e negocia mais doses. Para começar a vacinação, estados e municípios têm cerca 60 milhões de seringas e agulhas em estoque. E o Ministério da Saúde já garantiu mais 38 milhões de unidades do insumo para fortalecer... Ver mais

— a partilhar uma atualização sobre a COVID-19.

20 mil 5,3 mil 4,1 mil

Fonte: Facebook do Ministério de Saúde do Brasil

Visualizações

Os conteúdos em formato vídeo ou direto partilhados na página de Facebook do Ministério da Saúde de Portugal em março de 2020 relativos à Covid-19 somaram um total de 2 757 500 visualizações, enquanto em janeiro de 2021 reuniram 52 000 visualizações (2 809 500 no total), o que reflete a redução drástica do número de diretos e vídeos.

Já no que respeita ao Ministério da Saúde do Brasil, no período em análise, os vídeos e diretos partilhados valeram um total de 9 678 000 visualizações. A publicação com maior número de visualizações insere-se na temática “Combate contra a doença” (figura 34).

Figura 34 A publicação com maior número de visualizações



Fonte: Facebook do Ministério de Saúde do Brasil

CONCLUSÕES

Tendo presentes os objetivos da investigação e consideradas as opções teóricas e metodológicas, podemos sistematizar algumas conclusões.

Analisando as publicações do Facebook dos MS de Portugal e do Brasil percebemos que, em ambos os casos, desde que foi decretada a pandemia, foi notória a preocupação em incluir a temática da Covid-19 nas publicações feitas por cada um dos organismos. Quer o MS de Portugal, quer o MS do Brasil efetuaram publicações diárias sobre o tema.

Quanto às temáticas versadas nas publicações, curiosamente, a maior parte foi transversal quer ao MS do Brasil, quer ao MS de Portugal, inserindo-se nos temas “Combate contra a Doença”, “Medidas de Prevenção”, “Evolução da Doença”, “Vacinação”, “Esclarecimento de Dúvidas” e “Diretrizes”.

No início da pandemia, fica clara a aposta do MS de Portugal em conteúdos relacionados com as medidas de prevenção. O mesmo se verifica em janeiro de 2021, ou seja, cerca de um ano depois é evidente a preocupação deste organismo na aposta na literacia em saúde nesta área. Curiosamente, no que respeita ao MS do Brasil, a evolução da doença (em março de 2020) e o combate contra a doença (janeiro de 2021) foram objeto de um maior número de publicações do que as medidas de prevenção, o que, analisando os conteúdos partilhados, pode demonstrar uma maior preocupação deste organismo em mostrar as ações que levou a cabo para combater a doença do que realizar publicações relacionadas com as medidas de prevenção contra a doença, o que poderá estar relacionado com o ambiente de instabilidade política que se verificou durante a pandemia.

No que respeita à frequência diária das publicações, há uma clara aposta do MS de Portugal no aumento do número de publicações, tendo a média diária mais do que duplicado (de 2,2 em março de 2020 para 4,8 em janeiro de 2021). Por sua vez, o MS do Brasil não teve uma alteração significativa no número de publicações diárias (2,06 em março de 2020 e 2,19 em janeiro de 2021), o que no caso de Portugal revela uma maior proatividade face a um período complicado da pandemia.

É de salientar ainda que quer o MS de Portugal como o do Brasil apostaram na partilha de conteúdos em diferentes formatos e nas suas páginas de Facebook, como é o caso de diretos sobre a evolução da doença, esclarecendo a população sobre a doença e principais objetivos, com o objetivo de preparar as pessoas para a necessidade da mudança de recomendações face ao aparecimento de novas evidências. Destaca-se, ainda, o recurso à partilha de conteúdos nos formatos “apresentação”, “vídeo” e “imagem gráfica”, que explicam o vírus, a sua transmissão e as medidas de prevenção. No início da pandemia, ambos os organismos apostaram no formato direto para atualizações sobre a pandemia, mas em janeiro o formato direto deixou de ser utilizado para o efeito. Quer em Portugal, quer no Brasil, o formato “imagem” foi o mais utilizado.

Quanto ao envolvimento, é de notar que, no caso do MS de Portugal, a publicação que em março de 2020 gerou um maior número de gostos e outras reações diz respeito ao tema “Combate contra a doença”, o que também aconteceu em janeiro de 2021, período marcado pelo elevado número de casos positivos mundialmente. Também no caso do MS do Brasil as publicações que juntaram um maior número de gostos e outras reações em março de 2020 e janeiro de 2021 diziam respeito ao tema “Combate contra a doença”, o que pode evidenciar um maior interesse da população sobre as medidas que os organismos máximos da saúde em cada país estavam a desenvolver para combater a pandemia comparativamente aos temas mais relacionados com a prevenção da doença. As publicações destes organismos divergem sobretudo na abordagem, sendo que enquanto o foco de Portugal é a dedicação dos profissionais, o enfoque do Brasil é o investimento do Governo.

Ainda no campo do envolvimento, relativamente às partilhas, em março de 2020 a publicação mais partilhada pelo MS de Portugal foi referente ao tema “Medidas de prevenção”, enquanto em janeiro de 2021 foi relativa à temática “Esclarecimento de dúvidas”, o que demonstra o interesse do público relativamente a temas mais relacionados com a literacia em saúde. No que se refere ao MS do Brasil, por sua vez, a publicação mais partilhada em março de 2020 incluiu-se na temática “Esclarecimento de Dúvidas”. Esta temática mereceu uma maior atenção por parte do Brasil. Em Portugal, em março de 2020 não se registaram publicações relacionadas com o tema e em janeiro de 2021 o tema deu origem a 4,7% do total das publicações. No Brasil, a

mesma temática mereceu 14,1% do total de publicações e 11,8% em março de 2020. Estes dados podem evidenciar a necessidade da população por este tipo de informação que tem como fim o esclarecimento de questões relacionadas com a Covid-19, o que se pode dever ao contexto de instabilidade política. Por sua vez, em janeiro de 2021 a publicação mais partilhada integra-se no tema “Vacinação”, o que é revelador do interesse da população por esta temática numa altura em que teve início a vacinação em Portugal e no Brasil e em que se levantavam muitas dúvidas relativamente à sua eficácia.

Tendo por base o modelo de Nutbeam, é evidente que ambos os organismos desenvolveram ações de promoção da saúde, incluindo a divulgação de materiais e conteúdos informativos com recurso a formatos que visavam uma maior interação, que resultam em literacia em saúde, ou seja, na obtenção de conhecimentos e competências que promovem a saúde, percebendo-se entre o início da pandemia (março 2020) e março de 2021 uma tendência crescente do MS de Portugal. De acordo com o autor, estes *outcomes* diretos da promoção da saúde podem contribuir para resultados intermédios de saúde, como comportamentos e estilos de vida mais saudáveis, melhores serviços de saúde e ambientes que promovam a saúde. (Nutbeam, 2000)

Conforme mencionado neste trabalho e escrito no Plano de Contingência Nacional do Setor da Saúde para a Pandemia de Gripe (2007), uma das bases do sucesso de um Plano de Comunicação, enquanto contributo para a gestão do risco em situação de ameaça e em situação de crise, é a construção de um modelo proativo, evitando uma comunicação “meramente informativa e reativa”. Ora, quer o Facebook do MS do Brasil como o de Portugal demonstram um modelo proativo, em que diariamente são divulgados conteúdos diferentes, que recorrem a conteúdos consistentes, verificando-se, no entanto, uma maior maturidade gráfica na página do MS Portugal que pode resultar num reforço positivo da marca.

Em suma, podemos concluir que durante a pandemia de Covid-19, as redes sociais dos ministérios da Saúde de Portugal e Brasil, em particular o Facebook, desempenharam um papel significativo na disseminação de informações e na comunicação de saúde. Quer o MS de Portugal, quer o MS do Brasil utilizaram o Facebook como uma plataforma importante para partilhar atualizações, orientações e medidas de prevenção relacionadas com a Covid-19.

Através das páginas de Facebook de ambos organismos foram divulgadas informações confiáveis sobre a Covid-19, que incluíram atualizações sobre o número de casos, medidas de prevenção, diretrizes para testagem e vacinação, entre outras informações relevantes. A literacia em saúde fomentada pela partilha destes conteúdos foi essencial para ajudar a população a distinguir essas informações oficiais de outras fontes potencialmente duvidosas ou desinformadas.

Com o lançamento das vacinas contra a Covid-19, ambos os MS, mas em particular o de Portugal, por meio de suas redes sociais, incluindo o Facebook, divulgaram informações sobre o processo de vacinação. Isso incluiu a divulgação de grupos prioritários, agendamento de vacinas e esclarecimento de dúvidas sobre a eficácia e segurança das vacinas. A literacia em saúde foi importante para que as pessoas entendessem os benefícios da vacinação e tomassem decisões informadas sobre sua saúde.

Face aos dados recolhidos, observou-se que ambos os organismos seguiram os princípios do Modelo Estrutura de Comunicação de Risco e de Crise criado em 2005 pela OMS, sobretudo aquele que diz respeito ao uso de uma “linguagem clara e concisa”, facilitando a compreensão por parte da população (OMS, 2018).

As transmissões em direto no Facebook no início da pandemia forneceram atualizações sobre a Covid-19 e permitiram a responder a perguntas do público. Essas transmissões envolveram especialistas em saúde e autoridades governamentais, proporcionando uma oportunidade para esclarecer dúvidas, fornecer informações atualizadas e promover a transparência na comunicação.

Essas estratégias de comunicação no Facebook foram fundamentais para fornecer informações atualizadas, orientações e consciencialização à população, ajudando a combater a disseminação da doença e promover comportamentos saudáveis.

Em conclusão, pode aferir-se que ambos os ministérios apostaram em diferentes estratégias de comunicação de modo a fomentar a literacia em saúde, verificando-se, no caso do MS de Portugal, uma intensificação no número de publicações.

Quanto a melhorias, de salientar a importância de os Ministérios da Saúde apostarem mais na interatividade em relação aos seguidores, tendo em conta a fraca interatividade existente em ambas as páginas, mais notória no caso do Ministério da Saúde de

Portugal, uma vez que em caso algum dá resposta aos comentários dos utilizadores do Facebook e também não interage com os gostos e outras interações, ao contrário do Ministério da Saúde do Brasil, que reage e responde a parte dos comentários. Estes resultados são relevantes, na medida em que evidenciam uma não completa exploração das possibilidades do digital ao serviço da comunicação em saúde. As páginas destas instituições são sobretudo utilizadas para partilha de informação, sendo negligenciado o seu potencial de interatividade e discussão informada. Neste contexto, assinala-se também uma interação por parte do público bastante reduzida, face ao universo de seguidores das páginas.

Relativamente às limitações do estudo, salienta-se que embora seja possível aferir que os conteúdos partilhados tiveram uma boa aceitação por parte da população, comprovada pelo envolvimento dos seguidores das páginas, não é clara a opinião dos seguidores relativamente aos conteúdos e ao seu contributo na literacia em saúde na área da Covid-19, podendo ser uma vertente a explorar no futuro, por exemplo, através da aplicação de inquéritos.

BIBLIOGRAFIA

Ahern, J. e Lewis, L. (2018). *The impact of social media on public health*. Media, Culture & Society, 40(1), 119-136.

Amaral, L. (2020). *Buscas por Notícias Durante a Pandemia de COVID-19: Uma abordagem infodemiológica a partir de dados do Google Trends* (Projeto de Mestrado). Porto: Universidade do Porto.

American Medical Association. Council of Scientific Affairs. *Ad Hoc Committee on Health Literacy. Health literacy: report of the Council of Scientific Affairs*. JAMA. 1999;281(6):256-7.

Asano, E. (2017). *How much time do people spend on social media?* Consultado a 3 de janeiro de 2023. Disponível em <https://www.socialmediatoday.com/marketing/how-much-time-do-people-spend-social-media-infographic> .

Assembleia da República. Estado de emergência. Consultado a 28 de abril de 2022. Disponível em: <https://www.parlamento.pt/Paginas/covid19/estado-de-emergencia.aspx>.

Bardin. L. (1977). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.

Berger, Jonah A. (2015). *Word of mouth in interpersonal communication*. In *The Cambridge handbook of consumer Psychology*. Ed. Michael Norton, Derek D. Rucker, Cait Lamberton. New York: Cambridge University, 2015, p. 368-397. Consultado em 2 de novembro de 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1017/CBO9781107706552.014>.

