INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA

Reação à comunicação de interesse público:

Análise das respostas do público às partilhas Covid-19 no Facebook da Direção Geral da Saúde

Renata Joana dos Santos Coelho

Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação

Orientadora:

Doutora Cláudia Álvares, Professora Associada,

Iscte - Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2021

SOCIOLOGIA
E POLÍTICAS PÚBLICAS

Departamento de Sociologia

Reação à comunicação de interesse público:

Análise das respostas do público às partilhas Covid-19 no Facebook da Direção Geral da Saúde

Renata Joana dos Santos Coelho

Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação

Orientadora:

Doutora Cláudia Álvares, Professora Associada,

Iscte - Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2021

Para a Dá, mana da Terra e do Céu. Até lá.

Agradecimentos

A Deus, acima de todos, que nos momentos menos fáceis, abriu portas e janelas que ninguém pôde fechar, guardou o meu coração e me reconfortou quando a energia, e vontade, pareciam escassear.

Ao Tiago, que me encorajou e que todos os dias me dá a mão. A caminhada é a três (eu, tu e Deus). Assim é bem mais leve.

À família que preocupada perguntava onde arranjava forças para me dividir em mil tarefas. Como conseguia continuar a querer tudo ao pormenor (por vezes falhando prazos e encontros marcados). À mãe, avó, mana e sogra. Que mulheres fortes! Torres fortes, que abanam, mas não caem.

Aos amigos que enriquecem a minha vida. À Rita, "chuveirinho", irmã para a vida. À Patrícia, inspiração diária. À Ana Louro Martins, a única pessoa que entendia as minhas frustrações com a dissertação. Impressionante como as pessoas mais capazes são aquelas que mais se nivelam aos menos experientes. A Ana é assim. Que sorte que o António teve (não é sorte, é Deus- diria a nossa Dá).

Aos que cá não estão, mas que moldaram o meu caráter (avó Alda, avô Manel, bisavô Valdemar, mana Dá). Um beijo saudoso e um "até já".

E finalmente à orientadora, que pacientemente respondia aos meus contactos. Obrigada pelo cuidado, disponibilidade e profissionalismo. Obrigada pela adaptação exímia que teve através de chamadas via *Zoom* durante este período difícil.

Resumo

As redes sociais são uma das maiores vias de debate sobre o contexto circundante. Num mundo que enfrenta uma pandemia inédita, estas são um recurso fundamental para a comunicação quer das entidades institucionais, quer do público.

O principal objetivo desta dissertação é compreender a reação do público à divulgação dos dados da Covid-19, contribuindo assim para uma análise da eficácia da estratégia de comunicação de risco do Ministério de Saúde da República Portuguesa. Tendo em vista testar as hipóteses desenvolvidas, procedeu-se a uma análise de texto, utilizando o método qualitativo. Recorreu-se ao *software* MAXQDA para se realizar a análise de conteúdo e categorização dos 3219 segmentos recolhidos.

O presente estudo conclui que o público inicia o diálogo nas redes sociais dos meios oficiais, envolvendo-se em debate com outros internautas, mas que não obtém semelhante resposta da organização que produziu os conteúdos. Este mesmo público revela ainda níveis de incompreensão e de insatisfação significativos.

Palavras-chave: Redes sociais; Comunicação de Interesse Público; Comunicação de Saúde; Covid-19; Opinião Pública;

Abstract

Social media are one of the major avenues for debate on our surrounding environment. In a world facing an unprecedented pandemic, these are a key resource for communication both for institutional entities and for the public.

The main objective of this dissertation is to understand the public reaction to the dissemination of Covid-19 data, thus also contributing to an analysis of the effectiveness of the risk communication strategy of the Ministry of Health of the Portuguese Republic. In order to analyse the developed hypotheses, a text analysis was performed, using the qualitative method. The MAXQDA software was used for content analysis and categorization of the 3219 segments collected.

This study concludes that the public initiates dialogue on the social networks of official media, gets involved in the debate among internet users, but does not obtain a similar response from the organization that produced the contents. This same public also reveals significant levels of misunderstanding and dissatisfaction.

Keywords: Social media; Public Interest Communication; Health Communication; Covid-19; Public Opinion

Índice Geral

Agradecimentos i

Resumo iii

Abstract v

Capítulo 1- Introdução 1

Capítulo 2- Revisão da Literatura 3

2.1. O papel da Comunicação de Interesse Público para a comunidade 3

2.2. CIP na Saúde 4

2.3. O advento do Digital 6

2 .3.1. Novos e velhos desafios 8

2.3.2 Estratégias e boas práticas da comunicação pública 11

Capítulo 3- Contexto da Comunicação Oficial sobre Covid-19 em Portugal 13

3.1. Covid-19: um cenário pandémico 13

3.1.2 O papel da Direção Geral de Saúde em contexto pandémico 15

3.1.3. Partilhas da Direção Geral de Saúde 17

Capítulo 4- Metodologia 19

4.1 Objetivo e hipóteses 21

Recolha de dados 21

4.2 21

4.3 Momento de classificação dos dados 24

Capítulo 5- Resultados 27

5.1 Género 28

5.2 Natureza do comentário 29

5.4 Valor do comentário relativamente à DGS 29

5.4 Temática do Comentário 31

5.5 Outras considerações 45

5.5 Discussão 45

Capítulo 6- Conclusões 47

Referências Bibliográficas 51

Índice de Figuras

Figura 1. Evolução dos relatório partilhados 23

Figura 2. Evolução Logo DGS 23

Figura 3. Nuvem de Palavras relativa ao corpo de análise 28

Figura 4. Gráfico da frequência da temática do comentário 32

CAPÍTULO 1

Introdução

A humanidade vive num constante rebuliço de mudanças e de novidades. As redes sociais têm-se destacado nos últimos anos como uma ferramenta que por um lado clama pela mudança e por outro lado consiste na própria mudança. Tendemos a comunicar cada vez mais através de plataformas como o Facebook, recorrendo muitas vezes a e-sats para pesquisar, de forma interativa, indicadores diversos, nomeadamente na área da saúde e da economia. De igual forma, as instituições têm acompanhado este percurso e encontram-se representadas nas redes sociais, oferecendo através das mesmas, uma plataforma de comunicação. Foi o interesse pela comunicação estratégica e pelo seu uso em contexto de crise, como o pandémico, por forma a potenciar medidas de entreajuda, assentes numa melhor comunicação entre os diversos setores sociais, assim como o gosto pelas tecnologias, que direcionaram o tema da presente dissertação.

A pesquisa abaixo entende que toda a comunicação deve nortear-se pela simetria e bidirecionalidade. Entende ainda que, no domínio *online*, a adoção destes traços na estratégia comunicacional se torna ainda mais notória. Será que as organizações que se fazem presentes nas redes sociais conhecem as implicações que esta decisão acarreta? Será que o público entende a presença digital de organizações estatais como uma via mais direta para o esclarecimento de dúvidas, para a partilha de experiências e a utiliza com esse mesmo fim?

O foco no desempenho do perfil da Direção Geral de Saúde teve que ver com o contexto pandémico com o qual todos nós nos vimos confrontados. Com uma pandemia e a incerteza subsequente, como se estabelece a comunicação com um cidadão, pondo-o a par do que acontece no mundo ao mesmo tempo que se procura esclarecer sobre o que acontece também à sua volta? A pluralidade de internautas que procuram o perfil da DGS reagindo às partilhas revelou, desde logo, a existência de audiências reativas à comunicação de saúde que ali se perpetraria. Foi a partir desta constatação que o cerne da pesquisa foi ganhando forma.

Juntamente com a identificação desta problemática, acresce o fator da desinformação e da cada vez mais debatida questão da proteção do cidadão relativamente à manipulação e possível logro de informação. O facto de as próprias redes sociais já terem investido na defesa contra a desinformação para minorar o problema, reforça a ideia de que campanhas de comunicação de interesse público

devem fazer-se acessíveis para todos aqueles que de uma forma ou de outra sejam confrontados com todo o tipo de informação, entre a qual a desinformativa ou distorcida.

Numa fase inicial, procurei entender as premissas basilares da comunicação de interesse público neste novo contexto, o papel da DGS e a sua ligação ao cumprimento do Direito à Informação.

O capítulo introdutório apresenta os motivos que levaram à elaboração da presente dissertação, assim como a estruturação da pesquisa.

No capítulo II- Revisão da Literatura -, abordo conceitos como a Comunicação de Interesse Público, Comunicação na Saúde e a adaptação ao meio digital. Exploro ainda os novos e velhos desafios desta nova forma de estabelecer a comunicação, assim como as melhores estratégias para o fazer.

No capítulo III – Contexto histórico – exponho o contexto em que a presente dissertação foi elaborada, traçando ainda uma breve retrospetiva histórica relativa às pandemias que assolaram o mundo. Tratarei aqui de temas como o Covid-19 e o papel da DGS na pandemia e passarei a mostrar alguns dos conteúdos partilhados pela DGS.

No capítulo IV, apresento o objetivo e as hipóteses, desenvolvendo ainda o método da recolha de dados. Neste capítulo explora-se a classificação dos dados recolhidos anteriormente, encetando-se também a descrição dos resultados desta análise relativamente às categorias propostas, sendo algumas considerações tecidas tendo em vista a melhor perceção da reação da audiência.

A partir daqui debruçar-me-ei sobre a discussão dos resultados obtidos. E, finalmente, o último capítulo será dedicado às conclusões da pesquisa.

CAPÍTULO 2

Revisão da Literatura

2.1. O papel da Comunicação de Interesse Público para a comunidade

O facto de as pessoas viverem em grupos organizados – em comunidades – leva a que os acontecimentos que vão tomando lugar tenham de ser comunicados para o todo, ou seja, para o tecido social. Daí que se organizem sistemas de comunicação que procuram transmitir mensagens para o indivíduo e coletivo, assim como promover diferentes literacias e consciencializar o público para um determinado assunto. É a comunicação de interesse público que abarca todos estes deveres.

As suas origens remetem para o desenvolvimento de causas sociais, remontando aos tempos do surgimento da própria comunicação de massa (Fessmann, 2016). Assim, nos primórdios, as suas estratégias limitavam-se a utilizar as teorias de comunicação de massa para concretizar os seus objetivos, descurando os conhecimentos das disciplinas que compõem também o seu propósito. De facto, esta área da comunicação cruza-se com diversas ciências sociais e humanas e o potencial desta interdisciplinaridade tem sido cada vez mais reconhecido.

É com vista a este conceito de comunicação no interesse público (CIP) que este trabalho se desenvolveu. Ou seja, com a consciência de que a comunicação no interesse público é uma área da comunicação que implica conhecimentos e domínios de outras disciplinas como as Relações Públicas, o Marketing Social e a Psicologia, para o melhor cumprimento da função da comunicação que tem como alvo de receção a própria comunidade. A CIP pode definir-se como uma partilha de informações e de mensagens que devem ser transmitidas no seguimento do cumprimento do direito à informação contemplado na Comunicação e Relações Públicas (CRP). Deste modo, e sob os moldes democráticos, constitui um processo de diálogo que visa a mudança social e que implica conhecer os intervenientes, os seus objetivos e as suas estratégias. Nela deve estar assente um compromisso no sentido da priorização da condição humana e do seu desenvolvimento, isentando-se assim de interesses privados e contribuindo somente para os interesses coletivos (Garcia & Eiró-Gomes, 2020).

O objetivo da CIP é a mudança positiva e significativa de comportamentos cujos efeitos se revelem o mais benéfico possível para a sociedade (Fessmann, 2016). Este tipo de comunicação pode ser utilizado como resposta a problemas das mais variadas áreas da vida humana ou ambiental, como, por exemplo, uma emergência natural ou um desastre de saúde.

É necessário ter em consideração que o caráter transversal deste tipo de comunicação, complexifica a sua eficácia e concretização, pois cada área terá a sua terminologia e as suas características próprias. A comunicação no interesse público relativa à área da saúde é um destes exemplos. Dado que a terminologia da medicina não se permeia por uma codificação conhecida por muitos, a comunicação que parte para a massa deve proceder a uma descodificação específica (Garcia & Eiró-Gomes, 2020).

Segundo Fessmann (2016), existem quatro tipos de efeitos da comunicação de interesse público:

1. Adoção de um comportamento positivo
2. Rejeição de um comportamento nefasto
3. Alteração de um comportamento atual
4. Abandono de um comportamento indesejável.

Atualmente, a par do declínio do jornalismo e da sua descredibilização muito flagelados pela reprodução dos canais de comunicação da internet, a comunicação de interesse público tem ganho cada vez mais espaço nas sociedades. Porém, também lhe são colocados inúmeros desafios. Se por um lado é extremamente necessário que o público reconheça a fonte das informações, cuja validade e veracidade são atestadas pela instituição que as comunica, por outro lado o emissor deste tipo de comunicação deve atentar para o facto de que a comunicação de interesse público não se esgota na promoção da mensagem, mas que constitui um processo *ongoing* que visa a alteração de atitudes e comportamentos, a longo prazo (Fessmann, 2016), devendo ser monitorizado e adaptado.

Como sucede em todas as outras áreas da comunicação, também na CIP é crucial olhar para o recetor da mensagem como um elemento ativo, quer na sua própria saúde, quer na dos que o rodeiam.

