UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA

CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO

ANDRÉA MEIRELES DE FREITAS LIMA

COMUNICAÇÃO PÚBLICA E ESTRATÉGIAS DE INFORMAÇÃO EM MENSAGEIRO INSTANTÂNEO EM PERNAMBUCO:

estudo de caso do canal de *WhatsApp* ‘Informa Petrolina’

JOÃO PESSOA
2022

ANDRÉA MEIRELES DE FREITAS LIMA

COMUNICAÇÃO PÚBLICA E ESTRATÉGIAS DE INFORMAÇÃO EM MENSAGEIRO INSTANTÂNEO EM PERNAMBUCO:

estudo de caso do canal de *WhatsApp* 'Informa Petrolina'

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Jornalismo, área de concentração em "Produção Jornalística", linha de pesquisa "Processos, Práticas e Produtos"

Orientadora: Paula de Souza Paes

JOÃO PESSOA

2022

Catalogação na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

L732c Lima, Andréa Meireles de Freitas.
Comunicação pública e estratégias de informação em mensageiro instantâneo em Pernambuco : estudo de caso do canal de whatsapp 'informa Petrolina' / Andréa Meireles de Freitas Lima. - João Pessoa, 2022.
180 f. : il.

Orientação: Paula de Souza Paes.
Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCTA.

1. Comunicação pública. 2. Assessoria de comunicação. 3. Informação pública. 4. Canal institucional - WhatsApp. I. Paes, Paula de Souza. II. Título.

UFPB/BC CDU 316.772.4(043)

Elaborado por ANNA REGINA DA SILVA RIBEIRO - CRB-15/24

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA | UFPB
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES | CCTA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO | PPJ

ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

Aos vinte e sete dias do mês de fevereiro de 2023, às 15 horas, foi realizada, por videoconferência, através da plataforma Google Meet®, em sessão pública, Banca de Defesa de Dissertação de Mestrado do(a) aluno(a) **ANDRÉA MEIRELES DE FREITAS LIMA**, sob a matrícula **20211006242**, cuja pesquisa intitula-se **"COMUNICAÇÃO PÚBLICA E ESTRATÉGIAS DE INFORMAÇÃO EM MENSAGEIRO INSTANTÂNEO EM PERNAMBUCO: estudo de caso do canal de WhatsApp 'Informa Petrolina'"**, para obtenção do título de Mestre em Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba.

AVALIAÇÃO:

(**X**) Aprovado(a) ( ) Reprovado(a) ( ) Insuficiente

COMISSÃO EXAMINADORA:

Prof(a). Dr(a). Paula de Souza Paes
Presidente

Prof(a). Dr(a). Zulmira Nóbrega Piva de Carvalho
Examinador(a) Interno(a)

Prof(a). Dr(a). Fiorenza Zandonade Carnielli
Examinador(a) Externo(a) ao Programa

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha mãe, Gina Sandra, meu maior exemplo de força, pela compreensão, paciência, apoio e amor incondicional dedicados a mim durante toda minha vida.

Ao meu pai, Fernando Meireles (*in memoriam*), que foi um grande incentivador e me ajudou a dar os primeiros passos profissionais. Espero sempre honrar sua memória.

À minha irmã, Alba Meireles, que me inspirou a fazer o mestrado e fez tudo o que estava ao seu alcance para tornar meu sonho possível.

Aos meus irmãos, Fernando e Guilherme, que sempre estão na torcida e prontos para comemorar minhas conquistas.

À minha cunhada e irmã, Ana Maria, à minha sobrinha, Maria Fernanda, e ao meu cunhado, Bruno, por tornarem meus dias mais leves.

Aos meus parentes, amigos e amigas, por compreenderem minhas ausências e, mesmo assim, estarem ao meu lado sempre que precisei.

Aos colegas de turma da UFPB, que se tornaram uma verdadeira rede de apoio durante todo o mestrado. Sobretudo, aos meus amigos Rillary e André, que não soltaram a minha mão nos momentos de angústia e partilharam comigo muitas noites em claro. Sem vocês, passar por tudo isso teria sido mais difícil.

À minha orientadora, Paula de Souza Paes, por todos os ensinamentos que me levaram para a direção correta, pelas palavras de motivação e, sobretudo, pela paciência durante os meses de orientação

Ao professor Fernando Firmino, por ter sido o primeiro a acreditar, acolher e contribuir com esta pesquisa.

Aos membros do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba, que não mediram esforços para tornar essa experiência acadêmica enriquecedora, mesmo com o ensino remoto.

Às professoras Zulmira Nóbrega e Fiorenza Carnielli, cujos direcionamentos contribuíram no aperfeiçoamento desta pesquisa.

Aos profissionais que trabalharam e trabalham na Coordenadoria de Comunicação da Prefeitura de Petrolina, assim como à equipe da empresa *Wday*, pela disponibilização das informações e dados necessários para desenvolvimento do estudo.

RESUMO: Uma nova experiência de transparência pública está sendo possível nos últimos 20 anos, em virtude das plataformas digitais. A consulta pública depende, contudo, do interesse do cidadão em estar informado. Ao mesmo tempo, é dever do Estado promover iniciativas para ampliar o acesso à informação. Esta pesquisa propõe discutir as práticas de comunicação pública no âmbito digital, a partir da análise do 'Informa Petrolina', um canal de divulgação de informação pública via *WhatsApp,* criado pela Prefeitura de Petrolina, em Pernambuco, e administrado pelo setor de Comunicação. O objetivo do estudo é responder à seguinte questão: quais são as práticas e estratégias de informação e comunicação públicas elaboradas pela Prefeitura de Petrolina e divulgadas via canal institucional de *WhatsApp* 'Informa Petrolina'? Para responder essa pergunta, propomos um estudo de caso (BRAGA, 2018) do canal, por meio da análise das ações de informação e comunicação presentes nos informativos divulgados, entre 2019 e 2022, e das mensagens de interação dos inscritos no canal. A abordagem metodológica estabeleceu categorias analíticas a partir de estudos no âmbito da comunicação pública, seu desdobramento no digital e o papel das assessorias de comunicação. A pesquisa demonstrou como a Prefeitura estabeleceu estratégias comunicacionais na divulgação de informações pelo canal, buscando estabelecer uma linguagem mais moderna, bem como identificou questões políticas nos processos comunicacionais que desafiam a transparência e participação públicas.

Palavras-chave: comunicação pública; assessoria de comunicação; informação pública; *WhatsApp;* transparência; participação.

ABSTRACT: A new experience of public transparency has been possible in the last 20 years due to digital platforms. Public consultation depends, however, on the citizen's interest in being informed. At the same time, it is the State's duty to promote initiatives to expand access to information. The research proposes to discuss public communication in the digital media, based on the analysis of 'Informa Petrolina', a channel for disseminating public information by *WhatsApp*, created by the Municipality of Petrolina and managed by the Communication sector. The objective of the study is to answer the question: What are the public information and communication practices and strategies developed by the City Hall of Petrolina and disseminated in the institutional *WhatsApp*'s channel Informa Petrolina? To answer this question, we propose a case study of 'Informa Petrolina', through the analysis of information and communication actions present between 2019 and 2022, and the interaction messages of subscribers in the channel. The research demonstrated how the City Hall established communication strategies in the dissemination of information through the channel, seeking to establish a more modern language, as well as identifying political issues in the communication processes that challenge transparency and public participation.

Keywords: public communication; public relations; public information; WhatsApp; transparency; participation.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Informativo publicado em 11/09/2019.....75
Figura 2: Informativo publicado em 13/09/2019.....76
Figura 3: Informativo publicado em 21/09/2019.....76
Figura 4: Informativo publicado em 16/09/2019.....81
Figura 5: Informativo publicado em 26/09/2019.....81
Figura 6: Informativo publicado em 17/03/2020.....83
Figura 7: Informativo publicado em 16/03/2020.....84
Figura 8: Informativo publicado em 23/03/2020.....85
Figura 9 - Informativo publicado em 23/03/2020 86
Figura 10: Informativo publicado em 25/03/2020.....89
Figura 11: Informativo publicado em 21/03/2020.....89
Figura 12: Informativo publicado em 18/03/2020.....90
Figura 13: Informativo publicado em 23/03/2020.....90
Figura 14: Informativo publicado em 01/07/2022.....92
Figura 15: Informativo publicado em 18/07/2022.....95
Figura 16: Informativo publicado em 18/07/2022.....95
Figura 17: Informativo publicado em 11/07/ 2022.....97
Figura 18: Informativo publicado em 14/07/2022.....97

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Estrutura da Coordenadoria de Comunicação da Prefeitura de Petrolina 28
Tabela 2: Quantitativo das agências de comunicação que prestam serviço da Prefeitura de Petrolina 29
Tabela 3: Comparativo entre estruturas da Coordenadoria de Comunicação Social de Petrolina (2022) e Fortaleza (2012) 29
Tabela 4: Recorte temporal e volume de dados da pesquisa 71
Tabela 5: Demonstrativo da coleta de Dados do 'Informa Petrolina' 72
Tabela 6: Horários das publicações do 'Informa Petrolina' entre 10 e 30 de setembro de 2019 78
Tabela 7: Descrição de publicações do' Informa Petrolina' 82
Tabela 8: Horário de publicação no 'Informa Petrolina' de 16 de março a 4 de abril de 2020. 87
Tabela 9: Análise das interações de 10 a 30 de setembro de 2019 102
Tabela 10: Análise dos tipos de interação de 10 a 30 de setembro de 2019 103
Tabela 11: Análise das interações de 16 de março a 5 de abril de 2020 103
Tabela 12: Análise tipos de interação de 16 de março a 5 de abril de 2020 104
Tabela 13 Análise das interações de 1º a 20 de julho de 2022 105
Tabela 14 Análise dos tipos de interação de 1º a 20 de julho de 2022 105

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1- Pesquisa sobre WhatsApp e comunicação no Brasil 60
Gráfico 2: Horários das publicações do 'Informa Petrolina' de 10 a 30 de setembro de 2019 . 77
Gráfico 3: Temas abordados no ‘Informa Petrolina’ 79
Gráfico 4: Critérios de divulgação do 'Informa Petrolina' 79
Gráfico 5: Horários das publicações do ‘Informa Petrolina’ de 16 de março a 5 de abril de 2020 87
Gráfico 6: Recursos multimidia usados de 16/03 a 5/04/2020 88
Gráfico 7: Indicadores de comunicação pública do Informa Petrolina de 16/03 a 05/04/2020 90
Gráfico 8: Horários das publicações do ‘Informa Petrolina’ de 1º a 20 de julho de 2022 93
Gráfico 9: Temas abordados no 'Informa Petrolina de 1º a 20 de julho de 2022 94
Gráfico 10: Recursos multimidia usados de 1º a 20/07/2022 96
Gráfico 11: Indicadores de comunicação pública do Informa Petrolina de 1º a 20/07/2022 ... 96
Gráfico 12: Eixos da comunicação pública 100

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO **10**

1 NUANCES DA COMUNICAÇÃO PÚBLICA: PARADIGMAS E PARADOXOS **18**

1.1 Percurso histórico e desenvolvimento da comunicação pública no poder executivo 21

1.2 Profissionalização das assessorias de comunicação no Brasil 30

1.3 Os eixos da comunicação pública 35

1.4 O papel do Estado na garantia do direito ao acesso à informação 40

2 COMUNICAÇÃO PÚBLICA NO CONTEXTO ON-LINE **43**

2.1 Construção da informação pública nas mídias sociais 48

2.2 Fluxo de informação e desinformação nas mídias sociais 54

2.3 Pesquisa sobre *WhatsApp* em contexto de comunicação social no Brasil 58

3 PERCURSO TEÓRICO METODOLÓGICO **65**

3.1Corpus da pesquisa e objeto empírico 68

3.2 Análise da produção de informação no 'Informa Petrolina' 70

3.2.1 Análise do Informa Petrolina no período de 10 a 30 de setembro de 2019 73

3.2.2 Análise do 'Informa Petrolina de 16 de março a 5 de abril de 2020 82

3.2.3 Análise do 'Informa Petrolina' de 1º a 20 de julho de 2022 91

3.2.4 Discussão dos resultados 98

3.3 Análise quantitativa das interações da população 102

3.3.1 Discussão dos resultados 105

CONSIDERAÇÕES FINAIS **107**

REFERÊNCIAS **110**

APÊNDICES **119**

ANEXOS **142**

INTRODUÇÃO

Esta pesquisa tem por objetivo apresentar as práticas e estratégias de informação e comunicação públicas elaboradas pela Prefeitura de Petrolina via *WhatsApp*, a partir da análise do canal de comunicação 'Informa Petrolina'**.** Lançado em 10 setembro de 2019, o meio foi destinado à comunicação oficial da gestão municipal. A proposta do canal é divulgar informação pública, aproximar a população da administração municipal e contribuir com serviço de ouvidoria, segundo o que foi divulgado pelo setor de Comunicação da prefeitura[1]. Assim, além de compartilhar conteúdos oficiais, o 'Informa Petrolina' também permite ao cidadão entrar em contato, por *WhatsApp*, para tirar dúvidas. Neste trabalho, chamamos essa troca de mensagens de interações. As demandas recebidas são respondidas pela equipe da Coordenadoria de Comunicação da prefeitura, ou seja, é estabelecido um contato direto entre a Assessoria de Comunicação da Prefeitura de Petrolina e os adeptos ao canal (15.424 até julho de 2022, sendo que Petrolina tem uma população estimada pelo IBGE[2] de 359.372 habitantes). Logo, a partir da viabilização dessa interatividade entre a população e o órgão, a ferramenta pode funcionar como um instrumento de participação pública, ou seja, o canal facilita o processo de escuta da população, cumprindo a premissa das democracias liberais em que a opinião da sociedade deve ser ouvida nas condutas que abarcam a coisa pública. Falar em participação, contudo, não quer dizer que é concedido aos cidadãos poder de deliberação, este é dos governantes eleitos a partir do voto popular. Ainda assim, a participação é permite que o cidadão seja ativo no debate público e facilita a mobilização pública para pressionar governos, principalmente na internet (HASWANI, 2013; GOMES, 2005).

A análise do 'Informa Petrolina' proporciona, portanto, discussões sobre as novas formas de comunicação que as instituições públicas estabelecem com os cidadãos. Além disso, nosso objeto empírico nos permite investigar as formas de comunicação e linguagens utilizadas por uma instituição pública via *WhatsApp*; as limitações do uso das novas tecnologias digitais no âmbito da comunicação pública e do interesse público; e, por fim, os conflitos/enlaces entre os interesses públicos, políticos e privados no âmbito de ações de comunicação pública a partir de uma ferramenta digital.