Berry, D. (2007). *Health communication: theory and practice*. Londres: McGraw-Hill Education.

Brandão C.C, Mendonça A.V.M, Sousa M.F (2022). O Ministério da Saúde e a gestão do enfrentamento à pandemia de Covid-19 no Brasil. *Saúde Em Debate*, 47(137 abr-jun), 58–75. Disponível em <https://www.saudeemdebate.org.br/sed/article/view/7096>.

Cangussú, L. R.; Barros, I. R. P.; Lima, C. A.; Sampaio Filho, J. D. R.; Lopes, M. R. (2020). *Covid-19 and health literacy: the yell of a silent epidemic amidst the pandemic..*

Cardoso, G., Costa, C., Cunha, M. P., & Pereira, M. (2015). *A Internet e o Consumo de Notícias em Portugal 2015*. OberCom.

CNN Brasil (2020). “*Não sou covheiro*”, diz Bolsonaro ao ser questionado por mortes por Covid-19. Consultado a 3 de janeiro de 2023. Disponível em <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/nao-sou-coveiro-diz-bolsonaro-ao-ser-questionado-por-mortes-por-covid-19/> .

Combs, W.T. (2012). *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding*. USA: Sage Publications.

Cotrim Junior, D. F. & Cabral, L. M. da S. (2020). *Crescimento dos leitos de UTI no país durante a pandemia de Covid-19: desigualdades entre o público x privado e iniquidades regionais*. Physis, Rio de Janeiro, v. 30, n. 3, 2020. Consultado a 4 de janeiro 2023. Disponível em <https://www.scielo.br/j/physis/a/JjDgLZrckLz6LWQb5MKNGTB/?lang=pt> .

DGS (2018). Plano de Ação para a literacia em Saúde 2019-2021. Lisboa, Portugal. Consultado Disponível em <https://www.dgs.pt/documentos-e-publicacoes/plano-de-acao-para-a-literacia-em-saude-2019-2021-pdf.aspx>

DGS. (2019). *Plano de ação para a literacia em saúde Portugal 2019-2021*. Consultado a 26 de abril de 2022. Disponível em <https://www.dgs.pt/em-destaque/programa-nacional-de-educacao-para-a-saude-literacia-e-autocuidados.aspx> .

DGS. (2020) *Princípios orientadores para comunicação de risco e crise baseados na perceção de risco – Doença Respiratória Aguda por 2019-nCoV2*. Consultado a 28 de abril de 2022. Disponível em <https://fch.lisboa.ucp.pt/pt-pt/asset/10276/file> .

Duarte R., Lopes. L., Alves F., Aguiar A., Monteiro H., Pinto. M., Felgueiras O. (2022). *Covid-19 em Portugal: a Estratégia*. Consultado a 15-12-2023, disponível em <https://ebooks.uminho.pt/index.php/uminho/catalog/book/71>.

Espanha, R. (2009). *Saúde e comunicação numa sociedade em rede*. Lisboa: Monitor.

Espanha, R. & Ávila, P. (2016). *Health literacy survey Portugal: A contribution for the knowledge on health and communications*. *Procedia Computer Science*, 100, 1033-1041. Consultado a 29 de outubro de 2021. Disponível em <https://ciencia.iscte-iul.pt/publications/health-literacy-survey-portugal-a-contribution-for-the-knowledge-on-health-and-communications/30151> .

European Commission. *Together for health: A strategic approach for the EU 2008-2013* (2007). Brussels: European Commission.

Faustino, P. (2019). *Marketing Digital na prática*. Marcador.

Gamhewage, Gaya. *An introduction to risk communication*. 2020. *World Health Organization*. Consultado a 3 de janeiro de 2023. Disponível em: <https://www.who.int/publications/i/item/an-introduction-to-risk-communication> .

Gil, P.G.; Matos, H (2012). *Quem é o cidadão na comunicação pública?* In: Matos, H.(org.). *Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas*. São Paulo: ECA/USP. p. 89-106. Consultado a 2 de janeiro de 2023. Disponível em <https://www.eca.usp.br/acervo/producao-academica/002436484.pdf> .

Glik, D. C. (2007). *Risk Communication for Public Health Emergencies*. *Annual Review of Public Health*. Consultado a 2 de novembro de 2021. Disponível em <https://doi.org/10.1146/annurev.publhealth.28.021406.144123> .

Godoy, Arilda Schmidt. (1995). *Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades*. *Revista de Administração de Empresas*. p. 57-63.

HLS-EU Consortium (2012). *Comparative report on health literacy in eight EU member states: The European Health Literacy Project 2009–2012*. Maastricht. Consultado a 1 de novembro de 2021. Disponível em <https://www.healthliteracyeurope.net/> .

Lévy, Pierre. (1998) *A Revolução contemporânea em matéria de comunicação*. In: *Revista Famecos*, n.º 9. Porto Alegre.

Lima, D., Massuchin M., Sousa N., Sousa S. (2018). *Comunicação digital e eleições: um estudo da campanha para a Prefeitura de Imperatriz*. Disponível em <https://doi.org/10.4013/fem.2018.201.03> .

Lindlof, T. R., & Taylor, B. C. (2011). *Qualitative Communication Research Methods* (3.^a ed.). Sage Publications.

Levin-Zamir, D. & Bertsch, I. (2018). *Media health literacy, ehealth literacy, and the role of the social environment in context*. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15, 1643. <https://doi.org/10.3390/ijerph15081643>.

Lobão, L. (2019). *Os Portugueses e as Redes Sociais*. Lisboa. Edições Almedina.

Marktest (2019). *Os Portugueses e as redes sociais: 2019*. Lisboa. Consultado a 3 de novembro de 2022. Disponível em https://www.marktest.com/wap/private/images/Logos/Folheto_Portugueses_Redets_Sociais_2019.pdf

Mendonça AV. *O processo de comunicação e a criação de conteúdos gerenciais nos serviços de atenção à saúde*. In: Cunha FJ, Lázaro CP, Pereira HB, organizadores. *Conhecimento, inovação e comunicação em serviços de saúde*. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz; 2014. p. 67-80.

Mesquita, K., Ruão, T., & Andrade, J. (2020). *Pandemia da COVID-19, Comunicação e Relacionamento: Uma análise das Mídias sociais na Universidade do Minho*. Consultado a 10 de dezembro de 2022. Disponível em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/68417> .

Ministério da Saúde (2015). *Plano Nacional de Saúde 2011-2016, revisão e extensão a 2020*.

Ministério da Saúde - Brasil (2021). <https://www.gov.br/saude/pt-br> .

Norman, C. D. & Skinner, H. A. (2006a). *eHEALS: The e-health literacy scale*. *Journal of Medical Internet Research*, 8(4), e2. <https://www.jmir.org/2006/4/e27/> .

Norman, C. D. & Skinner, H. A. (2006b). *eHealth Literacy: Essential skills for consumer health in a networked world*. Journal of Medical Internet Research, 8, e9. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/16867972/> .

Nutbeam, D. (1996). *Health outcomes and health promotion - defining success in health promotion*. Health Promotion Journal of Australia, 6(2), 58–60. <https://search.informit.org/doi/10.3316/ielapa.461265871300896>.

Nutbeam, D. (2000). *Health literacy as a public health goal: a challenge for contemporary health education and communication strategies into the 21st century*. Health Promotion International, 15(3), p. 259–267.

Observador (2020). *A comunicação de risco em saúde pública pode ser o Manual das Más Práticas*. Consultado a 20 de junho de 2022. Disponível em <https://observador.pt/opiniao/a-comunicacao-de-risco-em-saude-publica-portugal-pode-ser-o-manual-das-mas-praticas/>.

Patella, A. P. D. (2020). *Saúde pública no Brasil: direito x realidade* [online]. Belo Horizonte: IE-PREV, 2020. Disponível em <http://repositorio.furg.br/handle/1/8980> .

Pardal, L.; Correia, E. (1995). *Métodos e Técnicas de Investigação Social*. Porto: Areal.

Plano de Contingência Nacional do Setor da Saúde para a Gripe (2007). Consultado a 28 de outubro de 2021. Disponível em <https://www.dgs.pt/documentos-e-publicacoes/plano-de-contingencia-nacional-do-sector-da-saude-para-a-pandemia-de-gripe-pdf.aspx>.

Prior, H. (2020). *Comunicación pública de riesgo en tiempos de pandemia: Las respuestas de Portugal a la COVID-19*. Más Poder Local. Consultado a 28 de outubro de 2021. Disponível em <http://maspoderlocal.es/files/articulos/portugal-comunicacion-publica-covid-19-mpl41.pdf> .

Teixeira, J. (2004). *Comunicação em saúde: relação técnicos de saúde - utentes*. Análise Psicológica, 22, 615-620.

Thomas, R. E. (2006). *Health communication: A model for understanding and designing communication interventions*. Routledge.

Revez, J. (2022). Redes sociais e desinformação na saúde: O caso do Facebook. Revista EDICIC, 2(3), 1–21.

Rez, R. (2016). *Marketing de conteúdo*. Marcador.

Rothberg, Danilo. Por uma agenda de pesquisa em democracia eletrônica. In: Opinião Pública, Campinas, vol. 14, nº 1, junho, 2008, p.149-172. Consultado a 2 de novembro de 2022. Disponível em <https://doi.org/10.1590/S0104-62762008000100006>.

Sábado (2020). *Marcelo declara estado de emergência e uma verdadeira guerra*. Consultado a 1 de novembro. Disponível em <https://www.sabado.pt/portugal/detalhe/marcelo-declara-o-estado-de-emergencia-e-uma-verdadeira-guerra>.

Schreier, M. (2012). *Qualitative Content Analysis in Practice*. London: SAGE Publications Ltd.

Sena, K. (2016). *Redes Sociais e Comunicação Pública na Sociedade Digital – Intersecções possíveis para democratização da informação*. 7.º Congresso Internacional de Ciberjornalismo. Anais [...]. Campo Grande: Universidade Federal de Mato Grosso do Sul.

Shaw, R. J., & Johnson, C. M. (2011). *Undergraduates' Use of Social Media for Health Information*. *Gold*, 12(1), 13-21.

Sentell, T., Vamos, S., & Okan, O. (2020). Interdisciplinary perspectives on health literacy research around the world: More important than ever in a time of COVID-19. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(9), 3010. Consultado a 27 de outubro de 2021. Disponível em <https://doi.org/10.3390/ijerph17093010>.

Serviço Nacional de Saúde. (2020). *Renovação do Estado de Emergência*. Consultado a 29 de abril de 2022. Disponível em <https://www.sns.gov.pt/noticias/2020/11/24/renovacao%20do-estado-de-emergencia/>.

Serviço Nacional de Saúde (2021). Consultado em 29 de abril de 2022. Disponível em <https://www.sns.gov.pt/institucional/ministerio-da-saude/>.

Schiavo, Renata (2007). *Health Communication – from theory to practise*, San Francisco, CA: Jossey-Bass.

Simonds SK (1974). *Health Education as Social Policy*. Health Education Monographs. Consultado a 28 de outubro de 2021. Disponível em <http://doi:10.1177/10901981740020S102> .

Soper GA (1919). *The lesson of the pandemic*. *Science*. Consultado a 28 de outubro de 2021. Disponível em <https://science.sciencemag.org/content/49/1274/501> .

Stake, R. E. (2006). *Multiple case study analysis*. New York: The Guilford. Stake, R. E.

Stachtchenko, S., & Jenicek, M. (1990). Conceptual differences between prevention and health promotion: research implications for community health programs. *Canadian journal of public health = Revue canadienne de sante publique*, 81(1), p. 53–59.

Teixeira, J.A.C (2004). *Comunicação em saúde: relação de técnicos de saúde-utentes*. *Análise Psicológica* 22 (3), 615-620. Consultado a 18 de dezembro de 2022. Disponível em <https://repositorio.ispa.pt/bitstream/10400.12/229/1/AP%2022%283%29%20615-620.pdf>.

Van den Broucke, S. (2020). *Why health promotion matters to the COVID-19 pandemic, and vice versa* (Editorial). *Health Promotion International*, 35(2), 181–186. Consultado a 3 de novembro de 2021. Disponível em <https://doi.org/10.1093/heapro/daaa042> .

