

Uso do Twitter para comunicar ciência

O caso da vacina contra a Covid-19

Use of Twitter to Communicate Science

The case of the Covid-19 vaccine

Christiana Soares de Freitas

Professora Associada do Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação (FAC), do Programa de Pós-Graduação em Governança e Inovação em Políticas Públicas (PPGIPP) e da Graduação do Dep. de Gestão de Políticas Públicas da UnB. Membro fundador e pesquisadora do Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Democracia Digital (INCT.DD).

Universidade de Brasília, Programa de Pós-graduação em Comunicação, Brasília (DF), Brasil.

Renata de Oliveira Miranda Gomes

Mestra em Comunicação pela Universidade de Brasília. Bacharel em Ciência Política também pela UnB.

Universidade de Brasília, Programa de Pós-graduação em Comunicação, Brasília (DF), Brasil.

Resumo

O presente artigo tem como objetivo compreender como as mídias sociais podem ser usadas por governos para promover a comunicação da ciência. Para tanto, realizou-se um estudo comparado das postagens sobre a imunização contra a Covid-19 no Twitter oficial dos governos do Distrito Federal e de São Paulo entre 19 de novembro de 2020 e 17 de janeiro de 2021. Conclui-se que o debate sobre a vacina, apesar de presente no período analisado, não se sobrepôs às demais pautas, tais como a própria pandemia de Covid-19 e outras campanhas de saúde. Ademais, entende-se

<https://doi.org/10.46391/ALCEU.v23.ed50.2023.351>

ALCEU (Rio de Janeiro, online), V. 23, Nº 50, p.30-50, maio/ago. 2023

como fundamental observar a comunicação da ciência por parte de governos em um momento de crise na saúde pública e pandemia mundial. A dimensão da informação da *accountability* e a transparência ativa são características fundamentais de um governo democrático e preocupado em representar dignamente os seus representados.

Palavras-chave: Comunicação Pública da Ciência. Twitter. Governo Digital.

Abstract

This article seeks to understand how social media can be used by governments to promote science communication. To this end, a comparative study was carried out of posts about immunization against Covid-19 on the official Twitter of the governments of the Federal District and São Paulo between November 19, 2020 and January 17, 2021. It is concluded that the debate on the vaccine, although present in the analyzed period, did not overlap with other agendas, such as the Covid-19 pandemic itself and other health campaigns. In addition, it is understood as fundamental to observe the communication of science by governments at a time of public health crisis and global pandemic. The information dimension of accountability and active transparency are fundamental characteristics of a democratic government concerned with representing its representatives with dignity.

Keywords: Public Communication of Science. Twitter. Digital Government.

Resumen

Este artículo tiene como objetivo comprender cómo los gobiernos pueden utilizar las redes sociales para promover la comunicación científica. Para ello, se realizó un estudio comparativo de publicaciones sobre inmunización contra el Covid-19 en el Twitter oficial de los gobiernos del Distrito Federal y São Paulo entre el 19 de noviembre de 2020 y el 17 de enero de 2021. Se concluye que el debate sobre la vacuna, aunque presente en el período analizado, no se superpuso con otras agendas, como la propia pandemia de la Covid-19 y otras campañas sanitarias. Además, se entiende fundamental observar la comunicación de la ciencia por parte de los gobiernos en un momento de crisis de salud pública y pandemia mundial. La dimensión informativa de la rendición de cuentas y la transparencia activa son características fundamentales de un gobierno democrático preocupado por representar dignamente a sus representantes.

Palabras clave: Comunicación Pública de la Ciencia. Twitter. Gobierno Digital.

Introdução

O acesso à informação e a comunicação pública da ciência são essenciais para que um governo possa assegurar a confiança da população e promover uma sociedade democrática, principalmente em tempos de crise de saúde pública. Justamente em contextos de pandemia, é fundamental que governos estabeleçam um contato transparente com a sociedade por meio de seus canais de comunicação oficiais, permitindo que as informações fomentem o debate público e prestem serviços básicos (OLIVEIRA et al., 2020, p. 2). Torquato e Soares (2020, p. 94) destacam ainda que a visualização de dados e as mídias sociais como canal de diálogo com a população têm um grande potencial de promoção da transparência e da participação.

O objetivo deste artigo é analisar de que maneira governos estaduais usam da comunicação em mídias sociais para disseminar informações para a população. Busca-se entender como as mídias sociais podem ser usadas por governos para promover a comunicação institucional da ciência. Optou-se por analisar o Twitter pela grande quantidade de seguidores e aderência dentre as mídias sociais oficiais dos governos analisados.

O artigo é dividido em três partes. A primeira seção discute os conceitos fundamentais de *accountability* da informação e transparência ativa nas mídias sociais. Em seguida, retomam-se os estudos de comunicação pública da ciência para tratar da metodologia proposta para o artigo e, por fim, se analisa o uso do Twitter para comunicação da ciência pelos governos do DF e de SP.

Accountability e transparência ativa nas mídias sociais

O debate sobre *accountability* no Brasil permeia diversas áreas. Schedler (1999) aponta que o conceito de *accountability* remete a duas dimensões: *answerability* e *enforcement*. O primeiro diz respeito à capacidade de determinado ator responder por seus atos. A noção de *answerability* indica que ser *accountable* por alguma coisa indica a obrigação de responder a perguntas desagradáveis e vice-versa. Segundo o autor, “*accountability* envolve o direito de receber informações e a obrigação correspondente de divulgar todos os detalhes necessários. Mas também implica o direito de receber uma explicação e o dever correspondente de justificar a conduta de certo indivíduo” (p. 15). A segunda dimensão implica o uso de poder para aplicar sanções. O *enforcement* aponta que os atores não apenas devem se sujeitar à

obrigação de responder por suas ações e explicar por que as fizeram, mas também ser punidos por comportamentos impróprios.

A transparência revela-se essencial para um processo democrático legítimo e para a tomada de decisão por parte da população. Cunha Filho (2018, p. 880) associa transparência à democracia ao afirmar que, ao se dar transparência a atos de agentes públicos, cidadãos são munidos “das informações de que precisam para participar ativa e constantemente do processo de elaboração de políticas públicas”.