O interesse de pesquisar sobre as potencialidades do aplicativo de mensagens *WhatsApp*

---

[1] Disponível em: https://www.folhape.com.br/colunistas/blogdafolha/prefeitura-abre-canal-de-dialogo-com-cidadaos-via-whatsapp/12223/ . Acesso em: 22 jul. 2022.

[2] Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Informação. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pe/petrolina/panorama> Acesso em: 6 de julho de 2022.

como canal de comunicação nasceu quando esta pesquisadora trabalhou na equipe de Assessoria de Comunicação da Prefeitura de Petrolina (de maio de 2019 a dezembro 2020). Participei do processo de implantação do novo serviço de informações e acompanhei, enquanto parte integrante, os bastidores dos resultados aparentemente exitosos alcançados. Embora naquele período a análise tenha sido apenas de forma superficial, observei a relevância da presença do assessor de comunicação como mediador de informações da administração pública para a população. No período inicial da pandemia da covid-19, por exemplo, as informações oficiais com relação ao enfrentamento do vírus - recomendações sanitárias educativas, decretos emergenciais e fiscalizações - ficaram a cargo do setor de comunicação. Na época, a possibilidade de se construir uma relação direta, via *WhatsApp*, com a população facilitou esse processo, haja vista que, em um momento de medo e incertezas, a população tinha acesso direto à fonte de informação pública. Assim, foi definido o mensageiro instantâneo como potencial objeto de estudo e aprofundamento da pesquisa.

Naquele momento, contudo, pela novidade do serviço e, também, pela ausência do distanciamento necessário do objeto, não foi possível fazer reflexões críticas acerca das intencionalidades do conteúdo, limitações da plataforma e possíveis os enlaces entre a comunicação pública e política. A elaboração deste estudo vem preencher essa lacuna[3], mesmo porque, principalmente nos últimos dez anos, podemos observar o avanço das inovações digitais e a transformação digital do setor público no Brasil, sobretudo em matéria de informação e comunicação. Não por acaso, o governo federal lança a Estratégia de Governo Digital do Governo Federal (EGD) para o período 2020-2022; como consta do site de divulgação, o objetivo é "oferecer políticas públicas e serviços de melhor qualidade, mais simples, acessíveis a qualquer hora e lugar e a um custo menor para o cidadão" [4]. Segundo o documento, o governo do futuro será inteligente, aberto, confiável, transparente, eficiente e centrado no cidadão. Por "transparente", entende-se a exposição dos dados públicos de forma acessível para a população (HASWANI, 2013). Se retomarmos a definição da noção de transparência, encontramos tanto a ideia de revelar (jogar luz em algo) quanto de clareza (AURÉLIO, online). Transparência é "preceito através do qual se impõe à administração pública a prestação de contas de suas ações, através da utilização de meios de comunicação", portanto, uma qualidade de uma instituição

[3] Um recorte desta pesquisa foi publicado no 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em 2022, com autoria de Andréa Meireles de Freitas Lima e Paula de Souza Paes. O artigo "Informa Petrolina, WhatsApp como canal de comunicação pública da Prefeitura Municipal de Petrolina", está disponível em: < https://www.researchgate.net/publication/363740449_Informa_Petrolina_o_uso_do_WhatsApp_como_canal_de_comunicacao_publica_da_Prefeitura_Municipal_de_Petrolina_1> . Acesso em 14 de dezembro de 2022.

[4] Governo Digital. Disponível em: https://www.gov.br/governodigital/pt-br/EGD2020. Acesso em: 22 jul. 2022.

que informa sobre seu funcionamento, suas práticas e a qualidade do que é facilmente compreensível e inteligível. Neste sentido, a transparência deve permitir a circulação da informação ao mesmo tempo que define as condições necessárias à sua compreensão, o que reforça a sua dupla natureza informacional e comunicacional (ALLARD-HUVER, 2017). A transparência não é aqui considerada "apenas" como uma qualidade, mas, sim, como uma noção mobilizada pela para realizar estratégias simbólicas pelas instituições públicas, que serão analisadas por este estudo.

Contudo, essas mudanças não se restringem à esfera federal: as prefeituras e secretarias também produzem informações diárias seja em seus próprios canais (sítios eletrônicos e Diários Oficiais), seja através da imprensa e das mídias sociais, lançando iniciativas através de plataformas como *Facebook, Twitter, Instagram, Tik Tok e WhatsApp*. Para Weber (2007), a visibilidade proporcionada pelas das redes de comunicação permite ao cidadão construir uma opinião sobre os temas de interesse público e, inclusive, influenciar na decisão do voto a partir das ferramentas de comunicação pública.

A atividade de produzir e divulgar informação de interesse público por parte das instituições públicas não é uma novidade em si: a comunicação pública surge com o objetivo de não só disponibilizar dados públicos, como também de promover ações visando a melhoria da relação com o público e campanhas de informação de interesse público; além de atuar na visibilidade das instituições públicas e na criação de dispositivos de participação e consulta[5] públicas**.** Essas diferentes iniciativas formam o que chamamos de eixos de ações da comunicação pública (PETTERS; PAES, 2022), aprofundados no primeiro capítulo.

Como lembra Maria Helena Weber (2007), ações de comunicação se desenvolveram com o objetivo de contribuir para o debate democrático sobre questões e problemas que afetam a sociedade, se distinguindo da comunicação e propaganda estritamente políticas. O desenvolvimento de atividades de informação e comunicação contribuiu para definir o que vem a ser nomeado comunicação pública. Sua definição foi ganhando visibilidade à medida que foram se desenvolvendo práticas profissionais em matéria de difusão de informação e comunicação nas instituições públicas. No caso do Brasil, as práticas de comunicação pública para cidadania são institucionalizadas apenas em meados dos anos dois mil, durante o Governo Lula (BRANDÃO, 2012).

---

[5] De acordo com o Governo Federal, a consulta pública é um mecanismo de participação social que, como o nome já diz, tem a proposta de ser consultiva. Ela é aberta aos interessados com um prazo estabelecido e tem a proposta de receber contribuições sobre assunto específico. A consulta pública pode auxiliar na definição de políticas públicas. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/acesso-a-informacao/participacao-social/consultas-publicas> Acesso em 25 de outubro de 2022.

No contexto digital, a produção de conteúdo para as mídias sociais dos órgãos públicos passou a ser uma ferramenta estratégica de comunicação pública. Segundo Cesar (2017), esse trabalho é indispensável na formação da imagem pública da instituição diante dos meios de comunicação e da sociedade como um todo, sendo a *web* um espaço privilegiado para as assessorias, por ter o potencial de agendar a imprensa (BARRERAS, 2017). As instituições públicas estão investindo nelas para produção e divulgação de informações oficiais sem necessariamente passar pelo intermédio das mídias estabelecidas, com o objetivo – ao menos o que é anunciado pelas instituições - de estabelecer uma relação de proximidade com a população. Entretanto, mesmo sem passar pelas mídias, a produção de informação pública passa por um processo de seleção e enquadramento, como salienta Duarte (2011). Apesar de ser essencialmente responsável por gerenciar o fluxo de informações, o assessor de imprensa no Brasil também "pode editar publicações, produzir e gerenciar conteúdo de Internet, atuar com planejamento, gestão de equipes, marketing político, comunicação interna, relações públicas, marketing, divulgação e uma série de outras tarefas" (DUARTE, 2011, p. 68). Isso significa que diversas funções estão sendo incorporadas nas rotinas desses profissionais, além de indicar, sobretudo, que as atividades dos responsáveis pela comunicação pública podem se confundir com as atribuições dos profissionais ou colaboradores que atuam diretamente no gabinete de um prefeito ou de um ministro, por exemplo. As relações de interdependências entre eles testemunham que não há uma fronteira que separa radicalmente comunicação pública da comunicação política. Os enlaces entre elas já foram estudados tanto no Brasil quanto no exterior (WEBER, 2017; PETTERS; PAES, 2022). Além disso, existem também atores privados que podem participar da produção de discursos e mensagens das instituições públicas, o que pode ser ainda mais controverso, uma vez que empresas privadas não seguem as mesmas prerrogativas das instituições públicas, principalmente em termos de transparência.

Ainda sobre o contexto digital, destacamos que é a popularidade do *WhatsApp* no Brasil (REUTERS, 2022), que faz dele uma mídia social relevante para a comunicação pública, uma vez que pode ser usado de forma estratégica para produção e difusão de conteúdo de interesse público. O uso do mensageiro instantâneo está inserido em mudanças que ocorreram em um tempo recente, afetando tanto os profissionais da comunicação que atuam juntamente à administração pública, por exemplo assessores de comunicação e imprensa, como também a relação entre administração pública e cidadãos. Diferentes iniciativas podem ser citadas no Brasil nesse âmbito, já que podemos observar que há em curso um processo de desenvolvimento de dinâmicas de decisão política visando ser mais informativas e transparentes que podem ser exemplificadas com a criação do Portal da Transparência (em 2004); do Marco Civil da Internet

(em 2014); da Lei de Acesso às Informações Públicas (em 2012); até com uma série de ações visando a inclusão digital (BRAGA *et al*., 2008).

A pesquisa sobre o uso do *WhatsApp* no âmbito da comunicação é recente no Brasil. Em uma pesquisa na Plataforma Sucupira[6], usando como palavra-chave '*WhatsApp'* e o filtro 'área de conhecimento: comunicação', cinco teses de doutorado e 24 dissertações foram encontradas, no período de 2018 a 2022. Entre os trabalhos, nenhum abordou o uso do mensageiro instantâneo como ferramenta estratégica de comunicação pública de uma administração municipal, estadual ou federal[7], o que se justifica por pelo menos dois aspectos: a chegada relativamente recente do aplicativo no país, em 2009, e o uso de aplicativos de mensagens por órgãos públicos que não aconteceu de maneira rápida, muito menos de maneira uniforme. O presente trabalho visa contribuir com a pesquisa nessa área, já que esse mensageiro instantâneo conta com a adesão de 78% da população 'e ocupa o segundo lugar como rede digital mais usada como fonte de informação (41%), perdendo apenas para o YouTube (43%), segundo o relatório do Instituto Reuters de 2022[8].

Este estudo também discute um dos grandes gargalos da atualidade: a desinformação, que, segundo Wardle e Derakhashan (2017), trata-se de uma informação falsa, geralmente criada com objetivo de prejudicar e difamar. A abordagem do tema se justifica devido à propensão à circulação de conteúdos falsos via *WhatsApp,* devido à característica da irrastreabilidade das mensagens que circulam por esta rede. Em 2020, por exemplo, a Escola Nacional de Saúde Pública (Ensp/Fiocruz), apontou que 73,7% das informações falsas relacionadas à covid-19 recebidas pelo aplicativo *Eu Fiscalizo*[9] foram disseminadas via *WhatsApp*. Outra pesquisa feita pelo Data Senado 'Redes Sociais, Notícias Falsas e Privacidade de Dados da Internet', divulgada em novembro de 2019, apontou que 79% dos brasileiros com acesso à internet afirmaram que o aplicativo de mensagens é sua principal fonte de informações. Ainda segundo a pesquisa, 47% deles consideram difícil identificar uma informação falsa.

---

[6] Catálogo de teses e dissertações da Plataforma Sucupira < http://catalogodeteses.capes.gov.br/ >. Acesso em: 30 jun. de 2022. Os trabalhos encontrados abordaram o uso do *WhatsApp* nas áreas de: educação; jornalismo participativo (rádio, impresso e TV); comunicação interna; fluxo informacional da polícia do Rio de Janeiro para a corporação, imprensa e sociedade civil; relações interpessoais das novas gerações; e marketing político.

[7] Importante salientar, entretanto, que há pesquisas sobre o uso do *WhatsApp* como ferramenta política (e de campanha) ainda que incipientes (sobretudo no âmbito local). Sobre o assunto ver: SILVA; MITOZO, 2021. O estado da arte será aprofundado na próxima sessão.

[8]Reuters Institute for the Study of Journalism / Digital News Report 2022. Disponível em: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital_News-Report_2022.pdf > Acesso em 23 julho de 2022, às 22h22.

[9] De acordo com a descrição do aplicativo: É um aplicativo usado para avaliar conteúdos veiculados nos meios de comunicação e entretenimento". Disponível em: <https://agencia.fiocruz.br/pesquisadoras-da-fiocruz-lancam-novo-aplicativo-eu-fiscalizo>. Acesso em: 06 de agosto de 2021, às 21h10.

Por fim, através do exemplo do ‘Informa Petrolina’, buscamos entender as práticas e estratégias utilizadas pela prefeitura para mobilizar a opinião pública – definida aqui como a mentalidade de grupo construída simbolicamente a partir do imaginário popular (LIPPMANN, 2020), - partindo do pressuposto de que “cada rede tem sua própria complexidade no modo e no interesse específico de abordar temas de interesse público” (WEBER, 2007, p. 25).

Logo, a proposta desta pesquisa é problematizar as práticas de informação e comunicação públicas no âmbito municipal, via mensageiro eletrônico, que revelam mutações que atravessam as relações entre políticos e cidadãos, bem como o próprio exercício de assessores e jornalistas que trabalham em assessorias de prefeituras. Este estudo se propõe a investigar como o canal institucional de *WhatsApp* da Prefeitura de Petrolina, o ‘Informa Petrolina’, pode indicar novas formas de interação entre a esfera política e cidadãos, que afetam as ações de produção de informação e comunicação públicas. Para isso, buscamos responder à seguintes questões: Quais são as práticas e estratégias de informação e comunicação públicas elaboradas pela Prefeitura de Petrolina e divulgadas via canal institucional de *WhatsApp* ‘Informa Petrolina’? Quais são as relações que essas estratégias simbólicas estabelecem entre poder municipal e cidadãos em termos de transparência e participação? O uso do mensageiro altera a concepção do que é uma informação pública? Esses questionamentos centrais nos permitem desdobrar outros aspectos como: a maneira pela qual a Coordenadoria de Comunicação busca atender ao interesse público ao divulgar informações pelo mensageiro; e as mudanças em termos de práticas de comunicação principalmente face aos avanços das plataformas digitais e seu uso para consumo de informação. Assim, foi estabelecido o objetivo de elaborar um estudo de caso sobre a experiência do ‘Informa Petrolina’, a partir de uma análise quanti-qualitativa do conteúdo compartilhado e das interações com os usuários, cujas categorias são definidas no capítulo 3.