We Are Social e Hootsuite. (2021). *Digital 2021*. Consultado a 20 de agosto de 2023. Disponível em <https://wearesocial.com/digital-2021/>.

Woolley, P., & Peterson, M. (2012). *Efficacy of a health-related facebook social network site on health-seeking behaviors*. *Social Marketing Quarterly*, 18(1), 29-39. Consultado a 3 de novembro de 2022. Disponível em <https://doi.org/10.1177/1524500411435481> .

World Health Organization [WHO]. (2009). *Health Literacy and Health Promotion*”. *Em 7th Global Conference on Health Promotion, Promoting Health and Development:*

Closing the Implementation Gap, Nairobi, Kenya, 26-30 October 2009. Disponível em http://www.who.int/healthpromotion/conferences/7gchp/Track1_Inner.pdf.

World Health Organization [WHO]. (2018). *Comunicação de riscos em emergências de saúde pública - Um guia da OMS para políticas e práticas em comunicação de risco de emergência*. Genebra: Organização Mundial da Saúde.

ANEXOS

ANEXO 1 - PUBLICAÇÕES RELACIONADAS COM A COVID-19 NO FACEBOOK SNS - MARÇO 2020

Publicações relacionadas com a covid-19 no Facebook SNS - março 2020									
N.º P	Data	Formato	Tema	N.º gostos e	N.º visual	N.º pa	N.º Co	Hashtags	Link Post
1	01 - 03 - 20 23	Image m	Medi das de preve nção	76	NA	64	0	#Saúde #SNS #UmconselhodaDGS #Coronavírus Direção-Geral da Saúde	https://www.facebook.com/sns.gov.pt/posts/pfbid02vNS4bGpHBct4Yxm4EZ7MAfybJgLv9tkKea4J1QKFSUZo26fLzHYJr5YxGKb2Mal

2	03-03	Vídeo	Medidas de	654	5700	18	#Saúde #SNS	https://www.facebook.com/watch/?v=634489537326265	
3	04-03	Vídeo	Medidas de	405	2400	13	#Saúde #SNS #COVID19 #NovoCoronavírus	https://www.facebook.com/watch/?v=649090162508155	
4	05-03	Vídeo	Medidas de	412	3500	29	#Saúde #SNS #COVID19 #NovoCoronavírus Direção-Geral da Saúde	https://www.facebook.com/watch/?v=197100674899945	
5	06-03-2023	Image m	Medidas de prevenção	250	NA	314	0	#Saúde #SNS #COVID19 #NovoCoronavírus Direção-Geral da Saúde	https://www.facebook.com/photo/?fbid=821895224988199&set=a.275005196343874
6	07-03-2023	Image m	Medidas de prevenção	250	NA	314	0	#Saúde #SNS #COVID19 #NovoCoronavírus Direção-Geral da Saúde	https://www.facebook.com/photo/?fbid=822559134921808&set=a.275005196343874
7	08-03-2023	Apresentação	Medidas de prevenção	882		2500	61	#DGS #UmconselhodaDGS #COVID19 Direção-Geral da Saúde	https://www.facebook.com/sns.gov.pt/posts/pfbid029u7E5Rr37LXjkrWPucSQjisy6wMiVS9W9DeaktomettCfcr399dzT3agchGi7nwjRI
8	09-03	Apresentação	Medidas de	364		696	14	#Saúde #SNS #UmconselhodaDGS #COVID19 Direção-Geral da Saúde	https://www.facebook.com/sns.gov.pt/posts/pfbid02mSEKkNxaEDng3SW3b2o8WqdZMdpTJriSzTM9n829X3vtkKStvqX6Z5PgxA11UpVvl
9	09-03	Apresentação	Medidas de	301	NA	889	3	#Saúde #SNS #UmconselhodaDGS #COVID19 Direção-Geral da Saúde	https://www.facebook.com/sns.gov.pt/posts/pfbid02RQnFd1MR21YJ3ax4swZ7Qa1whxT3qg1eRZmZVBVhWbF6cDX8Ytwpu1HyUgZ4jmul
10	09-03	Live	Evolução da	587	4000		144	#DSG#Saúde#SNS	facebook.com/sns.gov.pt/videos/215111442881059

11	10-03	Image m	Medidas de	574	NA	688	19	#Saúde #SNS #UmConselhodaDGS #COVID19 Direção-Geral da Saúde	https://www.facebook.com/photo/?fbid=824928248018230&set=a.275005196343874
12	10-03	Live	Evolução da	683		5100	235	#DSG#Saúde#SNS	facebook.com/sns.gov.pt/videos/521077905456490
13	11-03	Live	Evolução da	1600		20200	1600	#DSG#Saúde#SNS	facebook.com/sns.gov.pt/videos/645225889612239
14	11-03-2023	Image m	Medidas de prevenção	367	NA	282	11	#Saúde #SNS #UmconselhodaDGS #COVID19 Direção-Geral da Saúde	https://www.facebook.com/photo/?fbid=825432467967808&set=a.275005196343874
15	11-03-2023	Image m	Medidas de prevenção	178	NA	270	8	#Saúde #SNS #UmconselhodaDGS #COVID19 Direção-Geral da Saúde	https://www.facebook.com/photo/?fbid=825652681279120&set=a.275005196343874
16	12-03	Live	Evolução da	420		39300	442	#DSG#Saúde#SNS	facebook.com/sns.gov.pt/videos/826549094492059
17	13-03-2023	Apresentação	Medidas de prevenção	248	NA	251	5	#Saúde #SNS #UmconselhodaDGS #COVID19 Direção-Geral da Saúde	https://www.facebook.com/sns.gov.pt/posts/pfbid0cECEjnmtevUfw5EUjuieBST43NLVypb5HkuqW5Nf9dPVtb6osBBAgvXj65m9Syl
18	14-03-2023	Texto	Diretrizes	286		205	23	#Saúde #SNS #RepúblicaPortuguesa #COVID19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=827595964418125&set=a.275005196343874
19	14-	Apresentação.	Medidas	186	NA	265	6	#Saúde #SNS #UmconselhodaDGS #COVID19	https://www.facebook.com/sns.gov.pt/posts/pfbid021Zk9Df2dzCn5iMvVpYcyU3LCUTGteGQENWrxqu7fpbiUYfwqxqFqQKWNF7TG4m6Abl

	03-2023		de prevenção						
20	14-03	Image m	Diretrizes	56	NA	10	9	#Saúde #SNS #RepúblicaPortuguesa #COVID19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=827740771070311&set=a.275005196343874
21	15-03	Image m	Medidas de	838	NA	723	34	#Saúde #SNS #UmconselhodaDGS #COVID19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=828937500950638&set=a.275005196343874
22	15-03	Live	Evolução da	916	NA	NA	771	#DSG#Saúde#SNS	https://www.facebook.com/watch/live/?ref=watch_permalink&v=230909031646420
23	16-03	Live	Evolução da	409	NA	NA	241	#DSG#Saúde#SNS	https://www.facebook.com/watch/live/?ref=watch_permalink&v=566938410846000
24	16-03-2023	Image m	Medidas de Prevenção	171	NA	90	5	#Saúde #SNS #UmconselhodaDGS #COVID19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=829190444258677&set=a.275005196343874
25	17-03	Live	Evolução da	224	NA	NA	97	#DSG#Saúde#SNS	https://www.facebook.com/watch/live/?ref=watch_permalink&v=645356156241690
26	17-03	Image m	Medidas de	840	NA	635	42	#Saúde #SNS #UmconselhodaDGS #COVID19 #Fiqueemcasa #Sejaumagentedesádepública	https://www.facebook.com/photo/?fbid=829630470881341&set=a.275005196343874
27	17-03	Image m	Medidas de	221	NA	48	35	#Saúde #SNS #UmconselhodaDGS #COVID19 #Fiqueemcasa #Sejaumagentedesádepública	https://www.facebook.com/photo/?fbid=829698554207866&set=a.275005196343874
28	18-03	Apresentação	Medidas de	115	NA	118	0	#Saúde #SNS #UmConselhodaDGS #COVID19	https://www.facebook.com/sns.gov.pt/posts/pfbid08eGQehydAJiiVdvv3Xci7nPTib7MpcCpLp4NwACsQPntrTTBwk6wLTaHSM2h6RRJl

29	18-03	Vídeo	Medidas de	74	3700	NA	NA	#Saúde #SNS #UmConselhodaDGS #COVID19 #LigaFutebol	https://www.facebook.com/watch/?ref=watch_permalink&v=153749099152310
30	19-03-2023	Image m	Medidas de prevenção	102	NA	65	4	#Saúde #SNS	https://www.facebook.com/photo/?fbid=831115097399545&set=a.275005196343874
31	19-03	Image m	Medidas de	106	NA	76	8	#Saúde #SNS #COVID19	https://www.facebook.com/watch/?ref=watch_permalink&v=153749099152310
32	19-03	Live	Evolução da	258	92000	NA	96	#DSG#Saúde#SNS	https://www.facebook.com/watch/live/?ref=watch_permalink&v=222577802192744
33	19-03	Apresentação	Medidas de	126	NA	103	5	#Saúde #SNS #UmconselhodaDGS #COVID19	https://www.facebook.com/sns.gov.pt/posts/pfbid0ssQM8b4qad4C8Vj9pCE5iC8QU3SCXxhoUsMqyUpGzcJF1Cerjhh3Fes9cfsDhCadl
34	20-03	Live	Evolução da	178	98000	NA	125	#DSG#Saúde#SNS	https://www.facebook.com/watch/live/?ref=watch_permalink&v=203305127613271
35	20-03	Apresentação	Medidas de	161	NA	165	1	#Saúde #SNS #UmconselhodaDGS #COVID19	https://www.facebook.com/sns.gov.pt/posts/pfbid0oxaF3eUwMiC6p3Xsy71TEupLrBZLXtNGtuGHDy44YJ7Rxe4dm6rXPBBagaDvCXCl
36	21-03-2023	Vídeo	Medidas de prevenção	206	10000	NA	8	#Saúde #SNS #UmconselhodaDGS #COVID19	https://www.facebook.com/watch/?ref=watch_permalink&v=293147421668416
37	21-03	Live	Evolução da	178	11400	NA	125	#DSG#Saúde#SNS	https://www.facebook.com/watch/live/?ref=watch_permalink&v=1284276675096968
38	21-03	Apresentação	Medidas de	149	NA	126	6	#Saúde #SNS #UmconselhodaDGS #COVID19	https://www.facebook.com/sns.gov.pt/posts/pfbid0URxNYVBPzpeWH1tvH3pU8bUJtcoNeNiHuJoVinNyaJDSfXRQsmuTGCJgWkB7oWPI

39	22-03	Image m	Diretrizes	178	NA	112	6	#Saúde #SNS #UmconselhodaDGS #COVID19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=833454590498929&set=a.275005196343874
40	22-03-2023	Live	Evolução da doença	249		185000	197	#DSG#Saúde#SNS	https://www.facebook.com/watch/live/?ref=watch_permalink&v=233311984724119
41	22-03-2023	Apresentação	Diretrizes	233	NA	282	2	#Saúde #SNS #UmconselhodaDGS #COVID19	https://www.facebook.com/sns.gov.pt/posts/pfbid02gptG5V1PRTBX5bnPNzJ6FB4gzouMDtbu7SiJaN2jqbE7uorhuNuPHUPMjRv5TevDI
42	23-03	Live	Evolução da	249		18500	197	#DSG#Saúde#SNS	https://www.facebook.com/watch/?ref=watch_permalink&v=2868577136528727
43	23-03-2023	Vídeo	Medidas de prevenção	66		5800	5	#Saúde #SNS #EstamosON #COVID19	https://www.facebook.com/watch/?ref=watch_permalink&v=2836933273038827
44	24-03	Live	Evolução da	249		18500	197	#DSG#Saúde#SNS	https://www.facebook.com/watch/?ref=watch_permalink&v=1259629457579559
45	24-03	Image m	Valorização do	3000	NA	636	218	#Saúde #SNS #COVID19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=835373653640356&set=a.275005196343874
46	25-03	Image m	Medidas de	99	NA	41	3	#Saúde #SNS #UmConselhodaDGS #COVID19 #EstamosOn #Sejaumagentedasaúde pública #estamoson	https://www.facebook.com/photo/?fbid=835681123609609&set=a.275005196343874
47	25-03	Live	Evolução da	172		13200	108	#DSG#Saúde#SNS	https://www.facebook.com/watch/?ref=watch_permalink&v=199276951518178
48	25-03	Image m	Medidas de	121	NA	67	0	#Saúde #SNS #UmConselhodaDGS #COVID19 #Sejaumagentedasaúde pública #estamoson Direção-Geral da Saúde	https://www.facebook.com/photo/?fbid=835682213609500&set=a.275005196343874
49	25-	Image m	Valorização	1800	NA	228	96	#Saúde #SNS #COVID19PT #EstamosOn #Sejaumagentedasaúde pública	https://www.facebook.com/photo/?fbid=835935846917470&set=a.275005196343874