Desde que a internet surgiu, existem pesquisas que buscam entender a relação entre o seu uso e a democracia (OLIVEIRA, 2018, p. 13). Foi apenas em 2010, no entanto, que as mídias sociais passaram a ser efetivamente usadas em campanhas políticas eleitorais no Brasil (CERVI, 2016). Em 2012, o Gabinete de Segurança Institucional da Presidência da República divulgou uma norma que estabeleceu diretrizes para o uso seguro das mídias sociais na Administração Federal. O documento reconhece que as mídias sociais são um fenômeno mundial e que, no Brasil, o seu uso pode ser “uma ferramenta para aproximarem-se ainda mais do cidadão brasileiro e prestar atendimento e serviços públicos de forma mais ágil e transparente, em consonância com os princípios constitucionais da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência” (PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, GABINETE DE SEGURANÇA INSTITUCIONAL, 2012). A partir deste momento, percebe-se um marco na comunicação institucional de governos no Brasil, com foco maior no uso estratégico das mídias sociais.

O Twitter se destaca por ter sido uma das primeiras mídias sociais a ser usada para fins de comunicação política, sendo lançado em 2006. Pode ser definido como “um espaço na web que permite aos seus usuários construir perfis públicos, articular redes de contato e tornar visíveis essas conexões” (RECUERO e ZAGO, 2009, p. 82). Recuero e Zago apontam ainda que o Twitter possibilita a publicação de informações e a conversação entre usuários. Além disso, uma particularidade do Twitter é que nele se pode acompanhar uma conta – com o uso da ferramenta *seguir* – sem que haja reciprocidade.

O Twitter também pode ser caracterizado pelo imediatismo, “ao viabilizar o compartilhamento de informação em tempo real e, dependendo do uso, pode ser uma mídia relativamente interativa” (AMARAL, 2016, p. 19). Amaral cita a possibilidade do uso da “@” (arroba) para citar outros perfis e permitir a interação e o diálogo. Além das duas ferramentas já mencionadas, pode-se usar o “#” (*hashtag*) para “convergir as mensagens de diversos usuários para assuntos específicos ligados às palavras-chave

utilizadas, criando grupos instantâneos e heterogêneos para o debate dos mais diversos temas” (p. 19). Uma última possibilidade de interação entre perfis é o uso do compartilhamento (retuite), que pode ser usado para “mostrar acordo ou desacordo com o que foi compartilhado, para subscrever uma causa ou movimento, para dar visibilidade a uma informação importante ou mesmo para atrair para si status pessoal” (p. 20). O Brasil é atualmente o 4º país no mundo com maior engajamento na plataforma. São mais de 14 milhões de usuários inscritos (BARBERIA et al., 2021 p. 6).

Comunicação pública da ciência

A Constituição Federal de 1988 estabelece, no art. 37, §1º, que “a publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social” (BRASIL, 2018, p. 27). O art. 5º, XXXIII, indica que todos têm o direito de “receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no prazo da lei, sob pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado” (p. 10). Já o art. 23, V, afirma que é de competência comum da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios “proporcionar os meios de acesso à cultura, à educação, à ciência, à tecnologia, à pesquisa e à inovação” (p. 19).

Brandão (2009) indica que comunicação estatal se refere ao Estado, e comunicação governamental diz respeito ao Governo. Brandão (2006) explica que ambas são uma dimensão da comunicação pública na medida em que se entende como responsabilidade do Estado ou do Governo a criação e manutenção de fluxos de informação com os cidadãos a quem se referem. Ademais, deve ser um “instrumento de construção da agenda pública” (p. 6) e direcionamento dos trabalhos em prol da *accountability* e do debate público. “Trata-se de uma forma legítima de um governo prestar contas e levar ao conhecimento da opinião pública os projetos, ações, atividades e políticas que são realizadas e que são de interesse público” (p. 6). Oliveira et al. (2020, p. 2) afirmam que, quando se fala em comunicação institucional, é preciso ter em mente que “o processo de definição do que é publicado nas mídias sociais pode sofrer interferência dos gestores das pastas”. Os autores apontam ainda que, diante de situações de crise – como a crise sanitária da Covid-19, faz-se fundamental que governos atuem de maneira transparente, promovendo informações que fomentem o debate da sociedade civil e prestem serviços à sociedade.

Quando se trata de comunicação pública da ciência, outros fatores precisam ser levados em consideração. Como Brandão (2006, p. 3) argumenta, a comunicação científica tem o objetivo específico de “criar canais de integração da ciência com a vida cotidiana das pessoas em sociedade, ou seja, despertar o interesse da opinião pública em geral pelos assuntos da ciência”.

A autora cita dois fatores que colaboram para que atividades de comunicação científica sejam identificadas com comunicação pública. Primeiramente, é importante se ter em mente que a comunicação científica surge da divulgação científica, em junção com conhecimentos no campo da difusão da informação no Brasil. Em diversas áreas, como a agrícola e a saúde pública, “o uso dos meios e de estratégias de comunicação foi determinante e esteve voltado para o aspecto pedagógico de informar para a cidadania” (p. 4). Dessa forma, o fato de a comunicação científica ser essencialmente voltada para o interesse da sociedade civil a torna alinhada com os princípios da comunicação pública. O segundo fator citado pela autora é o fato de que “a produção e difusão do conhecimento científico incorporam preocupações sociais, políticas, econômicas e corporativas que ultrapassam os limites da ciência pura e que obrigaram as instituições de pesquisa a estender a divulgação científica além do circuito de seus pares” (p. 4). A aproximação entre a ciência e a comunicação passou a ser essencial até mesmo como uma forma de responsabilização social da produção científica (DUARTE e BARROS, 2003).