Para tanto, dividimos o estudo em três capítulos. O primeiro discute o conceito de comunicação pública que será adotado por esta pesquisa e o desenvolvimento dela no Brasil, especificamente no âmbito do poder executivo. Apresentamos também o limiar entre a comunicação pública e política, bem como os enlaces entre ambos, uma vez que o setor de comunicação geralmente está conectado com os representantes das instituições e governos. Neste ponto, apresentamos duas possíveis justificativas, que são o contexto do surgimento da comunicação pública no país e as questões que envolvem a prática profissional. Também abordamos as discussões da pesquisa em comunicação pública acerca das dimensões e eixos temáticos, os conceitos apresentados nesta seção vão nortear os pontos de análise do estudo de caso do ‘Informa Petrolina’. Concluímos o capítulo com a apresentação das principais leis

brasileiras que discorrem sobre acesso à informação. O objetivo deste capítulo é o de compreender parte dos aspectos que serão analisados na primeira parte do estudo de caso do canal 'Informa Petrolina', como as intenções no conteúdo informativo compartilhado pelo meio (se para atender interesse público, fins políticos ou ainda buscar aproximação com o cidadão), bem como o de justificar a relevância desta contribuição, visto que evidencia o dever do Estado de desenvolver políticas públicas e mecanismos que garantam aos cidadãos informações relevantes ao interesse comum, transparentes e de forma acessível. Nesta parte, nos apoiamos nas contribuições principalmente de pesquisadores da área da comunicação, como Maria Helena Weber (2007; 2017), Mariângela Furlan Haswani (2013), Jorge Duarte (2018) e Manuel Carlos Chaparro (2018).

Em um segundo capítulo, discutimos a comunicação pública na perspectiva *on-line*, que viabilizou o surgimento de uma democracia digital, promotora e facilitadora da participação e transparência públicas. Nesse sentido, as mídias sociais são apresentadas como instrumentos da e-democracia, que, embora sejam dinâmicas e, de certa forma, estimuladoras da participação política, são também meios pelos quais circulam informações falsas. Na seção, também debatemos os tipos de conteúdo que são pertinentes à comunicação pública e como são construídos e transmitidos (recursos e linguagem) nas plataformas de redes sociais. Por fim, concluímos com o estado da arte da pesquisa sobre o *WhatsApp* em Comunicação no Brasil. Este capítulo tem, portanto, a finalidade de apresentar conceitos que também estarão presentes no corpo da análise do 'Informa Petrolina', compreender a relevância e as limitações das mídias sociais, principalmente do *WhatsApp* e, sobretudo, situar o ponto de partida da nossa contribuição acadêmica. Aqui, trazemos a perspectiva Wilson Gomes (2005, 2018), Wardle e Derakhashan (2017), Elizabeth Pazito Brandão (2012), Raquel Recuero (2009, 2014) e Luís Mauro Sá Martino (2015).

O terceiro capítulo apresenta o percurso metodológico e o estudo de caso sobre o 'Informa Petrolina', com a análise do conteúdo compartilhado e das interações da população, ou seja, das mensagens enviadas pelos cidadãos ao 'Informa Petrolina', com dúvidas e comentários sobre os informativos, serviços e ações da administração municipal. As análises serão feitas a partir de categorias temáticas. O objetivo é entender a maneira pela qual ações de informação e comunicação revelam mudanças da ação pública em relação ao cidadão. Para tanto, este estudo compara três recortes de 20 dias (totalizando 60 dias) em diferentes períodos: setembro de 2019 (inicial), março/abril de 2020 (início da pandemia) e julho de 2022 (presente). Para complementar a análise, fontes da Prefeitura de Petrolina são consultadas sobre o processo de implantação e estabelecimento do canal de comunicação pública via *'WhatsApp'*, a partir de

entrevistas exploratórias realizadas com: Monyk Francisca Arcanjo Alves, que foi coordenadora de Comunicação de janeiro de 2017 até março 2022 e foi responsável pela implantação do canal no município, realizada em 17 de fevereiro de 2022, via *Google Meets*; e Cleilma Souza, produtora de conteúdo do 'Informa Petrolina' e assessora de comunicação da Prefeitura de Petrolina, realizada em 5 de agosto de 2021, via *WhatsApp*. Além disso, dados e informações foram solicitados pela pesquisadora e respondidos por e-mail ou *WhatsApp* pela Coordenadoria de Comunicação da Prefeitura de Petrolina por meio de nota.

1 NUANCES DA COMUNICAÇÃO PÚBLICA: PARADIGMAS E PARADOXOS

A discussão sobre o conceito de comunicação pública é ampla. Ao associar as palavras comunicação e pública, indivíduos que não possuem conhecimento prévio sobre o assunto podem chegar a diferentes interpretações, como a de ser comunicação voltada para a coletividade, ou ainda que é uma comunicação pertencente ao Estado. Weber (2017), argumenta que a expressão pode também ser associada a conceitos que considera positivos como "opinião pública, serviços públicos e imagem pública" (WEBER, 2017, p. 26). Apesar de nosso estudo ser sobre as ações da Prefeitura de Petrolina, não trataremos a comunicação pública numa perspectiva limitada que considera apenas o papel do Estado na produção, uma vez que é uma "comunicação empreendida pelos públicos em público, demarcando o espaço de ação e participação cidadãs" (CARNIELLI, 2021, p. 36), tampouco iremos aprofundar esse debate estritamente conceitual sobre o tema que já foi exaustivamente debatido pela academia em seus diferentes contextos (WEBER, 2007).

Neste programa de pós-graduação - Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (PPJ) da Universidade Federal da Paraíba -, por exemplo, a comunicação pública já foi objeto de estudo[10], por meio de uma análise realizada em 2020, da trajetória da TV UFPB. Diferentemente da presente pesquisa que propõe o debate no âmbito da administração pública, o estudo abordou o assunto na perspectiva dos veículos de comunicação públicos, que podem ser fundamentalmente promotores do interesse público. Outro exemplo de pesquisa desenvolvida sobre o tema no PPJ foi executada pela pesquisadora Camila Alves Nascimento em 2017, com o título "Assessoria de imprensa na era das mídias: rotinas de produção e cultura profissional na comunicação do Governo do Estado da Paraíba", cujo objetivo foi analisar a prática da atividade profissional dos assessores de imprensa no ambiente organizacional público, a partir de um estudo de caso do setor no Governo do Estado da Paraíba.

Ao fazer um levantamento de dissertações e teses sobre a temática na Plataforma Sucupira (Banco de dissertações e Teses da Capes), observamos que, nos últimos cinco anos (2018-2022), 5.291 teses de doutorado discutiram a comunicação pública. Refinando a pesquisa com os filtros direcionados, nas áreas de conhecimento (comunicação), avaliação (comunicação e informação), concentração (comunicação, comunicação e sociedade, comunicação social, processos comunicacionais e jornalismo), e nome do programa (Comunicação, comunicação social e jornalismo), 370 publicações foram encontradas. Entre os 20 primeiros resultados,

[10] Todas as pesquisas desenvolvidas sobre comunicação pública e outros temas no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba podem ser acessadas no site da instituição. Disponível em: < http://www.ccta.ufpb.br/ppj>. Acesso em 29 de outubro de 2022.

destacamos cinco produções cujos conceitos, metodologias ou objetos empíricos dialogam com nosso trabalho, que propõe um estudo de caso do 'Informa Petrolina', um canal de comunicação pública (no âmbito do Executivo municipal) via *WhatsApp* da Prefeitura de Petrolina.

Em 2021, Fiorenza Zandonade Carnielli desenvolveu o estudo intitulado 'Comunicação pública e comunicação cínica na trama acontecimental das tragédias de Mariana e Brumadinho', na Universidade Federal do Rio Grande do Sul. A pesquisa se apoiou no arcabouço teórico da comunicação pública e da racionalidade cínica para fazer uma análise crítica da comunicação das organizações públicas (Samarco, Fundação Renova e Vale) após as tragédias socioambientais que aconteceram em Minas Gerais.

No âmbito da comunicação política, Camila Moreira Cesar (2020) defendeu a tese de doutorado pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul sobre 'A profissionalização da comunicação política governamental e seus desafios democráticos na França e no Brasil'. A análise foi desenvolvida a partir do comparativo entre os discursos dos assessores de comunicação política de ambos os países, partindo do questionamento sobre as inferências na profissionalização da comunicação política governamental.

Também em 2020, Valeria de Camargo Amoris elaborou a pesquisa 'Comunicação pública e acesso à informação: estudo sobre o ABC Paulista', pela Universidade Metodista de São Paulo, cujo objetivo foi avaliar a comunicação pública no contexto municipal de três cidades: Santo André, São Bernardo do Campo e São Caetano do Sul. A conclusão do estudo sugeriu que a boa gestão da comunicação pública depende de: confiança, transparência e participação social.

No mesmo ano, na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Leticia Varela Capone (2020) estudou questões relativas à legislação, com a tese "Sistemas deliberativos e o Marco Civil da Internet: contribuições epistêmicas e democráticas das consultas públicas online', que analisou consultas públicas sobre o Marco Civil da Internet e os ganhos democráticos.

Por fim, o trabalho desenvolvido por Marlise Viegas Brenol na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, defendida em 2019, com o tema "Transparência digital e jornalismo: modalidades comunicativas com o uso de dados públicos', investigou o uso de dados públicos pelo jornalismo, acessados por meio das ferramentas digitais de transparência governamental.

As cinco produções coletadas na Sucupira, bem como as duas dissertações do PPJ, exemplificam a complexidade e a dimensão da produção de conhecimento que a comunicação pública pode englobar. Abordamos um pouco mais sobre a dimensão do conceito na seção 1.3 deste capítulo, ao tratar sobre os eixos da comunicação pública. Nesta parte do estudo, estamos

concentrados nos paradigmas e paradoxos que envolvem a atividade, na perspectiva da administração pública, para compreendê-la na prática. Propomos aguçar o senso crítico e refletir, a partir de uma visão pragmática, sobre os limites do desenvolvimento da comunicação pública no Brasil no âmbito do poder Executivo, que dialoga com o objeto do estudo: um canal de comunicação pública de uma prefeitura municipal.

O primeiro passo para compreender a comunicação pública é saber diferenciar o que ela é de verdade e como ela deveria ser. Numa perspectiva normativa, a comunicação pública é movida pelo interesse geral, com a missão de mobilizar a opinião pública em torno dos temas vitais, educar e desencadear debates na esfera pública, com o agendamento de questões coletivas (WEBER; LOCATELLI, 2022), ou seja, ela visa facilitar os processos informativos das estruturas públicas acerca dos temas socialmente relevantes (HASWANI, 2013) como assuntos que envolvem política, economia, saúde e educação, assim como temas sensíveis (religião, aborto, racismo e homofobia, por exemplo) e morais. A comunicação pública está entrelaçada com a comunicação estritamente política, uma vez que não se situa em um campo totalmente independente ao do governo que está no poder. No entanto, esta pesquisa entende que para o desenvolvimento da comunicação pública deve-se partir de iniciativas não relacionadas às ações de propaganda e, por isto, é necessário haver o distanciamento dos atores particulares envolvidos na representação pública. Eis o primeiro paradoxo envolvendo o tema, uma vez que o vértice político é uma das molas propulsoras da administração pública que comunica com a sociedade. Segundo Weber (2017), apesar de atender ao que é de interesse público ser a principal marca retórica desse tipo de comunicação nas sociedades democráticas, assim como são realizadas campanhas educativas, de utilidade pública ou sobre serviços essenciais, também é possível identificar nas produções dos conteúdos informativos das instituições estatais elementos argumentativos que beneficiam interesses políticos e privados. "Assim, a associação sumária do conceito *'público'* às instituições do estado democrático, pode mascarar e subverter ações de interesse privado, entendido este como privilegiando determinados governantes e seus dependentes familiares ou políticos" (WEBER, 2017, p. 26).

Por outro ângulo, a publicização das ações governamentais é uma exigência nas democracias de forma a conduzir uma política transparente. Por isso, Maria Helena Weber (2017) defende que através da *práxis* é possível definir a qualidade desse sistema político e Carnielli (2021) salienta que a ética no discurso é fundamental para validar a democracia. Em oposição a essas abordagens, estão as questões políticas em torno dos assuntos de interesse geral que resultam em uma interferência importante no espaço público, capazes de repercutir na opinião e imagem pública (ESTEVES, 2015) favoráveis a um projeto político. O uso de

discursos tendenciosos inseridos na comunicação do Estado ao abordar temas de interesse público terá efeitos positivos ou negativos no cidadão, inclusive com relação ao sentimento de representatividade e decisão de voto (WEBER, 2007).

Existe, portanto, enraizado no Brasil um grande desafio no exercício da atividade promotora do debate públicos sempre que as comunicações pública e política se confundem. Apresentamos duas possíveis razões que justifiquem o enlace entre elas: 1) o próprio contexto histórico do surgimento das assessorias de imprensa e da comunicação pública no país, a primeira diretamente associada à figura do executivo e a segunda estabelecida durante o processo político de redemocratização; e 2) as questões relativas aos profissionais que desenvolvem a comunicação pública, desde assuntos relacionados às práticas e rotinas produtivas, até a fragilidade no vínculo empregatício. Aprofundamos essas duas ideias nos próximos tópicos do capítulo e, nas seções seguintes, abordamos os eixos da comunicação pública e a legislação que regulamenta o acesso à informação e a democracia digital no Brasil, com o propósito de embasar a discussão do próximo capítulo sobre 'Comunicação pública no contexto on-line'.

1.1 Percurso histórico e desenvolvimento da comunicação pública no poder executivo

Para compreender o papel da comunicação pública é necessário resgatar alguns aspectos históricos sobre a emergência de um campo profissional na área da comunicação das instituições. O jornalista norte-americano Ivy Lee é considerado o "pai das relações públicas" já que foi o responsável pela instalação do primeiro escritório do segmento no mundo, em 1906. O primeiro trabalho consolidado foi para reverter a opinião pública que estava desfavorável para o poderoso homem de negócios John Rockefeller, em Nova York (CHAPARRO, 2018). Ao assumir o cliente, o jornalista reconheceu o surgimento de um novo negócio em potencial: uma assessoria para empresários com objetivo de fornecer informações que pudessem ser publicadas como notícias jornalísticas, não como anúncios. O próximo passo de Ivy Lee foi enviar uma carta aos editores dos veículos de comunicação informando sobre os serviços ofertados pela nova empresa, este documento assegurava a divulgação de assuntos benefícios das empresas públicas e privadas, ou seja, assumindo um compromisso ético-moral. Embora, na prática, o empresário também tenha adotado condutas questionáveis, como oferta de empregos, pagamento de propinas e favores aos jornalistas, uma forma de "fechar a boca" da imprensa com relação às informações negativas que envolviam os clientes. Outras personalidades milenares também são consideradas precursoras do segmento, como: Homero, Xenofonte e Sócrates (filósofos gregos da antiguidade clássica a.C); o imperador romano Júlio

Cesar, com a obra A Guerra das Gálias; o também romano, Virgílio, com a obra Geórgicas; e o poderoso monarca absolutista francês Luís XIV (CHAPARRO, 2018).