	03-20		do SNS							
50	26-03	Apresentação	Medidas de	158	NA	113	2	#Saúde #SNS #COVID19PT #EstamosOn #Sejaumagentedasaúde pública	Saiba mais informação: https://covid19.min-saude.pt/ #Saúde #SNS #UmconselhodaDGS #COVID19PT #estamoson	
51	26-03	Live	Evolução da	178	13300	NA	187	#DSG#Saúde#SNS	https://www.facebook.com/sns.gov.pt/videos/200751114687783	
52	27-03	Image m	Medidas de	339	NA	231	175	#Saúde #SNS #UmconselhodaDGS #COVID19PT #estamoson	https://www.facebook.com/photo/?fbid=837160940128294&set=a.275005196343874	
53	27-03	Live	Evolução da	152	15400	NA	156	#DSG#Saúde#SNS	https://www.facebook.com/sns.gov.pt/videos/216902232731370	
54	27-03-23	Image m	Valorização do SNS	3700		1100	254	#somossaojoao #Saúde #SNS #COVID19PT #estamosjuntos	https://www.facebook.com/photo/?fbid=837440710100317&set=a.275005196343874	
55	28-03-23	Image m	Valorização do SNS	1000	NA	147	58	#Saúde #SNS #COVID19PT #EstamosOn #Sejaumagentedasaúde pública	https://www.facebook.com/photo/?fbid=837969216714133&set=a.275005196343874	
56	28-03	Live	Evolução da	205	18900	NA	146	#DSG#Saúde#SNS	https://www.facebook.com/sns.gov.pt/videos/201977344562223	
57	28-03	Apresentação	Medidas de	192	NA	135	4	#Saúde #SNS #UmconselhodaDGS #COVID19PT #estamoson	https://www.facebook.com/sns.gov.pt/posts/pfbid02MffxuorkwULwcE9VXGg7XdbgDx8MdAtwSzXg9VQtPV6roEsPV4xa7GvMmB5Qd4TNI	
58	29-03	Image m	Medidas de	97	NA	31	4	#Saúde #SNS #UmconselhodaDGS #COVID19PT #estamoson #sejaumagentedasaúde pública	https://www.facebook.com/photo/?fbid=838718846639170&set=a.275005196343874	
59	29-03	Live	Evolução da	338	13600	NA	209	#DSG#Saúde#SNS	https://www.facebook.com/sns.gov.pt/videos/224494071992807	
60	29-03	Image m	Valorização do	96	NA	38	3	#Saúde #SNS #UmconselhodaDGS #COVID19PT #estamoson	https://www.facebook.com/photo/?fbid=839347266576328&set=a.275005196343874	

61	29-03	Image m	Medidas de							https://www.facebook.com/photo/?fbid=839379963239725&set=a.275005196343874
62	30-03	Live	Evolução da	123	17600	NA	119		#DSG#Saúde#SNS	https://www.facebook.com/sns.gov.pt/videos/219106122735047
63	30-03-2023	Image m	Valorização do SNS	365	NA	27	29		#Saúde #SNS #COVID19PT #EstamosOn #Sejaumagentedasaúde pública	https://www.facebook.com/photo/?fbid=839411123236609&set=a.275005196343874
64	31-03	Apresentação	Medidas de	62	NA	34	0		#Saúde #SNS #UmconselhodaDGS #COVID19PT #estamoson	https://www.facebook.com/sns.gov.pt/posts/pfbid02nruNqWDGXLfJz2tP2q3BwTWUBpxVwpPmyvsBSaCtTxpk6jpkowcyTS3LifK5UiyNI
65	31-03-2023	Image m	Valorização do SNS	957	NA	143	59		#Saúde #SNS #COVID19PT #EstamosOn #Sejaumagentedasaúde pública	https://www.facebook.com/photo/?fbid=840046376506417&set=a.275005196343874
66	31-03	Image m	Medidas de	289	NA	398	10		#Saúde #SNS #UmconselhodaDGS #COVID19PT #estamoson	https://www.facebook.com/photo/?fbid=840083843169337&set=a.275005196343874
67	31-03	Image m	Evolução da	102	NA	29	3		#Saúde #SNS #UmconselhodaDGS #SejaUmAgenteDaSaudePublica #COVID19PT #estamoson Direção-Geral da Saúde	https://www.facebook.com/photo/?fbid=840127006498354&set=a.275005196343874
68	31-03	Live	Evolução da	150	15700	NA	95		#DSG#Saúde#SNS	https://www.facebook.com/sns.gov.pt/videos/779997069193171

ANEXO 2 - PUBLICAÇÕES RELACIONADAS COM A COVID-19 NO FACEBOOK SNS – JANEIRO 2021

Publicações relacionadas com a covid-19 no Facebook SNS – janeiro 2021

N.º P.º u.º b.	Data	Formato	Tema	N.º Gostos e outras reações	N.º Visualizações	N.º Partilhas	N.º Comentários	Hastags	Link Post
1	01 - 01 - 2021	Image m	Medidas de prevenção	60	NA	8	1	#Saúde #SNS #DGS #COVID19PT #Umconselho daDGS #estamoson República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1042336019610784&set=a.275005196343874
2	01 - 01 -	Image m	Medidas de prevenção	269	NA	9	14	#Saúde #SNS #DGS #UmconselhodaDGS #COVID19PT #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1042338186277234&set=a.275005196343874

20 21									
4	01 - 01 - 20 21	Image m	Evoluçã o da doença	213	NA	21	49	#Saúde #SNS #DGS #UmconselhodaDGS #COVI D19PT #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1042958309548555&set=a.275005196343874
5	02 - 01 - 20 21	Image m	Medida s de preven ção	341	NA	20	22	#Saúde #SNS #DGS #UmconselhodaDGS #COVI D19PT #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1043040349540351&set=a.275005196343874
6	02 - 01 - 20 21	Image m	Medida s de preven ção	115	NA	33	22	#Saúde #SNS #DGS #COVID19PT #Umconselho daDGS Direção-Geral da Saúde	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1043042339540152&set=a.275005196343874
7	02 - 01 - 20 21	Image m	Medida s de preven ção	58	NA	7	2	#Saúde #SNS #DGS #UmconselhodaDGS #COVI D19PT #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1043043492873370&set=a.275005196343874
8	03 - 01 - 20 21	Image m	Medida s de preven ção	367	NA	34	22	#Saúde #SNS #DGS #UmconselhodaDGS #COVI D19PT #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1043063059538080&set=a.275005196343874

9	03-2021	Mensagem	Medidas de prevenção	105	NA	11	5	#Saúde #SNS #DGS #COVID19PT #Umconselho daDGS #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1043065132871206&set=a.275005196343874
10	03-2021	Image m	Evolução da doença	175	NA	13	12	#Saúde #SNS #DGS #UmconselhodaDGS #COVID19PT #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1044228906088162&set=a.275005196343874
11	04-2021	Image m	Evolução da doença	188	NA	20	12	#Saúde #SNS #DGS #UmconselhodaDGS #COVID19PT #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1044797222697997&set=a.275005196343874
12	04-2021	Image m	Vacinação	268	NA	27	12	#Saúde #SNS #VacinaçãoCOVID19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1044879519356434&set=a.275005196343874

13	04-01-2021	Image m	Medidas de prevenção	42	NA	15	1	#Saúde #SNS #DGS #COVID19PT #Umconselho daDGS #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1044901202687599&set=a.275005196343874
14	04-01-2021	Image m	Medidas de prevenção	54	NA	11		#Saúde #SNS #DGS #COVID19PT #Umconselho daDGS #estamoson República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1045287359315650&set=a.275005196343874
15	05-01-2021	Image m	Medidas de prevenção	158	NA	16	0	#Saúde #SNS #DGS #UmconselhodaDGS #COVID19PT #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1045338425977210&set=a.275005196343874
16	05-01-2021	Image m	Evolução da doença	158	NA	16	0	#Saúde #SNS #DGS #UmconselhodaDGS #COVID19PT #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1045417115969341&set=a.275005196343874
17	05-01-2021	Image m	Medidas de Prevenção	111	NA	24	13	#Saúde #SNS #DGS #COVID19PT #UmconselhodaDGS #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1045944952583224&set=a.275005196343874

18	06-01-2021	Image m	Vacinação	78	NA	11	0	#Saúde #SNS	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1045960292581690&set=a.275005196343874
19	06-01-2021	Image m	Medidas de prevenção<	90	NA	7	4	#Saúde #SNS #DGS #UmconselhodaDGS #COVID19PT #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1046017009242685&set=a.275005196343874
20	06-01-2021	Image m	Evolução da doença	302	NA	71	39	#Saúde #SNS #DGS #UmconselhodaDGS #COVID19PT #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1046039365907116&set=a.275005196343874
21	06-01-2021	Image m	Vacinação	54	NA	2	5	#Saúde #SNS	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1046085432569176&set=a.275005196343874
22	07-01-2021	Image m	Medidas de prevenção	250	NA	147	22	#Saúde #SNS #COVID19PT #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1046529212524798&set=a.275005196343874
23	07-01-2021	Image m	Vacinação	82	NA	4	25	#Saúde #SNS	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1046573152520404&set=a.275005196343874

24	07-2021	Image m	Vacinação	42	NA	4	2		https://www.facebook.com/photo/?fbid=1046599609184425&set=a.275005196343874
25	07-2021	Image m	Evolução da doença	234	NA	39	50	#Saúde #SNS #DGS #UmconselhodaDGS #COVID19PT #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1046722652505454&set=a.275005196343874
26	08-2021	Image m	Evolução da doença	341	NA	64	50	#Saúde #SNS #DGS #UmconselhodaDGS #COVID19PT #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1047347269109659&set=a.275005196343874
27	08-2021	Image m	Vacinação	417	NA	33	78	#Saúde #SNS #VacinaçãoCOVID-19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1047348605776192&set=a.275005196343874
28	08-2021	Image m	Vacinação	94	NA	15	0	#Saúde #SNS #vacinaçãocovid19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1047472609097125&set=a.275005196343874
29	09	Image	Vacinação	758	NA	119	58	#Saúde #SNS #COVID19PT #VacinaçãoCOVID19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1047497542427965&set=a.275005196343874

9	- 01 - 20 21	m	ão							
3 0	09 - 01 - 20 21	Image m	Vacinaç ão	50	NA	1	0	#Saúde #SNS #vacinaçãocovid19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1047498252427894&set=a.275005196343874	
3 1	09 - 01 - 20 21	Image m	Medida s de preven ção	95	NA	20	1	#Saúde #SNS #DGS #COVID19PT #Umconselho daDGS #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1047531545757898&set=a.275005196343874	
3 2	10 - 01 - 20 21		Vacinaç ão	489	NA	38	96	#Saúde #SNS #COVID19PT #VacinaçãoCOVID19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1048210202356699&set=a.275005196343874	
3 3	10 - 01 - 20 21	Image m	Vacinaç ão	77	NA	9	11	#Saúde #SNS #VacinaçãoCOVID19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1048210202356699&set=a.275005196343874	
3 4	10 - 01 - 20 21	Image m	Medida s de preven ção	42	NA	15	1	#Saúde #SNS #DGS #COVID19PT #Umconselho daDGS #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1048211169023269&set=a.275005196343874	