Costa et al. (2010) escrevem que modelos de comunicação pública da ciência podem ser abordados diante de duas visões. Uma prevê a comunicação tratando o público como mero receptor do conhecimento, enquanto a outra assume o público como ocupador de um papel de participação ativa, como um diálogo entre emissor e receptor. O ideal é que, para haver uma comunicação efetiva da ciência, a sociedade que recebe a mensagem exerça um papel ativo. “A ideia de que a comunicação e, particularmente, a fala e a escrita são intrinsecamente processos ativos, tornou possível (...) entender a comunicação como uma esfera da atividade social de direito próprio, em que as mensagens são formadas e construídas” (p. 152).

Irwin (2008) desenvolveu um modelo de se pensar a comunicação pública da ciência, em especial a relação entre emissor e receptor, e sua relação com a políticas públicas voltadas ao tema. O modelo estabelece as categorias de primeira, segunda e terceira ordem. A primeira tem como questão principal a ignorância pública e a educação técnica, e o estilo de comunicação é classificado como “*one-way*”: ou seja, cientistas ou representantes governamentais detêm a informação e repassam-na de maneira passiva à

<https://doi.org/10.46391/ALCEU.v23.ed50.2023.351>

sociedade. A segunda ordem tem como questão principal o diálogo, a transparência e a construção de confiança entre o emissor e o receptor da mensagem. O estilo de comunicação é “two-way”, e se buscam a *accountability* e a responsividade do público. O foco nesta situação é a comunicação e o engajamento. Já a terceira ordem tem como questão principal a qualidade e a necessidade de mudanças sociotecnológicas. O estilo comunicativo envolve múltiplos atores e enquadramentos e é aberto à contestação de problemáticas, buscando atender às preocupações e prioridades sociais. Neste caso, o foco são as culturas científicas e políticas.

Neresini e Pellegrini (2008) escrevem que os diferentes modelos são relevantes para que se possa realizar uma avaliação da comunicação pública da ciência e da tecnologia – que os autores abreviam como PCST (*Public Communication of Science and Technology*). Segundo os autores, “avaliar atividades de PCST com o propósito de transmitir o conhecimento não é o mesmo que avaliar outra atividade com o propósito de promover discussões baseadas em diferentes atores sociais sobre uma determinada questão” (p. 240). Por fim, os autores afirmam que uma comunicação teve seu efeito esperado quando “podemos dizer que algo mudou para aqueles envolvidos no processo de comunicação” (p. 243). Estas mudanças podem ser de conhecimento (quando se aprendeu algo), atitude (quando a maneira como concebemos determinado aspecto de nossa experiência sofre alteração) e comportamento (se começamos a fazer algo que não fazíamos antes).

Procedimentos metodológicos

O presente artigo investigou como as mídias sociais podem ser usadas por governos para promover a comunicação da ciência. Para tal, realizou um estudo de caso sobre o uso do Twitter pelos governos do Distrito Federal e de São Paulo. O Twitter foi selecionado para o estudo de caso por uma série de motivos. O principal motivo foi a possibilidade da coleta. Além disso, o Twitter é a mídia social em que o governo do DF tem mais seguidores. Também é uma plataforma interessante de se analisar por ter a presença de formadores de opinião, pois “a discussão política no âmbito da esfera pública se dá em um nível social, em conversações que vão além dos círculos sociais de alguns poucos usuários e atingem um público maior” (RECUERO e SOARES, 2021, p. 5). Desta forma, o que nele é publicado pode ser repercutido em outras esferas. É fundamental citar também que, no caso do governo do Distrito Federal, a conta oficial do Twitter da Secretaria de Saúde também foi usada para a comunicação pública sobre a vacina contra a Covid-19. No entanto, optou-se por comparar o posicionamento no canal oficial institucional dos dois estados.

<https://doi.org/10.46391/ALCEU.v23.ed50.2023.351>

Para realizar a coleta das postagens no Twitter, foi utilizado o Twint Project¹, que é “uma ferramenta avançada de mineração de dados no Twitter em Python, que não usa a API do Twitter” (POLDI, 2019, tradução livre). O Twint usa o sistema de busca avançada do Twitter para coletar e compilar os tweets em determinado período. A coleta foi realizada no dia 9 de agosto de 2021 e foram recolhidas 584 postagens, sendo 240 do perfil do governo do DF (@Gov_DF²) e 344 do perfil do governo de SP (@governosp³). O período escolhido para a análise foi entre os dias 19 de novembro de 2020 e 17 de janeiro de 2021, totalizando 59 dias. O dia 19 de novembro foi a data em que as primeiras doses de vacina contra a Covid-19 chegaram ao Brasil (HOMERO, 2020), e o dia 17 de janeiro foi quando a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) autorizou o uso emergencial das vacinas Coronavac e Oxford-AstraZeneca, quando a vacinação de fato teve início (ANVISA, 2021).

A pesquisa utilizou dois métodos de análise. Em primeiro lugar, aplicou a estatística descritiva para quantificar as postagens coletadas. Em seguida, realizou uma Análise do Conteúdo (AC) das postagens coletadas. Segundo Bardin (apud FRANCO, 2008, p. 24), “a análise de conteúdo pode ser considerada como um conjunto de técnicas de análises de comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens”. Herscovitz (2010, p. 127) apresenta uma definição parecida, mas acrescenta que a AC tem como objetivo “fazer inferências sobre seus conteúdos e formatos enquadrando-os em categorias previamente testadas, mutuamente exclusivas e passíveis de replicação”. O quadro a seguir apresenta a consolidação do caderno de códigos usado para a AC.