Se nos Estados Unidos, a primeira experiência oficial de Relações Públicas surgiu motivado pelo capitalismo que avançava, para atender as necessidades do setor privado, no Brasil, a chegada da assessoria de imprensa veio para atender principalmente interesses de políticos. Duarte (2018) destaca que o quarto presidente do país, Campos Salles (1898-1902), contou com a cobertura do jornalista Tobias Monteiro (Jornal do Commercio - RJ) para divulgar uma viagem para a Europa. Contudo, foi o presidente Nilo Peçanha (1909-1910) que implantou oficialmente um setor específico para divulgação e atendimento à imprensa no serviço público, com a 'Seção de Publicações e Biblioteca' do Ministério da Agricultura, Indústria e Comércio. Após duas mudanças na nomenclatura, em 1915 o setor passou a ser chamado de 'Serviço de Informações'. A partir de 1930, na Era Vargas, o controle da difusão de informações passou a ser uma política de Estado, com a organização de "um sistema articulado, reunindo coordenação nacional e atuação local, interferindo diretamente com sua mão pesada em todos os meios de comunicação" (DUARTE, 2018, p. 52). De acordo com o autor, assim foi estruturado o Departamento Oficial de Propaganda na Imprensa Nacional, com a colaboração e administração do jornalista Sales Filho. Até 1945, o departamento foi reestruturado duas vezes: na primeira, ainda nos anos 1930, foram criados o Departamento de Propaganda e Difusão Cultural (DPPC) e Departamento Nacional de Propaganda (DNP); na segunda vez, já entre 1939 e 1945, foram criados os Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) e os Departamentos Estaduais de Imprensa e Propaganda (Deips), como instrumentos de 'orientação para a imprensa', ou seja, em contexto da Segunda Guerra Mundial (ascensão do nazifascismo), o governo brasileiro adotou medidas de controle ideológico da comunicação, assim como ocorreu na Alemanha e Itália).

Segundo Chaparro (2018), após a Segunda Guerra Mundial, principalmente no governo de Juscelino Kubitschek (1956-1961), que atraiu o investimento de multinacionais, as assessorias de imprensa empresariais e governamentais foram amplamente difundidas, assim como as práticas de "agrados e favores" à imprensa. Todavia, para o autor, o grande *boom* brasileiro ocorreu a partir de 1964, com as estratégias de divulgação do governo militar, pois, naquele período, a Assessoria Especial de Relações Públicas da Presidência da República (Aerp) assumiu o poder de um superministério e tornou-se referência de comunicação também nas esferas estaduais e municipais. "A então afamada Aerp detinha largo poder sobre verbas e vagas. Coordenava a rede governamental de divulgação, criando e difundindo "verdades" oficiais, que o ambiente de autocensura e adesismo favorecia." (CHAPARRO, 2018, p. 11). As

diretrizes da comunicação foram definidas no I Seminário de Relações Públicas do Executivo, em 1968, no Rio de Janeiro. Entre as principais sugestões do evento, estão: a necessidade de informar à população sobre os planos governamentais; a adoção de uma política de comunicação que promovesse a integração entre governo e população; e, especialmente, o uso da figura do presidente para campanhas de valorização do homem. Isso justifica a popularidade do general Médici, em virtude da ampla publicidade em torno de temas como o milagre econômico e a vitória da Copa do Mundo, em 1970. As orientações foram estabelecidas poucos meses antes do Ato Institucional nº 5 (AI-5)[11], que recrudesceu a ditadura e institucionalizou a censura da imprensa - que já era praticada desde 1964 -, mesmo assim já evidenciaram como, no período, não havia distinção entre interesses públicos e políticos no âmbito da comunicação governamental, o que é comum em regimes antidemocráticos.

Duarte (2018) lembra que apenas após a redemocratização, por volta dos anos 1980, as assessorias de comunicação passaram a ser centrais no processo de comunicação entre organizações (públicas, privadas, ONG's, sindicais, entre outras), sociedade e imprensa, para atender as necessidades (em contínua mudança) do público e para ampliar a transparência e a notoriedade das instituições. Assim, as assessorias de imprensa "tornaram-se o embrião de uma comunicação organizacional complexa e diversificada que continua a evoluir com a impulsão da comunicação digital" (DUARTE, 2018, p. 50). Foi nesse contexto que o conceito de comunicação pública passou a ser utilizado no Brasil, com o restabelecimento gradual da democracia "a definição de comunicação governamental não era suficiente para indicar a responsabilidade do Estado brasileiro sobre a difusão de informações e o restabelecimento de relações com a sociedade" (WEBER. 2017, p. 26). Segundo a pesquisadora, a mudança e valorização do novo termo foi necessária, uma vez que a sociedade, ao longo das mais de duas décadas de ditadura, recebeu conteúdos com objetivos de persuasão em favor do regime militar da comunicação do governo e dos grandes meios de comunicação de massa. Portanto, se tornou fundamental qualificar a comunicação pública enquanto componente essencial de uma democracia, pois somente a partir dos processos informativos sem censura ou repressão é possível estimular a reflexão sobre os temas relevantes, o pensamento crítico e a participação popular.

[11] Sancionado pelo então presidente Costa e Silva, o AI-5 foi o decreto mais rígido durante o regime militar. Além de institucionalizar a censura, também cassou direitos políticos e regulamentou a intervenção federal nos estados e municípios. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ait/ait-05-68.htm>. Acesso em: 23 de julho de 2022, às 6h07

A partir dos anos 1990, a problematização das noções de transparência e interesse público motivou a transformação da comunicação do Estado promotor do debate público.

> O primeiro presidente eleito, Fernando Collor de Melo (1989-1991), que renunciou e sofreu impeachment formula sua comunicação na esteira das novas (para o país naquele momento) estratégias de marketing que personalizaram o governo. O governo de Fernando Henrique Cardoso (1995-2002), estruturou um sistema de comunicação – SECOM que abrangia as diferentes dinâmicas da comunicação de governo. Apenas sob a presidência de Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2010) é que as práticas de comunicação pública são institucionalizadas (Duarte, 2007) e suas definições passam a servir de orientação para as práticas e investimentos do Governo Federal, através de legislação. Nesse governo, também, a ampliação de recursos e tecnologia permite experimentar a democracia digital em larga escala e ampliar a visibilidade do governo ao criar novos espaços de comunicação e distribuir os investimentos de modo mais igualitário entre diferentes sistemas de mídias. (WEBER, 2017, p. 27)[12]

De acordo com Brandão (2012), no primeiro Governo Lula (2003-2006) o conceito da comunicação pública começou a ganhar o *status* de informação para a cidadania. No período, houve capacitação de profissionais e a proposta de criar cargo Gestor da Comunicação Pública. Também foi criada Empresa Brasil de Comunicação[13] (EBC), (DUARTE, 2018), responsável por veículos de comunicação pública, com a proposta complementar os sistemas de comunicação público, privado e estatal, bem como a de contribuir com o debate público, ações de transparência e promoção de cidadania, conforme a Lei Nº 11.652, de 7 de abril de 2008[14]. Segundo Duarte (2018), durante o governo do presidente Michel Temer (2016-2018), a empresa perdeu a autonomia e voltou a ter gestão governamental.

A estrutura de comunicação pública do Governo Federal no mandato do presidente Jair Bolsonaro (2019-2022) conta com o Ministério das Comunicações[15], criado em 2020. Conforme anunciado no site institucional, a pasta é responsável por fortalecer a política nacional de comunicação, assim como pela divulgação do Governo Federal e pesquisas de opinião pública. Ou seja, a ação pública voltada para a comunicação de interesse público se confunde com a comunicação referente às ações do governo ou às ações de propaganda política relacionadas à figura do presidente que está no poder. Importante lembrar que várias medidas foram tomadas nos últimos quatro anos contra a transparência da administração pública, a

---

[12] Ampliaremos a discussão sobre a as contribuições no âmbito da legislação no último tópico deste capítulo e trabalharemos os conceitos e avanços da democracia digital no capítulo 2. Por ora, permaneceremos com a contextualização na perspectiva histórica.

[13] Empresa criada pela Lei no 11.652/2008 e alterada pela Lei no 13.417/2017. Disponível em: https://www.ebc.com.br/ Acesso em 18 de julho de 2022.

[14] A lei sancionada pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva dispõe sobre os princípios e objetivos da radiodifusão pública ligados ao poder Executivo. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11652.htm. Acesso em 23 de julho de 2022.

[15] As informações sobre o Ministério das Comunicações estão disponíveis em: https://www.gov.br/mcom/pt-br. Acesso em 23 de julho de 2022.

começar pelos ataques ao IBGE e ao Censo (WHITACKER, 2021), além da imposição de sigilo a determinados temas ou situações (KRUSE; MAGRI 2022).

O ministro das Comunicações é Fábio Salustino Mesquita de Faria, deputado federal eleito pelo Rio Grande do Norte. Incorporados ao ministério, estão a Secretaria Especial de Comunicação (SECOM)[16] - que, entre outras atribuições: elabora, coordena e consolida a política de divulgação do Executivo federal; organiza eventos oficiais; faz a gestão do uso da marca do governo; organiza coletivas e a agenda de autoridades; além de ser responsável pelas questões orçamentárias, planejamentos, manuais, etc – e a EBC. Segundo Pinheiro (2021), além dos órgãos, citados, cada pasta administrativa conta com uma assessoria de comunicação:

> Em seus portais, as assessorias contam com a central de conteúdos, em que são publicadas as campanhas, as notícias e os materiais produzidos, bem como o contato para assessoria de imprensa. Mesmo assim, cada ministério apresenta seu material de acordo com organização própria. (PINHEIRO, 2021, p. 129)

Se, ao longo da história política democrática brasileira, alguns avanços em termos de desenvolvimento da comunicação das instituições públicas podem ser citados, o contexto atual demonstra alguns retrocessos, e, por isso, demonstra também a relevância de se dedicar ao estudo de como a administração pública se comunica com seus cidadãos. É pertinente pontuar ainda que, de acordo com Maria Helena Weber (2017), os processos de comunicação dos promotores do debate público podem ser desenvolvidos em três âmbitos: Estado, sociedade e midiática. Nesse contexto, o Estado é central para a promoção da comunicação pública, a partir das redes de comunicação dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, além dos Sistemas de Comunicação e Radiodifusão Pública.

Até agora, concentramos nossas atenções no histórico, estrutura e estratégias de comunicação pública a partir do Executivo Federal, uma vez que atrelado a este poder está a gênesis da comunicação pública no Brasil e, também, por ter maior capacidade de investir, gerar informação e propaganda, ou seja, de desenvolver uma comunicação estratégica de visibilidade (MARTINEZ, 2018). Contudo, para dialogar com nosso objeto empírico que é o 'Informa Petrolina', vinculado a uma prefeitura, não podemos perder de vista uma contextualização na esfera do executivo municipal.

Luz (2016) destaca que, cotidianamente, a comunicação governamental da administração de uma cidade produz informações, a partir da propagação de discursos e

[16] As informações sobre a Secretaria Especial de Comunicação Social estão disponíveis no link: https://www.gov.br/secom/pt-br/. Acesso em: 23 de julho de 2022.

documentos que os cidadãos têm direito a tomar conhecimento, e contribui para o desenvolvimento de uma memória política e social do município e dos seus governantes.

> Associada ao tempo de um mandato, eleito para governar a cidade por período determinado, a comunicação governamental narra a cidade a partir dos atos do governo, das políticas públicas implementadas, da satisfação dos cidadãos – explicitadas em testemunhos de aprovação –, da produção de imagens e textos que constituem arquivos oficiais da administração. A comunicação empreendida pelos governos municipais oferece narrativas sobre a cidade, sobre o governo e sobre os habitantes em uma determinada época. (LUZ, 2016, p. 21).

No contexto social, Weber (2017) observa que a esfera local facilita o processo de cobrança e vigilância dos governantes. Nas palavras da autora, "A cidade é o espaço público privilegiado das democracias. Espaço de sentir o trabalho dos políticos eleitos e de identificar os espasmos da opinião pública" (WEBER, 2017, p. 663). Logo, apesar das possíveis limitações como a falta de recursos para estruturação de um setor completo, nosso olhar voltado para a comunicação desenvolvida no espaço público municipal é pertinente, uma vez que as políticas públicas, econômicas, sociais e culturais afetam diretamente o cotidiano das pessoas, impactando suas vidas, como, por exemplo, a organização local de campanhas de vacinação ou mudanças nas regras do trânsito de uma cidade.

É válido pontuar que o princípio constitucional da publicidade, assim como as leis de responsabilidade fiscal e de acesso à informação, que tratam sobre transparência e disponibilização de dados públicos, são aplicadas nos âmbitos federal, estadual e municipal, que será abordado com mais detalhes na última seção deste capítulo. Assim, as administrações municipais também devem contar com estruturas organizacionais que garantam esses direitos, para tanto, é necessário que mobilizem recursos humanos e financeiros para aumentar o fluxo de informações geradas e desenvolver uma comunicação capaz de interferir no cotidiano (LUZ, 2017).

Em Petrolina, município do sertão pernambucano localizado a aproximadamente 700 km da capital Recife, a administração municipal conta com uma Coordenadoria de Comunicação, segundo o site da Prefeitura Municipal[17]. Antes de detalharmos o funcionamento do setor, cabe contextualizar a conjuntura política local, posto que esta pesquisa é baseada em três recortes temporais em anos distintos. O atual prefeito é Simão Durando (União Brasil) (início em março 2022- presente), ele assumiu a administração após o antecessor, Miguel

[17] Disponível em: https://petrolina.pe.gov.br/. Acesso em 29 de outubro de 2022.

Coelho (União Brasil), eleito por dois mandatos (2017-2020 / 2021 - março 2022) deixar o cargo em favor do vice (Simão Durando) para se candidatar ao Governo do Estado[18].

De acordo com o site da Prefeitura de Petrolina, a Coordenadoria de Comunicação é considerada uma força da administração municipal e foi criada com o propósito de facilitar os processos informativos entre o poder público municipal e a população, com transparência e agilidade[19]. Atualmente, desde 11 de novembro de 2022, o jornalista José Vilela da Silva Júnior é o coordenador de Comunicação da Prefeitura de Petrolina. De acordo com o site da prefeitura, o profissional tem experiência em comunicação institucional e marketing político. Além de ter sido assessor de imprensa de Miguel Coelho (ex-prefeito, atualmente no União Brasil) por quase sete anos, ele também ocupou a direção de jornalismo da Prefeitura de Recife e trabalhou como assessor de Imprensa do Ministério da Integração Nacional (durante a gestão do atual senador e então ministro, Fernando Bezerra Coelho- atualmente no MDB). É pertinente destacar que Miguel Coelho e Fernando Bezerra Coelho são componentes do mesmo grupo político que o prefeito Simão Durando.