35	10-01-2021	Image m	Evolução da doença	341	NA	64	50	#Saúde #SNS #DGS #UmconselhodaDGS #COVID19PT #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1048604892317230&set=a.275005196343874
36	11-01-2021	Image m	Vacinação	48	NA	4	0	#Saúde #SNS #VacinaçãoCOVID19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1049238508920535&set=a.275005196343874
37	12-01-2021	Image m	Vacinação	48	NA	4	0	#Saúde #SNS #VacinaçãoCOVID19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1049368232240896&set=a.275005196343874
38	12-01-2021	Apresentação	Combate contra a doença	215	NA	149	6	#Saúde #SNS #DGS #COVID19PT #UmconselhodaDGS #estamoson Direção-Geral da Saúde	https://www.facebook.com/sns.gov.pt/posts/pfbid02Nf7mheVK6urP2JB41oGUX8QLYUD7c1wAazt1YNWWV1iV5VGyWzULQ8V8PxH8RrPMI
39	12-01-2021	Image m	Vacinação	489	NA	38	96	#Saúde #SNS #COVID19PT #VacinaçãoCOVID19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1049672108877175&set=a.275005196343874
40	12-01-		Evolução da doença	76	NA	5	10	#Saúde #SNS #DGS #COVID19PT #estamoson	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1049702375540815&set=a.275005196343874

	20 21								
4 1	12 - 01 - 20 21	Image m	Evoluçã o da doença	353	NA	65	49	#Saúde #SNS #DGS #UmconselhodaDGS #COVID19PT #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1049867032191016&set=a.275005196343874
4 2	13 - 01 - 20 21	Aprese ntação	Diretriz es	161	NA	77	0	#Saúde #SNS #COVID19PT #estamoson República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/sns.gov.pt/posts/pfbid02h3mmZ6z6VAGpMns39rSaYrrxwvjvMAtwuXGZ7Cwx4kaU2nAhpwtNkd8g9Vbb6JjYFI
4 3	13 - 01 - 20 21	Image m	Vacinaç ão	40	NA	2	2	#Saúde #SNS #VacinaçãoCOVID19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1050410545469998&set=a.275005196343874
4 4	13 - 01 - 20 21	Image m	Evoluçã o da doença	293	NA	44	3	#Saúde #SNS #DGS #UmconselhodaDGS #COVID19PT #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1050471228797263&set=a.275005196343874
4 5	13 - 01 - 20 21	Image m	Esclare ciment o de dúvidas	293	NA	1 700	14	#Saúde #SNS	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1050494215461631&set=a.275005196343874

46	13-01-2021	Image m	Diretrizes	492	NA	344	84	#Saúde #SNS #DGS #COVID19PT #estamoson República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1050622288782157&set=a.275005196343874
47	14-01-2021	Image m	Combate contra a doença	459	NA	449	93	#Saúde #SNS #DGS #COVID19PT #UmconselhodaDGS #estamoson Direção-Geral da Saúde	https://www.facebook.com/sns.gov.pt/posts/pfbid037UzWD8BRwKPCVZF3V9UN8A2QLp5cgtzF4jXL4K6da44o3Ri7gnUh3eRoEtTFe1EmI
48	14-01-2021	Image m	Vacinação	73	NA	0	6	#Saúde #SNS #vacinaçãocovid19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1050964295414623&set=a.275005196343874
49	14-01-2021	Image m	Vacinação	43	NA	2	0	#Saúde #SNS #vacinaçãocovid19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1050965362081183&set=a.275005196343874
50	14-01-2021	Image m	Evolução da doença	267	NA	36	23	#Saúde #SNS #DGS #UmconselhodaDGS #COVID19PT #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1051084908735895&set=a.275005196343874

51	15-01-2021	Image m	Combate contra a doença	247	NA	248	21	#Saúde #SNS #DGS #COVID19PT #UmconselhodaDGS #estamoson Direção-Geral da Saúde	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1051521155358937&set=a.275005196343874
52	15-01-2021	Image m	Vacinação	113	NA	2	4	#Saúde #SNS #VacinaçãoCOVID19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1051524498691936&set=a.275005196343874
53	15-01-2021	Image m	Vacinação	113	NA	2	4	#Saúde #SNS #VacinaçãoCOVID19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1051576368686749&set=a.275005196343874
54	15-01-2021	Image m	Vacinação	81	NA	4	2	#Saúde #SNS #VacinaçãoCOVID19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1051576958686690&set=a.275005196343874
55	15-01-2021	Image m	Evolução da doença	289	NA	46	32	#Saúde #SNS #DGS #UmconselhodaDGS #COVID19PT #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1051656362012083&set=a.275005196343874
56	15-10-2021	Image m	Vacinação	410	NA	159	99	#Saúde #SNS #VacinaçãoCOVID-19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1051715648672821&set=a.275005196343874

57	16-01-2021	Image m	Medidas de prevenção	88	NA	35	10	#Saúde #SNS #COVID19PT #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/sns.gov.pt/posts/pfbid0ZhrW5vRDGwf5eGVf9nxBnkZmU4PLK1Lxss598Fen1RKNHofaZ1VPHpoZGNFTJez9I
58	16-01-2021	Image m	Medidas de prevenção	100	NA	163	14	#Saúde #SNS #DGS #COVID19PT #Umconselho daDGS Direção-Geral da Saúde	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1052199308624455&set=a.275005196343874
59	16-01-2021	Image m	Vacinação	105	NA	5	0	#Saúde #SNS #VacinaçãoCOVID19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1052199778624408&set=a.275005196343874
60	16-01-2021	Image m	Vacinação	79	NA	4	0	#Saúde #SNS #VacinaçãoCOVID19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1052200385291014&set=a.275005196343874
61	16-01-2021	Image m	Vacinação	47	NA	2	2	#Saúde #SNS #VacinaçãoCOVID19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1052201148624271&set=a.275005196343874
62	16-01-2021	Image m	Vacinação	69	NA	13	2	#Saúde #SNS #VacinaçãoCOVID19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1052201695290883&set=a.275005196343874

63	16-2021	Image m	Evolução da doença	250	NA	18	22	#Saúde #SNS #DGS #UmconselhodaDGS #COVID19PT #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1052339435277109&set=a.275005196343874
64	17-2021	Image m	Vacinação	104	NA	4	2	#Saúde #SNS #vacinaçãocovid19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1052986661879053&set=a.275005196343874
65	17-2021	Image m	Vacinação	142	NA	18	1	#Saúde #SNS #VacinaçãoCOVID19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1052987798545606&set=a.275005196343874
66	17-2021	Image m	Vacinação	136	NA	14	3	#Saúde #SNS #VacinaçãoCOVID19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1052988591878860&set=a.275005196343874
67	18-2021	Image m	Combate contra a doença	225	NA	171	51	#Saúde #SNS #DGS #COVID19PT #UmconselhodaDGS #estamoson Direção-Geral da Saúde	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1053320585178994&set=a.275005196343874
68	18-2021	Image m	Vacinação	70	NA	5	0	#Saúde #SNS #vacinaçãocovid19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1053375641840155&set=a.275005196343874

69	18-01-2023	Image m	Vacinação	74	NA	4	1	#Saúde #SNS #VacinaçãoCOVID19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1053376365173416&set=a.275005196343874
70	18-01-2023	Image m	Vacinação	165	NA	13	9	#Saúde #SNS #VacinaçãoCOVID19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1053376675173385&set=a.275005196343874
71	18-01-2023	Image m	Medidas de Prevenção	105	NA	20	2	#Saúde #SNS #COVID19PT #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1053376988506687&set=a.275005196343874
72	18-01-2023	Image m	Evolução da doença	250	NA	18	22	#Saúde #SNS #DGS #UmconselhodaDGS #COVID19PT #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1053451745165878&set=a.275005196343874
73	18-01-2023	Image m	Medidas de prevenção	1100	NA	459	97	#Saúde #SNS #COVID19PT #estamoson #Fiqueemcasa	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1053546731823046&set=a.275005196343874
74	18/21	Apresenta	Diretrizes	215	NA	277	7	#Saúde #SNS #fiqueemcasa #estamoson #covid19	https://www.facebook.com/sns.gov.pt/posts/pfbid02wyGGaxBKLsSzi3hK6GxBuJkndpiTaaCCYnyv8FByzbek7GSJmX9az7CEq15GAaI

75	19/21	A	Medidas de prevenção	80	NA	85	11	#Saúde #SNS #COVID19PT #estamoson Direção-Geral da Saúde	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1053671788477207&set=a.275005196343874
76	19-2023	Image m	Medidas de prevenção	41	NA	3	1	. #Saúde #SNS	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1053950258449360&set=a.275005196343874
77	19-2023	Image m	Vacinação	94	NA	2	0	#Saúde #SNS #vacinaçãocovid19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1053957288448657&set=a.275005196343874
78	19-2023	Image m	Vacinação	97	NA	5	5	#Saúde #SNS #vacinaçãocovid19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1053959298448456&set=a.275005196343874
79	19-2023	Image m	Vacinação	97	NA	5	5	#Saúde #SNS #COVID19PT #estamoson #Fiqueemcasa	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1053960248448361&set=a.275005196343874
80	19-2023	Image m	Vacinação	133	NA	29	6		https://www.facebook.com/photo/?fbid=1053960695114983&set=a.275005196343874

81	19-01-2023	Image m	Diretrizes	155	NA	53	5	#Saúde #SNS #COVID19PT #Cuidardesicuidarde todos #Fiqueemcasa #estamoson Direção-Geral da Saúde	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1053961025114950&set=a.275005196343874
82	19-01-2023	Image m	Evolução da doença	308	NA	46	33	#Saúde #SNS #DGS #UmconselhodaDGS #COVID19PT #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1054065025104550&set=a.275005196343874
83	20-01-2023	Image m	Diretrizes	155	NA	53	5	#Saúde #SNS #COVID19PT #Cuidardesicuidarde todos #Fiqueemcasa #estamoson Direção-Geral da Saúde	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1054500488394337&set=a.275005196343874
84	20-01-2023	Image m	Medidas de prevenção	469	NA	137	34	#Saúde #SNS #COVID19PT #estamoson #Fique emcasa	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1054571545053898&set=a.275005196343874
85	20-01-2023	image m	Vacinação	116	NA	9	8	#Saúde #SNS #vacinaçãocovid19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1054675941710125&set=a.275005196343874
86	20-01-2023	Image m	Vacinação	72	NA	2	0	#Saúde #SNS #VacinaçãoCOVID19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1054677335043319&set=a.275005196343874

87	20-01-2023	Image m	Medidas de prevenção	83	NA	19	1	#Saúde #SNS #DGS #UmconselhodaDGS #COVID19PT #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1054677335043319&set=a.275005196343874
88	20-01-2023	Image mn	Evolução da doença	248	NA	23	7	#Saúde #SNS #DGS #UmconselhodaDGS #COVID19PT #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/profile/100067558747970/search/?q=janeiro%202021
89	20-01-2023	Image m	Evolução da doença	348	NA	23	128	#Saúde #SNS	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1054847565026296&set=a.275005196343874
90	21-01-2023	Image m	Combate contra a doença	268	NA	190	16	#Saúde #SNS #DGS #COVID19PT #UmconselhodaDGS #estamoson Direção-Geral da Saúde	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1055163451661374&set=a.275005196343874
91			Vacinação	185	NA	49	30	#Saúde #SNS	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1055187081659011&set=a.275005196343874
92	21-01-2023	Image m	Vacinação	90	NA	3	2	#Saúde #SNS #VacinaçãoCOVID19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1055189921658727&set=a.275005196343874

93	21-03-2023	Image m	Medidas de prevenção	145	NA	16	5	#Saúde #SNS #COVID19PT #estamoson #Fique em casa	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1055195801658139&set=a.275005196343874
94	21-01-2023	Image m	Esclarecimento de dúvidas	213	NA	17	23	#Saúde #SNS	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1055210124990040&set=a.275005196343874
95	21-01-2023	Image m	Evolução da doença	242	NA	22	17	#Saúde #SNS #DGS #UmconselhodaDGS #COVID19PT #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1055291504981902&set=a.275005196343874
96	21-01-2023	Image m	Vacinação	147	NA	23	0	#Saúde #SNS #vacinaçãocovid19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1055315154979537&set=a.275005196343874
97	21-01-2023	Image m	Vacinação	104	3	7	0	#Saúde #SNS #vacinaçãocovid19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1055316451646074&set=a.275005196343874
98	21-01-2023	Apresentação	Medidas de prevenção	179	NA	78	3	#Saúde #SNS #DGS #UmconselhodaDGS #COVID19PT #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/sns.gov.pt/posts/pfbid02jNKdnCf3H33KQBpiQLPmnQ9yaWrhMFGkSdWTqCsQHfsz2A5V13VAMzEkcyEMNUKSI