Quadro 1 – Caderno de códigos para a Análise de Conteúdo

Categoria de análise principal (Nó)	Subnó
Assunto da publicação (qual o assunto)	<ol style="list-style-type: none">1. COVID-19<ol style="list-style-type: none">a. Afetados (quantidade de infectados ou mortos, leitos de UTI)b. Vacina (chegada de novas doses, quantidade de vacinados, novas pesquisas)c. Serviços afetados pela COVID-19 (educação, transporte, etc)d. Anúncios relacionados à COVID-19 (construção de UPAs, abertura de leitos)

¹ Disponível em: <https://github.com/twintproject>

² Twitter do GDF: <https://bit.ly/2WiQQp9>

³ Twitter do GSP: <https://bit.ly/3Bapssw>

	<ol style="list-style-type: none"> 2. Outros temas ligados à Saúde (Campanhas relacionadas a outras doenças, como Dengue, HIV, etc) 3. Outros
Emissor da mensagem (quem é o principal emissor da informação)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Governador 2. Secretário de Saúde 3. Outro membro do governo 4. Instituto de Pesquisa 5. Não está claro 6. Outros
Fonte da informação (Cita alguma fonte oficial?)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fonte Oficial <ol style="list-style-type: none"> a. Ministério da Saúde b. Fiocruz c. Instituto Butantan d. OMS e. Secretaria de Saúde f. Anvisa 2. Fonte não oficial 3. Não cita fonte. 4. Outros
Intenção da informação (Qual o propósito que a mensagem está cumprindo)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desmente notícia falsa 2. Presta recomendação à população 3. Presta serviço público à população <ol style="list-style-type: none"> a. Informação sobre eficácia b. Informação sobre chegada de novas vacinas c. Informação sobre locais/datas de vacinação 4. Anuncia atividade do governo ou do governador 5. Outros
Questão federalista	<ol style="list-style-type: none"> 1. Referência ao governo federal <ol style="list-style-type: none"> a. Referência combativa (tem como objetivo refutar ou bater de frente com direcionamento do governo federal) b. Referência de alinhamento (tem como objetivo se alinhar com direcionamento do governo federal) c. Referência neutra

	<ol style="list-style-type: none"> 2. Referência a outros governos estaduais 3. Não faz referência
<p>Formato da informação*</p> <p>(Como a mensagem está sendo comunicada).</p> <p>*Este é o único nó no qual mais de um subnó pode ser indicado.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Texto (se for apenas texto) 2. Imagem (foto ou vídeo) 3. Link <ol style="list-style-type: none"> a. Agência de notícias oficial b. Outra agência de notícia ou veículo de comunicação c. Outros 4. Meio de interação (enquete, etc) 5. Uso de hashtags ou emojis

Fonte: Elaborado pela autora

Resultados: O Twitter para comunicar ciência?

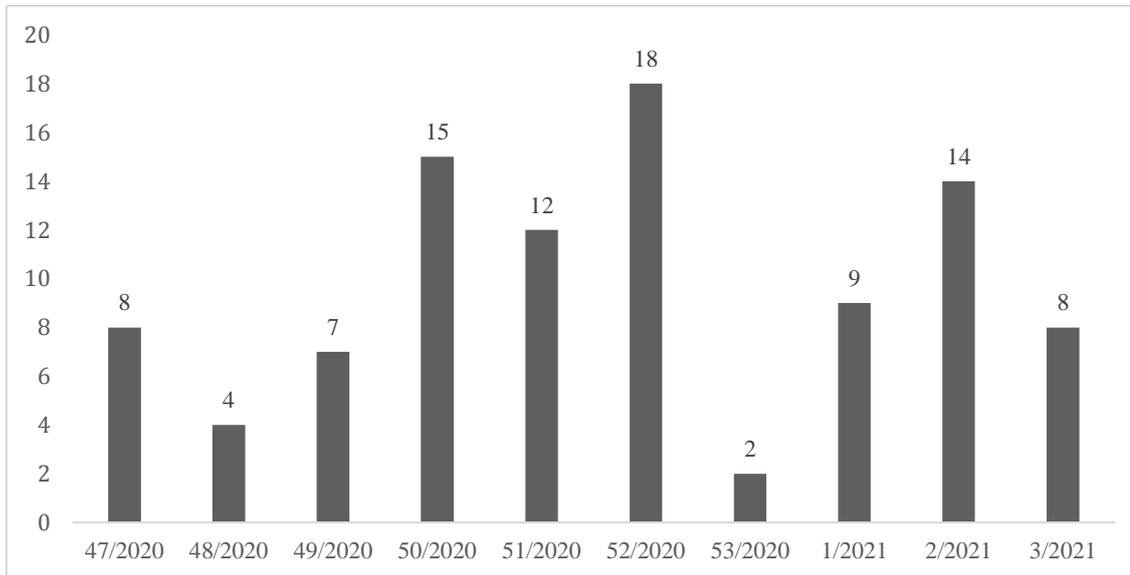
Para fins de comparação, cabe mencionar que as postagens de ciência em geral (na categoria “Assunto”, categorizadas como 1 ou 2) foram 106 (44,17%) para o Distrito Federal e 199 (57,85%) para São Paulo no período analisado. As postagens categorizadas como “Outros” eram focadas em assuntos diversos do contexto local da Unidade Federativa, como segurança, saneamento básico e eventos comemorativos – como o Carnaval. Desta forma, percebe-se que a atenção dedicada no Twitter para o assunto da ciência era considerável, devido à pandemia da Covid-19 e à iminência de uma campanha de vacinação.

Do total de postagens coletadas dos perfis oficiais do Twitter dos dois governos, uma parcela pequena foi classificada como tendo assunto referente à campanha de vacinação. Para o governo do DF, foram apenas três de 240 postagens, representando 1,25% do total: um número ínfimo para o período imediatamente anterior ao início da campanha de vacinação no Brasil. Isso pode demonstrar a hipótese de como o GDF dependia do governo federal para tratar do assunto. Enquanto não se tinha o início da campanha pelo Ministério da Saúde, o debate foi muito reduzido. Para o governo de São Paulo, o resultado foi diferente. Foram 97 postagens classificadas como relacionadas à campanha de imunização.

Quando se faz a análise por períodos, três semanas epidemiológicas se destacam na quantidade de postagens sobre a imunização contra a Covid-19. São elas: a 50ª semana de 2020 (06/12/2020 a

12/12/2020), a 52ª semana de 2020 (20/12/2020 a 26/12/2020) e a 2ª semana de 2021 (10/01/2021 a 16/01/2021).

Gráfico 1 – Postagens no Twitter do governo de SP por semana epidemiológica



Fonte: Elaborado pela autora usando dados coletados do Twitter do governo de São Paulo (@governosp).