A equipe da Coordenadoria de Comunicação é formada pelo coordenador, um gerente de comunicação, dois fotógrafos e dez assessores de comunicação. Entre os dez assessores de comunicação são distribuídas as 20 pastas administrativas (incluindo secretarias, agências e autarquias municipais) e a assessoria do prefeito. No entanto, a divisão não é feita por igual entre os assessores, pois enquanto em pastas consideradas mais difíceis, como a Secretaria da Saúde há três profissionais responsáveis, outros profissionais acumulam duas, três e até dez pastas com demandas consideradas leves. Entre os dez assessores de comunicação, um é publicitário e os demais são jornalistas por formação. A equipe ainda dispõe dos serviços terceirizados de quatro agências de comunicação, sendo uma responsável pelo gerenciamento das mídias sociais e ações de publicidade e propaganda online e analógicas, e as outras responsáveis respectivamente pelos: gerenciamento do canal de comunicação via *WhatsApp*; monitoramento dos meios de comunicação de massa; e monitoramento das mídias sociais. De acordo com a prefeitura, essa equipe foi formada pelo coordenador antecessor ao atual. Júnior Macedo foi coordenador de comunicação da Prefeitura de Petrolina de abril de 2022 a 11 de novembro de 2022. O profissional é formado em letras e tem mais de 30 anos de experiência

[18] No pleito para governador de Pernambuco, Miguel Coelho foi o quinto colocado, com 884.941 votos (18,04% do total de votos válidos). <https://g1.globo.com/pe/pernambuco/eleicoes/2022/noticia/2022/10/02/quinto-lugar-nas-eleicoes-miguel-coelho-declara-voto-em-raquel-lyra-na-disputa-do-2o-turno-pelo-governo-de-pe.ghtml>. Acesso em 29 de outubro de 2022.

[19] Disponível em: < https://petrolina.pe.gov.br/secretarias/coordenadoria-de-imprensa/ >. Acesso em: 04 nov. 2022.

na área de comunicação e atuações principalmente em rádios. Antes de ser nomeado como Coordenador de Comunicação, ele foi coordenador de cerimonial do ex-prefeito de Petrolina, Miguel Coelho (atualmente no União Brasil). Essa troca recente de chefia na Coordenadoria de Comunicação não gerou mudanças imediatas na equipe e dados para análise. Todavia, em menos de um ano, o setor de Comunicação de Petrolina contou com três diferentes chefias, fato que evidencia a inconstância na ocupação do cargo de confiança.

É pertinente trazer também os dados referentes a setembro de 2019, período da criação do canal de comunicação via *WhatsApp* 'Informa Petrolina'. Na época, a jornalista Monyk Francisca Arcanjo Alves estava à frente da Coordenadoria de Comunicação (janeiro 2017-março 2022). Sob a gestão dela, a estrutura da equipe com relação a quantidade de profissionais não foi muito diferente. Porém, cabe observar que houve rotatividade na equipe de assessoria de comunicação e apenas cinco profissionais da época continuam na equipe do atual coordenador. Em setembro de 2019, a equipe de comunicação contava ainda com dois fotógrafos, oito assessores de comunicação (todos jornalistas) e uma estagiária (estudante de Publicidade e Propaganda). Assim como no cenário atual, a distribuição das pastas administrativas foi a partir das demandas, não havendo uniformidade na quantidade de assessores por secretaria. A estrutura das agências de comunicação também eram as mesmas em 2019, uma vez que foram contratadas a partir de processos licitatórios, segundo o que informou a prefeitura.

Observe o comparativo entre os dois momentos:

Tabela 1: Estrutura da Coordenadoria de Comunicação da Prefeitura de Petrolina

CARGO	NOVEMBRO/2022	SETEMBRO/2019
Coordenador(a)	1	1
Gerente de Comunicação	1	1
Assessor(a) de Comunicação	10	8
Fotógrafo(a)	2	2
Estagiário(a)	0	1

Fonte: Dados da Prefeitura de Petrolina e elaboração da autora.

Tabela 2: Quantitativo das agências de comunicação que prestam serviço da Prefeitura de Petrolina

AGÊNCIAS	NOVEMBRO/2022	SETEMBRO/2019
Monitoramento dos meios de comunicação de massa	1	1
Monitoramento das mídias sociais	1	1
Publicidade e propaganda (online e off)	1	1
Gerenciamento do *WhatsApp*	1	1

Fonte: Dados da Prefeitura de Petrolina e elaboração da autora.

A partir do comparativo nas estruturas da Coordenadoria de Comunicação de Petrolina, em períodos relativamente próximos (pouco mais de três anos de distância) é possível introduzir uma das questões abordadas na próxima seção, que é a rotatividade e instabilidade das equipes de comunicação dos governos municipais, uma das possíveis justificativas apontadas para a dificuldade de distanciar a comunicação pública da política. Esse argumento será aprofundado na próxima seção do capítulo. Apenas com finalidade de exemplificação, para termos em mente os fatores que definem a estrutura de comunicação de uma cidade, elaboramos a tabela abaixo com a descrição da estrutura de Petrolina e da Coordenadoria de Comunicação Social de Fortaleza em 2012, a partir das contribuições de Ana Javes Luz (2017):

Tabela 3: Comparativo entre estruturas da Coordenadoria de Comunicação Social de Petrolina (2022) e Fortaleza (2012)

Coordenadoria de Comunicação Social	PETROLINA/2022	FORTALEZA/2012
Jornalistas	12	63
Fotógrafos	2	4
Agências de publicidade	1	7
Empresa de monitoramento de mídia	2	1

Fonte: Prefeitura de Petrolina, 2022 e LUZ, 2014

*Os dados da pesquisa de Luz (2017) são estimados.

A observação empírica dos dados expostos, mesmo levando em consideração os dez anos que separam os dados, mostra a diferença entre as estruturas do setor de comunicação da capital do Ceará e um município localizado no sertão pernambucano. Se mesmo a uma década de distância a estrutura de Fortaleza é superior à de Petrolina, menos com relação a quantidade de empresas de monitoramento de mídia vinculadas, podemos chegar a três premissas que

justifiquem essa dinâmica. A primeira se refere às diferenças dos recursos disponíveis pelos municípios entre os municípios mais pujantes e os menores (MARTINEZ, 2018). A segunda é o grau de importância que a gestão municipal no poder dá à comunicação. A terceira é relativa as próprias exigências e demandas que surgem dos processos comunicativos entre a administração pública, a imprensa e a sociedade civil, uma vez que as capitais provavelmente comportam mais veículos de comunicação e têm maior contingente populacional. A variação com a qual o serviço público municipal se compromete com iniciativas de que viabilizem acesso à informação, e aqui não nos referimos exclusivamente a Petrolina e Fortaleza, mas a todos os municípios do Brasil, é preocupante porque enquanto há municípios que não cumprem o mínimo exigido por lei, outros superam expectativas (COMEL; MARQUES, 2022). Não ampliaremos esse debate, já que não é o propósito de investigação da dissertação**.** A informação veio à tona de forma ilustrativa para demonstrar as divergências e limitações para o desenvolvimento e pesquisa da comunicação pública municipal, diferentemente do que ocorre com a esfera do executivo federal que além de contar com amplo arcabouço teórico, possui estruturas organizadas de acordo com cada governo.

Nesta seção, apresentamos o breve apanhado histórico sobre o surgimento da comunicação pública e como ela se aplica no contexto do poder Executivo nas esferas federal e municipal. Com base nas considerações feitas até aqui, é possível constatar que o surgimento das assessorias de imprensa no Brasil atendeu a interesses políticos e que antes de ser estabelecida a comunicação pública, a comunicação governamental apresentava características mais persuasivas, visando mais a adesão do cidadão a um determinado assunto, do que propriamente fomentar um debate público participativo. No contexto da nossa pesquisa, chamamos a atenção para a observação que pelo menos dois, dos três profissionais que ocuparam/ocupa a gestão da Coordenadoria de Comunicação da Prefeitura de Petrolina, têm estreita relação política e profissional com o grupo político que está no poder (evidenciado por apresentarem no currículo trabalhos anteriores com os políticos), o que reforça, mais uma vez, a percepção que nas relações municipais as comunicações pública e política estão entrelaçadas. Portanto, apesar de conceitualmente a comunicação pública se referir ao interesse geral, os diferentes interesses políticos partidários são um dos grandes desafios a ser enfrentado pelos profissionais que a desenvolvem.

1.2 Profissionalização das assessorias de comunicação no Brasil

Antes de falar sobre assessoria de comunicação em si, precisamos passar por outro tema: Assessoria de Imprensa. Afinal, quem são os assessores de imprensa? É relevante responder a

essa pergunta, uma vez que o ‘Informa Petrolina’ contou com a participação de assessores na sua elaboração e desenvolvimento a partir de 2019. Em linhas gerais, podemos dizer que nesse segmento são usadas técnicas e práticas jornalísticas para divulgar informações que, prioritariamente, sejam relevantes ao público, com características e estrutura semelhantes às notícias, embora assumam atender fundamentalmente aos interesses das organizações. A Federação Nacional dos Jornalistas (2007) considera, portanto, a atividade uma prática exclusiva dos jornalistas. Nóbrega (1998) argumenta que a assessoria de imprensa representa um instrumento de informação legítimo, que exerce influência na mídia em geral, inclusive no jornalismo e, além disso, ocupa espaço significativo na geração de emprego e renda para a categoria.

No Brasil, 34,9% dos jornalistas, o equivalente a um terço dos profissionais, estão fora da mídia convencional, mas inseridos no mercado como assessores de imprensa/comunicação, produtores de conteúdo para as mídias sociais, entre outros segmentos, conforme indica a pesquisa ‘Perfil do jornalista brasileiro 2021 – características sociodemográficas de saúde e do trabalho’[20], realizada pelo Laboratório de Sociologia do Trabalho da Universidade Federal de Santa Catarina (Lastro/UFSC) e articulada da Rede de Estudos sobre Trabalho e Profissão (RETIJ), da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor). Ainda segundo o levantamento, dessa parcela, 43,4% trabalham em assessorias de imprensa/comunicação. Entre os assessores, a maioria (17,1%) ocupa cargos em órgãos públicos, outros 15,1% atuam em agências de comunicação, 10% estão em organizações do terceiro setor ou sociedade civil, 8,2% estão em instituições privadas, 2,5% trabalham em agências de publicidade e 3,7% desempenham atividades diversas ligadas a políticos, sindicatos e organizações privadas, por exemplo.

Historicamente, Nóbrega lembra que o surgimento das assessorias de imprensa está diretamente relacionado a outra área da comunicação social, as Relações Públicas. Chaparro (2018) considera o modelo jornalístico das assessorias de imprensa uma experiência brasileira que iniciou nos anos 1970. Segundo o autor, mesmo sendo um período marcado pela censura da imprensa, as assessorias da Câmara de Deputados e do Senado se destacaram em termos de comunicação institucional. Na época, o jornalista Rangel Cavalcante teceu críticas às características propagandísticas do *press release* no âmbito governamental, mas elogiou a

[20] O estudo contou com 17 pesquisadores voluntários de todo o país e o formulário foi respondido por 7.029 jornalistas das diferentes regiões brasileiras, no período entre 16 de agosto e 1º de outubro de 2021. A pesquisafoi apoiada pelas principais organizações brasileiras no âmbito do jornalismo: ABI, ABEJ, ABRAJI, APJor, FENAJ – e Sindicatos filiados. Disponível em: https://perfildojornalista.ufsc.br/. Acesso em: 27 de julho de 2022.

qualidade das publicações desses dois órgãos do legislativo, que divulgavam informação pública como material de consulta, sem enaltecer as autoridades. Na mesma época, as assessorias de imprensa no espaço privado também começaram a ser ocupadas por profissionais empenhados em produções com valor de notícia e critérios de noticiabilidade, principalmente no conteúdo sobre economia, uma vez que o jornalismo político estava em crise em decorrência do regime militar. A Unipress, fundada em 1971, em São Paulo, pelos jornalistas Reginaldo Finotti e Alaor José Gomes, foi a primeira empresa de assessoria de imprensa a consolidar o modelo com técnicas e critérios jornalísticos. Já na década de 1980 foi criada a Comissão Permanente e Aberta dos Jornalistas em Assessoria de Imprensa no Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Estado de São Paulo iniciou a disputa pela reserva de mercado, entrando em conflito com os interesses das entidades de Relações Públicas. O movimento começou a ganhar força em 1984, com a realização do I Encontro Nacional dos Jornalistas em Assessoria de Imprensa, em Brasília. Nessa ocasião, o presidente da Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), Audálio Dantas, anunciou que havia assinado um acordo com Vera Giangrande, presidente do Conselho Nacional de Relações Públicas (Conrep), relativo à reserva de mercado da assessoria de imprensa aos jornalistas. Em 1986, a Fenaj adotou oficialmente o primeiro Manual de Assessoria de Imprensa, redigido pelo jornalista Eduardo Cesário Ribeiro e aprovado no II Encontro Nacional dos Jornalistas em Assessoria de Imprensa, em Recife.

O trabalho desempenhado pelas assessorias de imprensa é constantemente atualizado com atribuições de novas responsabilidades exigidas pelo mercado competitivo. O objetivo do assessor de imprensa, por exemplo, não está limitado à boa gestão da informação, agendamento das mídias, articulação de entrevistas e relacionamento com a imprensa, a partir do conhecimento técnico. A conjuntura digital aumentou a competitividade no ritmo de circulação de informações e exige dos profissionais qualificação em produção de conteúdo multimídia, gerenciamento de novas plataformas digitais (sites, mídias sociais, etc) e atenção à diversidade de demandas recebidas por fontes e públicos dos diferentes meios (DUARTE, 2018), visto que as mídias sociais dão possibilidade de manifestação instantânea e pedem urgência de posicionamento, já que a nova audiência é formada por atores cada vez mais engajados e participativos (CAPELLA; FARIA; DUARTE, 2018). A incorporação das tarefas no meio digital não afastou o assessor de imprensa da atribuição de mediador da informação, a começar pela seleção dos temas de interesse públicos, até a promoção do acesso à informação, que não necessariamente precisa ser mediada pelos meios convencionais. Entre os principais produtos e serviços das assessorias de imprensa, estão: acompanhamento de fontes e porta-vozes; cobertura de eventos; clipping; atendimento à imprensa; avaliação de resultados; capacitação

de jornalistas; banco de informações da organização; *briefing*; consultoria para decisões no âmbito da comunicação; curadoria de conteúdo; organização de entrevistas coletivas; gestão das mídias sociais; cobertura fotográfica; elaboração do mailing; mapa de influenciadores; monitoramento das mídias; levantamento de pautas; elaboração de *releases*; relatórios para mensurar resultados; treinamento de fontes; visitas dirigidas; entre outras (DUARTE, 2018).