99	21-01-2023	Image m	Esclarecimento de dúvidas	299	NA	492	5	#Saúde #SNS	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1055386281639091&set=a.275005196343874
100	21-01-2023	Foto	Medidas de prevenção	245	NA	132	31	#Saúde #SNS #DGS #COVID19PT #Umconselho daDGS #estamoson Direção-Geral da Saúde	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1055439968300389&set=a.275005196343874
101	22-01-2023	Apresentação	Vacinação	83	N	5	0	#Saúde #SNS #VacinaçãoCOVID19	https://www.facebook.com/sns.gov.pt/posts/pfbid07gFCBrZ9TqrRsnTyyKwL1bcRx95RD4u2pJS9kpe1AoKhA1swDnMxa1mx9qM56tre1
102	22-01-2023	Image m	Medidas de prevenção	373	36	77	0	#Saúde #SNS #COVID19PT #estamoson #Fique emcasa	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1055836634927389&set=a.275005196343874
103	22-01-2023	Image m	Vacinação	676	NA	201	148	#Saúde #SNS #vacinaçãocovid19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1055901981587521&set=a.275005196343874
104	22-01-2023	Image m	Evolução da doença	262	NA	26	35	#Saúde #SNS #DGS #UmconselhodaDGS #COVID19PT #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1055926071585112&set=a.275005196343874

105	22-01-2023	Image m	Vacinação	94	NA	5	8	#Saúde #SNS #vacinaçãocovid19	https://www.facebook.com/sns.gov.pt/posts/pfbid0tRjTvTaw6HU6MgQt54NsyLYD5KrgYSGigBqu3eenXQhvjyRg6yGgtS8wU7x2B3oLI
106	22-01-2021	Image m	Medidas de prevenção	177	NA	31	3	#Saúde #SNS #COVID19PT #Cuidardesicuidarde todos #Fiqueemcasa #estamoson Direção-Geral da Saúde	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1055928044918248&set=a.275005196343874
107	23-03-2021	Image m	Medidas de prevenção	141	NA	40	2	#Saúde #SNS #DGS #COVID19PT #Umconselho daDGS #estamoson Direção-Geral da Saúde	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1056156984895354&set=a.275005196343874
108	23-01-2021	Image m	Vacinação	316	NA	118	21	#Saúde #SNS #VacinaçãoCOVID19	https://www.facebook.com/sns.gov.pt/posts/pfbid02KBX36Aj4D7nbXmHRazifCCSyUMBVjP98XTewYPvbzMXEa3q8jWc5FUyU3JiHf6iol
109	23-01-2021	Image m	Medidas de prevenção	622	NA	143	22	#Saúde #SNS #COVID19PT #estamoson #Fique emcasa	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1056470518197334&set=a.275005196343874
110	23-01-2021	Image m	Diretrizes	454	NA	173	9	#Saúde #SNS #COVID19PT #Cuidardesicuidarde todos #Fiqueemcasa #estamoson Direção-Geral da Saúde	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1056500281527691&set=a.275005196343874

1 1 1	24 - 01 - 20 21	Image m	Medida s de preven ção	165	NA	74	16	#Saúde #SNS #DGS #COVID19PT #Umconselho daDGS #estamoson Direção-Geral da Saúde	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1057064178137968&set=a.275005196343874
1 1 2	24 - 01 - 20 21	Image m	Vacinaç ão	118	NA	5	1	#Saúde #SNS #VacinaçãoCOVID19	https://www.facebook.com/sns.gov.pt/posts/pfbid0Y7gbcHG2mbgp4N3szCSLdctERYQGrLRho8fVqtyTSNUJrhG3r3EfgrioF8Bu7V9JI
1 1 3	24 - 01 - 20 21	Image m	Medida s de preven ção	222	NA	26	22	#Saúde #SNS #COVID19PT #estamoson #Fiqueemcasa	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1057069441470775&set=a.275005196343874
1 1 4	24 - 01 - 20 21	Image m	Medida s de preven ção	236	NA	36	3	#Saúde #SNS #COVID19PT #Cuidardesicuidarde todos #Fiqueemcasa #estamoson Direção-Geral da Saúde	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1057075841470135&set=a.275005196343874
1 1 5	25 - 01 - 20 21	Aprese ntação	Medida s de preven ção	94		27	3	#Saúde #SNS #COVID19PT #estamoson Direção-Geral da Saúde	https://www.facebook.com/sns.gov.pt/posts/pfbid02qNbMYWWKr1QagUqZyqHpun4fj118CjEEEdEs22YNHWeJKBqzs2DzEd3y9CCeodwsl
1 1 6	25 - 01 - 20 21	Aprese ntação	Vacinaç ão	67	NA	6	0	#Saúde #SNS #VacinaçãoCOVID19	https://www.facebook.com/sns.gov.pt/posts/pfbid0fKCC55cRvfXaUqHF4ueACcxpZsiwc9r319wTKbpmE7hiHH5Qf7nEE3voBNABCde5I
1 1 7	25 - 01 -	Image m	Medida s de preven ção	597	NA	140	37	#Saúde #SNS #COVID19PT #estamoson #Fiqueemcasa	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1057893444721708&set=a.275005196343874

	20 21								
1 1 8	25 - 01 - 20 21	Image m	Evoluçã o da doença	376	NA	41	58	#Saúde #SNS #DGS #UmconselhodaDGS #COVI D19PT #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1058005384710514&set=a.275005196343874
1 1 9	25 - 01 - 20 21	Image m	Medida s de preven ção	108	NA	10	4	#Saúde #SNS #COVID19PT #Cuidardesicuidarde todos #Fiqueemcasa #estamoson Direção- Geral da Saúde	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1058104378033948&set=a.275005196343874
1 2 0	25 - 05 - 20 21	Live	Vacinaç ão	576	52 000		308		https://www.facebook.com/sns.gov.pt/videos/820859025160108
1 2 1	26 - 01 - 20 21	Image m	Medida s de preven ção	391	NA	196	13	#Saúde #SNS #COVID19PT #estamoson #Fique emcasa	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1058203544690698&set=a.275005196343874
1 2 2	26 - 01 - 20 21	Aprese ntação	Vacinaç ão	145	NA	10	10	#Saúde #SNS #VacinaçãoCOVID19	https://www.facebook.com/sns.gov.pt/posts/pfbid031bPKQbD139ZfC2ze5adQ9iwa7tgwcNWm5rJfXfy7KW8Ku3vYuRvZKadZptwxNyZrl

1 2 3	26 - 01 - 20 21	Image m	Evoluçã o da doença	310	NA	21	18	#Saúde #SNS #DGS #UmconselhodaDGS #COVI D19PT #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1058681521309567&set=a.275005196343874
1 2 4	26 - 01 - 20 21	Image m	Medida s de preven ção	126	NA	25	8	#Saúde #SNS #DGS #UmconselhodaDGS #COVI D19PT #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1058724864638566&set=a.275005196343874
1 2 5	26 - 01 - 20 21	Image m	Esclare ciment o de informa ção	105	NA	65	8	#Saúde #SNS #VacinaçãoCOVID19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1058775171300202&set=a.275005196343874
1 2 6	27 - 01 - 20 21	Image m	Combat e contra a doença	298	NA	105	11	#Saúde #SNS #COVID19PT #estamoson #fiquee mcase	facebook.com/photo/?fbid=1059150074596045&set=a.275005196343874
1 2 7	27 - 01 - 20 21	Image m	Evoluçã o da doença	396	NA	52	30	#Saúde #SNS #DGS #UmconselhodaDGS #COVI D19PT #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1059281557916230&set=a.275005196343874

1 2 8	27-01-2021	Image m	Vacinação	268	NA	13	21	#Saúde #SNS #vacinaçãoocovid19	https://www.facebook.com/sns.gov.pt/posts/pfbid02RBnjREwEwSu9SoSR8cXgSuDFcMaKVcgBKycJPUm1ShBmW9kk6gTUEvB4K2SecGAql
1 2 9	27-01-2021	Image m	Medidas de prevenção	199	NA	89	8	#Saúde #SNS	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1059301814580871&set=a.275005196343874
1 3 0	27-01-2021	Image m	Medidas de prevenção	303	NA	102	32	#Saúde #SNS #COVID19PT #Cuidardesicuidarde todos #Fiqueemcasa #estamoson Direção-Geral da Saúde	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1059302934580759&set=a.275005196343874
1 3 1	28-01-2021	Image m	Medidas de prevenção	105	NA	27	0	#Saúde #SNS #DGS #UmconselhodaDGS #COVID19PT #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1059752587869127&set=a.275005196343874
1 3 2	28-01-2021	Image m	Medidas de prevenção	321	10	74	0	#Saúde #SNS #COVID19PT #estamoson #fiqueemcasa	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1059869754524077&set=a.275005196343874
1 3 3	28-01-2021	Image m	Evolução da doença	377	NA	48	15	#Saúde #SNS #DGS #UmconselhodaDGS #COVID19PT #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1059960337848352&set=a.275005196343874

134	29-01-2021	Image m	Vacinação	545	NA	59	93	#Saúde #SNS #vacinaçãocovid19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1060085224502530&set=a.275005196343874
135	29-01-2021	Image m	Medidas de prevenção	232	NA	72	18	#Saúde #SNS #DGS #COVID19PT #Umconselho daDGS #estamoson Direção-Geral da Saúde	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1060395327804853&set=a.275005196343874
136	29-01-2021	Image m	Esclarecimento de dúvidas	30	NA	9	1	#saúde #SNS #UmconselhodaDGS #EstamosON Direção-Geral da Saúde	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1060396167804769&set=a.275005196343874
137	29-01-2021	Image m	Vacinação	144	NA	9	10	#Saúde #SNS #VacinaçãoCOVID19	
138	29-01-2021	Image m	Evolução da doença	212	0	26	6	#Saúde #SNS #DGS #UmconselhodaDGS #COVID19PT #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1060557291121990&set=a.275005196343874
139	29-01-2021	Apreensão	Diretrizes	87	NA	33	1	#Saúde #SNS #EstamosOn #COVID19	https://www.facebook.com/sns.gov.pt/posts/pfbid02yHpdfxojUjfBRCfkQu4rjLfudxqWqkSXP3iBGgNZgbTYqXBoqKfQpEte7fz5FFAZI

140	30-01-2021	Image m	Medidas de prevenção	130	NA	40	10	#DGS #UmconselhodaDGS #COVID19PT #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1061069227737463&set=a.275005196343874
141	30-01-2021	Image m	Medidas de prevenção	598	NA	165	19	#Saúde #SNS #COVID19PT #estamoson #Fiqueemcasa	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1061104077733978&set=a.275005196343874
142	30-01-2021	Image m	Evolução da doença	266	0	17	45	#Saúde #SNS #DGS #UmconselhodaDGS #COVID19PT #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1061189224392130&set=a.275005196343874
143	30-01-2021	Vídeo	Combate contra a doença	385	24 000		8	#Saúde #SNS #fiqueemcasa #UmconselhodaDGS #COVID19 #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/watch/?v=222732966190087
144	31-01-2021	Image m	Esclarecimento de dúvidas	185	NA	13	42	#Saúde #SNS #VacinaçãoCOVI19 Direção-Geral da Saúde	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1061191841058535&set=a.275005196343874
145	30-01-2021	Image m	Vacinação	315	NA	28	107	#Saúde #SNS #vacinaçãocovid19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1061344077709978&set=a.275005196343874

	-								
	20								
	21								
1	31								
4	01	Image	Medidas de prevenção	503	NA	294	31	#Saúde #SNS #COVID19PT #estamoson #Fiqueemcasa	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1061778847666501&set=a.275005196343874
6	-	m	ção						
	20								
	21								
1	31								
4	01	Image	Evolução da pandemia	335	0	18	20	#Saúde #SNS #DGS #UmconselhodaDGS #COVID19PT #estamoson Direção-Geral da Saúde República Portuguesa - XXII Governo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1061790687665317&set=a.275005196343874
7	-	m	mia						
	20								
	21								
1	31								
4	01	Image	Vacinação	321	NA	26	87	#Saúde #SNS #VacinaçãoCOVID19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1061884430989276&set=a.275005196343874
8	-	m	ção						
	20								
	21								
1	31								
4	01	Image	Esclarecimento de dúvidas	124	NA	14	41	#Saúde #SNS #VacinaçãoCOVID19 Direção-Geral da Saúde	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1061891734321879&set=a.275005196343874
9	-	m	as						
	20								
	21								
1	31								
5	01	Image	Medidas de prevenção	178	NA	11	4	#Saúde #SNS #COVID19PT #Cuidardesicuidard etodos #Fiqueemcasa #estamoson Direção-Geral da Saúde	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1061892770988442&set=a.275005196343874
0	-	m	ção						
	20								
	21								