A semana epidemiológica 50 de 2020 foi quando o Instituto Butantan deu início à produção da vacina CoronaVac. O anúncio do início da produção foi realizado em coletiva de imprensa, no dia 10 de dezembro. Os comentários deste tuíte (feitos pelos usuários da rede), no entanto, não foram em sua maioria celebratórios, sendo muitos negativos. Questionavam o governo sobre o início da produção sem a aprovação para o uso emergencial pela Anvisa e se todos os testes sobre os imunizantes já haviam sido realizados. Determinada usuária comentou: “Já verificaram os efeitos no curto, médio e longo prazo em quem tem doença neurológica? Cardíaca? Respiratória? E as mais variadas doenças? Em quem toma remédios os mais variados tb? Claro que em 8 meses não” (CRIS, 2020).

Já a análise das postagens do governo do DF por semana epidemiológica é mais simples por ter apenas três tuítes. Na 50ª semana de 2020, uma postagem⁴ divulgou notícia da Agência Brasília⁵, que descreveu as ações tomadas pelo governo para preparar o Distrito Federal para a campanha de imunização (AGÊNCIA BRASÍLIA, 2020). Na 51ª semana epidemiológica, foi publicada uma postagem da série “Boletim

⁴ Postagem disponível em: https://twitter.com/Gov_DF/status/1337849970616115202

⁵ Agência Brasília é a agência de notícias oficial do Distrito Federal. Disponível em: <https://agenciabrasilia.df.gov.br/>

Check-up da Saúde”, que fazia referência à mesma notícia da postagem anterior. O terceiro tuíte foi divulgado na 2ª semana epidemiológica. Este último apresentou um vídeo que trazia como personagens principais Claudia Patrício Costa, que foi a primeira paciente de Covid-19 registrada no DF, e seu marido. No vídeo, os personagens dão seu depoimento, exaltam o tratamento recebido no Hospital Regional da Asa Norte (HRAN) e pedem para que os demais moradores do DF façam as festas de fim de ano em casa. A postagem também reafirmou que o GDF já tinha um planejamento estratégico para a vacinação. “Mesmo diante da retomada de diversos setores, o GDF continua mobilizado no enfrentamento da Covid-19. São diversas ações, fiscalizações e, é claro, já temos o plano estratégico e operacional da vacinação contra a Covid-19 no DF” (GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL – GDF, 2021).

Ao classificar as postagens quanto ao emissor da mensagem, buscou-se observar se alguma pessoa ou órgão governamental tinha maior predomínio da narrativa. Nas postagens do DF, apenas em um tuíte ficou clara a presença do Secretário de Saúde à época. A postagem apresenta uma imagem simples, que *linka* para notícia da Agência Brasil e cita as ações que o GDF estava tomando para o início da imunização. A notícia tomou como base um vídeo com mensagem do Secretário de Saúde, afirmando à população que todo o Distrito Federal estava pronto para a campanha de vacinação.

Tabela 2 – Classificação das postagens sobre Covid-19 por emissor da mensagem

Emissor da mensagem	GDF	% do total	GSP	% do total
Governador	0	0%	14	14%
Secretário da Saúde	1	33%	13	13%
Outro membro do Governo	0	0%	8	8%
Instituto de Pesquisa	0	0%	13	13%
Não está claro	2	67%	76	78%
Outros	0	0%	4	4%
Obs.: uma mesma postagem pode ter mais de um emissor				

Fonte: Elaborado pela autora usando dados coletados do Twitter dos governos do Distrito Federal (@Gov_DF) e de São Paulo (@governosp).

Já para o governo de São Paulo, dentre os tuítes que puderam ser classificados como tendo um emissor claro, o protagonismo foi mais dissipado entre os atores que ocupam a gestão do estado. Os que

têm maior destaque são o governador, João Doria, com 14% das postagens, o secretário de Saúde, Jean Gorinchteyn, com 13% das postagens, e o Instituto Butantan – na maioria das vezes na figura do presidente, Dimas Covas, com também 13% das postagens. Foram poucas as aparições de outros membros do governo, como a secretária de Desenvolvimento Econômico, que tinha maior destaque quando os tuítes tratavam também sobre o Plano São Paulo de retomada econômica.

Quanto à fonte da informação, quase nenhum dos tuítes analisados foram registrados como citando fontes não oficiais. Quando se trata de comunicação pública da ciência, é essencial que sejam usadas como fontes para o conteúdo órgãos oficiais, como o Ministério da Saúde ou a Organização Mundial da Saúde.

A Tabela 3 demonstra que, dentre as fontes oficiais, o Ministério da Saúde foi citado como fonte uma vez por ambos os governos. O GDF buscou dar protagonismo maior à Secretaria de Saúde local, enquanto o governo de São Paulo fez referência, em 30 das 97 postagens, ao Instituto Butantan. Este fator comprova o citado anteriormente: como o estado apostou na CoronaVac, produzida pelo Butantan, para a sua campanha de imunização local, este foi, de fato, o protagonista nessas comunicações.

Tabela 3 – Classificação das postagens sobre Covid-19 quanto às informações oficiais

Fontes Oficiais	GDF	% do total	GSP	% do total
Ministério da Saúde	1	33,33%	1	1,03%
Fiocruz	0	0,00%	0	0,00%
Instituto Butantan	0	0,00%	30	30,93%
OMS	0	0,00%	1	1,03%
Secretaria de Saúde	3	100,00%	15	15,46%
Anvisa	0	0,00%	5	5,15%
Obs.: uma mesma postagem pode citar mais de uma fonte				

Fonte: Elaborado pela autora usando dados coletados do Twitter dos governos do Distrito Federal (@Gov_DF) e de São Paulo (@governosp).

Outro ponto interessante de se analisar é a intenção da informação divulgada. Enquanto o assunto diz respeito às pautas prioritárias dos governos no período analisado, a intenção diz respeito ao intuito final com a publicação do tuíte. Para o Distrito Federal, duas postagens prestaram serviço público sobre a chegada de novas doses, e uma foi classificada como prestando recomendação à população.