É pertinente pontuar que, desde 1999, "O Manual dos Jornalistas em Assessoria de Imprensa" foi renomeado para: "Manual dos Jornalistas em Assessoria de Comunicação", que agora está na 4ª edição revista e ampliada, editado pela Fenaj em 2007[21]. Conforme a publicação, atualizações foram necessárias para acompanhar as novas tendências do mercado, que passou a exigir do profissional o domínio de múltiplos meios e segmentos da comunicação. Segundo o manual, a Assessoria de Comunicação é expansão das atividades desenvolvidas pelas Assessorias de Imprensa, que permitiu a integração de outros profissionais de comunicação para formação de equipes multiprofissionais para: elaborar estratégias; desenvolver as comunicações interna e externa; intermediar o relacionamento entre organização e meios de comunicação; fortalecer a credibilidade e a imagem da instituição; mensurar resultados; preparar porta-vozes; entre outras. O documento ainda delimita as áreas de atuação de cada categoria profissional no contexto da Assessoria de Comunicação, posto que, como ressalta Curvello (2018), as especialidades do jornalismo, relações públicas, publicidade e propaganda e marketing apresentam diferenças nos modelos estruturais e, por isto, precisam atuar de forma integrada, para superar as limitações individuais no processo comunicacional. Duarte (2018) compara a perspectiva da comunicação integrada que delimita as habilidades e competências das categorias com a objetividade jornalística: na teoria é considerada boa e necessária, mas está no campo das intenções. Com isso, ele quer dizer que na prática, a realidade das organizações nem sempre existe um sistema de comunicação integrado. Além disso, em muitos casos todas as atividades atribuídas ao que deveria ser um setor de comunicação estão concentradas na figura de um único profissional, o assessor de comunicação.

No âmbito da administração pública do poder Executivo do Brasil, segundo Regina Martinez (2018), o Governo Federal conta com equipes bem estruturadas, principalmente porque as ações do executivo estão sob vigilância permanente. A autora explica que o jornalista precisa lidar com as questões políticas que envolvem a comunicação, desde os discursos das autoridades, até a antecipação de possíveis crises. A assessoria nacional exige rapidez e disponibilidade em tempo integral. Na esfera municipal, todavia, não há uniformidade no

[21]A versão atualizada está disponível em: https://fenaj.org.br/publicacoes/. Acesso em: 20 de julho de 2022, às 18h.

modus operandi, pois, como destacou Martinez (2018), não há uniformidade nas organizações comunicacionais: nos que dispõem de poucos recursos, a assessoria de comunicação pode funcionar sem estruturas sofisticadas e, até mesmo, ser tratada apenas como uma extensão das relações entre a prefeitura e as pessoas notáveis no âmbito local, com a possibilidade de concentrar as demandas na figura de um único assessor; por sua vez, os municípios que são prósperos geralmente têm à disposição mais recursos para investir no setor de forma organizada.

É pertinente ainda gerar a reflexão sobre a condição de contratação das assessorias de comunicação vinculadas ao poder executivo, posto que têm interferências políticas desde a contratação dos profissionais, haja vista que trabalhar com informação requer confiança, logo nos governos federais, estaduais e municipais os profissionais são cargos comissionados, ou seja, de livre nomeação e exoneração[22]. A fragilidade do vínculo empregatício, especialmente quando se trata dos cargos de confiança (quando um profissional é contratado por meios e interesses políticos), torna difícil estabelecer limites entre os interesses público e político, o que compromete a ética profissional e os princípios da comunicação pública. Nesta pesquisa, por exemplo, podemos observar que uma mudança de prefeito, ocorrida em 31 de março de 2021, acarretou a mudança da Coordenadora de Comunicação que trabalhava diretamente com o 'Informa Petrolina', Monyk Francisca Arcanjo Alves. Como já mencionado, Miguel Coelho (hoje no partido União Brasil) renunciou em favor do vice-prefeito Simão Durando (União Brasil), que fez interferências em alguns cargos de confiança da prefeitura, inclusive no setor de comunicação.

Mesmo em um panorama mais abrangente, Brandão (2012) observa que é comum as Assessorias de Comunicação serem submetidas a autoridades máximas das instituições e, por conseguinte, a equipe atende aos interesses da cúpula do órgão para dar notoriedade e defender a instituição na esfera midiática, não necessariamente com foco no relacionamento com o cidadão. Além disso, não se pode perder de vista que as notícias/informações institucionais, sejam de órgãos públicos ou privados, têm limitações quanto ao que é possível divulgar, buscando, muitas vezes, a adesão do cidadão. Ao serem utilizadas estrategicamente para influenciar decisões e opiniões, assumem um papel político sem que, necessariamente, sejam negligenciados os aspectos informativos e valores-notícias (MONTEIRO, 2018). Pelos motivos citados, apontamos que os processos produtivos da categoria profissional podem contribuir para o distanciamento entre os interesses políticos e públicos no desenvolvimento da comunicação pública.

---

[22] A Lei nº 8.112, de 11 de dezembro de 1990, institui o regime legal do servidor público efetivo e comissionado. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8112cons.htm >. Acesso em 23 de julho de 2022.

1.3 Os eixos da comunicação pública

É pertinente levantar algumas abordagens do conceito de comunicação pública e situar nossa pesquisa e sua perspectiva teórico-metodológica. Como lembra Weber (p. 23, 2017), a "Comunicação Pública é um conceito atrelado à teoria democrática e passível de interpretação na sociologia, na ciência política e nas teorias da comunicação". E dentro da área da comunicação e informação, existem diferentes perspectivas. Desde o início desta pesquisa, optamos por tratar a comunicação pública a partir do enfoque referente à comunicação do Estado, em específico do poder executivo, por dois motivos: primeiro porque o Estado desempenha papel central para a existência da comunicação pública e, principalmente, porque dialoga com o objeto empírico, o 'Informa Petrolina', posto que este é um meio de comunicação pública criado pelo executivo municipal, com a finalidade de difundir informações públicas e promover a interação com a sociedade. Além disso, é comum que o termo comunicação pública seja associado à comunicação feita pelos órgãos governamentais.

O conceito de comunicação pública é apresentado de diferentes formas já que possui filiações diversas, que descrevemos a seguir: uma delas é definida por meio de diferentes áreas de conhecimento, incluindo a comunicação política, como descreve Elizabeth Pazito Brandão; outra abordagem se dá através diferentes dimensões (normativa, fática e crítica), sistemas e redes de comunicação, aqui nos referimos sobretudo a Maria Helena Weber; e, por fim, podemos citar uma perspectiva mais pragmática, inspirado principalmente nas contribuições de Caroline Olliver-Yanniv, professora da Universidade Paris-Est Créteil na França, considerada especialista em estudos sobre a comunicação das instituições públicas. Este trabalho contempla principalmente as duas últimas abordagens. Como já pontuado no início deste capítulo, nesta parte do estudo, cabe abordar a amplitude que o termo pode alcançar, para melhor compreensão dos eixos temáticos que serão trabalhados na análise do objeto 'Informa Petrolina'.

Brandão (2012) entende que é possível discutir a comunicação pública a partir de cinco áreas de conhecimento, que consideramos bem abrangentes:

1) Comunicação organizacional: a principal característica é comunicar de forma estratégica, com objetivo e estabelecer relacionamento com o público e contribuir na formação da imagem da instituição. No entendimento da autora, essa forma de comunicação pública atende aos interesses mercadológicos das instituições e se vale de técnicas como pesquisa de opinião pública.

2) Comunicação científica: está ligada à Ciência da Informação e propõe conectar ciência e cotidiano em sociedade, uma vez que a difusão deste tipo de conhecimento pode

mobilizar a opinião pública e influenciar decisões econômicas e políticas. Segundo Brandão (2012), trata-se de um processo de comunicação que pode ser mantido pelo Estado. No Brasil, a divulgação científica sobre agricultura e saúde têm destaque.

3) Comunicação do Estado ou governamental: entende-se ser dever do Estado criar um fluxo de informações com a sociedade civil, para garantir o acesso à informação e promoção de cidadania. Também compreende instâncias como órgãos públicos, associações, organizações não governamentais e empresas privadas que ofertam serviços públicos, por exemplo.

4) Comunicação política: para a autora, essa forma de comunicação pública é entendida a partir da livre expressão ideias, crenças e até mesmo dos posicionamentos políticos dos governos e dos partidos.

5) Comunicação da sociedade civil organizada, também conhecida como comunicação comunitária: consiste na prática democrática da comunicação social, desenvolvida por comunidades e organizações do terceiro setor. Aqui, entende-se que a comunicação pública não é de responsabilidade exclusiva Estado e há um distanciamento com relação aos grandes conglomerados midiáticos, logo, existe a perspectiva de uma comunicação que se identifica com as demandas populares.

Por sua vez, para Maria Helena Weber (2017), entende que a comunicação pública pode ser percebida a partir de três dimensões, que são a fática, normativa e a crítica (as duas primeiras dimensões são inspiradas no pensamento do pesquisador João Pissara Esteves[23]). Segundo Weber (2017), na perspectiva normativa, a comunicação pública é movida pelo que é ideal em uma sociedade democrática e "é pensada a partir da ética da política, da resistência e da vigilância da democracia; através do investimento na cidadania e na emancipação social" (WEBER, 2017, p. 38). Sendo assim, a dinâmica dessa perspectiva está apoiada na comunicação de visibilidade e formação de imagem pública favorável ao Estado, a partir da divulgação das informações de interesse geral. Nessa visão, o Estado deve estar comprometido com o exercício de valores ético-morais por parte dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário e, assim, garantir a efetividade dos princípios democráticos aos cidadãos.

A dimensão fática, por sua vez, "é definida pelas ações e a visibilidade próprias da publicidade provocada pelos projetos políticos, políticas públicas, *accountability* que mostram os processos de governabilidade em execução" (WEBER, 2017, p.38), isto quer dizer que, de certa forma, aproveita das ações ordenadas pelas instituições para desenvolver estratégias de

[23] Doutor em Ciências da Comunicação, pela Universidade Nova de Lisboa, e professor Agregado na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas Universidade Nova de Lisboa. Disponível em: < https://esferapublica.uc.pt/2022/02/18/joao-pissarra-esteves/ >Acesso em 14 de dezembro de 2022.

comunicação que além de mobilizar a opinião pública, influenciam no voto. Weber (2017) também observa que as dimensões normativas e fáticas podem se entrelaçar “quando a instituição pública é confundida com seus governantes” (WEBER, 2017, p. 38) o que considera um paradoxo, conforme abordado no início do capítulo.

Na ótica crítica, a comunicação pública é pautada pela participação cidadã no debate público. Esta dimensão ultrapassa os limites da comunicação desenvolvida pelo Estado, já que os demais setores da sociedade (organizações, partidos políticos, organizações e civis) manifestam opiniões capazes de interferir nos investimentos públicos e privados. Dessa forma, “a mobilização social e o movimento de redes de comunicação funcionam como a vigilância dos poderes executivo, legislativo e judiciário” (WEBER, 2017, p. 39). Essas redes de comunicação referenciadas pela pesquisadora são conexões que facilitam a circulação de informações e opiniões. Elas podem ser do Estado (Sistemas de Comunicação e Radiodifusão Pública e as redes de comunicação do executivo, legislativo e judiciário), da sociedade (redes de comunicação política, social, mercadológica, científico-educacional e religiosa) ou midiáticas (Redes de Comunicação Mediática) (WEBER, 2017).

Destacamos as Redes de Comunicação do Estado, que têm a premissa de atender ao interesse público em níveis federal, estadual e municipal e devem ser promotoras do acesso à informação e participação. (WEBER, 2017). Seu desenvolvimento é possível por meio de iniciativas de democracia digital, que será conceituada no próximo capítulo, e pelos Sistemas de Comunicação Governamental, que são a Estrutura de Comunicação (equipe, recursos e orçamentos), as Políticas de Comunicação (orientação, princípios e objetivos), o Jornalismo (produção de notícias e assessoria de imprensa), as Relações Públicas (comunicação institucional e relações com os públicos), a Publicidade e a Propaganda (campanhas de utilidade pública e/ou mercadológicas), as Mídias públicas (outorgas de radiodifusão), os Acervos multimídia (armazenamento e consulta de informações em múltiplos formatos digitais), as Redes Sociais Digitais, os Fóruns de Participação, a Ouvidoria e a Prestação de Contas ou *Accountability* (disponibilização de atos públicos e dados que viabilizem o acompanhamento dos cidadãos) (WEBER, 2017) (LUZ, 2017).

Até aqui é possível destacar que, apesar de definirem o conceito de comunicação pública por meio de abordagens diferentes, tanto Brandão (2012), quanto Weber (2017) argumentam que as funções da comunicação pública são: a publicização de informações necessárias ao cidadão e com valores de notícia para imprensa (interesse público); a prestação de contas; e a promoção da participação cidadã. Este trabalho reformula essas três funções, desdobrando-as em cinco eixos de ações principais que caracterizam a comunicação das instituições públicas,

tomando como referência as contribuições de Caroline Ollivier-Yanniv (2006), além de de Petters e Paes (2022) ou ainda Paes (2022). Os eixos foram selecionados tanto por estarem alinhados à argumentação das demais autoras, quanto por oferecerem um guia com potencial analítico do estudo. Os eixos são:

- a disponibilização de dados públicos;
- as ações visando a melhoria da relação com o público;
- as campanhas de informação de interesse público;
- a imagem e visibilidade das instituições públicas;
- a atuação da comunicação na criação de dispositivos de participação e consulta públicas[24].

Ao focar em ações – e não necessariamente nas funções potenciais da comunicação pública -, essa abordagem se concentra em realizar uma análise das práticas e estratégias simbólicas relativas à comunicação no setor público, visando oferecer uma via analítica não normativa, ou seja, pragmática, do conceito. A comunicação pública é, aqui, pensada como ação, porque se refere a processos que se transformam e agem, diretamente, na vida de cada cidadão. Esses eixos dizem respeito, assim, a situações, práticas, objetos e modos através dos quais as estratégias comunicacionais são elaboradas e colocadas em prática. Se a comunicação pública não invalida certos princípios democráticos, ela pode, entretanto, contribuir, muitas vezes, para a definição de normas, de discursos e de comportamento dos indivíduos e até mesmo das mídias sobre determinados problemas que afetam a sociedade. Este trabalho se interessa justamente por essas diferentes ações que estão em jogo quando o Estado – no caso, o poder municipal - se comunica com a sociedade.

