BOLETIM

Ano 3 | Edição 17 | Maio de 2022

OBSERVA COVID
Análise de Modelos e Estratégias de Vigilância em Saúde da Pandemia da COVID-19 (2020-2022)

ENFRENTAMENTO DA PANDEMIA DE COVID-19: ALGUNS OLHARES SOBRE A COMUNICAÇÃO

Entre as diversas dificuldades impostas pelo novo Coronavírus no Brasil e no mundo, ressaltam-se os desafios comunicacionais aos sistemas de saúde, haja vista que o enfrentamento à pandemia impõe a implementação de estratégias efetivas de prevenção, controle e mitigação dos efeitos da Covid-19 que atribuem à comunicação um papel fundamental.

No Brasil, destacam-se, entre as ações iniciais, a ativação do Centro de Operações de Emergências em Saúde Pública para o novo Coronavírus (COE-nCoV) e a publicação do Ministério da Saúde (MS) do Plano de Contingência Nacional para Infecção Humana pelo novo Coronavírus COVID-19[1], bem como as publicações dos Planos de Contingência Estaduais (PCEs) para o enfrentamento da pandemia por estados e Distrito Federal (DF), considerando a gestão tripartite do Sistema Único de Saúde (SUS).

Embora o Brasil não tenha estabelecido um planejamento específico de comunicação, mediante elaboração e publicação de plano de comunicação para a pandemia como instrumento oficial, os referidos planos de contingência mencionavam estratégias comunicacionais. Entretanto, foi possível observar que as ações e estratégias de comunicação aconteceram nos estados, concomitantemente, com o avanço da pandemia, a despeito dos registros não detalhados nos planos.

Desse modo, o foco na perspectiva da comunicação nos PCEs vem estimulando algumas questões de investigação como: Quais estratégias e ações de comunicação foram registradas nos Planos de Contingência para enfrentamento do novo Coronavírus no Brasil? Que estratégias e ações de comunicação têm sido implementadas? Como as secretarias estaduais de Saúde tem utilizado a internet para enfrentamento da pandemia?

Esse olhar vem orientando estudos sobre a implementação de estratégias e ações de comunicação desenvolvidas pelas Secretarias Estaduais de Saúde (SES), a partir da análise dos PCEs para o enfrentamento da pandemia e do acompanhamento das publicações em sites e redes sociais oficiais. Este boletim apresenta sínteses dos estudos sobre mídia, saúde e internet, realizados no âmbito do subprojeto "Comunicação e Saúde", que integra o projeto "Análise de modelos e estratégias de vigilância em saúde da pandemia de COVID-19 (2020-2022)".

ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS

À luz de referenciais teóricos da comunicação do risco em saúde[2,3,4,5], o percurso metodológico abrangeu alguns caminhos complementares, cujo ponto de partida foi uma revisão de literatura com vistas à identificação de estratégias e ações comunicacionais para prevenção e controle da pandemia. Em seguida, realizou-se: a análise dos 28 Planos de Contingência (PC), a saber, 01 plano nacional, 26 planos estaduais e DF; o mapeamento dos websites institucionais e redes sociais utilizadas pelas secretarias estaduais de Saúde e a análise dos websites e dos perfis oficiais das SES na rede social Instagram.

Cabe destacar, que a opção pela ferramenta Instagram foi motivada pelas características e funcionalidades dessa rede originada de um aplicativo gratuito de compartilhamento de imagens e vídeos. Considerada de fácil uso, permite publicar, tirar fotos e gravar vídeos, aplicar filtros, compartilhar com os seguidores e realizar transmissões ao vivo (lives), entre outras funções, em prol de favorecer interação, aproximação e engajamento dos usuários, como mensagens privadas, uso de hashtags, destaques, entre outras[6].

Utilizou-se uma matriz de processamento de dados para registro da análise dos websites por região. Já a análise dos perfis oficiais no Instagram contemplou dados qualitativos de conteúdo e quantitativos das métricas da rede social obtidas através da plataforma Analisa.io. Trata-se de ferramenta de análise social do Instagram e do TikTok onde é possível verificar as interações (engajamento) de qualquer perfil público ou hashtags utilizadas nestas redes sociais, gerando informações básicas em relatórios gratuitos. Essa plataforma foi escolhida devido à facilidade do uso e à variedade de informações passíveis de serem obtidas gratuitamente. Cada página de SES foi analisada individualmente pela ferramenta, em períodos selecionados, e, para cada análise, foi gerado um documento com os resultados.