Tabela 4 – Classificação das postagens sobre Covid-19 quanto às intenções da informação sobre a vacina

Intenção da informação	GDF	% do total	GSP	% do total
Desmente notícia falsa	0	0%	6	6%
Presta recomendação à população	1	33%	10	10%
Presta serviço público sobre eficácia	0	0%	42	43%
Presta serviço público sobre chegada de novas vacinas/doses	2	67%	34	35%
Presta serviço público sobre logística de vacinação	0	0%	21	22%
Anuncia atividade do governo ou do governador	0	0%	8	8%
Outros	0	0%	1	1%
Obs.: uma mesma postagem pode ter mais de uma intenção				

Fonte: Elaborado pela autora usando dados coletados do Twitter dos governos do Distrito Federal (@Gov_DF) e de São Paulo (@governosp).

Já para o governo de São Paulo, o foco maior foi divulgar informações sobre a eficácia da vacina – foram 43% das postagens. Novamente, isso remete diretamente ao tratado na seção 3.3, em especial para combater as ações do governo federal e restabelecer a eficácia da vacina produzida pelo Instituto Butantan. Também ocupou espaço no perfil oficial do governo a prestação de serviços sobre a chegada de novas vacinas e doses do imunizante. O Gráfico 2 demonstra que o ápice foi na 52ª semana epidemiológica de 2020 (20/12/2020 a 26/12/2020). Nessa semana, foi anunciado que o estado havia recebido mais 55 milhões de doses da “vacina do Butantan”. Além disso, foi divulgado que, até o fim de 2020, chegariam cerca de 108 milhões de doses. Este tipo de informação foi muito usado pelo governo de São Paulo para reforçar a afirmativa de que a campanha de vacinação do estado teria início no dia 25 de janeiro – data que coincide com o aniversário da cidade de São Paulo, feriado municipal.

Para comparar os posicionamentos ideológicos dos dois governadores frente ao governo federal e entender suas estratégias de imunização da população, também foi analisada, nas postagens, o que chamamos de “questão federalista”. Nesta fase, os tuítes foram categorizados como fazendo referência ou não ao governo federal, e se essa referência era combativa ou não. Também se buscou saber se os governos do DF e de SP mencionavam outras unidades da federação.

Nas postagens do GDF, percebeu-se um padrão de referências de alinhamento ao governo federal quando se tratou da imunização contra a Covid-19. Não interessava ao governo de Ibaneis Rocha promover a vacina antes que o governo federal fizesse o mesmo, até porque o DF deixou claro desde o início que seguiria o Plano Nacional de Imunizações. Um exemplo do alinhamento é visto no tuíte publicado na 51ª semana epidemiológica. Neste, a porta-voz fala em vídeo sobre o anúncio já mencionado do então secretário de Saúde, Osnei Okumoto, de que o DF já estaria pronto para a imunização. “O Plano Estratégico de Imunização já está em andamento e todas as providências necessárias para que a imunização tenha sucesso foram tomadas. O anúncio foi feito pelo secretário de Saúde depois de participar de uma reunião no Palácio do Planalto” (GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL – GDF, 2020). O fato de se optar por citar a informação de que o anúncio foi feito após a reunião com a Presidência da República é por si só simbólica. O GDF aguardou instruções diretas para divulgar a informação de que existiam estoques de seringas e agulhas, além de refrigeradores para estocar os imunizantes.

As postagens do governo de São Paulo, conforme esperado, foram distintas. Apesar de a grande maioria não fazer referência ao governo federal ou a outras unidades da federação (74,23%), 18 postagens – que representam 18,56% do total –, foram categorizadas como de referência combativa. Dessas 18 postagens, 13 foram coletivas de imprensa, nas quais figuras importantes do governo estadual, como o próprio governador ou o secretário de Saúde, discursaram.

Além da categoria de referência combativa, as postagens puderam ser classificadas como de referência de alinhamento ou de referência neutra. A referência de alinhamento foi principalmente percebida quando se tratava da adição da vacina Coronavac no PNI. Um exemplo é o tuíte postado no dia 17 de janeiro de 2021⁶ – o dia em que o uso emergencial do imunizante foi aprovado pela Anvisa.

É interessante perceber que, em comunicações oficiais, o estado de São Paulo opta por não usar o nome oficial da vacina, mas sim se referir a ela como “vacina do Butantan”. Isso é um ato recorrente, uma estratégia de assumir que o desenvolvimento e consequente aprovação da vacina é fruto do Instituto Butantan e do apoio do governo estadual. Já as postagens que foram classificadas como referência neutra em relação ao governo federal foram aquelas em que se mencionam a Anvisa e a necessidade de a CoronaVac ser aprovada para o uso emergencial.

⁶ Disponível em: <https://twitter.com/governosp/status/1350926658073722880>

Considerações finais

A presente pesquisa contribui para o debate sobre como plataformas de mídias sociais podem ser usadas por governos para promover a comunicação da ciência. Por meio da análise de conteúdo dos tuítes dos governos do Distrito Federal e de São Paulo, pôde-se entender melhor como o debate sobre a imunização contra a Covid-19 foi promovido e movimentado pelos atores governamentais.

É importante considerar que o debate sobre a vacina não se sobrepôs às demais pautas. O fato de o GDF ter dedicado apenas 1,25% do total de tuítes ao assunto em um momento no qual as pesquisas sobre a imunização estavam em voga, e o governo federal optou por realizar uma campanha contrária, é muito significativo. Diante desses dados, questiona-se: em que medida a posição ideológica de determinado governo deve se sobrepor à segurança epidemiológica da população local? O representante está de fato servindo ao representado?

A análise sobre o GDF sofreu com a ausência de publicações. Entretanto, a pesquisa permanece válida, porque a ausência de mensagens é um dado relevante. Dentre os poucos tuítes sobre a vacina, registra-se um alinhamento constante diante do governo federal. Infere-se que o governo distrital esperou receber um aval oficial antes de começar de fato a campanha de imunização. Apesar de ter documento próprio de operacionalização da vacinação, o GDF indica explicitamente que todas as ações de vacinação são coordenadas pelo Plano Nacional de Imunização do Ministério da Saúde. Desde então, novos anúncios quanto à alocação de doses e novas etapas na campanha local apenas são realizados quando o MS envia novas doses da vacina.