ANEXO 3 - PUBLICAÇÕES MS BRASIL RELACIONADAS COM A COVID-19 NO FACEBOOK SNS – MARÇO 2020

Publicações MS Brasil relacionadas com a covid-19 no Facebook SNS – março 2020

N.º Pub.	Data	Formato	Tema	N.º Gostos e outras reações	N.º Visualizações	N.º Partilhas	N.º Comentários	Hastags	Link Post
1	20-03-01	Direto	Evolução da doença	1600	77 000	NA	1100	Não	https://www.facebook.com/watch/live/?ref=watch_permalink&v=1019008541811875
2	20-03-02	Direto	Evolução da doença	1323	59 000	NA	1039	Não	https://www.facebook.com/minsaude/videos/1019008541811875
3	20-03-03	Imagem	Dúvidas da população	1896	NA	1486	506	#Coronavirus	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3254999764518617&set=a.205936522758305
4	20-03-04	Direto	Evolução da doença	1487	65 000	NA	999	Não	https://www.facebook.com/minsaude/videos/552564658798994
5	20-03-04	Imagem	Prevenção da doença	977	NA	413	90	#coronavírus #PraCegoVer	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3257303734288220&set=a.205936522758305
6	20-03-04	Imagem	Evolução da doença	763	NA	348	136	#transparência	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3260288017323125&set=a.205936522758305

7	20-03-04	Imagem	Prevenção da doença	3649	NA	3721	333	#coronavirus #campanha #vacinação #prevenção #Saude #sus	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3257318824286711&set=a.205936522758305
8	20-03-05	Direto	Evolução da doença	1513	89 000	NA	1490	Não	https://www.facebook.com/minsaude/videos/483529242535678
9	20-03-05	Imagem	Evolução da doença	2817	NA	1844	438	#SUS	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3262905093728084&set=a.205936522758305
10	20-03-06	Imagem	Dúvidas da população	852	NA	633	137	#SaúdeSemFakeNews	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3262905093728084&set=a.205936522758305
11	20-03-06	Direto	Evolução da doença	1088	47 000	NA	1304	Não	https://www.facebook.com/minsaude/videos/199502524696813
12	20-03-07	Imagem	Prevenção da doença	606	NA	3400	76	#ProfissionalDaSaúde #Coronavírus #SAMU192 #Prevenção	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3265245176827409&set=a.205936522758305

13	20-03-08	Imagem	Prevenção da doença	816	NA	711	128	#ProfissionalDaSaúde #Coronavírus #Prevenção	facebook.com/photo/?fbid=3265245176827409&set=a.205936522758305
14	20-03-09	Apresentação	Prevenção da doença	487	NA	571	92	#Coronavírus #PraCegoVer	https://www.facebook.com/minsaude/posts/pfbid0Kt5UniY8hrcgZWe9vKjSuydErF24ZtqTzDzdc2ZGDxkEa6jPLHtX651bepNEJffil
15	20-03-09	Direto	Evolução da doença	1192	61 000	NA	1372	Não	https://www.facebook.com/minsaude/videos/195809708361848
16	20-03-09	Imagem	Prevenção da doença	634	NA	390	133	#ProfissionalDeSaúde #Coronavírus #Prevenção	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3272884596063467&set=a.205936522758305
17	20-03-10	Direto	Evolução da doença	1113	56 000	NA	1047	Não	https://www.facebook.com/minsaude/videos/185878379502234
18	20-03-10	Imagem	Prevenção da doença	1649	NA	754	376	#Coronavírus #MaisMédicos	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3275027855849141&set=a.205936522758305
19	20-03-12	Imagem	Prevenção da doença	3007	NA	2146	422	#coronavírus	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3279720622046531&set=a.205936522758305
20	20	Direto	Evolução	316	150	NA	2041	Não	https://www.facebook.com/watch/live/?ref=watch_permalink&v=2190121694853

	23-03-12		da doença	3	000					<u>75</u>
21	20-03-13	Direto	Evolução da doença	2859	111000	NA	1937	Não		https://www.facebook.com/watch/live/?ref=watch_permalink&v=151052672749756
22	20-03-14	Imagem	Prevenção da doença	1342	NA	460	238	#coronavírus		https://www.facebook.com/photo/?fbid=3282960575055869&set=a.205936522758305
23	20-03-14	Imagem	Prevenção da doença	7471	NA	10886	908	#coronavírus		https://www.facebook.com/photo/?fbid=3282971231721470&set=a.205936522758305
24	20-03-15	Imagem	Prevenção da doença	8347	NA	4841	611	Não		https://www.facebook.com/photo/?fbid=3283003985051528&set=a.205936522758305
25	20-03-15	Apresentação	Prevenção da doença	2155	NA	2450	362	#Coronavírus #Covid19 #PraCegoVer		https://www.facebook.com/minsaude/posts/pfbid02wfBHzPMfDsMuibPmU59XPdMeym9PoyXdZnCDLNRPFu3uEDwyyE8zpmXRYMyqmWwAl

26	20-03-16	Direto	Evolução da doença	6602	356000	NA	4272	Não	https://www.facebook.com/watch/live/?ref=watch_permalink&v=209749133714027
27	20-03-16	Imagem	Prevenção da doença	748	NA	361	131	#Coronavírus #PraCegoVer	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3290666244285302&set=a.205936522758305
28	20-03-17	Imagem	Combate contra a doença	575	NA	177	86	#coronavírus #PraCegoVer	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3293473860671207&set=a.205936522758305
29	20-03-18	Imagem	Combate contra a doença	5893	NA	5149	585	#Coronavírus	https://www.facebook.com/minsaude/videos/137141887727041
30	20-03-18	Direto	Combate contra a doença	1159	350000	NA	1619	#COVID19 #pandemia #coronavirusbrasil	https://www.facebook.com/minsaude/videos/235949321133081
31	20-03-18	Direto	Combate contra a doença	3842	190000	NA	1422	#Coronavírus	https://www.facebook.com/watch/live/?ref=watch_permalink&v=207644273921575

32	20-03-18	Imagem	Evolução da doença	528	NA	131	47	#coronavírus	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3296528453699081&set=a.205936522758305
33	20-03-18	Imagem	Esclarecimento de dúvidas	3279	NA	1369	474	Não	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3296598010358792&set=a.205936522758305
34	20-03-18	Imagem	Diretrizes	4487	NA	3617	278	Não	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3296665930352000&set=a.205936522758305
36	20-03-19	Direto	Evolução da doença	8625	491000	NA	3756	Não	https://www.facebook.com/minsaude/videos/629015994586251
37	20-03-19	Imagem	Esclarecimento de dúvidas	763	NA	463	113	#FakeNews	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3296678067017453&set=a.205936522758305
38	20-03-19	Imagem	Combate contra a doença	2422	NA	1641	399	#Coronavirus #SUS #ForçaNacionaldoSUS #PraCegoVer	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3299487520069841&set=a.205936522758305

39	20-03-20	Imagem	Combate contra a doença	4027	NA	4603	524	#Coronavirus #PraCegoVer	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3299619580056635&set=a.205936522758305
40	20-03-20	Foto	Valorização do SNS	14365	NA	7797	954	#coronavírus #FiquemEmCasa. #AplausosNaJanela	https://www.facebook.com/minsaude/posts/pfbid0WzkBV4jksYDYHpnN94GtyuHUP5iZWKDBLnw1N2ej4w6S3JDycRTytr6Z3pRECFMPI
41	20-03-21	Imagem	Prevenção da doença	3582	NA	2513	144	#FiquemEmCasa #PraCegoVer	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3302411623110764&set=a.205936522758305
42	20-03-21	Imagem	Combate contra a doença	9326	NA	6628	635	#coronavirus	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3302669589751634&set=a.205936522758305

43	20-03-22	Imagem	Prevenção da doença	1063	NA	3860	759	0	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3303448116340448&set=a.205936522758305
44	20-03-22	Imagem	Combate contra a doença	2906	NA	1501	302	#coronavirus	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3305223966162863&set=a.205936522758305
45	20-03-22	Apresentação	Prevenção da doença	1484	NA	1607	116	#PraCegoVer	https://www.facebook.com/minsaude/posts/pfbid027mrj4Wtd4BJ1xYeFPQSEJoRFBekbMKoH9yWqaJWu1uW424a6GkQzGmgiDu1G6zyzl
46	20-04-20-23	Imagem	Esclarecimento de dúvidas	4667	NA	2910	312	#coronavirus	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3308061809212412&set=a.205936522758305

47	20-03-23	Direto	Combate contra a doença	5579	2 600 000	0	4243	0	https://www.facebook.com/watch/live/?ref=watch_permalink&v=515045739435877
48	20-03-24	Imagem	Homenagem aos profissionais	4355	NA	1350	310	#VacinaçãoContraAGripe #VacinaGripe Ver menos	https://www.facebook.com/minsaude/posts/pfbid0byptwhihTkxvEuPys2JZMwcHntzXxpA1jXqKdQwd3UKbakyTnr75Sq9MjWVmV4knl
49	20-03-24	Direto	Evolução da doença	8303	941 000	NA	4172	#pandemia #covid19 #coronavirusbrasil #coronavirus	https://www.facebook.com/watch/live/?ref=watch_permalink&v=577931872813975
50	20-03-25	Direto	Evolução da doença	26630	3,100 000	NA	14 177	#coronavirus #covid19	https://www.facebook.com/minsaude/videos/567939814080660
51	20-03-26	Imagem	Combate contra a doença	3063	NA	777	518	#coronavirus	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3313229092029017&set=a.205936522758305

52	20-03-26	Imagem	Combate contra a doença	4776	NA	1098	343	#coronavirus	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3316259465059313&set=a.205936522758305
53	20-03-26	Imagem	Esclarecimento de dúvidas	10000	NA	12486	1839	#coronavirus	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3318601008158492&set=a.205936522758305
54	20-03-26	Imagem	Combate contra a doença	6634	NA	3129	755	#coronavirus	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3318750971476829&set=a.205936522758305
55	20-03-27	Direto	Evolução da doença	8623	885000	NA	4019	#COVID19	https://www.facebook.com/minsaude/videos/229379961542235
56	20-03-27	Apresentação	Prevenção da doença	17133	NA	11652	698	#coronavirus #PraCegoVer #Covid19	https://www.facebook.com/minsaude/posts/pfbid0E6G1GvZm1Fi3LqEU1ETPe2kFMb81z2Zi4Sdghpt4yZHgK7iyDjqzQoiY9kdRqvLI

57	20-03-27	Imagem	Esclarecimento de dúvidas	3153	NA	2189	283	#coronavirus	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3318969384788321&set=a.205936522758305
58	20-03-27	Imagem	Evolução da doença	1877	NA	840	308	#coronavirus	https://www.facebook.com/minsaude/posts/pfbid035k8QvpPQqnEg36VYVsRNmytuFq1bMKRNBWJRxugBu4B5g6toJRwgpFqwvCZD8UtMI
59	20-03-28	Imagem	Esclarecimento de dúvidas	2076	NA	1650	165	0	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3320900431261883&set=a.205936522758305
60	20-03-29	Imagem	Esclarecimento de dúvidas	4459	NA	3415	836	#Coronavirus	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3318985421453384&set=a.205936522758305
61	20-03-29	Imagem	Combate contra a doença	6861	NA	1533	725	#coronavirus	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3324324204252839&set=a.205936522758305