A análise das postagens no Instagram contemplou as publicações do período de março de 2020 a março de 2021, sendo que a utilização da plataforma Analisa.io foi realizada nos meses de maio e junho de 2021. Essas análises buscaram também identificar as publicações que geraram maior engajamento, compreendendo este como um conceito multidimensional, em que estão inseridos componentes cognitivos, afetivos e comportamentais[7]. No Instagram, é contabilizado de acordo com as interações que recebe na rede social. A fórmula básica do cálculo é a seguinte: interações (reações + compartilhamentos + comentários + cliques)/alcance.

RESULTADOS

Apresentam-se, a seguir, sínteses dos principais achados dos registros sobre comunicação nos PCEs; comunicação dos websites institucionais das SES e perfis oficiais das SES na rede social Instagram.

Registros sobre comunicação nos PCEs

A comunicação estava presente em 26 dos 28 planos, com registro entre os objetivos de 14 deles e variação quanto ao termo utilizado: Comunicação de risco (11), Comunicação (06), Comunicação, mobilização e publicidade (03), Comunicação e Publicidade (02), Comunicação Social (02), Comunicação de risco e publicidade (01) e Comunicação e Informação (01). Entretanto, foram localizados planos específicos para comunicação com ilustrações e materiais comunicativos em apenas 02 estados, ainda que sem detalhamento de ações.

As informações sobre comunicação foram organizadas a partir de eixo, ações, atividades e/ou áreas envolvidas, bem como a utilização de elementos do modelo de medidas de resposta utilizado pelo plano do MS. Este relaciona uma série de estratégias de acordo com três níveis de resposta: Alerta, Perigo Iminente e Emergência de Saúde Pública de Importância Nacional – ESPIN, conforme Quadro 01. Ressalta-se, entretanto, que foi registrada a replicação total desse modelo por metade dos planos estudados, sem desdobramentos e aprofundamentos das estratégias para as realidades locais.

Quadro 01: Principais estratégias de comunicação por medidas de resposta

Medida de resposta: ALERTA

• Divulgar amplamente os boletins epidemiológicos, protocolos técnicos e informações pertinentes à prevenção e controle para infecção humana pelo novo coronavírus (COVID-19);

• Divulgar as informações sobre a doença e medidas de prevenção junto à rede de serviços de saúde e população;

• Divulgar informações epidemiológicas e de prevenção e controle da doença no sítio do MS e para a imprensa, por meio de coletivas;

• Divulgar informações para população em geral em relação às medidas de etiqueta respiratória e higienização das mãos para a COVID-19;

• Definir, em conjunto com os gestores, o porta-voz que será responsável pela interlocução com os veículos de comunicação;

• Elaboração e divulgação de materiais informativos sobre as medidas de prevenção e controle da COVID-19;

• Divulgação de informações do novo coronavírus nas redes sociais do MS e parceiros;

• Monitoramento de redes sociais para esclarecer rumores, boatos e informações equivocadas.

Medida de resposta: PERIGO IMINENTE

• Definir estratégias de publicidade e informação à população e à imprensa para a infecção humana pelo novo coronavírus (COVID-19);

• Divulgar amplamente os boletins epidemiológicos, protocolos técnicos e informações pertinentes de prevenção e controle da infecção;

• Divulgar as informações sobre a doença e medidas de prevenção junto à rede de serviços de saúde e população sobre a infecção humana;

• Divulgar informações epidemiológicas e de prevenção e controle da infecção humana pelo novo coronavírus (COVID-19) no sítio do MS e para a imprensa;

• Emitir orientações de saúde sobre a infecção humana pelo novo coronavírus (COVID-19), para instituições privadas, escolas e público em geral, com o apoio dos órgãos parceiros do Grupo Executivo Interministerial (GEI);

• Divulgar informações para a população em geral em relação às medidas de etiqueta respiratória e higienização das mãos para a infecção humana pelo novo coronavírus (COVID-19);

• Elaboração e divulgação de campanhas e materiais informativos sobre as medidas de prevenção e controle da infecção humana pelo novo coronavírus (COVID-19);

• Divulgação de informações sobre a infecção humana pelo novo coronavírus (COVID-19) nas redes sociais;

• Promover coletivas de imprensa com o porta-voz responsável pela interlocução com os veículos de comunicação;

• Elaboração e divulgação de campanhas e materiais informativos sobre as medidas de prevenção e controle da infecção humana pelo novo coronavírus (COVID-19);

• Disponibilizar materiais informativos/educativos trilíngues para os aeroportos, portos e fronteiras.