2.2. CIP na Saúde

Como já foi referido, a Comunicação de Interesse Público insere-se em diversas áreas da sociedade. A comunicação de saúde, área de interesse da presente dissertação, pode ser definida da seguinte forma:

> *(…) estudo e utilização de estratégias de comunicação para informar e para influenciar as decisões dos indivíduos e das comunidades no sentido de promoverem a sua saúde. (Teixeira, 2004, p. 615)*

O estudo e a utilização de estratégias de comunicação para informar e para influenciar as decisões dos indivíduos e das comunidades no sentido de promoverem a sua saúde são perpetuadas através de ações de comunicação de saúde. Sendo esta uma área da Comunicação de Interesse Público, não se esgota, portanto, na transmissão de informação. Constitui o tal processo que fomenta a mudança, que não é estático e que está sempre em movimento *(*Garcia *& Eiró-Gomes, 2020).*

Os frutos destes processos de comunicação devem contribuir para o nível de literacia de saúde do indivíduo, isto é, deve fomentar a capacidade que o cidadão tem de obter, processar e compreender a informação, levando-o a tomar decisões acertadas (Parker, Ratzan, and Lurie, 2003, *apud* Krishna & Thompson, 2019).

Porque o direito à saúde é um direito incontornável na sociedade atual, contemplado na CRP, e devido ao peso que esta área tem no bem-estar do indivíduo, os profissionais responsáveis por estabelecer os processos de comunicação de interesse público na área da comunicação devem ter consciência da relevância da sua missão. Desta forma, as entidades poderão contribuir para a preparação de respostas a situações emergentes, a redução dos seus custos, a promoção de valores de transparência e a potenciação da aceitação do que é comunicado (Wendling *et al.*, 2013).

Como *supramencionado*, em saúde, os riscos da incompreensão das mensagens podem desencadear graves crises. De uma mensagem ruidosa pode resultar resistência e incompreensão, que por sua vez refutam a adoção de comportamentos informados e responsáveis. Resultantes deste cenário, dão-se os comportamentos que vão de encontro direto à promoção da saúde nos círculos sociais.

Ao longo dos últimos anos surgiram alguns estudos que exploraram a comunicação de risco e os problemas de comunicação, cujas conclusões podem ser muito úteis aquando da elaboração de campanhas e da sua monitorização. A teoria da *Social Amplification of Health Risk Information,* uma dessas pesquisas, apresenta os seguintes quatro mecanismos para a amplificação da perceção do risco: o volume da informação, a ambiguidade da informação e discórdia entre *experts*, dramatização de factos e possíveis consequências e conotações simbólicas comunicadas na partilha de informação (Kasperson *et al.*, 1988, *apud* Strekalova, 2017).

Também a investigação de Krishna & Thompson se debruçou sobre o ruído que a desinformação trouxe às campanhas de CIP e que muitas das vezes chega mesmo a pôr em risco o seu sucesso. A incerteza, os vácuos de informação, o acesso limitado à informação válida, são algumas das pistas para as quais podemos direcionar a nossa atenção. Para melhor compreender estes fatores, é utilizado o exemplo da crise de Ébola. Também se acredita que, atualmente, outro dos problemas da CIP esteja relacionado com a partilha de informações falsas por parte de individuos que o fazem por não refletirem o suficiente na sua validade (Pennycook *et al.*, 2020).

2.3. O advento do Digital

Atualmente, para além dos meios de transmissão de informação convencionais – os media e *o word of mouth* oral –, dispomos também de dispositivos tecnológicos que potenciam a manifestação de opinião pessoal, assim como a capacidade de influência do indivíduo comum. Plataformas como o Twitter e o Facebook, espelham isto mesmo.

De facto, a linearidade da comunicação dos meios convencionais entrou em rutura com a nova forma de dialogar das redes sociais (A.Mishaal & Abu-Shana, 2015). A comunicação mediada por computador não deve, contudo, ser considerada substituta dos meios tradicionais, mas sim um novo veículo de informação. Ao conciliar os dois formatos, potencia-se o acesso às mensagens e o seu alcance (Cardoso, 2016).

Em Portugal, à data de janeiro de 2020, segundo o estudo Digital 2020 da *We are Social*[1], dos seus 10.21 milhões de habitantes, 8.52 milhões são utilizadores de Internet. Isto reflete assim um crescimento de 251 mil utilizadores, +3.0%, em comparação com o que sucedia no ano anterior.

As redes sociais reuniram cerca de sete milhões de utilizadores, mantendo-se um crescimento de 433 mil, ou seja 6,6% entre abril e janeiro de 2020. Com uma penetração de 69% da sociedade portuguesa, as redes sociais são a plataforma que agrega o maior número de cidadãos, tornando-a o

[1] Agência criativa de *social media*

meio preferencial de contacto com a população. Segundo o site Statista[2] o Facebook agrega mais de 2.7 milhares de milhão de utilizadores ativos em 2020, fazendo desta rede social a maior rede do mundo. Em Portugal são mais de sete milhões de utilizadores.

Os cidadãos têm utilizado estes espaços para defender causas e dotá-las de uma voz coletiva. Ao passo de que o desalento e o descrédito nos assuntos políticos têm aumentado, outras causas têm ganhado maior expressão. (Cardoso, 2016). Alguns movimentos exemplificam esta manifestação coletiva ao nível de preocupações ambientais ou de direitos humanos, com quebras de barreiras espaciais, como o *Black Lives Matter* ou o *Me too*.

O Estado e as suas extensões devem procurar tornar-se presente onde o alvo da sua mensagem se encontra, pelo que os governos e instituições procuram cada vez mais uma presença trabalhada nas redes sociais (Garcia & Eiró-Gomes, 2020). Efetivamente, a aplicação das redes sociais nas campanhas de interesse público têm representado uma oportunidade para o diálogo no sentido da construção das relações entre emissores e recetores *(Cho & Schweick- art, 2015 apud* Garcia & Eiró-Gomes, 2020), com o seu alcance e o benefício do seu baixo custo constituindo mais-valias (Garcia, 2020).

As redes sociais permitem ainda que a comunicação não seja feita num único sentido, com os utilizadores destes meios a beneficiarem de conteúdo ao mesmo tempo que o podem produzir, tornando-se assim capazes de comentar, partilhar ou recriar informações diversas. Ao utilizar as redes sociais, as próprias entidades podem ganhar uma maior compreensão daquela que é a opinião pública, auxiliando o planeamento estratégico das comunicações que seguem (A.Mishaal & Abu-Shana, 2015). Ademais, as redes sociais têm-se demonstrado canais que potenciam a confiança entre o cidadão e a entidade oficial que delas tira partido (Landsbergen, 2010).

[2] https://www.statista.com/statistics/805474/facebook-users-portugal/ Acedido a 7 de novembro de 2021

2 .3.1. Novos e velhos desafios

O meio digital não apresenta só oportunidades, mas também desafios. A comunicação em redes sociais implica que o comunicador procure antever a reação e o comportamento do recetor da sua mensagem. O fluxo de comunicação não termina aquando da receção da mensagem, pois pode ser recriado por aquele que a recebe através de comentários, gostos, ou de novas publicações, partilhando assim o papel da disseminação da informação (Woolley & Peterson, 2008; Gold, *et al.*,2011; Burton *et al.*, 2019).

Ademais, as mensagens nas redes sociais concorrem com infindas mensagens na internet. Este enorme e infinito fluxo tem sido estudado por muitos autores. A síndrome de TMI (*too much information effect*), ou o termo *infodemic*, são exemplos disto mesmo.

> *"Indeed, the frequency with which misinformation is communicated is worrisome enough to label it an epidemic". (Krishna & Thompson, 2019)*

Já em 2019 Claire Wardle tinha publicado um artigo que explicava que o distúrbio de informação seria mais complexo e impactante do que o que se tinha projetado até então (Wardle, 2019). Efetivamente, a concorrer com as campanhas de comunicação de interesse público no digital está o fenómeno da desinformação. Segundo a Unesco, esta pode definir-se como "informação enganosa criada ou divulgada sem intenção manipuladora ou maliciosa" (UNESCO, 2018: 7).

Uma forma de desinformação são as *fake news*, que apesar de terem a forma de uma notícia, o conteúdo e a intenção vão de encontro à primeira (Tandoc *et al.*, 2020).

Quando há um intuito de manipulação ou uma omissão de informação está-se perante o efeito das *fake news* (Moreira & Eiró-Gomes, 2019).

E nos últimos tempos os seus danos são cada vez mais palpáveis. Desencadeado severas consequências (interferência com eleições, com a reputação de indivíduos e com a sua privacidade este fenómeno tem posto em causa a democracia de muitos países (Frayer, 2018 *in* (Tandoc *et al.*, 2020) . Quando há um intuito de manipulação ou uma omissão de informação está-se perante o efeito das *fake news* (Moreira & Eiró-Gomes, 2019).

Entre informações de páginas oficiais, de páginas individuais, de sites e blogs não verificados, noticias cujos títulos servem de isco para captar a atenção – *clickbait* – entre outras estratégias

sofisticadas, a receção e seleção de mensagens é um processo cada vez mais moroso e complexo. Muitos dados, muitos estudos e muitas opiniões têm vindo à luz nos círculos sociais de cada um. O que sucede atualmente é que as mensagens erradas ou mesmo enganosas viralizam e não são necessariamente escrutinadas. Estas acabam muitas vezes por alimentar a desconfiança nas autoridades competentes, desacreditando-as. De facto, a mediação tecnológica, e o acesso generalizado aos processos de comunicação, vem pôr em causa a autoridade de quem constrói a narrativa que empodera o cidadão, seja esta considerada uma autoridade ou não (Moreira & Eiró-Gomes, 2019).

E nos últimos tempos os seus danos são cada vez mais palpáveis. Desencadeado severas consequências (interferência com eleições, com a reputação de indivíduos e com a sua privacidade este fenómeno tem posto em causa a democracia de muitos países (Frayer, 2018 *in* (Tandoc *et al.*, 2020).

A literacia digital revela-se tão problemática quanto a literacia para a saúde. Alguns estudos têm dado provas de que muitas das vezes as pessoas que decidem partilhar conteúdo falso, desvalorizam o fator da sua validade. Avançaram ainda que existe uma tendência para que os autores das partilhas sejam pessoas que possuidores de um menor conhecimento científico (Pennycook *et al.*, 2020).

O enorme fluxo de informação, muitas vezes desprovido do tal valor de verdade pode resultar em enormes riscos para a sociedade (Stevenson, 2020). O que alguns autores consideram significar o pós-modernismo na sociedade reflete-se na refutação do conhecimento científico, ou seja, das conclusões consideradas corretas e objetivas, aceites de uma maneira universal. Assim se obtém um cenário de desconfiança científica e moral generalizada (Moreira & Eiró-Gomes, 2019), demonstrando que se, por um lado, a disseminação de informação oficial é hoje em dia facilitada, também o é a disseminação das dúvidas e das mais diversas interpretações.

O advento do digital coloca à Comunicação de Interesse Público ainda limitações a nível do seu *timing,* dado que neste meio tudo sofre uma aceleração tamanha, o que significa que as respostas podem ser mais céleres, mas também que o ruído e a incompreensão se podem alastrar em segundos. (Wendling *et al.*, 2013) A reação do público às partilhas nas redes é um outro campo por explorar, dado que a maioria dos estudos se centra apenas na análise das estratégias do que detém a rede social e no cumprimento das *guidelines* recomendadas, em detrimento da reação do público às estratégias.

No que concerne ao público, a definição da informação e dos seus usos merece acrescida reflexão. Para que haja uma categorização de informação errónea, é necessário que o cidadão considere útil e válida a informação que recebeu (Krishna & Thompson, 2019). Como afirmaram Nogueira & Castro (2017), a Internet criou um cidadão que se integra numa cultura de participação e que crê ser capaz de concretizar as suas exigências neste meio digital. Alguns autores consideram até que o próprio cidadão concorre com os media tradicionais, relacionando-o com o "citizen journalism", ou jornalismo cidadão (Broom & Sha, 2013, *apud* Moreira & Eiró-Gomes, 2019).

A gestão das interações em páginas que agreguem um grande número de seguidores, pode revelar-se conflituosa. Ademais, dado que no meio digital tanto convivem páginas pessoais como organizacionais, as interações embrincam-se, sendo que muitos dos utilizadores interagem com as organizações, empresas, órgãos governativos e instituições, exigindo respostas tal como esperam dos outros utilizadores (Nogueira & Castro, 2017).

Segundo Suller (2004), o anonimato pode reforçar a voz do utilizador nas redes sociais de forma negativa, na medida em que sente que as ações online não têm consequências na vida real, por não haver confronto direto. Por outro lado, os *trolls* e os *bots* vêm complexificar ainda mais o ecossistema digital. Como forma de combater estes fenómenos, têm surgido organizações e grupos que procuram fazer "fact-checking", oferecendo assim um serviço de valor à comunidade. Em Portugal são exemplos disto mesmo o Polígrafo e a Hora da Verdade (parceria entre o Observador e a TVI). É necessário que as autoridades científicas procurem regular a veracidade de factos a si apontados e das acusações, que surgem muitas vezes associados a movimentos populistas que visam descredibilizar as respostas e afirmações científicas (Moreira & Eiró-Gomes, 2019).

"[There] is ample evidence from political communication and social psychology showing that fact-checking can be of limited utility—or worse, it can backfire—in contexts where audiences are motivated to defend their pre-existing beliefs" (Scheufele and Krause 2019, apud Krause et al., 2020).