Como citado anteriormente, o governo de Ibaneis Rocha não usou o Twitter ativamente na campanha de vacinação contra a Covid-19. No momento inicial analisado, outros perfis, como o da Secretaria de Saúde do DF e o próprio perfil oficial de Ibaneis, foram mais utilizados. Conforme Oliveira (2018, p. 82) observa, “os atos de fazer publicidade, prestar contas ou fornecer serviços ao cidadão não são uma escolha aleatória dos governos. Os dados nos mostram que até mesmo as não-escolhas podem dizer muito em termos de *accountability*”.

Com o passar do tempo, outros meios de comunicação institucionais foram tomando a frente para prestar serviço à comunidade. Jornalistas que cobrem política local se tornaram referências ao usarem o Twitter para atualizar a população sobre postos de saúde com menos movimento e a chegada de novas

doses, como Brunno Melo, da CBN (@BrunnoMeloCBN), e Rita Yoshimine, da Globo Brasília (@RitaYoshimine). Esses repórteres tornaram-se divulgadores da ciência e supriram uma lacuna importante deixada pelo GDF.

No que tange ao governo de São Paulo, a pesquisa comprovou que houve busca ativa de promoção do debate sobre a imunização em prol da Coronavac, a “vacina do Butantan”. Com o grande foco de divulgar informações sobre a eficácia do imunizante, o governo de João Doria se estabeleceu como uma antítese política do governo Bolsonaro, posicionando-se como terceira via ao atuar como pré-candidato às eleições de 2022. O fato também de se ter usado como estratégia em São Paulo a menção constante ao Instituto Butantan como fonte oficial de informações é significativo. Enquanto o DF aguarda instruções claras do Ministério da Saúde, a produção de doses pelo Instituto Butantan desde 10 de dezembro de 2021 mostra que “Doria está em ação”.

O número que mais representa a polarização ideológica quando se comparam os dois governos subnacionais é a discrepância de referências ao governo federal consideradas combativas ou de alinhamento. A representação da imagem de o governador do estado mais populoso do Brasil ir em rede nacional e afirmar que a Covid-19 “não é uma gripezinha” e o estado “não será alinhado com extremistas” é muito significativa.

O presente artigo buscou elucidar a comunicação da ciência por mídias sociais como maneira de promoção da *accountability* da informação e da transparência ativa, em um momento em que a informação de qualidade se faz tão necessária. Observar a comunicação da ciência por parte de governos em um momento de crise na saúde pública e pandemia mundial é importante. A dimensão da informação da *accountability* e a transparência ativa são características fundamentais de um governo democrático e preocupado em representar dignamente seus representados.

Christiana Soares de Freitas

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0923-843X>

Universidade de Brasília, Programa de Pós-graduação em Comunicação, Brasília (DF), Brasil

Doutora em Sociologia pela UnB

E-mail: freitas.christiana@gmail.com

<https://doi.org/10.46391/ALCEU.v23.ed50.2023.351>

ALCEU (Rio de Janeiro, online), V. 23, Nº 50, p.30-50, maio/ago. 2023

Renata de Oliveira Miranda Gomes

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2723-9391>

Universidade de Brasília, Programa de Pós-graduação em Comunicação, Brasília (DF), Brasil

Mestra em Comunicação pela UnB

E-mail: renataomgomes.97@gmail.com

Recebido em: 26 de abril de 2023.

Aprovado em: 25 de agosto de 2023.

Referências:

AGÊNCIA BRASÍLIA. O DF está pronto para a vacinação. **Agência Brasília**, 10 dez. 2020. Disponível em: <https://agenciabrasilia.df.gov.br/2020/12/09/o-df-esta-pronto-para-a-vacinacao/>. Acesso em: 8 set. 2021.

AMARAL, Marcelo Santos. **Congresso no Twitter**: Parlamentares e partidos políticos em 140 caracteres. Orientador: Prof. Dr. José Antonio Gomes de Pinho. 2016. 185 f. Tese (Doutor em Administração) - Núcleo de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2016. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/20206/1/Amaral%2c%20Marcelo%20Santos.pdf>. Acesso em: 2 set. 2021.

ANVISA. Anvisa aprova por unanimidade uso emergencial das vacinas. **Anvisa**, [S. l.], 17 jan. 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/noticias-anvisa/2021/anvisa-aprova-por-unanimidade-uso-emergencial-das-vacinas>. Acesso em: 6 ago. 2021.

BARBERIA, Lorena *et al.* Nota Técnica Nº31. **Covid 19**: Políticas Públicas e as Respostas da Sociedade, [s. l.], ed. 31, 22 mai 2021. Disponível em: <https://redepesquisasolidaria.org/boletins/boletim-31/alcance-e-profundidade-dos-ataques-do-presidente-da-republica-e-de-politicos-a-coronavac-nas-midias-sociais-e-maior-do-que-se-imaginava-e-pode-afetar-imunizacao-no-brasil-com-fortalecimento-de-grupos/>. Acesso em: 5 set. 2021.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Conceito de Comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação Pública**: estado, mercado, sociedade e interesse público. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

<https://doi.org/10.46391/ALCEU.v23.ed50.2023.351>

ALCEU (Rio de Janeiro, online), V. 23, Nº 50, p.30-50, maio/ago. 2023

_____. Usos e significados do conceito de comunicação pública. VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. In: **XXIX Congresso Brasileiro em Ciências da Comunicação**, Brasília, 2006. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/38942022201012711408495905478367291786.pdf>. Acesso em 4 set. 2021.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil**. 53 ed. Brasília: Câmara dos Deputados, Edições Câmara, 2018. 168 p.

CERVI, Emerson Urizzi. Campanhas eleitorais em redes sociais: transparência ou pornografia? Os 15 primeiros anos de análises de conteúdos de campanhas eleitorais no Brasil. In: CERVI, Emerson Urizzi; MASSUCHIN, Michele Goulart; CARVALHO, Fernanda Cavassana (Orgs.). **Internet e eleições no Brasil**. Curitiba: CPOP UFPR, 2016. p. 17-35.