Mesmo reconhecendo os entrelaçamentos entre os conceitos de "comunicação pública" de "comunicação política", este estudo considera importante diferenciá-los e apontar quando as atividades de uma e de outra se cruzam. Para o desenvolvimento da análise, portanto, a perspectiva adotada distingue os conceitos ao defender que a primeira não deve ser confundida com marketing ou propaganda política, portanto com a comunicação política visivelmente partidária voltada aos eleitores (LIMA, 2012). Ou seja, a comunicação pública se desenvolve com o objetivo de contribuir para o debate democrático sobre questões e problemas que afetam a sociedade (WEBER, 2017), distinguindo-se da comunicação e propaganda estritamente

[24] A definição desses eixos de ação foi inspirada nas pesquisas da professora da Universidade Paris-Est Créteil, Caroline Ollivier-Yanniv. No original (Ollivier-Yanniv, 2006) eles são definidos como "registres de la communication publique", e foram traduzidos por Petters e Paes (2022) como "eixos". Importante ressaltar que a pesquisadora trabalha a partir de uma dupla ancoragem, a sociologia (pragmática e compreensiva), e na análise do discurso, diferente, portanto, de Brandão e Weber.

políticas. Dessa forma, a divulgação de informação por parte da administração pública se torna uma "obrigação democrática para e pelas instituições" (OLLIVIER-YANIV, 2006, p. 104, tradução nossa).

Tendo isso esclarecido, apresentamos os eixos de ações que serviram de guia para a análise aqui proposta, aprofundada no terceiro capítulo de metodologia:

a) Eixo 1 - A disponibilização de dados públicos produzidos pelos diversos órgãos do Estado, como IBGE, IBAMA, Ministérios e Secretarias. São os exemplos os números da inflação, PIB, IDH, índices de desmatamento e estatísticas sobre doenças, por exemplo. A divulgação desses dados é uma ação de informação que contribui para a política de transparência.

b) Eixo 2 - As ações visando a melhoria da relação com o público, buscando promover iniciativas "modernas" que promovam participação e pertencimento na população. Essas ações são políticas de comunicação.

c) Eixo 3 - As campanhas de informação de interesse público, consideradas por Petters e Paes (2022) uma obrigação democrática, dizem respeito às comunicações com objetivo de contribuir com o debate público, acerca de assuntos socialmente relevantes e promoção da cidadania, como direitos e deveres (como, por exemplo, campanhas de informação das infrações e multas de trânsito e campanhas de vacinação).

d) Eixo 4 - A imagem e visibilidade das instituições públicas. Uma parte das atividades da comunicação pública é apresentar para a população as instituições públicas, seus serviços e características. Nesse eixo, a estratégia de comunicação também visa valorizar a imagem da entidade. Também se aplica à valorização do território.

e) Eixo 5- A atuação da comunicação na criação de dispositivos de participação e consulta públicas a partir das estratégias que dão aos cidadãos meios de expressão no debate público. Neste eixo, a comunicação pública e decisão política estão entrelaçadas devido às iniciativas de democracia digital (abertura de canais de consulta; fóruns de discussão, orçamento participativo, entre outras).

Conforme as classificações de Brandão (2012), Weber (2017) e os eixos temáticos categorizados por Petters e Paes (2022), que servirão de guia para desenvolvimento da análise do Informa Petrolina, existem semelhanças entre as possíveis abordagens da comunicação pública na medida em que elas consideram que – *a priori*- a comunicação das instituições públicas atua na: mobilização da opinião pública, contribui para o acesso à informação e a construção da cidadania. Ou seja, a comunicação pública está ligada à questão das relações entre o aparelho administrativo das instituições e seus cidadãos. Existe um consenso entre os limites e enlaces entre comunicação pública e política. Esta pesquisa entende que, legalmente, a Constituição Federal prevê ações de comunicação pública normativas, conforme discutimos

na seção a seguir. Por isso, as ações no âmbito da comunicação pública em benefício de interesses políticos ou privados serão analisadas no decorrer do estudo.

1.4 O papel do Estado na garantia do direito ao acesso à informação

O sistema político é uma das principais fontes de informação, como pontua Alsina (2009), uma vez que é dever do Estado garantir o que está previsto na Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 como um direito fundamental: o acesso à informação de interesses particulares ou públicos, resguardado apenas o sigilo das informações que ameacem a segurança do Estado. Conforme já abordado, em termos de normatização legal a institucionalização da comunicação pública é relativamente recente no país e teve grandes avanços nos últimos 20 anos. O lançamento do Portal da Transparência, em 2004, que facilita a consulta aos dados públicos foi um grande marco na ampliação da transparência no Brasil, mas este assunto será aprofundado no próximo capítulo. Aqui, propomos situar os direitos e deveres da União, dos estados, Distrito Federal e municípios na publicização da informação e dos dados públicos, a partir de um apanhado na legislação que fundamenta a existência da comunicação pública e da democracia digital no país.

Para esta seção, selecionamos quatro leis que consideramos pertinentes ao escopo da pesquisa. Iniciamos com a Lei de Responsabilidade Fiscal - Lei Complementar Nº 101/2000, complementada pela Lei complementar Nº 131/2009. Entre outras disposições, determinou a disponibilização em tempo real das informações orçamentárias nos âmbitos federal, estadual e municipal, incluindo também o Distrito Federal, assegurando transparência da gestão fiscal dos dados contábeis, financeiros e orçamentários, mediante a divulgação em meios de acesso público (eletrônicos e audiências públicas). Além disso, dá direito a qualquer cidadão (pessoa física, jurídica, vinculados ou não a partidos políticos ou entidades sindicais) a denunciar o Tribunal de Contas ao Ministério Público em caso de descumprimento do estabelecido por lei.

Podemos citar também a Lei de Acesso à Informação (Lei Nº 12.527/2011, em vigência desde 2012), que é válida para todas as esferas dos três poderes, assim como para autarquias, fundações ou empresas públicas e sociedade de economia mista em âmbito nacional, regional e local. Com seis capítulos e 47 artigos, a lei estabelece como dever das entidades públicas garantir (gratuitamente) o direito ao acesso à informação de interesse público a partir de procedimentos que assegurem: transparência da informação; autenticidade da informação; e proteção da informação sigilosa. Todos os registros devem ser detalhados com dados gerais, registros de despesas e repasses, contratos e licitações. Além disso, é obrigatório utilizar sítios eletrônicos oficiais para facilitar o acesso aos dados públicos de forma rápida e clara. Também

consta a obrigatoriedade do órgão em conceder, de imediato, acesso à informação disponível sempre que solicitado por qualquer cidadão, com o prazo de até 20 dias quando não for possível fornecer instantaneamente, mas delimita os casos de restrição de acesso às informações sigilosas e informações pessoais. A lei ainda designa ao poder Executivo Federal a promoção de campanha de incentivo à cultura da transparência; o treinamento de agente públicos para o desenvolvimento de práticas relacionadas à transparência; e monitoramento da execução da lei no âmbito federal. A normativa também acresce à Lei do Servidor Público (Nº 8.112/1990) um artigo estabelecendo que servidores públicos não podem ser penalizados por denunciar casos suspeitos de crimes de improbidade.

O Marco Civil da Internet (Lei Nº 12.965/2014) foi uma lei amplamente debatida pelas mídias, antes mesmo de ser aprovada, por iniciar uma discussão polêmica sobre a ameaçar a liberdade de expressão devido a proposta de retirada de conteúdos da internet, conforme explicado na reportagem da jornalista Amanda Demétrio[25], em janeiro de 2015, para o Portal de Notícias G1. Entretanto, na prática, a lei propõe direitos e deveres para o uso da Internet no país, os princípios visam garantir: liberdade de expressão; privacidade; proteção de dados pessoais; neutralidade de rede; estabilidade e segurança da rede on-line; natureza participativa da rede; responsabilização dos agentes; e liberdade no desenvolvimento de negócios virtuais. Para tanto, a lei assegura aos usuários: o direito a não violação da intimidade (com direito a indenização em caso de descumprimento); do sigilo nas comunicações via internet (desde que não exista ordem judicial); a não suspensão da conexão (desde que os pagamentos estejam em dia); qualidade na conexão; clareza nas informações presentes nos contratos; informações sobre dados pessoais coletados com consentimento; impossibilidade de transferência dos dados pessoais; exclusão dos dados pessoais ao término da relação entre as partes; clareza nas políticas de uso dos provedores; acessibilidade para pessoas com deficiência e aplicação do direito do consumidor. Entre outras disposições, a lei também exime o provedor de ser responsabilizado por danos causados por terceiros. Ao poder público, cabe: desenvolver mecanismos de governança que estimulem a participação popular de forma transparente e democrática; promoção e expansão do uso da internet; divulgação e otimização dos serviços de governo eletrônico; publicizar dados e informações públicas, bem como promover cultura e cidadania; prestar serviços públicos por canais de múltiplos acessos, inclusive on-line; promover educação digital; entre outros, a fim de facilitar o acesso aos serviços eletrônicos na esfera pública,

[25] A reportagem do G1 esclarece sobre as principais dúvidas e polêmicas que envolveram a discussão sobre o Marco Civil da internet. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/07/entenda-o-marco-civil-da-internet-e-como-ele-muda-sua-rotina-na-web.html>. Acesso em: 23 de julho de 2022.

promover acessibilidade, fortalecer a participação social, ampliar a divulgação de conteúdo nacional e reduzir as desigualdades no acesso às tecnologias da comunicação e informação.

Finalizamos o levantamento com o Decreto Nº 8.777/2016, que dispõe sobre a política de dados abertos do Governo Federal, que tem como objetivos: promover a publicação de dados abertos, ou seja, dados acessíveis e de livre utilização em meio digital; ampliar a transparência; facilitar a troca de dados entre entidades da administração pública federal; incentivar a pesquisa científica; ampliar a disponibilidade de serviços públicos digitais; e promover tecnologia e inovação. A política tem por princípios: publicidade; garantia de acesso a dados públicos; garantir a inextinguibilidade do dado; identificação do responsável pela publicação do dado; reuso e descrição da base de dados.

A leitura das leis leva ao entendimento que, ao menos no âmbito legal, existe o incentivo à participação cidadã na fiscalização e consulta das contas públicas, assim como a normatização das obrigações do estado de publicizar informações e dados públicos com clareza e fácil acesso. Contudo, da mesma forma que as leis não impedem que os crimes aconteçam, assegurar a transparência e ampliar o acesso à informação não se limita ao que estabelece a legislação. É preciso problematizar o desenvolvimento dessas políticas e estimular, a partir do estabelecimento de uma comunicação pública eficiente, o envolvimento da sociedade civil para o cumprimento dessas leis. Por isso, no próximo capítulo, discutiremos o papel das redes *on-line* na ampliação da transparência, a partir dos Portais da Transparência, Diários Oficiais, sítios eletrônicos, meios de comunicação e mídias sociais, as novas ferramentas que têm potencial para agendar as mídias e mobilizar a opinião pública.

2 COMUNICAÇÃO PÚBLICA NO CONTEXTO ON-LINE

Falar que a democratização e popularização dos computadores e da Internet transformou as relações sociais, implica dizer que também transformou as relações comunicacionais como um todo, seja no âmbito das mídias, da política, das empresas, das marcas e das organizações públicas e privadas. Nesta parte da dissertação abordamos como os diferentes atores que participam da comunicação pública foram criando relações com os cidadãos a partir de novas tecnologias, sobretudo com a chegada das tecnologias digitais. A percepção da viabilidade de aprimorar a democracia a partir dos meios de comunicação e informação tecnológicos não surgiu evidentemente com a internet. Por isso, explanamos sobre os impactos do universo on-line na comunicação pública, com ênfase na democracia digital que, sem dúvidas, oportunizou o surgimento de novas ferramentas de consulta, transparência e participação, um exemplo disso é a apropriação das mídias sociais para uso com esta finalidade. Essas mídias, todavia, exigem do poder público formas de comunicar adequadas ao meio, em questões de seleção de conteúdo, linguagem e recursos utilizados, por isto, discutimos aqui quais são os critérios de noticiabilidade e construção da comunicação pública, principalmente porque esses elementos são investigados no estudo de caso do 'Informa Petrolina'. Uma das limitações apontadas por esta pesquisa com relação ao uso dessas mídias enquanto fontes de informação é o fluxo de desinformação que por elas circulam, principalmente no *WhatsApp*, nosso objeto de interesse. Essa discussão se faz relevante, porque é dever do poder público garantir o acesso à informação de interesse público e, consequentemente, criar estratégias de enfrentamento à desinformação, sobretudo em momentos de crise e pânico da população, como ocorreu durante a pandemia da covid-19. Para concluir o capítulo, é apresentado o estado da arte da pesquisa em comunicação do *WhatsApp*, que ainda é recente no Brasil, com o propósito de compreender as múltiplas abordagens e utilizações da ferramenta no contexto informacional.

Tendo isso esclarecido, iniciamos nossa discussão retomando a proposição de Weber (2017) de que a qualidade da democracia pode ser medida a partir da comunicação pública que um país desenvolve. Com essa afirmação, imediatamente surge uma questão: como medir a qualidade da comunicação pública? Bom, uma das possíveis respostas é a partir da análise das práticas de comunicação e informação configuradas/modeladas pelo uso de tecnologias digitais. Afinal, os governos com presença digital se apresentam como devem ser eficientes, modernos e, sobretudo, democráticos – com o desenvolvimento de políticas digitais que garantam a promoção de todo repertório de conceitos constituintes de uma democracia, ou seja, transparência, participação, dados abertos, consulta pública, acesso à informação, inclusão

digital, entre outros. Nesse sentido, lembramos que no Brasil, o lançamento da Estratégia de Governo Digital do Governo Federal (EGD) para 2020-2022 propôs justamente o desenvolvimento de iniciativas digitais aberta à população que cumpram esses princípios democráticos, que pretende até o fim de 2022, tornar disponível no portal *gov.br* a oferta digital de todos os serviços da União, conforme o que foi anunciado pela instituição, este, portanto, é um exemplo de democracia digital[26].

Antes de conceituar a democracia digital, traçamos um breve panorama histórico que consolidou o termo, a partir das contribuições de Wilson Gomes (2018). Para o pesquisador, o conceito de "democratizar" converge com "massificar", no sentido de ampliar o acesso e, consequentemente, a participação. Isso ocorreu com diversos meios, desde os livros, até telégrafos, telefone, fax, rádio, cinema e televisão, por exemplo. A partir da década de 1980 surgiu a ideia da "democracia eletrônica", que, até então, era chamada de "teledemocracia" – termo usado para exprimir a ideia da contribuição, mesmo à distância, da tecnologia em termos de democracia, um exemplo é a viabilização do contato dos cidadãos com os discursos das autoridades. Segundo o autor, a pesquisa sobre teledemocracia foi desenvolvida principalmente nos Estados Unidos e teve muitas limitações, pois seus experimentos incluíam sondagens da opinião ou projetos plebiscitários; registro eletrônico de votos e nos encontros realizados por teleconferências ou televisão a cabo interativa para discussão de projetos públicos. Os pesquisadores da teledemocracia depararam com muitas dificuldades, a mais relevante citada foi a baixa participação da população nas pesquisas de opinião. Ainda assim, ela gerou contribuições pertinentes como o reconhecimento do papel da tecnologia na democracia a partir de quatro dimensões: opinião pública (consulta); informação (fluxo de informações do Estado); tomada de decisão (das autoridades eleitas e com participação popular, por meio das tecnologias de comunicação); e deliberação (com vigilância da população e transparência do Estado). O 'Informa Petrolina' abrange principalmente a dimensão informacional, visto que o conteúdo divulgado pelo meio é produzido pela Coordenadoria de Comunicação de Petrolina e, como o próprio nome do canal sugere, tem a finalidade de informar os cidadãos do município sobre serviços e ações da administração municipal, além de ter a proposta de tirar dúvidas da população e contribuir com o serviço de Ouvidoria.