Para dar resposta ao problema da desinformação, os governos começam a emitir legislação própria. Simultaneamente, alguns dos gigantes tecnológicos começam também a tomar ações no sentido de introduzirem filtragem nas suas plataformas, como é já o caso do Facebook (Tandoc *et al.*, 2020).

2.3.2 Estratégias e boas práticas da comunicação pública

Devido aos efeitos que estas campanhas podem ter na sociedade, a sua carga ética é mais pesada do que a de outras áreas da comunicação, como o marketing, a publicidade e as relações públicas (Fessmann, 2016). Os autores Mishaal e Abu-Shana estabeleceram algumas métricas e medidas que procuram avaliar os canais de comunicação das instituições governamentais, ainda que se possam adaptar a outras organizações. Concluiram que os fatores a considerar para esta avaliação seriam transparência, participação, colaboração e conforto (A.Mishaal & Abu-Shana, 2015). Um outro fator considerado é a distinção de comunicação pública da comunicação política, dado o descredito dos cidadãos face a tópicos politizados (OECD, 2020).

Para potenciar a compreensão da comunicação de interesse público, Garcia e Eiró Gomes (2020) enfatizam a importância da sua apresentação de uma maneira clara, assertiva e, se possível, num formato visual. Noar (2012), por sua vez, relacionou quatro elementos basilares na elaboração de uma campanha de comunicação: o método ACME (Audiência, Canal, Mensagem e Avaliação). Para além destes quatro pontos, relembrou a importância da segmentação da audiência, pois esta terá um grande impacto no processo de comunicação, desde a estratégia ao canal escolhido, assim como da avaliação (Noar, 2012).

Em relação à comunicação de interesse público encetada nas redes sociais, é crucial que as mensagens promovidas nas campanhas de interesse público contemplem dados científicos, cuja interpretação não se revele complicada, para que a sua validade não possa ser facilmente colocada em causa (Fessmann, 2016). Porém, apesar das especificidades científicas e técnicas, é necessário envolver todo o público e, portanto, fazer recurso a uma linguagem incisiva, própria, adaptada ao tempo real, mantendo em mira a mudança efetiva de comportamentos de risco e a justificação de políticas que visam a saúde pública do maior número de cidadãos. A missão da organização que as comunica deve estar sempre presente, contemplando os seus valores e princípios e tomando partido da tecnologia para os desenvolver (Landsbergen, 2010).

A decisão de levar uma campanha de CIP para as redes sociais acarreta responsabilidades próprias do meio. As redes sociais, como implicam uma compreensão especializada. Tornando-se imperativo delinear objetivos e métricas para que concorra com o fluxo de informação característico deste meio. Caso se tente tirar partido dele sem previamente esboçar a estratégia, incorre-se no risco de

desperdiçar os, comummente escassos, recursos disponibilizados pelas organizações (Landsbergn, 2010).

O facto de a comunicação de risco em saúde afetar o cidadão leva a que muitas das vezes a resposta individual se permeie de uma forte carga emocional, acolhendo perceções de risco próprio. Estas podem, por um lado, alinhar-se com os objetivos da campanha de comunicação, ou por outro lado questioná-la e a ela se opor (Espanha, 2020). A monitorização das reações do público nas redes sociais torna-se assim extremamente útil para a avaliação e adaptação dos processos de comunicação.

CAPÍTULO 3

Contexto da Comunicação Oficial sobre Covid-19 em Portugal

3.1. Covid-19: um cenário pandémico

Pandemia não é uma palavra desconhecida para a sociedade. De facto, já decorreram diversos cenários pandémicos ao longo dos tempos. Epidemias são surtos que surgem e que se espalham por uma área geográfica substancial. Quando estas ultrapassam essa área geográfica para se espalhar globalmente passam a ser consideradas pandemias (Grennan, 2019).

No site do canal History consegue-se entender a extensa história das pandemias que assolaram o mundo até aos dias de hoje.

A primeira de que há registo ocorreu durante a Guerra do Peloponeso e assolou Atenas, rapidamente se disseminando. Desde então que com a Peste Antonina, a Peste de Cipriano, Praga de Justiniano, Peste Bubónica, com a Varíola e a Cólera e com a Gripe Espanhola a história epidemiológica tem ganho cada vez mais episódios para estudar e prever o impacto de futuros surtos (History.com Editors, 02. 27. 2019).

A peste bubónica, também conhecida como Peste Negra foi um dos marcos desta área de estudo. Até hoje abordada nos programas curriculares, não só a quebra populacional (de pelo menos 25 milhões de europeus) é estudada, como também o seu impacto na economia e ao nível dos avanços sanitários para os quais contribuiu (History.com Editors, 02. 27. 2019).

A gripe espanhola, dentro das pandemias enunciadas a mais próxima dos dias de hoje, surgiu em 1918 e ceifou a vida a mais de 40 milhões de pessoas, ou seja, um quarto da população mundial da altura. Esta é regularmente comparada com o atual coronavírus Sars-CoV-2, mais adiante este assunto será explorado (History.com Editors, 02. 27. 2019).

Já no século XXI, o vírus H1N1 em 2009 disseminou-se com celeridade e abriu a página das pandemias dos séculos. No entanto, foi com o Sars-CoV-2 que o mundo parou, levando a inéditos *lockdowns*, à imposição de restrições somente aceites em estados de emergência nacional. Novas condições sociais, outros hábitos higiénicos, e condicionantes geoestratégicas inéditas acompanharam

uma nova crise sanitária. Como é que um mundo pós-moderno, globalizado, lida com um surto pandémico?

O primeiro caso do vírus que viria a impactar o mundo surge na China, em Wuhan, no encerrar do ano de 2019. Muitas pessoas, entre elas a Diretora-Geral da Saúde e Autoridade de Saúde Nacional Graça Freitas, figura central na comunicação da DGS, julgavam que o vírus SARS-CoV-2, Síndrome Respiratória Aguda Grave, não escalaria de nível sanitário, e que dificilmente chegaria a Portugal. Contudo, esta escalada rapidamente se deu, e o vírus acabou por se alastrar pelos continentes. Chega a Portugal, pelo que se sabe, no fim do mês de fevereiro. Entre os meses de março e de abril, o país assistia a um crescimento exponencial. No fim do ano de 2020, uma nova fase voltou a assolar o país, fazendo regressar as medidas de contingência necessárias para controlar a disseminação do vírus *(Borges et al., 2020).*

O ceticismo relativo à pandemia levou à construção de mitos e conspirações capazes de pôr em risco a aceitação da campanha de comunicação de interesse público desenvolvida pela DGS e o seu último alvo: a sociedade em geral. O uso da máscara, o surgimento de "números falsificados", o 5G e as suas ligações com a pandemia, os blocos de poder e de interesses têm sido assuntos que circulam boca a boca e nas redes sociais. As redes sociais disponibilizam os meios que facilitaram a organização de movimentos e a articulação de pessoas com interesses em comum (Nogueira & Castro, 2017). E os cidadãos com acesso a grande volume de informação, capaz de sustentar as mais diversas posições, encontram-se atualmente quer nos debates em fóruns, quer nos perfis de organizações estatais, iniciando discussões e equiparando-se aos utilizadores e perfis detentores de conhecimentos científicos sobre a pandemia.

Surgem assim grupos de pessoas que negam ou colocam em questão a pandemia, apelidados de "negacionistas", e que pretendem romper com as ações de comunicação da campanha oficial de interesse público. Em Portugal, fazem-se representar através dos Guardiões da Verdade. O objetivo do movimento, segundo os seus representantes, é o de zelar pelo interesse do "povo oprimido e enganado". No mesmo sentido, surgiram também os Jornalistas pela Verdade, os Médicos pela Verdade, entre outros. Em comum têm o objetivo de apresentar "verdades que não são apresentadas

pelos media tradicionais nem pelas autoridades". Estas informações constavam no site e nas redes sociais do grupo. Em fevereiro de 2021 os domínios foram suspensos.[3]

Do outro lado da barricada, aparece a Direção Geral de Saúde que, juntamente com outras autoridades, comunica as decisões que o Estado toma em nome da saúde pública, tais como restrições e alterações de pontos de situação de saúde pública, assim como dados epidemiológicos, avisos e recomendações relativos ao vírus.

3.1.2 O papel da Direção Geral de Saúde em contexto pandémico

A Direção Geral da Saúde é um serviço central do Ministério da Saúde, integrado na administração direta do Estado e dotado de autonomia administrativa. As principais áreas de intervenção, descritas no site do Serviço Nacional de Saúde (SNS)[4], são:

- A Coordenação e desenvolvimento de Planos e Programas de Saúde;
- A Coordenação e vigilância epidemiológica;
- A Análise e divulgação da informação em saúde;
- A Regulação e garante da qualidade em saúde;
- A Gestão das emergências em Saúde Pública;
- O Apoio ao exercício das competências da Autoridade de Saúde Nacional;
- A Coordenação da atividade do Ministério da Saúde no domínio das relações europeias e internacionais;
- O Acompanhamento do Centro de Atendimento do Serviço Nacional de Saúde;

[3]https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2021-02-09-fim-dos-medicos-pela-verdade-o-chega-e-as-afinidades-que-a-visao-destapou/

[4] https://www.sns.gov.pt/entidades-de-saude/direcao-geral-da-saude/ Acedido a 27 de março de 2021.

- A Coordenação e acompanhamento do Subsistema de Avaliação de Desempenho dos Serviços da Administração Pública (SIADAP 1) do Ministério da Saúde.

Importa ainda perceber a missão da organização, pois toda a comunicação por ela encetada deve estar orientada para o seu cumprimento (Garcia & Eiró-Gomes, 2020). No site[5] é possível conhecer a missão deste órgão diretivo:

A Direção-Geral da Saúde tem por missão, regulamentar, orientar e coordenar as atividades de promoção da saúde e prevenção da doença, definir as condições técnicas para adequada prestação de cuidados de saúde, planear e programar a política nacional para a qualidade no sistema de saúde, bem como assegurar a elaboração e execução do Plano Nacional de Saúde e, ainda, a coordenação das relações internacionais do Ministério da Saúde.

A DGS, tal como *supramencionado*, é uma extensão do próprio Estado e está responsável pela promoção e defesa da democracia. Por isto mesmo, em cenários pandémicos, é crucial que não se limite a explicar as medidas decididas pelas autoridades, mas sim que promova a participação dos cidadãos no desenvolvimento do cenário envolvente.

O peso da qualidade dos processos de comunicação desenvolvidos por órgãos como a DGS reflete-se na evolução das crises sanitárias e, por isso, a qualidade da informação transmitida, assim como as condições para um diálogo participado, devem ser continuamente melhoradas para que se possa atingir o máximo de bem-estar da sociedade (Pennycook *et al.*, 2020).

[5] https://www.sns.gov.pt/entidades-de-saude/direcao-geral-da-saude/ Acedido a 27 de março de 2021.

3.1.3. Partilhas da Direção Geral de Saúde

Segundo Moreira e Eiró-Gomes (2019) a fragmentação do público resultante da concorrência aos media tradicionais, o público procura cada vez mais canais de comunicação oficiais. Isto porque com a concorrência de novos media e consequente revolução no processo informativo, também os meios tradicionais se fazem presentes na via online. Assim, os meios convencionais habitam o mesmo espaço dos novos naquele que é o ambiente digital:

> *The new media represent a revolution in the information process. With that revolution, traditional media feel the need to respond with an online presence as well. Moreover, this translates into the lines between traditional and new media becoming blurry, if they still make sense at all. (Moreira & Eiró-Gomes, 2019, p.181)*

Isto resulta num estreitamente de relações capaz de dinamizar as necessidades de informação do público (Moreira & Eiró-Gomes, 2019).

Ao nível de representação digital, a DGS dispõe de um site bastante completo, onde constam informações relativas às funções e ao trabalho deste órgão. Existe também um espaço do cidadão, do profissional e ainda de serviços *online*. Para além disto, também partilha notícias relativas a campanhas e prémios da área de saúde, glossários que explicam termos técnicos e apresenta programas levados a cabo pelo órgão, tais como o Plano Nacional de Saúde.

Paralelamente ao site oficial da DGS, foi criado um site para informações relativas ao Covid-19: https://covid19.min-saude.pt/

Neste endereço o cidadão pode agendar vacinas e testes e ainda consultar notícias e relatórios detalhados - versões estendidas das que são partilhadas nas redes sociais.

Ainda assim, como o Landsbergen (2010) avançou, os *websites* não são o veículo que o cidadão procura aquando deseja manifestar as suas opiniões e experiências. Por serem fixos e pouco interativos, não satisfazem as necessidades do cidadão moderno.

A adoção das redes de comunicação possibilitadas pela Web 2.0, por sua vez, dota as organizações estatais de um rosto, e humanizam-nas. Estudos como o de Espanha (2020) têm comprovado que com a presença de órgãos de saúde nas redes sociais, os pacientes/doentes passam a ter uma voz mais ativa, resultante da potencial comunicação bilateral destes meios.

A presença da Direção Geral da Saúde faz-se, para além do seu site, através de uma página no Facebook, de um perfil no Instagram e no Twitter e de um canal no Youtube. Abaixo seguem as principais métricas de cada uma destas plataformas.