62	20-03-30	Imagem	Combate contra a doença	10000	NA	3055	828	#coronavirus	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3329163973768862&set=a.205936522758305
63	20-03-31	Imagem	Combate contra a doença	4262	NA	745	516	#coronavirus	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3329181980433728&set=a.205936522758305
64	20-03-31	Direto	Evolução da doença	12792	1,900000	NA	11202	#coronavirus	https://www.facebook.com/watch/live/?ref=watch_permalink&v=644706149434796
65	20-03-31	Apresentação	Combate contra a doença	3682	NA	1209	256	#coronavirus	https://www.facebook.com/minsaude/posts/pfbid07EjZsDL7jqSvM46MPLBDjdtAezx6eCRqVVrNZayAeXjhgTznqafmsTE4eV83VqHLL

ANEXO 4 - PUBLICAÇÕES MS BRASIL RELACIONADAS COM A COVID-19 NO FACEBOOK SNS – JANEIRO 2021

Publicações MS Brasil relacionadas com a covid-19 no Facebook SNS – janeiro 2021

N.º Pu	Data	Formato	Tema	N.º Gostos	N.º Visualizações	N.º Partilhas	N.º Comentários	Hastags	Link Post
1	2021-01-01	Imagem	Prevenção da doença	1150	NA	318	311	#OCuidadoContinua #Covid19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4183503231668261&set=a.205936522758305
2	2021-01-01	Imagem	Evolução da doença	593	NA	38	628	#Atualização #covid19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4183979621620622&set=a.205936522758305
3	2021-01-02	Imagem	Evolução da doença	640	NA	30	511	#Atualização #covid19 #PraCegoVer	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4186573118027939&set=a.205936522758305
4	2021-01-03	Imagem	Prevenção da doença	1975	NA	1068	1113	#OCuidadoContinua #Covid19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4187999197885331&set=a.205936522758305
5	2021-01-03	Imagem	Prevenção da	709	NA	37	712	#atualização #covid19 #PraCegoVer	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4189143944437523&set=a.205936522758305

			doença						
6	2021-01-04	Imagem	Dúvidas da população	1892	NA	496	901	#covid19 #compartilhe	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4191308314221086&set=a.205936522758305
7	2021-01-04	Imagem	Evolução da doença	426	NA	20	526	#atualização #covid19 #PraCegoVer	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4191697747515476&set=a.205936522758305
8	2021-01-05	Imagem	Combate contra	754	NA	143	697	0	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4192991330719451&set=a.205936522758305
9	2021-01-05	Imagem	Evolução da doença	622	NA	33	652	#atualização #covid19 #PraCegoVer	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4194312903920627&set=a.205936522758305
10	2021-01-05	Imagem	Dúvidas da população	1954	NA	382	1051	#Compartilhe	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4194247047260546&set=a.205936522758305
11	2021-01-06	Imagem	Prevenção da doença	1660	NA	461	779	#MinistérioDaSaúde #SUS	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4195792977105953&set=a.205936522758305
12	2021-01-06	Imagem	Dúvidas da população	858	NA	124	460	#Compartilhe	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4196681213683796&set=a.205936522758305
13	2021-01-06	Imagem	Evolução da doença	450	NA	25	374	#atualização #covid19 r	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4196681213683796&set=a.205936522758305
14	2021-01-07	Imagem	Vacinação	10000	NA	4120	5402	#Covid19 #BrasilImunizado #covid19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4197355626949688&set=a.205936522758305
15	2021-01-07	Imagem	Prevenção da doença	1991	NA	591	1210	#NãoEspere #MinisterioD	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4198517590166825&set=a.205936522758305
16	2021-01-07	Imagem	Combate contra	1224	NA	185	748	#compartilhe	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4199283486756902&set=a.205936522758305

17	2021-01-07	Imagem	Evolução da doença	746	NA	48	405	#atualização #covid19 #PraCegoVer	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4199895313362386&set=a.205936522758305
18	2021-01-08	Imagem	Vacinação	15325	NA	2490	5703	#BrasilImunizado #coronavirus	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4200648233287094&set=a.205936522758305
19	08/13/2021	Imagem	Dúvidas da população	1572	NA	255	899	#Compartilhe	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4202169733134944&set=a.205936522758305
20	2021-01-08	Imagem	Evolução da doença	387	NA	25	350	#atualização #covid19 #PraCegoVer	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4202697236415527&set=a.205936522758305
21	2021-03-09	Imagem	Dúvidas da população	1765	NA	306	1127	#Covid19 #Compartilhe	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4202875129731071&set=a.205936522758305
22	2021-01-09	Imagem	Dúvidas da população	1433	NA	276	582	#Compartilhe	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4204891432862774&set=a.205936522758305
23	2021-01-09	Apresentação	Prevenção da doença	1517	NA	851	609	#Prevenção #MinistérioDaSaúde	https://www.facebook.com/minsaude/posts/pfbid0soxVvULPdAXogBmH5Jk2mUmNgzvgWhpTtxJAqhssa3YdZH1R4BqjrQ69Mha6SdVl
24	2021-01-09	Imagem	Evolução da doença	479	NA	38	575	#Atualização #PraCegoVer #Covid19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4205499976135253&set=a.205936522758305
25	2021-01-10	Imagem	Prevenção da doença	3076	NA	725	1050	#ZéGotinha #SUS #MinistérioD	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4208117565873494&set=a.205936522758305

26	2021-01-10	Imagem	Evolução da doença	491	NA	28	430	#Atualização #PraCegoVer #Covid19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4208414945843756&set=a.205936522758305
27	2021-01-11	Imagem	Combate contra a doença	707	NA	100	252	#Covid19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4209907689027815&set=a.205936522758305
28	2021-01-11	Imagem	Combate contra a doença	8017	NA	1185	2538	#Covid19 #ComVida21	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4210929148925669&set=a.205936522758305
29	2021-01-11	Imagem	Evolução da doença	427	NA	17	477	#Atualização #Covid19 #PraCegoVer	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4211187845566466&set=a.205936522758305
30	2021-01-11	Imagem	Dúvidas da população	3028	NA	361	1476	#Covid19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4211231355562115&set=a.205936522758305
31	2021-01-12	Imagem	Evolução da doença	451	NA	27	554	#Atualização #Covid19 #PraCegoVer	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4213833631968554&set=a.205936522758305
32	2021-01-13	Imagem	Vacinação	5548	NA	1049	2460	#MinistérioDaSaúde #SUS #Vacina	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4216309005054350&set=a.205936522758305
33	2021-01-13	Imagem	Evolução da doença	510	NA	20	336	#Atualização #Covid19 #PraCegoVer	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4216946328323951&set=a.205936522758305
34	2021-01-14	Imagem	Vacinação	4611	NA	889	1844	#MinistérioDaSaúde #SUS #Vacina	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4217040764981174&set=a.205936522758305
35	2021-01-14	Imagem	Combate contra	1137	NA	203	787	0	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4218778874807363&set=a.205936522758305

36	2021-01-14	Imagem	Dúvidas da população	3838	NA	4081	1224	#MinistérioDaSaúde	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4219552608063323&set=a.205936522758305
37	2021-01-15	Imagem	Combate contra	2486	NA	373	1433	#OCuidadoContinua	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4221744587844125&set=a.205936522758305
38	2021-01-15	Imagem	Combate contra	8843	NA	2623	2958	#Covid19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4222215587797025&set=a.205936522758305
39	2021-01-15	Imagem	Combate contra	4038	NA	799	1543	#Covid19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4222748774410373&set=a.205936522758305
40	2021-01-16	Imagem	Combate contra	6052	NA	1430	1024	#SUS #MinistérioDaSaúde	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4224846747533909&set=a.205936522758305
41	2021-01-16	Imagem	Evolução da doença	2079	NA	89	993	#AtualizaçãoPraCegoVer	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4225437864141464&set=a.205936522758305
42	2021-01-17	Imagem	Combate contra	1747	NA	167	740	0	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4227720500579867&set=a.205936522758305
43	2021-01-17	Fotos	Combate contra	3551	NA	544	979	#Covid19	https://www.facebook.com/minsaude/posts/pfbid036yLsXNBnSpljGTD5caHoQfe9ADwRGsjT3RRYwBxbM1DoNVJ3YGvxvsUcDfco74Jwl
44	2021-01-17	Imagem	Evolução da doença	975	NA	47	667	#Covid19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4228370633848187&set=a.205936522758305
45	2021-01-18	Imagem	Vacinação	13061	NA	1729	5330	#PraCegoVer	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4228825133802737&set=a.205936522758305
46	2021-01-18	Fotos	Vacinação	11240	NA	1524	4507	#BrasilImunizado	https://www.facebook.com/minsaude/posts/pfbid02VYzU9kEB3fa9a4Xndbo9TLqEQ1vwFsRNoXBQiP4wfQvD5QP5Dhipe4JEDdm4BDrtl
47	2021-01-18	Imagem	Evolução da doença	879	NA	53	572	#AtualizaçãoPraCegoVer	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4231385623546688&set=a.205936522758305
48	2021-01-19	Imagem	Vacinação	10062	NA	1160	3611	#ComVida21 #OCuidadoContinua	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4231578870194030&set=a.205936522758305
49	2021-01-19	Imagem	Evolução da doença	657	na	326	425	#AtualizaçãoPraCegoVer #ComVida	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4234400289911888&set=a.205936522758305

50	2021-01-20	Imagem	Combate contra	4211	NA	456	1605	#ComVida21 #OcuidadoCo ntinua	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4234561883229062&set=a.205936522758305
51	2021-01-21	Imagem	Vacinação	1567	NA	180	195	#Brasilimunizado #covid19	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4237199719631945&set=a.205936522758305
52	2022-01-22	Imagem		716	NA	31	259	#SUS	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4240052972679953&set=a.205936522758305
53	2021-01-23	Fotos	Evolução da doenc	8793	NA	664	3275	#Atualização	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4242944759057441&set=a.205936522758305
54	2021-01-24	Imagem	Vacinação	2674	NA	331	653	#Brasilimunizado	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4247596731925577&set=a.205936522758305
55	2021-01-24	Imagem	Vacinação	17613	NA	1130	5001	#UmaSóNação #OcuidadoCo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4247940695224514&set=a.205936522758305
	2021-01-24	Imagem	Evolução da doenc	1017	NA	47	599	#Atualização #PraCego Ver	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4249062458445671&set=a.205936522758305
54	2021-01-25	Fotos	Vacinação	11003	NA	1140	2548	#covid19 #vacinabrasil #ocuidadoco	https://www.facebook.com/minsaude/posts/pfbid0UgmCVWBcrx9GGszFZC1ErQjZT4Y7N3NrynUokxwb69FvGkNtFiQmGFT3Mj9B33xl
55	2021-01-25	Imagem	Evolução da doenc	1165	NA	43	835	#Atualização #PraCego Ver	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4252065091478741&set=a.205936522758305
56	2021-01-26	Imagem	Combate contra	1582	NA	171	973	#UmaSóNação #OcuidadoCo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4253765281308722&set=a.205936522758305
57	2021-01-27	Imagem	Evolução da doenc	789	NA	32	399	#Atualização #PraCego Ver	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4258106967541220&set=a.205936522758305
58	2021-01-27	Imagem	Combate contra a doenc	1849	NA	266	660	#Covid19 #UmaSóNação	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4258240680861182&set=a.205936522758305

59	2021-01-28	Imagem	Vacina ^{ção}	10463	NA	1746	1805	0	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4258268620858388&set=a.205936522758305
60	2021-01-28	Imagem	Evolu ^{ção} da doenc	951	NA	34	535	#Atualização #paraumcegoVer	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4261059470579303&set=a.205936522758305
61	2023-01-29	Imagem	Vacina ^{ção}	3620	NA	346	991	#PraCegoVer	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4262627703755813&set=a.205936522758305
62	2021-01-29	Imagem	Evolu ^{ção} da doenc	559	NA	17	215	#atualização #PraCegoVer	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4264087513609832&set=a.205936522758305
63	2021-01-30	Imagem	Vacina ^{ção}	1336	NA	247	458	#PraCegoVer	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4265466630138587&set=a.205936522758305
64	2021-01-30	Imagem	Evolu ^{ção} da doenc	503	NA	11	102	#atualização #PraCegoVer	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4266767570008493&set=a.205936522758305
65	2021-01-31	Imagem	Evolu ^{ção} da doenc	816	NA	41	303	#atualização #PraCegoVer	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4269461079739142&set=a.205936522758305
65	2021-01-31	imagem	Vacina ^{ção}	4507	NA	586	910	#comvida21 #vacinabrasil	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4264216873596896&set=a.205936522758305