Medida de resposta: Emergência de Saúde Pública de Importância Nacional – ESPIN

- Emitir orientações de saúde para instituições privadas, escolas e público em geral, com o apoio do Grupo Executivo Interministerial (GEI);
- Informar as medidas a serem adotadas pelos profissionais de diversas áreas e a população geral;
- Elaborar junto com a área técnica materiais informativos/educativos sobre o novo coronavírus e distribuí-los para a população, profissionais de saúde, jornalistas e formadores de opinião;
- Disponibilizar material de divulgação para reprodução nos estados e municípios, órgãos que compõem o GEI e outros parceiros;
- Disponibilizar materiais informativos/educativos trilíngues para os aeroportos, portos e fronteiras;
- Disponibilizar peças publicitárias a serem veiculadas nos diversos meios de comunicação;
- Monitorar as redes sociais para esclarecer rumores, boatos e informações equivocadas;
- Manter atualizada a página eletrônica do novo coronavírus;
- Disponibilizar material informativo/educativo para públicos específicos: gestores, profissionais de saúde, viajantes, escolas, dentre outros;
- Promover coletivas de imprensa com o porta-voz responsável pela interlocução com os veículos de comunicação;
- Definir com o GEI, se além do MS, terá outro porta-voz para tratar sobre o novo coronavírus;
- Aproximar as assessorias de comunicação dos diferentes órgãos que compõem o GEI para alinhamento de discurso e desenvolvimento de ações em comum;
- Aproximar as assessorias de comunicação dos estados para alinhamento de discurso e desenvolvimento de ações;
- Estabelecer parcerias com a rede de comunicação pública (TVs, rádios e agências de notícias) para enviar mensagens com informações atualizadas.

Adaptado do Plano de Contingência Nacional [1]

No que tange às estratégias que não seguiram totalmente o modelo do MS, os principais registros foram: orientar a divulgação da notificação de casos suspeitos e/ou confirmados do novo coronavírus no estado; implementar estratégias direcionadas por público-alvo das ações, mensagens-chave e canais de comunicação.

A comunicação dos websites institucionais das SES

A análise dos websites institucionais da SES apontou para a criação ou incremento de espaços comunicacionais tecnológicos (uso de painéis interativos que ilustram mapas de casos, de leitos por regiões e matriz de risco para Covid-19, banners de destaque e/ou novas páginas ou interfaces, seções específicas sobre a Covid-19, ênfase no uso da comunicação através das redes sociais, entre outros) que favorecem o compartilhamento de informações. Esses registros evidenciaram o quanto a crise sanitária impôs mudanças nos processos comunicacionais desenvolvidos pelas SES, bem como algumas dificuldades com a frequência de atualização que, possivelmente, aumentou a tendência ao direcionamento de ações comunicativas para as redes sociais.

Em geral, os sites apresentaram mudanças nas páginas principais de forma a destacar links e conteúdos especiais acerca do novo Coronavirus, notícias gerais da doença no estado, campanhas, boletins epidemiológicos, indicadores e, em alguns casos, informações para combate às fake news. Observou-se também a utilização dos sites para divulgação de outros canais de comunicação das SES, como o uso de aplicativos e redes sociais, bem como o uso de novas ferramentas de *Business Intelligence* por alguns estados, a exemplo da plataforma Microsoft Power BI.

As informações mais comuns nos espaços dedicados à Covid-19 são relacionadas ao vírus, orientações para prevenção, painel de monitoramento, boletins epidemiológicos, transparência, mapa de risco e materiais de campanhas e vacinação, sendo estas atualizadas diariamente.

Cabe pontuar que nem todos os sites disponibilizam de forma fácil o acesso aos documentos dos PCEs. Além disso, em geral, os sites não possuem registros dos eventos virtuais de cunho educativo realizados acerca da Covid-19, o que sugere que a divulgação de uma diversidade de estratégias implementadas, tais como campanhas, ações formativas, de orientação à população, cuidados com a saúde dos trabalhadores, entre outras ações de informação e comunicação desenvolvidas no SUS, parecem ter sido direcionadas à rotina dinâmica de atualização das redes sociais.