Quadro 3.1 Métricas das redes sociais da DGS

Rede social	Seguidores	Gostos	Visualizações	Adesão
Facebook	665 565	421 205	-	junho de 2012
Twitter	37,9000	-	-	junho de 2012
Youtube	13 000	-	3 886 430	abril de 2008
Instagram	44900	-	-	março de 2020

As publicações são genericamente reproduzidas para todas as plataformas, à exceção das do Youtube, que apresenta conteúdos com uma menor periodicidade. No Facebook a atualização dos dados relativos à pandemia faz.se diariamente através de uma publicação, cujos comentários são públicos. Semelhante estratégia é operacionalizada no Twitter, através de *tweets* diários. No Instagram, a atualização é partilhada também diariamente através da funcionalidade *story*, sem comentários públicos, embora com possibilidade de resposta individual.

Nos meios de comunicação social, foram transmitidas Conferências de Imprensa da DGS inicialmente diárias e depois trissemanais, onde se apresentou a situação epidemiológica do país através de um relatório. Inicialmente tenha sido partilhado um excerto mais detalhado do relatório redes sociais – o relatório integral consta no site anteriormente referido da DGS –, com o avançar da situação as partilhas diárias nas publicações das redes sociais limitaram-se somente à primeira página do documento.

Nos relatórios, através de conteúdos gráficos, comunicaram-se o número de casos ativos, de recuperados, óbitos, contactos de vigilância e ainda os casos confirmados. A distribuição dos casos em internamento faz-se no rodapé da infografia.

Para além da comunicação dos dados relativa ao impacto da pandemia, também foram publicados conteúdos que visavam a consciencialização para a prevenção da infeção. Todos os conteúdos referentes à pandemia são acompanhados dos seguintes hashtags:

#umconselhodaDGS #sejaumagentedesaúdepública #estamoson

A reação incendiária às publicações oficiais do Governo, partilhadas diariamente, são uma realidade. Assim, o principal objetivo do trabalho é compreender a reação manifesta nos comentários do Facebook aos *posts* da Direção Geral da Saúde sobre a Covid-19 em Portugal.

É ainda importante referir que a página da DGS não permite que os seguidores publiquem conteúdo no seu perfil, sendo que a única interação possível consiste em comentários inseridos em resposta às publicações que a DGS vai partilhando e nas *reviews* da página. É nesta funcionalidade que alguns utilizadores expressam as suas opiniões em relação ao trabalho da DGS.

Mas as críticas ao trabalho da DGS têm também surgido na comunicação social. Num artigo do jornal *Público*, lê-se que o trabalho da DGS segue uma lógica de mera "transmissão de informação para a comunicação social, e controlo da narrativa" e não de comunicação de risco (Público, 9.11.2020).

No sentido de investigar esta crítica, a presente dissertação procurou entender se a DGS dá resposta aos comentários partilhados pelos utilizadores nas publicações da página.

É através das opiniões manifestadas pelos cidadãos que se pode aferir a sua satisfação com os serviços públicos. Para melhor compreender a posição dos cidadãos em relação à campanha de Comunicação de Interesse Público relativa à pandemia, no decorrer do ano de 2020, procurar-se-á, conforme já referido, analisar a manifestação da sua opinião, através de comentários, na página de Facebook da DGS.

CAPÍTULO 4

Metodologia

De maneira a responder ao quesito da presente dissertação, analisaram-se e descreveram-se os conteúdos partilhados pela DGS. No que concerne à tipologia de investigação, recorreu-se a uma análise de conteúdo de método misto. Ainda assim, recorreu-se à análise quantitativa no que diz

respeito à natureza dos comentários, procedendo a uma sistematização categórica para a descrição do conteúdo das mensagens.

Ademais, considera-se a presente dissertação um trabalho de cariz exploratório, dado que até ao momento, nenhuma outra pesquisa semelhante foi encontrada. Com recurso a análise de conteúdo temática dos comentários que os cidadãos deixaram nos conteúdos partilhados pela DGS, procura-se melhor entender a linguagem como elemento central do indivíduo e da sua vida (Orlandi, 2007).

Presente está a compreensão de que o seu discurso não é transparente e que, assim, pode ser alvo de diferentes interpretações. É necessário encontrar regularidades nos conteúdos a analisar para que possamos aproximar-nos de uma reflexão de cariz mais geral (Benetti, 2007).

Segundo Bardin (2006), a análise de conteúdo deve concretizar-se através de três etapas:

1) pré-análise;

2) exploração do material;

3) tratamento dos resultados – inferência e interpretação.

Estas etapas culminam então na *supramencionada* análise descritiva que procura caracterizar a receção da audiência manifesta nos comentários. Num primeiro momento, procuraram-se os melhores conteúdos tendo em vista a interação despoletada por cada partilha. Dado que se procurava analisar a receção da comunicação de interesse público no âmbito do Covid-19, as publicações que melhor transmitiriam a reação, positiva ou não, dos cidadãos seriam as referentes à partilha dos dados públicos da pandemia. Assim o objeto de análise da presente dissertação foram as partilhas dos relatórios diários da situação epidemiológica.

De maneira a viabilizar o processo de análise, segmentaram-se as publicações a analisar, procurando uma periodicidade mensal. O segundo momento da análise destinou-se à análise do relatório diário de todos os décimos dias de cada mês, entre março e dezembro do ano de 2020, dado que o primeiro relatório foi partilhado no décimo dia do mês de março. Isto totalizou dez publicações e 3219 comentários por analisar.

4.1 Objetivo e hipóteses

O objetivo da investigação será a perceção e compreensão da reação que os utilizadores da rede Facebook revelaram no perfil da Direção Geral de Saúde, nas publicações relativas aos dados diários da situação epidemiológica em Portugal.

Deste modo, a pesquisa procurará responder às questões:

- A campanha de comunicação de crise digital feita pela DGS foi bem recebida pela sua audiência?
- Quais as características da reação da audiência relativamente à comunicação referente aos dados da Covid-19 no Facebook da DGS?

4.2 Recolha de dados

Para a exploração dos dados recolhidos, fez-se recurso ao software *MaxQda.* Em primeira instância registaram-se os *links* das publicações de todos os décimos dias de cada mês.

Tal como mencionado no 2.3.2, o suporte gráfico utilizado tem enorme relevância para a aceitação das campanhas de CIP junto do público. Assim, o componente gráfico dos relatórios foram também alvo de análise.

A nível cromático, a cor predominante foi o vermelho. Também presente estavam diversas tonalidades de azul e branco. A fonte 'sem serifa' permeou-se de branco, preto e vermelho. Constavam também as identidades visuais da República Portuguesa (Saúde), do SNS e da Direção Geral de Saúde.

A primeira alteração ao relatório deu-se em abril. E assim se manteve até setembro, altura em que o *template* sofreu nova intervenção. Aí, permaneceram as cores, mas agora constariam novas informações. O Quadro seguinte ilustra a evolução dos relatórios durante o período de análise.

Quadro 4.1 Alterações na informação dos relatórios

A partir de março	A partir de abril	A partir de setembro
Título: "Situação Epidemiológica em Portugal"	Identificação relativa ao tema "Covid-19"	Identificação do tema Covid-19 assim como da tipologia do conteúdo Relatório de Situação e data no topo
Total de casos suspeitos	Identificação do total de casos não confirmados, dos casos recuperados	Total de casos e variação
Pessoas que Aguardam resultado laboratorial	Legenda do mapa, que apresentava os números de casos confirmados e de óbitos	Ativos (comparação dos números do dia anterior)
Contactos em vigilância pelas autoridades de saúde	Informação de que os dados não só se referiam à região de residência, mas também, em caso de falta de informação, à "região de ocorrência"	Recuperados (+comparação dos números do dia anterior)
Casos importados	Identificação da data dos dados assim como da sua última atualização	Óbitos (+comparação dos números do dia anterior).
Cadeias de transmissão		Contactos em vigilância (+comparação dos números do dia anterior)
Total de casos confirmados		Confirmados (+comparação dos números do dia anterior)
Regiões de residência na legenda		Título Total de casos, de óbitos e variação por região"
A nível cromático, a cor predominante foi o vermelho. Também presente estavam diversas tonalidades de azul e branco		*Distribuição dos casos em internamento (internamento+ comparação dos números do dia anterior), (Internamento em UCI+ comparação dos números do dia anterior)
A fonte 'sem serifa' permeou-se de branco, preto e vermelho; Identidades visuais da República Portuguesa, do SNS e da DGS		Informação da data da coleta dos dados.

No encerrar deste período, o relatório dispensou o vermelho na sua qualidade gráfica, permeando-se de branco e das tonalidades de azul. A cor da fonte também sofreu alterações.

Mantiveram-se ainda os logos, tendo-se alterado apenas o do SNS, que inicialmente apresentava na sua composição o número "40", como celebração do aniversário da DGS. Esta composição manteve-se até ao fim do período de análise. Abaixo apresenta-se a evolução do formato do relatório, assim como do logo do SNS utilizado.



Figura 4.1 Evolução Logo DGS

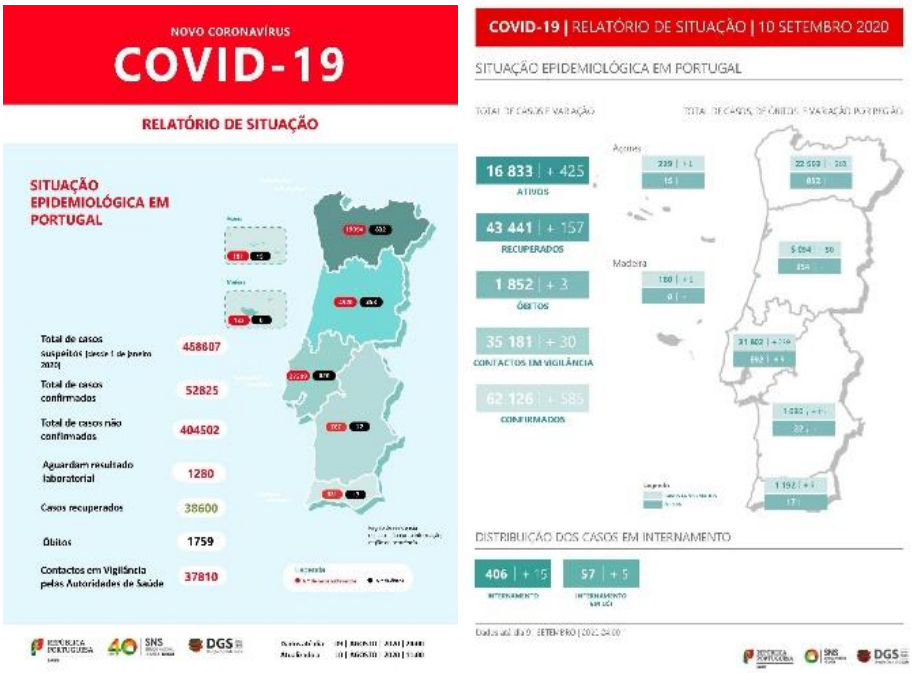


Figura 4.2 Evolução dos relatório partilhados

Relativamente ao principal objeto de análise, optou-se por considerar relevantes todos os comentários visíveis, mesmo os que continham somente um *emoji*, um *GIF*, uma hiperligação, ou um *hashtag*.

Abaixo encontra-se a tabela com as métricas de cada *post* mensal:

Quadro 4.2 Métricas das publicações

Mês	Gostos	Comentários originais	Respostas	Partilhas
março	1,2 m	51	69	1,7 mil
abril	1,4 m	140	208	882
maio	5 m	72	237	803
junho	4,1 m	95	270	662
julho	3,7 m	62	189	487
agosto	3,1 m	53	181	403
setembro	806 m	53	156	242
outubro	1,5 m	107	354	451
novembro	4,5 m	111	386	813
dezembro	3,7 m	93	330	552

4.3 Momento de classificação dos dados

Para uma melhor categorização dos dados considerou-se pertinente dividir a análise dos dados em três momentos:

I.

Num primeiro momento da exploração do material e após a pré-análise, isto é, a partir de uma primeira leitura sequencial dos dados, procedeu-se à classificação de comentários em termos de conteúdo (neutro, negativo ou positivo), considerando relevante a compreensão da posição do público aquando comentador, se de oposição se de concordância (Garcia & Eiró-Gomes, 2020).

Distinguiram-se, deste modo, as seguintes classificações:

- Positivo: elogios à atuação da DGS e dos outros atores públicos.
- Neutro: mencionar outro perfil, interações sem conteúdo classificável como positivo ou negativo, emoji isolado;
- Negativo: críticas à atuação da DGS, manifestações de desagrado, indignação, raiva e reclamações.

Este tipo de análise baseia-se no conceito de leituras preferencial e opositiva referidas por Stuart Hall no ensaio intitulado "Encoding/Decoding in TV Discourse" (1984), permitindo entender como os significados são "construídos no ponto de intersecção entre texto e leitor" (Álvares, 2006: 25), aspeto central dos Estudos de Receção. Efetivamente, a audiência nem sempre interpreta a mensagem da forma como produtores desejariam que esta fosse interpretada.

II.

Num momento posterior procedeu-se à análise do sexo identificado no perfil do comentador, sendo que comentários da DGS se inscrevem numa categoria própria. Todos os comentários cujo autor não discrimina sexo no seu perfil, foram inscritos na categoria "Anónimo ou não identificável".

III.