COSTA, Antonio Roberto Faustino da; SOUSA, Cidoval Morais de; MAZOCCO, Fabricio José. Modelos de comunicação pública da ciência: agenda para um debate teórico-prático. **Conexão: Comunicação e Cultura**, Caxias do Sul, v. 9, ed. 18, p. 149-158, jul./dez/ 2010. Disponível em: <http://www.uces.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/view/624>. Acesso em: 27 maio 2021.

CRIS. **Já verificaram os efeitos no curto, médio e longo prazo em quem tem doença neurológica? Cardíaca? Respiratória? E as mais variadas doenças? Em quem toma remédios os mais variados tb? Claro que em 8 meses não.** [S. l.], 10 dez. 2020. Twitter: @ccristisak. Disponível: <https://twitter.com/ccristisak/status/1337082235997089795>. Acesso em: 10 set. 2021.

FRANCO, Maria Laura P. B. **Análise de conteúdo**. Brasília, 3ª edição: Liber Livro Editora. 80 p. Série Pesquisa; v. 6, 2008.

GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL – GDF. **Boletim Check-up da Saúde**. [S. l.], 17 dez. 2020. Twitter: @Gov_DF. Disponível em: https://twitter.com/Gov_DF/status/1339719893340598278. Acesso em: 15 set. 2021.

GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL – GDF. **Mesmo diante da retomada de diversos setores, o GDF continua mobilizado no enfrentamento da Covid-19. São diversas ações, fiscalizações e, é claro, já temos o plano**

estratégico e operacional da vacinação contra a Covid-19 no DF. [S. l.], 11 jan. 2021. Twitter: @Gov_DF. Disponível em: https://twitter.com/Gov_DF/status/1348730444372701185. Acesso em: 10 set. 2021.

HERSCOVITZ, Heloiza Golbspan. Análise de conteúdo em jornalismo. *In*: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia (org.). **Metodologia de pesquisa em Jornalismo**. 3ª. ed. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2010. Coleção Fazer Jornalismo. p. 123-142.

HOMERO, Valquíria. Primeiras 120 mil doses da CoronaVac chegam a São Paulo. **Poder360**, [S. l.], 18 nov. 2020. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/coronavirus/primeiras-120-mil-doses-da-coronavac-chegam-a-sao-paulo/>. Acesso em: 6 ago. 2021.

IRWIN, Alan. Risk, science and public communication: Third-order thinking about scientific culture. *In*: BUCCHI, Massimiano; TRENCH, Brian (ed.). **Handbook of Public Communication of Science and Technology**. Abingdon, Oxon: Routledge, 2008. Cap. 12, p. 199-212.

NERESINI, Federico; PELLEGRINI, Giuseppe. Evaluating public communication of science and technology. TRENCH, Brian (ed.). **Handbook of Public Communication of Science and Technology**. Abingdon, Oxon: Routledge, 2008. Cap. 12, p. 237-251.

OLIVEIRA, Maria Carolina Lopes de. **Accountability e plataformas digitais de redes sociais: o caso do Governo do Distrito Federal no Facebook**. Orientador: Prof. Dra. Marisa von Bülow. 2018. 98 f. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) - Instituto de Ciência Política da Universidade de Brasília, Brasília, 2018. Disponível em: <https://repositorio.unb.br/handle/10482/33742>. Acesso em: 2 ago. 2021.

OLIVEIRA, Maria Carolina Lopes de; BACCARIN, Matheus; GUIMARÃES, Larissa Souza. Três meses, três ministros: o conteúdo do Instagram do Ministério da Saúde na pandemia da Covid-19. *In*: 44º ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 2020, Online. **Anais do 44º Encontro Anual da ANPOCS [...]**. [S. l.: s. n.], 2020.

POLDI, Francesco. Twint - Twitter Intelligence Tool. *In*: **Twintproject**. Github, 11 ago. 2019. Disponível em: <https://github.com/twintproject/twint/wiki>. Acesso em: 1 set. 2021.

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, GABINETE DE SEGURANÇA INSTITUCIONAL (Brasil). Departamento de Segurança da Informação e Comunicações. Diretrizes para o uso seguro das redes sociais na Administração

Pública Federal. **Norma Complementar, 15/IN01/DSIC/GSIPR, 11/06/2012**. [S. l.], 12 jun. 2012. Disponível em: <https://datasus.saude.gov.br/wp-content/uploads/2019/08/Norma-Complementar-n%C2%BA-15IN01DSICGSIPR.pdf>. Acesso em: 2 ago. 2021.

RECUERO, Raquel; SOARES, Felipe Bonow. O Discurso Desinformativo sobre a Cura da COVID-19 no Twitter: Estudo de Caso. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, [s. l.], v. 24, p. 1-29, jan-dez 2021. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/2127/2008>. Acesso em: 11 ago. 2021.

RECUERO, Raquel; ZAGO, Gabriela. Em busca das "redes que importam": redes sociais e capital social no Twitter. **Líbero**, São Paulo, v. 12, ed. 24, p. 81-94, dez. 2009. Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/05/Em-busca-das-%E2%80%9Credes-que-importam%E2%80%9D.pdf>. Acesso em: 27 maio 2021.

SCHEDLER, Andreas. Conceptualizing Accountability. In: SCHEDLER, Andreas; DIAMOND, Larry; PLATTNER, Marc F. (ed.). **The Self-Restraining State: Power and Accountability in New Democracies**. London: Lynne Rienner, 1999. cap. 2, p. 13-28. Disponível em: https://works.bepress.com/andreas_schedler/22/. Acesso em: 30 ago. 2021.

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Attribution Non-Commercial (CC-BY-NC 4.0), que permite que outros remixem, adaptem e criem a partir do seu trabalho para fins não comerciais, e embora os novos trabalhos tenham de lhe atribuir o devido crédito e não possam ser usados para fins comerciais, os usuários não têm de licenciar esses trabalhos derivados sob os mesmos termos.