Análise dos perfis oficiais das SES na rede social Instagram

O resultado da análise dos conteúdos foi organizado a partir das informações presentes na descrição e nos links do perfil, destaques de stories sobre a Covid-19, destaques de Comunicação e identificação das postagens mais engajadas. Em geral, as postagens apresentam-se no formato de cards, fotos, vídeos, mensagens curtas e atuais, algumas com recursos de acessibilidade. Quanto ao conteúdo, são informações sobre dúvidas, medidas de proteção, informes epidemiológicos, notícias governamentais, especificidades regionais, campanha e dados sobre vacinação, valorização dos profissionais e boas notícias (pessoas recuperadas) e combate às fake news, entre outros.

Quanto à descrição do perfil, no período estudado, apenas 3 SES (AL, CE, PA) exibiram mensagens ou hashtags relacionadas à Covid-19. As SES BA, RN, GO, SE e TO disponibilizaram dados para contato (ouvidoria e/ou telefone para contato). Já os demais perfis exibiram descrições genéricas e/ou slogans da Secretaria de Saúde sem relação com a Covid-19. Os links presentes no perfil são apresentados conforme descrito no Quadro 02:

Quadro 02: Links em destaque nos perfis

Links em destaque	Perfis Instagram das SES
Página interna/especial sobre temas da Covid-19 nos sites oficiais das SES	SE, PA, RR e TO
Sites oficiais das SES	AL, BA, RO, AC, AP, RR, RO e RS
Site oficial do Governo Estadual:	SP, PB e AP
Site oficial na seção de informações sobre o Instagram	DF
Site de vacinas	SC, RN
Podcast “Ser Saúde”	SC
Site de notícias oficial do estado	AC e AM
Boletim epidemiológico da SES	MA
Linktree (ferramenta que disponibiliza para seus usuários uma página com informações agrupadas para serem compartilhadas através de um link)	CE, GO, RJ, MG e PR

Fonte: Elaboração própria

Observou-se que muitas SES divulgaram informações sobre a Covid-19 através do recurso destaques de stories (AL, CE, PB, RN, GO, DF, PA, RO, TO, SP, RJ e MG), ressaltando a prevenção, sintomas e transmissão da Covid-19. Também foram registrados destaques sobre a vacinação nos perfis das SES BA, CE, PB, SE, PR e SC, ao tempo em que informações sobre testagem podem ser encontradas nos destaques dos perfis MA e RR. Já as SES PA, SC e RJ enfatizaram os boletins epidemiológicos.

Apenas os perfis das SES CE, DF e MA destacam informações sobre fake news, sendo que a SES MA apresenta um aplicativo desenvolvido para combate às fake news no estado. Ainda sobre esse tema, foram identificadas postagens desmentindo fake news e vídeo explicando o que elas são no perfil da SES BA.

Constam, entre os destaques de ações de comunicação, a série de combate às fake news denominada "Fato ou Fake" da SES RR e a divulgação do canal no aplicativo Telegram para o combate as fake news no estado de SP. Há que se ressaltar as campanhas publicitárias destacadas nos perfis das SES PR, RS, bem como os podcasts próprios das SES AL, SP e SC. Algumas SES como CE, BA e RO apresentam campanhas parar elucidar dúvidas da população.

Já sobre as temáticas que geraram as postagens mais engajadas, foram identificadas a Covid-19 e Vacinação nos perfis das SES dos estados CE, MA, PB, RN, SE, DF, AC, PA, RO, TO, SP, RJ, MG, PR, SC e RS. Quanto à periodicidade das postagens, boa parte das SES fazem postagens diárias (a exemplo da maioria das SES da região NE) ou publicam novos post em até três vezes por semana. Entretanto, é necessário pontuar que alguns perfis não respondem aos comentários das postagens.

As publicações mais engajadas foram as SES de SP, com taxa de 3,06% (postagem relacionada ao calendário de vacinação e à fase de transição de funcionamento do comércio local); seguidos por MA, com 2,16% (postagem com orientações e respostas às dúvidas sobre os locais de vacinação para grávidas e puérperas); CE, com 1,67% (publicação esclarecendo dúvidas sobre a eficácia da vacina); DF, com taxa de 1,56% (postagem com sobre informações sobre a vacinação contra a Covid-19); e PB, com 1,50% (apresentação do plano de vacina por comorbidades).

Embora a publicação de SP tenha recebido maior número de likes (2834), foi a do MA a que somou maior quantidade de comentários (260). É interessante ressaltar que se trata de uma página caracterizada por responder comentários e esclarecer dúvidas dos usuários em suas publicações, o que possivelmente contribui para sua taxa de engajamento.