E numa terceira e última fase de categorização, através de leituras sequenciais, definiram-se categorias para a natureza dos comentários. Estas categorias não seriam exclusivas, dado que um comentário poderia abordar diversos temas.

Dos Elementos não textuais contabilizam-se duas subcategorias: Utilização de elementos (Emoji, GIFS, hashtags) e Hiperligações. Em relação aos temas, somam-se 19 categorias: Agradecimento/Reconhecimento, Associação religiosa, Comparação com outras doenças, Comparação com outro país, Desinformação e/ou Boato, Dúvida, Economia e/ou Desemprego, Esclarecimento e informações, Humor, Manifestação de Esperança, Menção de um outro perfil, Outros assuntos, Reclamação e/ou Experiência Pessoal, Responsabilização Cívica, Responsabilização dos Media, Responsabilização Política, Rivalidade Regional, Sugestão, Utilização de linguagem ofensiva.

O objetivo desta categorização recaiu sobre a melhor perceção da intenção de quem comenta o conteúdo. Isto é, quis-se entender qual o intuito do comentário, remetendo aos tópicos abordados ou a estratégias utilizadas para comunicar as suas intenções tais como os *emojis*, os *GIFs* e hiperligações que redirecionam para outros sites. Considerou-se importante proceder a essa categorização, pois muitas das vezes geraram-se conflitos entre utilizadores da página da DGS no Facebook, que não envolviam a DGS. Com a escalada de tom entre utilizadores, o perfil da DGS torna-se um espaço de conflito.

Com o desenvolver da análise procedeu-se, ainda que muito pontualmente, à eliminação de algumas categorias, dado que se julgou poderem tornar-se demasiado expansivas ou demasiado particulares, não promovendo a categorização de dados coletivos. Depois de transcritos todos os comentários por publicação mensal, exploraram-se os resultados através das ferramentas gráficas e de análise do software Maxqda. Cada comentário publicado – seja em resposta a um anterior ou não – é contabilizado como um segmento.

CAPÍTULO 5

Resultados

Inicialmente, analisaram-se os resultados segundo as categorias propostas no capítulo anterior. Isto é, segundo o género identificado, a natureza do comentário, o valor dos comentários relativamente ao trabalho desenvolvido pela DGS e, por último, a temática do comentário. Depois procuram-se cruzamentos de categorias entre os segmentos.

Foi em março que se iniciaram as publicações dos dados estatísticos da pandemia no perfil da DGS. A primeira partilha contou com 1200 gostos e 1700 partilhas. Este foi o mês em que se decretou o estado de emergência, semelhante decreto não acontecia desde 25 de Abril de 1974.

Das publicações analisadas, a deste primeiro mês foi a que obteve maior número de partilhas. Este número viria a decrescer até novembro, mês em que se voltou a decretar recolher obrigatório (no dia 9, dia anterior à publicação analisada). Neste mês, atingiu-se também o maior número de respostas, ou seja, foi o mês em que mais se desenvolveram as discussões. Em maio, por oposição, os 5000 gostos ultrapassaram os gostos de todas as publicações em análise. Neste mês terminou o estado de emergência e iniciou-se a transição para a situação de calamidade.

Com o regresso às aulas, os gostos, comentários e partilhas do relatório mantiveram-se baixos. Já em outubro as partilhas começam a intensificar-se, sendo que em novembro com o novo apertar de restrições, as vozes fizeram-se ouvir, partilhando mais de 800 vezes a publicação diária e depositando 4,4 mil gostos na publicação.

No mês em que os primeiros portugueses foram vacinados, o total de 423 comentários partilhados na publicação da DGS demonstraram que apesar de menos extensa que no mês anterior, a discussão manteve-se aberta.

Em relação às palavras mais utilizadas nos comentários, descontados os nomes próprios e apelidos, obtém-se a seguinte figura (sendo que a dimensão da palavra ilustra a sua frequência):

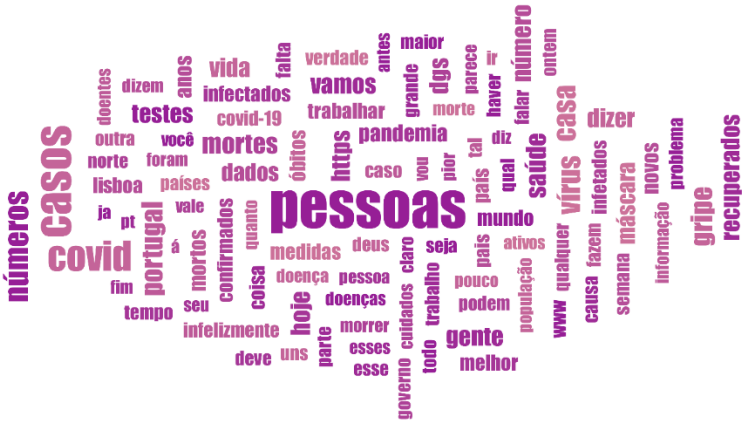


Figura 5.1 Nuvem de Palavras relativa ao corpo de análise

5.1 Género

Através da análise dos comentários do Facebook, em relação ao utilizador que comenta a publicação, apenas se pode aferir o género que o próprio identifica no seu perfil. Ainda assim, dado que alguns perfis não avançam nomes do utilizador, estes dados devem ser vistos apenas como secundários.

A este nível obteve-se uma distribuição equilibrada. É de salientar que 1% dos perfis não apresentaram qualquer pista do género do seu detentor. Assim, 51% dos comentários tiveram origem em perfis que se identificavam com o género masculino e 48% com o feminino.

Em março, todos os perfis que comentaram apresentavam um género definido no seu perfil. É só em abril que surge o primeiro perfil anónimo ou cujo género não está identificado.

Inicialmente, a maioria dos perfis que comentavam as publicações da DGS apresentavam-se como pertencendo ao género feminino. Em março, o valor rondou os 75%. A partir de então o fator do género obteve um equilíbrio. À exceção deste mês, de junho até ao fim de dezembro, a maioria dos comentários partiram de perfis no Facebook que se identificavam com um perfil masculino.

Agosto foi o mês em que mais perfis anónimos ou não identificáveis comentaram as publicações em análise.

Com base no equilíbrio de género do utilizador que comenta, podemos concluir que este debate realizado nas redes sociais não faz distinção de género.

5.2 Natureza do comentário

A comunicação desenrola-se fluidamente nos comentários das publicações analisadas, porém apenas entre utilizadores. Para cada comentário original, existem três respostas.

A diferença entre comentários originais nos *posts* e as suas respostas foi bastante significativa. As respostas correspondem a 74% das interações, traduzindo-se assim em 2379 segmentos analisados. Apenas em abril, houve valores que destoaram a este respeito, com o peso dos comentários originais a aproximar-se dos 80% e das suas respostas a rondarem os 40%, respetivamente.

Quer isto dizer que a comunicação entre utilizadores gera geralmente muito maior reação do que o próprio conteúdo, pois desenvolvem-se os tópicos inicialmente comentados por um utilizador, por vezes de forma pacífica, outras vezes de maneira conflituosa.

A DGS, contudo, não participa no diálogo, à exceção de uma única intervenção que consistiu numa resposta a um comentário inexistente aquando da recolha dos dados. No comentário feito pela Direção-Geral da Saúde na publicação de julho, lê-se:

"Foi explicado nas conferências anteriores e está escrito no relatório. Obrigada (5.julho, Pos. 1-2)"

Este comentário indicia o que parece ser uma resposta a uma dúvida colocada por um utilizador.

As publicações da DGS são então espaço de debate público, por vezes extenso, de diversos temas relativos à pandemia, temas esses que conduziram à formulação das categorias analisadas.

5.4 Valor do comentário relativamente à DGS

Outra categorização estabelecida disse respeito à posição que o comentário manifestava relativamente ao trabalho da DGS. Obteve-se a maioria dos comentários com uma posição neutra. De entre estes segmentos encontram-se comentários que dizem respeito aos mais diversos tópicos, nunca comentando de forma crítica o trabalho da DGS:

“Boa noite! Gostaria de saber como podemos aceder à informação relativa aos testes diagnóstico da Covid- 19 realizados diariamente, por distrito, em Portugal. Antecipadamente grata, fico a aguardar uma resposta da vossa parte.”

Já os negativos contabilizaram 437 segmentos, totalizando 14% do *corpus* de análise. Estes questionavam de forma clara e criticavam o trabalho levado a cabo pelo órgão institucional que partilhou o relatório. Um dos comentários que pode representar a categoria segue abaixo: “Estes dados não estão actualizados. Dizem que existem 40 infectados em todo o país, no entanto, ontem já falavam em 78 casos. Existem boatos que o paciente internado no Curry Cabral acabou por falecer e um outro paciente italiano que estava na margem sul, também não sobreviveu!!! Afinal, como anda este país !?”

Apenas 1% dos comentários (44) manifestaram posições favoráveis ao trabalho do órgão: “a DGS quando descobrem erros, eles costumam emendar. Se as pessoas não acreditam, vão trabalhar para a DGS”, pode-se ler num dos comentários assim classificados.

Ao longo de todos os meses, a maioria de comentários revelou-se tendencialmente neutro, sendo que no mês de outubro 91% dos comentários foram assim categorizados.

O mês com maior incidência de comentários negativos foi março, com 27% dos comentários a serem assim compreendidos. O mês com maior número de comentários positivos relativamente à atuação da DGS foi abril. Ainda assim, apenas 3% dos comentários foram classificados como positivos nesse mês.

Esta análise pode indicar que as publicações da DGS promovem assim um espaço utilitário, ainda que a organização não dê similar resposta aos utilizadores da rede. É neste meio que os utilizadores promovem discussões através de comentários, colocados livremente, que são tendencialmente neutros como dúvidas, menções de amigos, entre outros.

5.4 Temática do Comentário

Em relação aos temas abordados pelos comentários, aquele com maior incidência foi a crítica.

Quadro 5.1 Temática do comentário

Utilização de elementos não textuais	508
Responsabilização dos Media	35
Economia e/ou Desemprego	54
Agradecimento/ Reconhecimento	69
Rivalidade Regional	81
Manifestação de Esperança	66
Outros assuntos	374
Desinformação e/ou Boato	290
Esclarecimento e Informações	324
Responsabilização Política	94
Responsabilização Cívica	292
Sugestão	157
Reclamação e/ou Experiência Pessoal	39
Humor	260
Transmissão a um amigo	26
Dúvidas	335
Críticas	1448
Hiperligação	114
Utilização de linguagem ofensiva	252
Associação religiosa	56
Comparação com outro país	150

Esta categoria, para além de se destacar em termos de números de segmentos categorizados totalizando 1448 manifestações, apresentou muitas combinações com todas as outras categorias. O cruzamento com maior regularidade foi das categorias humor com economia.

Outras combinações frequentes foram “Crítica/Utilização de elementos não textuais”, “Crítica/ Desinformação e/ou Boato”, “Crítica/ Responsabilização Cívica”, “Crítica/Reclamação e/ou Experiência Pessoal”, “Crítica/Dúvida”, “Crítica/Responsabilização Política”, “Crítica/ Humor”, “Crítica/ Sugestão”, “Crítica/Rivalidade Regional”, “Crítica/Economia e/ou Desemprego” e “Crítica/Responsabilização dos Media”.

A combinação mais frequente entre os segmentos “crítica” e a categoria “valor do comentário relativamente à DGS” foi “Crítica + Neutro”, contabilizando 1063, ou seja, 33,07% do corpo de análise. Com isto, conclui-se que as críticas que foram sendo expressas nas publicações não se dirigiam maioritariamente (73,4%) ao trabalho desenvolvido pela DGS.

Segue-se a combinação “Crítica + Negativo”, com 11,36%, totalizando 365 segmentos.

A combinação “Crítica +Positiva” contabilizou apenas 0,53%, com apenas 17 segmentos sendo assim categorizados.

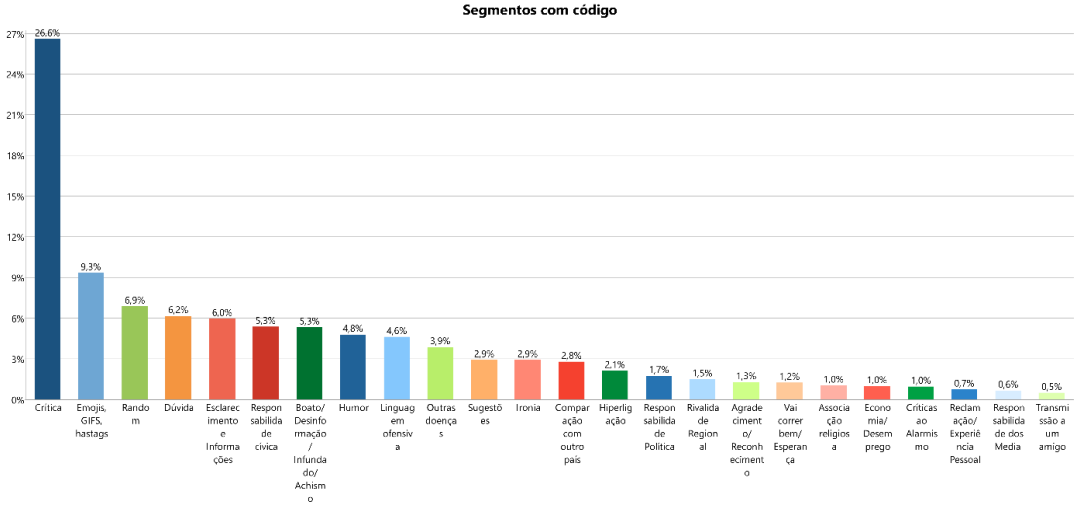


Figura 5.2 Gráfico da frequência da temática do comentário

Utilização de elementos não textuais

A utilização de elementos que não apenas texto nos comentários deu-se a partir da utilização de elementos que caraterizam o ambiente digital como *emojis*, *hashtag* e *GIF*. Como apenas se analisou

texto, contabilizaram-se as figuras, mas não se procedeu à sua distinção. No entanto, concluiu-se que a presença destes elementos é transversal em todas as categorias. Alguns comentários apenas apresentaram um *emoji* ou um *GIF*, sendo impossível atribuir-lhes qualquer temática à exceção de "Utilização de elementos não textuais". Nestes casos foram também categorizados como "Outros assuntos", não sendo possível entender o tom e a intenção do utilizador.