Para melhor ilustrar a análise, apresentam-se duas ilustrações produzidas através de softwares de nuvens de palavras. A primeira traz as tags mais utilizadas nos perfis do conjunto das SES e a segunda, as palavras mais utilizadas nas legendas, durante o período estudado:

Figura 01: Tags mais utilizadas nos perfis das SES

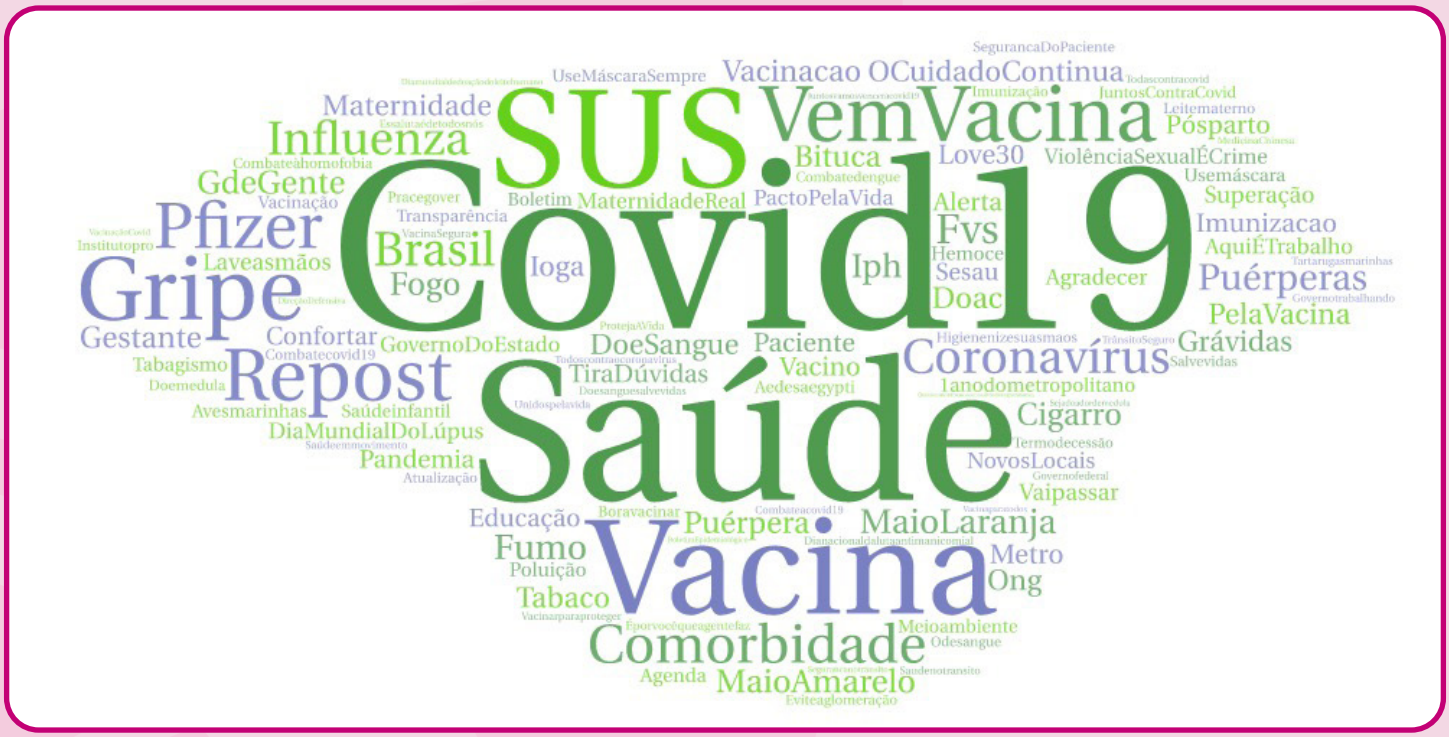

Figura 02: Palavras mais utilizadas nas legendas das publicações

REFERÊNCIAS

1. Ministério da Saúde. Plano de Contingência Nacional para Infecção Humana pelo novo Coronavírus COVID-19. Brasília: Centro de Operações de Emergências em Saúde Pública; 2020.

2.DOUGLAS, M.; WILDAVSKY, A. Risk and Culture: NA ESSAY ON THE Selection of Tecnological and Environment Dangers. University of California Press, Berckley- Los Angels-London, 1982.

3. RANGEL-S. Risco, cultura e comunicação na proteção e promoção da saúde. In: COSTA, E.A; RANGEL-S, M.L.(org) Comunicação em vigilância sanitária: princípios e diretrizes para uma política. Salvador, EDUFBA, 2007 p.95-124.

4. RANGEL-S. Comunicação em vigilância sanitária. In: COSTA, EA., org. Vigilância Sanitária: temas para debate [online]. Salvador: EDUFBA, 2009. 237 p.

5. SANTOS, S.L. Developing a risk communication strategy. Journal AWWA, nov. 1990, p. 45-49.

6. Pinto, I. C. M. ; Paim, M.C . Educação e comunicação para profissionais de saúde no enfrentamento da pandemia: estratégias e ações das escolas estaduais de saúde. In: Alethele de Oliveira Santos; Luciana Tolêdo Lopes. (Org.). Educação e comunicação para profissionais de saúde no enfrentamento da pandemia: estratégias e ações das escolas estaduais de saúde. 1ed.Brasília: 2021, v. 1, p. 54-71.

7. Jaakkola, E., & Alexander, M. (2014). The role of customer engagement behavior in value co-creation: a service system perspective. Journal of service research, 17(3), 247-261.

Equipe de pesquisadores/as responsável pelo conteúdo do texto:

Marcele Paim
Maria Ligia Rangel
Leidna Santos
Aline Azevedo

Integrantes do grupo de pesquisa:

Marcele Paim, Maria Ligia Rangel, Leidna Santos, Aline Azevedo, Gessinayde Queiroz, Daniela Baumgarten, Silvana Oliveira, Luca Moura, Raphael Sande e Sheila Bahia.

PROJETO ANÁLISE DE MODELOS E ESTRATÉGIAS DE VIGILÂNCIA EM SAÚDE DA PANDEMIA DA COVID-19 (2020-2022)

Coordenação Geral do Projeto: Isabela Cardoso de M. Pinto

Colegiado Gestor: Carmen F. Teixeira; Isabela C.M. Pinto; Jairnilson Silva Paim, Ligia Maria Vieira da Silva, Luís Eugenio Portela de Souza, Rosana Aquino, Glória Teixeira, Mariluce Bomfim de Souza, Marcelo Castellanos, Ligia Rangel, Monique A. Esperidião e Marcele Paim.

Pesquisadores: Acácia Lima, Ademar Arthur C. Reis, Alain Coulon, Ana Cristina Souto, Ana Flávia Cruz, Ana Luiza Vilasboas, Ana Maria Teixeira, Ana Paula dos Reis, Angélica Menezes, Áurea Paste, Bruno Guimarães, Caio Castro, Camila Bulcão, Catharina M. Soares, Ceuci Nunes, Cleber Cremonese, Cristiane Abdon, Denise Nogueira Cruz, Ediná Costa, Ednir Souza, Eliana Costa, Erica Bowes, Erick Lisboa, Erika Aragão, Estela Aquino, Gerluce Alves Pontes, Iracema Viterbo, Jamacy Costa Souza, Janete Castro, Joilda Nery, Júlia Pescarini, Kátia Medeiros, Laise R. Andrade, Liliana Santos, Lívia Silva Angeli, Lucas Bottcher, Manoel Barral Netto, Márcia Costa, Marcio Natividade, Maria Clara Guimarães, Maria da Conceição N. Costa, Maria Guadalupe Medina, Monica Angelim, Morena Rezende, Natália Tavares, Rosana Lopes, Sandra Garrido de Barros, Shirley Cruz, Silvana Vieira, Sisse Santana, Sônia Chaves, Soraya Belisário, Tania França, Thadeu Borges Santos, Thais Regis Aranha Rossi, Viviane Oliveira, Yara Oyram e Zulmira Hartz.

Equipe de Comunicação: Diego Corrêa, Egberto Siqueira, Gilson Rabelo, Inês Costal, Patrícia Conceição, Robério Lopes e Sérgio Santana.

Instituições Parceiras: Centro de Integração de Dados e Conhecimentos em Saúde (Cidacs/IGM/Fiocruz-Ba), Centro de Pesquisa Aggeu Magalhães/Fiocruz, Instituto Couto Maia, Instituto de Física (UFBA), Instituto de Medicina Social (IMS/UERJ), Secretaria de Saúde do Estado da Bahia (SESAB), Universidade do Estado da Bahia (UNEB), Universidade Federal Rio Grande do Norte (UFRN) e Universidade Nova de Lisboa.

CNPq Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
UFBA Universidade Federal da Bahia
Instituto de Saúde Coletiva UFBA
MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA, INOVAÇÕES E COMUNICAÇÕES
MINISTÉRIO DA SAÚDE
PÁTRIA AMADA BRASIL GOVERNO FEDERAL