Responsabilização dos Media

A partir do mês de maio surgem comentários que mencionam os media, responsabilizando-os ou pela qualidade da informação, ou pelo fenómeno da desinformação, ou ainda acusando-os de manipulação de dados.

Figura um segmento para melhor compreender a temática supramencionada: "Tente não acompanhar a comunicação social (eu não o faço há semanas) e é tudo bem mais percetível se virmos a informação à nossa maneira. Bom fim de semana!"

Economia e/ou Desemprego

Desde abril que se comenta de forma mais notória o impacto da pandemia nos aspetos económicos do país no perfil da DGS, nomeadamente, os efeitos no desemprego e consequente empobrecimento da população. Neste sentido as categorias Economia e/ou Desemprego_cruzam-se com um espetro limitado de outras categorias, sendo que a maior interseção é com a categoria "Crítica".

Abaixo segue um dos segmentos categorizados:

"Acho que vocês ainda não meteram uma coisa na cabeça:P1-têm um país com mais de 1 milhão de desempregados dentro de 1 ou 2 meses.P2-as regras que estão a inventar para o comércio, bares, apoios de praia, residenciais, alojamentos locais, hotéis, restaurantes e cafés são incompatíveis com a sobrevivência de muito mais de metade desses estabelecimentos.P3- Lá para o último trimestre deste ano, teremos uma tempestade social e não vão ser todos os polícias e gnrs que vão impedir 2 milhões de portugueses sem casa, sem electricidade, sem comida e sem esperança, de sair para as ruas. Se pensam que isto vai ser "suave" ser como da última crise, acreditem: o Povo só é ordeiro até ao ponto em deixa de ter nada a perder... E atenção: a soberania reside no Povo. Não esqueçam. Atitudes ditatoriais ou meramente proibitivas dos Direitos à manifestação, reivindicação e protesto só poderão

descambar em violência pura e dura. Os donos do país não são os 'políticos'. Os donos do país são o Povo português... e os desempregados, os falidos, os desgraçados, os pobres... são a absoluta maioria."

Agradecimento/Reconhecimento

Esta é uma categoria com poucos cruzamentos e até com poucos segmentos, constituindo cerca de 1% de todos os segmentos categorizados. Assim, vai ao encontro da escassez que também ocorreu com a categoria Positiva em relação ao trabalho da DGS.

Os segmentos dividiram-se entre agradecimentos aos profissionais de saúde e outros utilizadores aquando do esclarecimento de dúvidas. Cruzam-se também com a categoria "Manifestação de Esperança". Nesta categoria surgiram comentários que mencionavam a corrente "Vai correr tudo bem".

Com o número reduzido de segmentos que figuram neste segmento, pode concluir-se assim que se partilham tendencialmente menos elogios e menos afirmações positivas, em detrimento de problemas e reclamações que afetem o público.

Rivalidade Regional

Surgem oitenta e um segmentos que abordam comparações a outras regiões, criticando-as enquanto região ou ainda os seus habitantes. Daí que comentários que mencionavam o tópico "Rivalidade Regional" se cruzaram com regularidade com a "Utilização de linguagem ofensiva" e com "Críticas", conforme podemos testemunhar no segmento seguinte: "Maria João Leitão vai para a tua terra deixa o norte em paz, sem o norte não a Portugal (9.Novembro, Pos. 17-18)"

Manifestação de Esperança

Alguns utilizadores fizeram recurso ao perfil da DGS para manifestar o seu otimismo e desejos de que tudo melhorasse, conforme podemos ver no próximo segmento: *"Acredito que daqui a 20 dias os resultados sejam quase nulos. O vírus enfraqueceu e as pessoas assintomaticas são vada vez mais. (3. Maio, Pos. 415-416)".* Expressões como "Força", "bom caminho", "juntos vamos vencer", "coragem" foram comuns nesta categoria, onde de resto se encontraram poucos cruzamentos no geral, sendo os mais frequentes "emoji", "Agradecimento" e "Outros assuntos".

Comentaram-se os indicadores do relatório e ainda se encorajou outros utilizadores ganhar ânimo: “Pense positivo, haverá sempre uma esperança. Apenas acredite que nós vamos conseguir superar este virus.”

Efetivamente, alguns comentários mencionaram a importância de se adotar um pensamento positivo, mantendo-se a fé e a esperança, apesar de simultaneamente demonstrarem alguma preocupação e insegurança.

Desinformação e/ou Boato

Esta categoria reuniu segmentos que, por um lado, não apresentavam veracidade científica que comprovasse o que afirmavam – “A máscara não tem eficácia relevante, usá-la é uma aberração.” – e por outro lado, comentários que alertavam para a desinformação – “Isso é científico ou é só achismo?” – e que, através de outros segmentos, questionavam essa mesma veracidade: “Fonte? Pq segundo os dados da Euromomo não é assim!”

Uma das combinações mais encontradas sob a categoria da Temática foi a da “Desinformação ou boato” e “Crítica”, cruzamento esse que ocorreu 83 vezes.

Com menor peso também se destaca o cruzamento dessa categoria com “Dúvidas”, “Comparação com outras doenças”, “Responsabilização Política” e “Utilização de elementos não textuais”. É de ressaltar o facto de os utilizadores se dirigirem regularmente à publicação da DGS relativa à situação epidemiológica, para correlacionar a pandemia com outros doenças. Na maioria das vezes estes segmentos seguiram criticando os recursos direcionados para a pandemia e acusando a manipulação dos dados apresentados no próprio relatório diário, conforme se vê abaixo:

“Recebi um vídeo da Capela das aparições em Fátima e o que retiro das imagens é seguinte: é muito natural continuar haver casos. Tudo ao molho e fé em deus. Não é por ser em Fátima atenção, sou católico, mas não concordo, com o que vi.SEPSra. Diretora da DGS, Sra. Ministra da saúde e Srs. Governantes agora é que vamos controlar aquilo que nos custou tanto. A economia é importante sim, mas a saúde está primeiro. Por este andar e sem rumo, iremos ter de certeza uma segunda vaga. Atuem em quanto é tempo. Sejam responsáveis e não escondam nada. Repito: não escondam nada.SEPBom feriadoSEPViva Portugal.”

Ainda se destacam alguns comentários que, ainda que pontuais, foram de interesse para a atual dissertação. Um destes foi o seguinte:

"Uma conspiração, do género, comandada por Bill Gates, como se diz, é um absurdo logo porque países com regimes tão antagónicos e mesmo com ódio ao Ocidente não estariam adotando as mesmas medidas restritivas e de proteção nem faz qualquer sentido os governos estarem a arrasar a própria economia e também a descredibilizarem-se a si mesmos na capacidade de governar. Já uma conspiração orquestrada pela China, isso é perfeitamente plausível: foi de lá que o vírus saiu e os chineses estão praticamente sem covid. Acredito que o Presidente da China até tenha telefonado para a Redação de jornais e canais televisivos importantes do Ocidente a garantir a sua inocência, mas é muito difícil crer em quem não professa princípios eternos e imutáveis. Com toda a certeza, podemos dizer que alguns dos milhares de chineses que fugiram de Wuhan antes da cercadura e aproveitaram para fazer turismo na Europa e nas Américas não foi uma estratégia da China para criar grandes focos infeciosos em Milão, Madrid, Paris, Londres, Nova Iorque, São Paulo ou o Rio de Janeiro e que, quem assim pensa, está a delirar? Os que dizem que não existem certezas absolutas não podem crer que isso seja impossível! Aliás, não deixa de ser curioso que os surtos se tenham expandido rapidamente nas cidades emblemáticas que referi e que semanas antes a China estivesse a ser castigada com as taxas que Trump decretou sobre os seus produtos para equilibrar o deve e haver entre ela e os Estados Unidos."

Esclarecimento e informações

Esta categoria cruzou-se maioritariamente com "Críticas" e "Hiperligações". Se por um lado, cruzada com as críticas, indica a exposição de uma dúvida por incompreensão, por outro lado o cruzamento com a temática "Hiperligação" leva a concluir que os utilizadores, aquando do seu comentário, fizeram recurso a hiperligações de outros *sites* para esclarecer ou fundamentar uma dúvida. Tomemos a título de exemplo, o seguinte segmento:

"Penso que não estou enganado... mas há zonas do distrito de Leiria que pertencem à área de influência da Administração Regional de Saúde de Lisboa e Vale do Tejo! portanto são reetido nos «números de Lisboa»! (7.Setembro, Pos. 215)"

Responsabilização Política

Nesta categoria inseriram-se comentários que associavam a pandemia a figuras políticas e a órgãos do governo. O segmento seguinte exemplifica a afirmação:

"Falso tudo falso not sao medicos trabalham senhor bil dono ministerio saude que patrocine a farsa a baixo governo Portugal"

A maioria dos comentários integrados nesta categoria cruzou-se também com as categorias "Críticas" e "Utilização de linguagem ofensiva". Frequentemente, os segmentos incluíam linguagem ofensiva, quer obscena quer insultuosa, e ainda *emoji*, *GIF* e *hashtag*. A utilização de humor também se destacou: *"O governo que continue a deixar haver casamentos, batizados e comonhoes, ai sim as pessoas já com uns cópitos deixam o distanciamento de lado."*

Repetidamente se partilharam opiniões relativas às comemorações do 1º de maio, a *lobbies* e à Festa do Avante

Responsabilização Cívica

Seguiram-se também comentários que apelaram ao cidadão enquanto responsável pelo impacto da pandemia quer a curto prazo, quer no futuro. Nestes segmentos também se referiram aos esforços da classe trabalhadora da saúde, às multas e ao cumprimento dos isolamentos e das restrições decretadas: *"Às vezes, pelo bem comum, não importa perder alguma liberdade temporáriamente, e acho que é isso que os apregoadores da liberdade a todo o custo, não compreendem ou simplesmente não querem abdicar, revelando algo de egoísmo"*

Na maioria das vezes, os segmentos revelaram uma posição neutra relativamente ao trabalho da DGS; contudo revelaram também uma tendência para combinarem no mesmo segmento a categoria "Críticas".

Sugestão

Nesta categoria incluíram-se sugestões de medidas, de artigos noticiosos, de punições, de alterações das estratégias de comunicação do governo e da DGS, entre muitas outras. A cruzar-se frequentemente com esta categoria surgem as categorias "Críticas" e "Responsabilização Política, Cívica e dos Media":

“Pior segunda-feira desde Julho. Para quando novas medidas de contenção? Estamos à espera de quê para adoptar uma estratégia de contenção agressiva antes das escolas abrirem?

“Já vamos em 10 de Agosto, não quero voltar ao trabalho neste planalto em que vivemos, isto é aberrante já”

“Uso de máscara obrigatório JÁ !!!! Ajudem a proteger aqueles que realmente se preocupam e sofrem as consequências daqueles que, por irresponsabilidade, só obrigados o fazem!!!”

“Só há um número que presto atenção...OS RECUPERADOS Parabéns. Para os que não resistiram, seus próximos, Sinceras condolências. Uma nota, faria todo o sentido que aqui ajudassem a interpretar os números. De qualquer forma, Parabéns pela mudança.”

Reclamação e/ou Experiência Pessoal

Esta poderia ter sido uma categoria incluída na categoria “Crítica”, dada a sua sobreposição. Contudo a análise de categoria individual permitiu uma melhor compreensão relativamente à intenção do utilizador da rede social ao partilhar as suas experiências na publicação.

Uma grande parte dos segmentos abordam problemáticas como a gestão dos recursos e o seu desvio para encargos com a pandemia, correlacionando-o com outras doenças:

“Quantas pessoas morreram de gripe "normal"? De cancro? De outro problema qualquer que não seja covid?

E quantas mais foram diagnosticadas com outras doenças? Ah espera! Os centros de saúde, pelo menos na minha zona, e em muitas outras, estão abertas só porque sim, porque consultas, nem vê-las! Não há!

Infelizes aqueles que não têm covid mas não se podem tratar por causa... do covid!

Ganhem vergonha.”

Outras abordam a transparência dos dados, pondo em causa a sua veracidade:

“Fatima Pais trabalho na linha da frente todos os dias às vezes 16 horas é essa a razão porque digo que os números estão errados só isso cuidem se todos.”

Comparação com outras Doenças

As comparações com outras doenças surgem frequentemente nos comentários das publicações da DGS, cruzando diversas categorias. Em tom de crítica, dúvida ou como comparação com outros países, estes segmentos contemplaram ainda elementos como *emoji*, *GIF* e *hashtag*, a categoria "Utilização de elementos não textuais", assim como conteúdo relacionado com o tópico da "Desinformação e/ou Boato".

O facto de este assunto se cruzar com muitas outras categorias leva a concluir que esta é uma questão muito debatida junto do público. A gripe foi a condição mais discutida aquando da comparação com a Covid-19 e dos seus efeitos relativamente a outras doenças. Outras condições patológicas frequentemente mencionadas são o cancro, a pneumonia e os acidentes vasculares cerebrais. A comparação com os efeitos da Gripe Espanhola também foi mencionada com frequência.

A partilha de estatísticas relativas a estas condições de saúde repetiram-se, na sua grande maioria sem recurso a fontes.

A partir de comentários originais desenvolveram-se extensas discussões, argumentando as semelhanças e diferenças entre estas doenças.

" … é que é isso mesmo que as pessoas ainda não entenderam que quem morre por outra doença mas se der positivo de covid para se receber qualquer coisa que tenham oferecido ao governo ou DGS ou fosse a quem fosse as mortes contam sempre como covid é preciso um desenho"

"... se as pessoas andam de máscara, evitam estar com outras pessias e há imensas pessoas em casa em teletrabalho é normal que as gripes estejam com percentagens muito baixas, não lhe parece??"

Humor

A utilização de traços humorísticos nos comentários partilhados destacou-se fortemente nos comentários analisados. Muitas das vezes num tom irónico e de crítica, o utilizador combinou o recurso ao humor com a utilização de elementos não textuais (*emoji*, um *GIF* ou *hashtag*).

"(emoji) Recomendo a todos, fazerem o Halloween, o S. Martinho e o Natal dias 13 e 14 de Outubro. (emoji)Aliás, eu já estou a convidar familiares e amigos, já que a partir do dia 15 vão rever as

medidas anti Covid e rever o Natal, vou aproveitar e dia 13 e 14 vou fazer as festas todas em casa. (emoji) Peço apenas que tragam um disfarce assustador, um doce de abóbora e um presente de amigo secreto e uma almofada (emoji) Nota: deixem o Covid na A.R."

Na internet, os *trolls* e os memes fazem parte do ambiente, independentemente da temática. Os comentários deixados nas publicações referentes aos dados da pandemia não foram exceção e isso justifica o cruzamento desta categoria com quase todas as outras:

" ups, animal errado na foto de perfil... nao se trata de um exemplar da espécie canina mas sim da asinina (emoji)"

"Só no Alentejo é que reina aquela calma! (emoji)"

Menos frequente, mas encontrada foi a combinação da categoria humor com utilização de linguagem ofensiva:

"Comentários de chalados dos cornos em 3, 2, 1...?"

Menção de um outro perfil

Apesar do recurso à menção de um outro utilizador ser uma ferramenta da própria rede social (através do "@+ nome do utilizador"), este recurso não foi tão frequente quanto se esperava. Cruzou-se diminutamente com as categorias "Utilização de elementos não textuais", "Desinformação e/ou Boatos", "Dúvidas", "Críticas" e "Comparação com país".

"@x o que achas disto?"

@x até lá esperamos uma 2 vaga, certo?

Dúvidas

A categoria "Dúvidas" cruza-se com muitas outras, mas maioritariamente com "Críticas, "Comparação com outras doenças", "Desinformação e/ou Boato" e "Utilização de elementos não textuais".

As dúvidas mais expostas nas publicações analisadas diziam respeito às informações e dados do relatório:

“O que são cadeias de transmissão activas?”

“Não vão actualizar este relatório diariamente?”

Também foram colocadas dúvidas diretamente a comentários de outros utilizadores e até dúvidas colocadas a outros utilizadores:

“Zé Manel Silva boa tarde. Na apresentação de dados por concelho da DGS, o concelho de Aljezur não aparece. Há 9 casos confirmados por comunicado da autarquia. Talvez me possa ajudar a compreender porque não aparece na DGS. Muito obrigada”

“Manuela Antonia ... se as pessoas andam de máscara, evitam estar com outras pessoas e há imensas pessoas em casa em teletrabalho é normal que as gripes estejam com percentagens muito baixas, não lhe parece??”

Hiperligação

Segmentos classificados como “hiperligações” obtiveram poucos cruzamentos com outras categorias. Ainda assim, as combinações mais frequentes foram “Hiperligação” com “Esclarecimento e informações” e “Hiperligação” com “Crítica”.

Os utilizadores procuraram partilhar notícias, dados e críticas através de links que levavam o outro utilizador para outros sites. Destes segmentos destacam-se as ligações para outras redes sociais (Youtube, Imgur), sites de órgãos de comunicação social nacionais e internacionais e ainda *links* para o site de outras organizações. Ao partilhar estes links, os utilizadores procuraram esclarecer dúvidas e/ou apresentar argumentos para o debate que decorria.

Utilização de linguagem ofensiva

A utilização de linguagem ofensiva quer para com a DGS, quer para com outros utilizadores foi um recurso largamente utilizado em segmentos classificados como “Crítica”. Não tão frequente, mas também regular, foi a combinação com a “Responsabilização cívica” e “Boato”.

“vai dar palpites para o teu País onde morrem que nem moscas. "Bolsonara" da treta, reza pelo teu idiota Bolsonaro e não chateies a molécula aos outros, brasileira burra!”

Associação religiosa

Motivos religiosos constituíram tema em alguns segmentos analisados. Nestes segmentos foi frequente encontrar também segmentos que se relacionavam quer com "Crítica", quer com "Utilização de elementos não textuais:

"Ainda há quem brinque com esta pandemia, em vez de pedirem a Deus para nos ajudar, e aos profissionais que estão na linha da frente".

Comparação com outro país

Outro dos tópicos mais frequentes foi a menção de outros países, comparando quer os impactos, quer as soluções apresentadas pelos mesmos. Esta categoria cruzou-se principalmente com as seguintes: "Crítica", "Comparação com outras doenças", "Desinformação e/ou Boato" e "Utilização de elementos não textuais". As comparações entre outros países tenderam a elogiar Portugal, conforme ilustrado no seguinte segmento:

"É a perseverança e a competência que distinguem os nossos profissionais do SNS dos outros espalhados por esse mundo fora. Um muito obrigado a todos."

Houve quem tivesse equiparado o impacto nacional com o de outros países:

" … os pequenos pagam sempre não é de agora !! E Portugal até nem está muito mau comparado com outros países!! O desespero dos comerciantes está demais um espaço como o teu aqui !não funciona a muito tempo ! Como eles fazem? Fecham não tem outra hipótese."

E ainda houve muitos a censurar o cenário nacional:

"Culpe a DGS que andou a tentar fazer de controlo de panico. Se tivesse sido transparente desde o inicio, talvez hoje o povo andava fino e espero e não teriamos tantos casos! (sim, a Rep Checa teve o primeiro caso quase ao mesmo tempo que nós, e fez tudo ao contrário da OMS e Bruxelas e hoje já está a abrir portas, e a conteve a pandemia)!"

Ainda outros comentários cruzaram a crítica ao que acontecia ao nível nacional com o que acontecia ao nível internacional:

“Ainda não perceberam que teem de separar os infetados das famílias acordem pra vida... quer seja casos graves ou não os infetados teem de estar separados ou em pavilhões ou qualquer zona para recolher pessoas com Covid-19 esse foi o erro dos italianos e dos espanhóis foi não separar os infetados das famílias só descobriram isso quando já era tarde daaaaa pessoal o que estão a espera de fazerem isso se não o fizeram os números vão sempre aumentar ...onde andam os inteligentes os grandes crânio deste país os espetaculares ...será que sou só eu a ver isso ...já as cenas das máscaras parecia só eu a ver que as máscaras deviam ser usadas ... Parece que estamos a mergulhar no orgulhos haaaa notícias que Portugal está a ser um exemplo ....está errado agora é que vamos começar so estamos lentos na propagaçao fogo nem vendo o exemplo do vizinho do lado que a maior causa de propagação foi deixar os doentes em casa com as famílias daaaaaaaaa é preciso fazer um desenho ... .”

Nalguns comentários, os utilizadores referiam a sua localização internacional como termo de comparação com o que acontecia em Portugal:

“Fá Ramos: Eu compreendi o seu comentário. É triste o jornalismo está a ser mau por todo o lado. Fico triste porque tenho 46 anos de Estocolmo, 42 enfermagem no hospital Karolinska mas a minha terra será sempre Portugal, embora tenha uma adoração por este país e aqui tenho a minha família. Isto é uma pandemia e não uma competição mundial, além disso os Suecos nunca diminuem Portugal, pelo contrário é um dos países Europeus que eles mais elogiam pela hospitalidade e simpatia dos portugueses Aqui seguimos uma linha diferente é só no fim é que se vê quem agiu certo Felicicades ”

Entre os países mencionados destacam-se os seguintes: Alemanha, Austrália, Áustria, Bélgica, Brasil, China, Congo, Coreia do Sul, Dinamarca, Espanha, EUA, Finlândia, França, Grécia, Holanda, Índia, Itália, Japão, Luxemburgo, Macau, México, Noruega, Nova Zelândia, Reino Unido, República Checa, Síria, Suécia, Taiwan, Tanzânia e Uruguai. O Brasil, China e Suécia foram, porém, os mais referidos nos comentários.

Ainda que a maioria dos comentários assim categorizados mencionassem o país, alguns apenas referiam o “resto do mundo”, ou “muitos países”, União Europeia, Europa, global:

“… então para quê tanto alarmismo com isto em particular? Já chega! Há pessoas a padecer de males maiores que estão a ser esquecidas!!!! Vamos em frente! Vamos viver!! Analise bem os dados que tornaram outros países terem tido estes números! Bom feriado!”

O facto de que os países mencionados não se encontram num único continente, ou são dotados de diversos estados de desenvolvimento, leva à conclusão de que as comparações se fazem para posicionar o país quer de forma positiva, quer negativa.

Na categoria “Outros”, encontram-se segmentos que não tinham interpretação óbvia, como letras soltas, *emojis* sem texto ou comentários que não se relacionavam com a temática Covid 19.

“Boa tarde menino estive ausente muitos tempos difíceis desejo tudo de bom para ti e tuas princesas cuida bem dos teus tesouros andaste ao meu colo no Bom Bom es bom amigo bjs para todos continua! (9.Novembro, Pos. 1119)”

5.5 Outras considerações

Já os *posts* analisados começaram com um grande número de partilhas (relativamente aos *posts* anteriores da DGS), atingindo na primeira publicação 1700. A partir de então as partilhas foram diminuindo até setembro, alcançando apenas 242 partilhas no 10ª dia deste mês. Em outubro a tendência inverteu-se, aumentando de 242 para 451 em outubro, e de 451 para 813 em novembro. O ano terminaria com um decréscimo, tendo a publicação sido partilhada 552 vezes. No período homologo anterior à crise sanitária, o fluxo de comunicação da página era significativamente menor, ao nível de reação às redes.

Os relatórios foram continuamente melhorados quer ao nível de *design*, quer ao nível das informações por eles transmitidas. Isto revela uma preocupação com os conteúdos partilhados, assim como a sua atratividade. Ainda assim, o léxico utilizado foi um dos pontos questionados nos comentários dos utilizadores, denotando um problema de comunicação característico das campanhas de CIP em saúde, pois tal como explorado no Capítulo 2.2, a terminologia da área pode ser uma barreira à compreensão do público geral.

Alguns problemas foram detetados aquando da análise das publicações. Duvidas expostas nos comentários da publicação ficaram por responder, ou então obtiveram respostas de outros utilizadores, podendo estas respostas não estar alinhadas com as que a DGS ofereceria. No mesmo sentido, a especulação constante, notória nos comentários, enfatiza a falta de compreensão dos que comentam a publicação e faz somar as informações incorretas, elevando a questão da dificuldade que a Internet traz para o cenário da Comunicação de Interesse Público, assim como para a Comunicação em Saúde.

E porque as publicações serviram de espaço para muito debate e envolvimento, alguns utilizadores tiraram partido dela e procuraram promover trabalhos académicos (pedido de resposta a inquéritos), blogues pessoais e outros sites não diretamente relacionados com a temática pandémica.

5.5 Discussão

O avivamento que se dá nas publicações aquando do decreto de estados de emergência e da comunicação de novas restrições, bem como o subsequente acalmar dos ânimos nos processos inversos são reflexo do comportamento dos utilizadores da rede social analisada, ou seja, demonstra que utilizam esta via para expressar a sua posição relativamente ao que acontece ao seu redor,

reagindo. Também o número de partilhas das publicações aumentou sempre que se decretava estado de emergência e restrições, reforçando ainda mais a ideia anterior.

Conclui-se, através da inexistência de respostas da DGS que apesar de o conteúdo ser claro e de fazer recurso a formatos multimédia, a participação não é fomentada, pois não parece existir resposta às questões colocadas, sejam elas consideradas questões de saúde, ou não. Com a categoria "Dúvida", em que a maioria dos segmentos se deviam a incompreensão dos dados presentes no relatório, os utilizadores viram as suas questões respondidas por outro utilizador, ou então mantiveram-se sem resposta. A partir desta ausência de resposta, os utilizadores debatem entre si e apresentam os seus argumentos muitas vezes apoiados em links externos ao Facebook (segmento "Hiperligação"), apresentando, com frequência, dados estatísticos sem fontes:

"Minha cara ninguém está a ser arauto da desgraça, estou a destacar o exemplo dado pela ministra que devemos seguir a Suécia quando foi dos piores exemplos do mundo, estamos certos quanto a isso?Depois seria importante destacar que o numero dos outros paises é de pessoas testadas e não de número de testes, nós por cá gostamos de iludir as pessoas, truques manhosos, cá em Portugal "só" foram testados 271500 pessoas, mas é preferível anunciar 500mil testes lol, já que um sujeito faz varios testes, se fizer bem as contas verá que estamos abaixo dos USA em numero de pessoas testadas per capita, quanto ao Brasil concordo que testam pouco, mas tem que concordar que tem muito mais sucesso que nós a nível hospitalar com percentagem de recuperados."

Num mundo globalizado, em que a informação se pode tornar uma forte arma, o cidadão tem sido alertado para a manipulação e/ou engano dos quais pode ser vítima. As publicações enganosas no Facebook, os *sites* noticiosos desprovidos de validade jornalística, os perfis falsos e *trolls* que semeiam discórdia e as emoções que resultam de situações de incompreensão e que culminam em boatos e movimentos infundados, enfatizam a importância de uma comunicação de interesse público eficaz como defesa da democracia.

Esta incompreensão e confusão que se revelou frequentemente nos comentários analisados leva a concluir que é basilar investir na literacia digital e na literacia para a saúde. Só assim se combaterá o problema informacional com que nos deparamos neste século.

Com uma larga porção de comentários categorizados como críticos ao percecionado desempenho negativo da DGS, conclui-se que a campanha de comunicação de crise digital, apesar de ter chegado a

um grande número de cidadãos e de ter despertado grande reação, não foi bem recebida pela sua audiência.

Demonstrou-se que existiu o compromisso da prestação de serviço ao cliente, neste caso internauta, aliado ao valor da transparência e da gradual melhoria dos suportes de comunicação, mas falhou a bidirecionalidade da comunicação. Como Kyul *et al.* (2020, p. 7) afirmam: "Um sistema de comunicação governamental que promova a participação e o serão profícuos em novos cenários pandémicos. É então necessário ir para além da transmissão de informação, mais crucial do que os perfis oficiais, através da ajuda de profissionais de comunicação especializados, por forma a tirar partido da tecnologia. Simultaneamente, há que ter presente que a humanização consequente implica que novas vozes se farão ouvir, e, naturalmente, exigir resposta. É necessário ajudar o público a distinguir informações válidas da desinformação e das *fakenews* (Moreira & Eiró-Gomes, 2019), explicando-lhe medidas e oferecendo-lhe os dados necessários para que possa garantir o seu direito à informação.

A estreita ligação com a saúde e a ciência implicam que organizações como a DGS tenham na base dos seus processos de comunicação a intenção de contribuir para a literacia científica do cidadão. Ou seja, há que procurar consciencializar, envolver e fomentar a compreensão de questões científicas (Moreira & Eiró-Gomes, 2019), combatendo a descrença na ciência, tendência em ascensão na atual sociedade.

CAPÍTULO 6

Conclusões

Desde há muito que os teóricos se debatem relativamente às consequências da informação no mundo globalizado. A velocidade com que a informação chega da China à Península Ibérica, nos dias que correm, é quase instantânea, pelo que não seja difícil que uma infodemia nos atinja a todos, à mesma velocidade que avança a atual pandemia.

Com a presente dissertação ambicionou-se refletir sobre o processo de comunicação e a sua aceitação junto da audiência e respetiva reação. Se a multiplicação de posições se torna evidente com a fragmentação dos públicos, semelhante fenómeno se dá com a sua radicalização. Apesar de a

Comunicação de Interesse Público ser já uma área de estudo consolidada, tem sido intensa a sua adaptação à era digital. É neste mundo que a assimetria e unidirecionalidade da comunicação se tornará cada vez mais evidente e problemática. Um público com acesso aos meios de comunicação e à sua utilização, mas que se vê ignorado, pode criar diversos problemas à receção das mensagens de risco e crise. Quando isto acontece, a crise agiganta-se e dissemina-se tal qual uma pandemia. A maior conclusão deste estudo dá-se na compreensão de que o público necessita de clareza, assertividade e de um nivelamento de informação válido e oficial, que possa ir ao encontro das suas necessidades.

O facto de a DGS não intervir nos debates leva a que a única informação partilhada seja a que os utilizadores utilizam como argumento. Neste sentido, o público que acede à publicação e procura nos comentários esclarecimento a algumas questões pode acabar por apreender informações incorretas, colocando em risco a sua própria saúde.

Finalmente, a intolerância crescente, a utilização de linguagem ofensiva e violenta, assim como a radicalização de posições destacaram-se como sentimentos comuns nos comentários partilhados. A incompreensão da pandemia levantou diversas questões como a descrença na ciência, a desacreditação dos políticos, do trabalho dos *media*, suscitando até referências religiosas obscurantistas, como a responsabilização do que sucede na atualidade ao castigo de Deus. Assim, há segmentos do público que se revelam discordantes e categoricamente opositivos aos objetivos dos processos de comunicação de interesse público.

Em relação à exposição dos segmentos ilustrativos das categorias, estes não foram corrigidos ao nível lexical de forma intencional, para que não fossem alterados da sua forma original.

Já no respeitante às limitações da presente dissertação, quer a difícil caracterização do público, dada a natureza das redes sociais, quer a amostra de publicações analisadas, devido à dimensão do corpo de análise que implicaria, revelaram-se dificuldades presentes ao logo da concretização deste trabalho.

Para que a análise dos comentários se pudesse realizar, teve de se considerar a seleção de uma publicação mensal. Não foi, assim, possível estabelecer generalizações. Para que as conclusões tivessem sido mais exatas, teria sido necessário analisar todas os relatórios partilhados pela DGS, partilhas essas iniciadas a 10 de março e que não cessaram até ao mês corrente da entrega desta dissertação.

Nesta perspetiva, deve-se entender o presente estudo como um trabalho exploratório que procurou compreender os temas levantados e como a DGS procurou dar resposta à reação do público. Assim, a generalização dos segmentos não deve ser vista como correta.

Para estudos futuros seria relevante analisar o somatório de publicações referentes à pandemia e distingui-las entre iniciativas pagas, parcerias e partilhas do relatório epidemiológico, no sentido de entender a receção de cada suporte de comunicação.

Referências Bibliográficas

A.Mishaal, D., & Abu-Shana, E. b. (2015). *The Effect of Using Social Media in Governments: Framework of Communication Success*, 357–364. https://doi.org/10.15849/icit.2015.0069

Álvares, C. (2006) 'Os Estudos de Recepção como Modelo Multidimensional. O Caso das Imigrantes Brasileiras em Portugal', in I. Ferin (org.) *A Televisão das Mulheres: Ensaios sobre a Recepção*. Lisboa, BOND, 17-36.

Barata, C. (2020) *Precisa-se de quem saiba falar de covid-19. Entrada imediata, Público*. (n.d.). from https://www.publico.pt/2020/11/09/sociedade/noticia/precisase-saiba-falar-covid19-entrada-imediata-1938321

Bardin, L. (2006). *Análise de conteúdo* (L. de A. Rego & A. Pinheiro, Trads.). Lisboa, Edições 70.

Borges, V., Isidro, J., Cortes-Martins, H., Duarte, S., Vieira, L., Leite, R., Gordo, I., Caetano, C. P., Nunes, B., Sá, R., Oliveira, A., Guiomar, R., & Gomes, J. P. (2020). On the track of the D839Y mutation in the SARS-CoV-2 Spike fusion peptide: emergence and geotemporal spread of a highly prevalent variant in Portugal. MedRxiv. http://medrxiv.org/content/early/2020/08/12/2020.08.10.20171884.abstract

Cardoso, G., & Lamy, C. (2011). Redes Sociais: comunicação e mudança. *Janus. Net e-journal of International Relations*, *2(1)*, 73-96. http://hdl.handle.net/10071/13383

Pina, J. (2020). *Covid-19, Como chegámos aqui: Da iliteracia em saúde à má estratégia comunicacional, Público.* https://www.publico.pt/2020/11/04/opiniao/noticia/covid19-chegamos-aqui-iliteracia-saude-ma-estrategia-comunicacional-1937808

Eiró-Gomes, M. (2003). Intenção e comunicação. *Actas do III Sopcom, VI Lusocom e II Ibérico*, *2*, 95-101. https://labcom.ubi.pt/ficheiros/20110829-actas_vol_3.pdf

Espanha, R. (2020). A Literacia em Saúde e a Comunicação de Risco em Saúde Pública. *Comunicação Pública*, *15(29)*. https://doi.org/10.4000/cp.11303

Fessmann. J. (2016). The emerging field of public interest communications. In E. Oliveira, A. D. Melo & G. Goncalves (org.), *Strategic communication in non-profit organizations: Challenges and alternative approaches*. Wilmington, Vernon Press, 13-34.

Garcia, A., & Eiró-Gomes, M. (2020). Informação e COVID-19: Um estudo sobre os cuidados de saúde primários. Revista Fontes Documentais, 3(especial), 40-48. https://aplicacoes.ifs.edu.br/periodicos/index.php/fontesdocumentais/article/view/622/494

Garcia, A., & Eiró-Gomes, M. (2020). O papel da comunicação: a utilização das redes sociais nos cuidados de saúde primários. *Comunicação E Sociedade*, 197-217. https://doi.org/10.17231/comsoc.0(2020).2747

Hall, S., (1984) "Encoding/Decoding in Television Discourse", in S. Hall, D. Hobson, A. Lowe & P. Willis (org.) *Culture, Media, Language*. Routledge, Londres, 128-38.

History Editors, (2020) Pandemics that Changed A&E Television Networks, History. https://www.history.com/topics/middle-ages/pandemics-timeline

Krause, N. M., Freiling, I., Beets, B., & Brossard, D. (2020). Fact-checking as risk communication: the multi-layered risk of misinformation in times of COVID-19. *Journal of Risk Research*, *0(0)*, 1–8. https://doi.org/10.1080/13669877.2020.1756385

Krishna, A., & Thompson, T. L. (2021). Misinformation about health: A review of health communication and misinformation scholarship. *American Behavioral Scientist*, *65(2)*, 316-332. https://doi.org/10.1177/0002764219878223

Kyun, D., Kim, D., & Kreps, G. L. (2020). An Analysis of Government Communication in the United States During the COVID-19 Pandemic: Recommendations for Effective Government Health Risk Communication. *World Med Health Policy*. https://doi.org/10.1002/wmh3.363

Landsbergen, D. (2010). Government as part of the revolution: Using social media to achieve public goals. *Proceedings of the European Conference on E-Government, ECEG*, *8*(2), 243–250.

Moreira, V., & Eiró-Gomes, M. (2019). Information, Misinformation, Disinformation: The Role of Communication Professionals in Liquid Modernity. *Big Ideas in Public Relations Research and Practice,* 177–186. https://doi.org/10.1108/s2398-391420190000004013

Noar, S. M. (2012). An Audience-Channel-Message-Evaluation (ACME) Framework for Health Communication Campaigns. *Health Promotion Practice*, *13(4)*, 481–488. https://doi.org/10.1177/1524839910386901

Nogueira, J. P. F., & Castro, C. P. (2017). Internet, Democracia e Comunicação de Governo - análise do conteúdo da página do Facebook do Portal Brasil da Presidência da República. *Revista de Estudos Da Comunicação*, *15(37)*, 134–151. https://doi.org/10.7213/rec.v15i37.22459

Pennycook, G., McPhetres, J., Zhang, Y., Lu, J. G., & Rand, D. G. (2020). Fighting COVID-19 Misinformation on Social Media: Experimental Evidence for a Scalable Accuracy-Nudge Intervention. *Psychological Science*, *31(7)*, 770–780. https://doi.org/10.1177/0956797620939054

Statista (2021). *Distribution of Facebook users in Portugal as of July 2021, by age group*, Statista (URL: https://www.statista.com/statistics/805474/facebook-users-portugal/

Stevenson, J. (3.04.2020) COVID-19 Information Overload leads to simple but unhelpful choices. *City University of London*. https://www.city.ac.uk/news-and-events/news/2020/04/covid-19-information-overload-leads-to-simple-but-unhelpful-choices

Strekalova, Y. A. (2017). Health Risk Information Engagement and Amplification on Social Media: News About an Emerging Pandemic on Facebook. *Health Education and Behavior*, *44(2)*, 332–339. https://doi.org/10.1177/1090198116660310

Tandoc, E. C., Lim, D., & Ling, R. (2020). Diffusion of disinformation: How social media users respond to fake news and why. *Journalism*, *2*1(3), 381–398. https://doi.org/10.1177/1464884919868325

Teixeira, J. (2004). Comunicação em saúde: Relação Técnicos de Saúde - Utentes. *Análise Psicológica*, *22(3)*, 615–620.

OECD (2020). Transparency, communication and trust: The role of public communication in responding to the wave of disinformation about the new coronavirus. *OECD Policy Responses to Coronavirus (COVID-19)*. https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/transparency-communication-and-trust-bef7ad6e/

Wendling, C., Radisch, J., & Jacobzone, S. (2013). The Use of Social Media in Risk and Crisis Communication. *OECD Working Papers on Public Governance*, 24. https://doi.org/10.1787/5k3v01fskp9s-en