Ainda segundo Gomes (2018), a pesquisa sobre democracia no contexto eletrônico/digital passou por diversas correntes ideológicas e diferentes áreas do conhecimento, como comunicação social, ciências políticas e sociologia. Com a popularização dos

[26] Governo Digital. Disponível em: https://www.gov.br/governodigital/pt-br/EGD2020. Acesso em: 22 jul. 2022

computadores e da internet, mesmo em países considerados periféricos, a expressão teledemocracia caiu em desuso e deu lugar a novas terminologias, como ciberdemocracia e democracia virtual. A partir de 1996, o termo democracia digital foi consolidado e a pesquisa na área avançou, mas o grande *boom* acadêmico só iniciou a partir de 2006, segundo Gomes (2018), com o propósito de tentar responder questões relativas aos impactos democráticos das novas tecnologias nas relações entre os governos, sistemas políticos e sociedade. Mas afinal, o que é a democracia digital e quais seus impactos na comunicação pública? A resposta para a primeira pergunta é constituída a partir de três elementos: internet; esfera pública; e democracia (GOMES, 2005). Nesse sentido, consiste no uso das tecnologias da informação e comunicação para promover impactos positivos na democracia, a partir de iniciativas digitais (sites, aplicativos, fóruns on-line, mídias sociais, etc.) que facilitem processos democráticos. São exemplos as ferramentas de governo eletrônico e transparência, voto eletrônico e, até mesmo, debates públicos sobre a regulamentação do conteúdo da internet e desigualdade digital. São três possíveis finalidades da democracia digital: fortalecer o poder do cidadão; assegurar uma sociedade democrática de direito; ou promover a diversidade de pautas no debate público e na decisão política (SAMPAIO; BRAGA; CARLOMAGNO; MARIOTO; ALISON; SILVA, 2019).

Não é possível discutir a democracia digital sem falar sobre participação, uma vez que as democracias seguem as premissas da soberania popular que, no Brasil, constitucionalmente se manifesta a partir do voto (GOMES, 2005). No entanto, a democracia digital proporciona um modelo de participação que ultrapassa o limite dessa manifestação singular da vontade popular feita a partir da eleição do representante político, visto que o debate público na internet mobiliza a opinião pública, instância fundamental de legitimação política (NOVELLI, 2012). Além disso, facilita que os processos de participação ocorram de forma ágil, plural e sem interferências externas. É pertinente destacar, contudo, que a participação cidadã garante apenas a livre manifestação, mas não assegura que as sugestões serão acatadas (HASWANI, 2013). Ainda assim, a participação no ambiente digital constitui representatividade nas democracias, pois viabiliza a mobilização cidadã e das autoridades, a partir de petições e consultas públicas, por exemplo (GOMES, 2018).

Outro conceito-chave para discutir a democracia digital é o de transparência, pois a disponibilização dos dados governamentais atualizados digitalmente, de forma acessível aos cidadãos interessados é indispensável nas democracias (GOMES, 2018). Cabe aproveitar este espaço para diferenciar quatro conceitos que podem se confundir com a noção de transparência e que serão observados durante o estudo de caso sobre o canal de comunicação via *WhatsApp*.

‘Informa Petrolina’. De acordo com Mariângela Furlan Haswani (2013):

1) Publicidade: é o ato de tornar algo público, o que pode ocorrer de forma informativa ou com uso de linguagem persuasiva, usada para fins comerciais (obtenção de lucros) ou ainda para divulgação de ações e campanhas. Até no sentido comercial (quando a proposta de venda seja um produto/serviço do Estado que tenha concorrência no setor privado), a publicidade é um princípio indispensável nas instituições públicas, porque o poder público tem o dever de explicar as razões das deliberações. Além disso, a publicidade possibilita conhecimento e, até mesmo, contestação por parte da opinião pública.

2) Propaganda: também tem finalidade persuasiva, mas objetiva influenciar opiniões, ideias, valores e princípios ideológicos, filosóficos, políticos, socioeconômicos e religiosos, sem a finalidade comercial de obter lucros.

3) Transparência: quando relacionada ao setor público, a palavra tem o sentido de tornar visível, ou seja, disponibilizar informações e dados públicos de forma acessível aos interessados. É um fragmento da publicidade governamental.

4) *Accountability:* segundo a autora, também pode ser considerada uma parte da publicidade governamental. A *accountability* é um artifício do Estado democrático e ocorre quando a transparência permite a participação/interferência da sociedade e de órgãos fiscalizadores (como o Tribunal de Contas da União) diante de ações do Estado, a partir do entendimento de que há uma base moral que protege os cidadãos de possíveis más condutas dos governantes, que devem responder por isso.

Ou seja, quando falamos em transparência e *accountability* também estamos falando sobre publicidade, porém o último termo pode ser mais abrangente, pois se refere à ação de tornar público ou publicizar algum tema ou problema que aflige uma determinada sociedade. Na prática, esses conceitos se manifestam na democracia digital a partir de meios que colabaram com os avanços no acesso à informação, transparência e publicidade, com mecanismos que viabilizam a consulta pública, como: 1) Portal da Transparência, nacionalmente existe desde 2004 e, segundo o Governo Federal, são sites que permitem o livre acesso dos interessados, que dispõe de informações sobre a utilização dos recursos públicos, com a disponibilização de mecanismos de busca, recursos gráficos e oferta de dados abertos[27]; 2) Diários Oficiais Eletrônicos, instrumentos publicados diariamente, com acesso livre dos cidadãos, cuja finalidade é publicar e validar atos administrativos (como nomeações e exonerações, licitações, contratos, editais, etc) do Estado nos âmbitos federal, estadual e municipal[28]; e 3) as diversas

[27] Disponível em: <https://www.portaltransparencia.gov.br/sobre/o-que-e-e-como-funciona>. Acesso em 13 de novembro de 2022.

[28] Disponível em: <https://www.gov.br/imprensanacional/pt-br/assuntos/noticias/diario-oficial-da-uniao-completa-152-anos>. Acesso em 13 de novembro de 2022.

formas de comunicação pública, que cumpre a função de intermediar as relações entre governo e sociedade e, além de ser promotora do debate público, também é um instrumento de prestação de contas e de fazer conhecer os projetos econômicos, políticos e ações do Estado (BRANDÃO, 2012), a partir da publicização das informações, ações e serviços públicos. Essa publicização pode ser feita de formas variadas, como através de releases publicados nos sites oficiais ou enviados para imprensa, campanhas de publicidade, produção de conteúdo para as novas mídias sociais, que são considerados dispositivos que promovem a sensação de participação e debate público e ampliam a independência da comunicação pública com relação aos meios de comunicação de massa. Retomando o questionamento sobre os impactos da democracia digital na comunicação pública, o terceiro item trouxe essa resposta ao apresentar as formas de transparência, participação e publicidade, bem como as múltiplas formas possíveis que a comunicação pública pode explorar no ambiente digital, para promover o acesso à informação com a transparência e a participação exigidas para o desenvolvimento da democracia digital.

Entre os dispositivos de comunicação pública que compõem a democracia digital, este estudo enfatiza os ambientes digitais denominados mídias sociais como *Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Tik Tok*, e, principalmente o *WhatsApp* (meio pelo qual funciona o 'Informa Petrolina'. Recuero (2017) entende que os já mencionados sites de redes sociais são ferramentas que estruturam as redes sociais, estas manifestam-se a partir das conexões e interações das pessoas construídas a partir dos interesses e relações em comum. Para a autora, entre as principais características dessas plataformas virtuais, está a persistência das interações, ou seja, os registros das interações ficam disponíveis no espaço online, o que é útil para a pesquisa e análise dessas mídias.

Segundo Luís Mauro Sá Martino (2020), a possibilidade de estar conectado às mídias sociais a partir de dispositivos móveis, como *smartphones*, viabilizam espaços de participação e troca entre indivíduos, ainda que estejam a longas distâncias. Além disso, como são estruturadas a partir de laços ou interesses em comum, possibilitam trocas de ideias e engajamento dos participantes acerca de uma infinidade de questões, que perpassam temas políticos, culturais, esportivos, socioeconômicos, entre outros. O debate virtual pode ou não resultar em mudanças efetivas na realidade física.

Por isso, Wilson Gomes (2018) entende que essas mídias cumprem diversas funções na vida das pessoas, desde afetivas até políticas e identitárias, a partir do que cada usuário considera relevante ao iniciar as conexões. Incorporadas como ações de comunicação pública, são redes com potencial de engajar mobilizações políticas, o que é natural, já que as próprias ações políticas possuem bases on-line. As contribuições de Martino (2020) e Gomes (2018) nos

permitem, assim, compreender o papel das mídias sociais na conformação de ações de comunicação pública que sejam de “fácil” acesso, possibilitando engajamento e discussões em torno de assuntos de interesse público. Martino enfatiza ainda que é inédita a vitalidade da participação no debate político proporcionado nas mídias sociais, que são espaços de discussão para indivíduos que desejam compartilhar suas ideias, defender posicionamentos ou, simplesmente, opinar sobre a cena política ou assuntos de interesse geral. Essa participação permite a formação de espaços públicos em que há, potencialmente, livre troca de argumentos. O potencial de agendamento dessas mídias, no entanto não significa que todos os assuntos divulgados por uma administração pública terão a atenção dos cidadãos, haja vista que circula um intenso fluxo informacional nesses espaços digitais e que o alcance pode ser influenciado por algoritmos, a depender da mídia social.

Portanto, as mídias sociais digitais, quando usadas como instrumentos de comunicação pública, não só são instrumentos para publicização das ações governamentais, como também podem atuar como meios promotores de participação e transparência, desde que as organizações sejam qualificadas para comunicar com os diferentes públicos, a partir dos canais disponíveis e acessíveis para a população e explorar todas as alternativas possíveis nos meios digitais, que, inclusive, solicitam menor investimento financeiro que a publicização paga nos meios de comunicação de massa. Nas próximas seções, ampliamos o papel das mídias sociais no âmbito da comunicação pública, a partir do entendimento do processo de construção da informação pública nessas redes. Também refletimos sobre como essas mídias transformaram o fluxo de informação e são facilitadoras de um dos principais problemas da atualidade, a desinformação, que tem influenciado até resultados de eleições. Como um dos recortes temporais selecionados para análise do ‘Informa Petrolina’ é relativo ao início da crise sanitária no contexto local e, não só no município, como em todo o mundo, a pandemia foi um período marcado por desinformação, abordamos o papel da comunicação pública no enfrentamento desse problema.

2.1 Construção da informação pública nas mídias sociais

Tornar público por meio das mídias os assuntos, acontecimentos e informações considerados pertinentes, a partir de critérios como atualidade e interesse comum se tornou uma estratégia de legitimação das organizações públicas e privadas, a fim de mobilizar a opinião pública (MONTEIRO, 2018). No jornalismo, diversos fatores podem determinar se um acontecimento vai se tornar notícia e ter visibilidade na mídia, estes podem ter relação com o

conteúdo ou mesmo com o funcionamento dos meios[29]. Do mesmo modo, o desenvolvimento da comunicação pública exige um filtro do que deve ser publicizado, pois nem tudo que ocorre em uma organização atende aos critérios de noticiabilidade ou de interesse público. Para entender melhor os contornos da comunicação pública – ou seja, o que ela abarca em termos de conteúdo - trazemos a categorização de Jorge Duarte (2012), sobre os tipos de conteúdo divulgados pelas administrações públicas. São sete, conforme a lista a seguir: : 1) institucionais, que além de serem associadas à formação e fortalecimento da imagem pública, são relativas ao funcionamento, políticas e, até mesmo, sobre o papel da organização; 2) de gestão, ou seja, as informações sobre as decisões e ações dos agentes públicos no âmbito do interesse geral; 3) de utilidade pública, podem ser educativos e geralmente tratam sobre serviços, funcionamento e orientações de interesse público, com a finalidade de informar sobre horários, campanhas, causas sociais e políticas públicas; 4) de interesse privado que apesar do nome sugestivo que parece se distanciar do bem comum, tem relação com as informações necessárias aos cidadãos e empresas sobre Imposto de Renda e dados bancários; 5) mercadológico, sobre os serviços e produtos com concorrência no mercado; 6) de prestação de contas, que tratam das explicações sobre decisões e uso dos recursos públicos; e 7) dados públicos, que são de números, estatísticas, documentos, legislação e demais dados que são controlados pelos governos mas são necessários ao funcionamento da sociedade. É possível observar que a categorização de Jorge Duarte está alinhada com as dimensões da comunicação pública definidas por Weber (2017), bem como com os eixos de Petters e Paes (2022), discutidos no capítulo 1, que serão a base da nossa análise. A abordagem de Duarte (2012) neste momento é apresentada como uma forma mais esmiuçada dos critérios de noticiabilidade da informação pública.

Conforme já observado no capítulo anterior, no Brasil existem leis que regulamentam o direito ao acesso à informação. Essa, deve ser fornecida pelo Estado com transparência e acessibilidade aos cidadãos interessados. Monteiro (2018), observa que nas organizações públicas, a divulgação de informações não é apenas uma prestação de contas, mas também promove a *accountability* numa sociedade democrática, uma vez que permite aos cidadãos exercerem o papel fiscalizador. Assim, apenas a divulgação das informações pode ser ineficaz, porque, além disso, o cidadão precisa primeiro saber como acessá-la, ter meios para tal e o conteúdo deve ser transmitido com clareza para o entendimento completo do cidadão receptor.

[29] Alsina (2009) são: novidade; imprevisibilidade; valores socioculturais; exercício do poder; violência; crises; o extraordinário; consonância com expectativas da audiência; ocorrer dentro do horário de fechamento de uma edição; continuidade de acontecimentos; composição do meio (como estão organizadas seções ou blocos, linha editorial), entre outros.

Por isso, para o desenvolvimento de uma comunicação pública efetiva é preciso viabilizar oportunidade de levar informação até para os que não estão buscando por ela e, assim, promover o debate público participativo acerca dos temas culturalmente, socialmente, politicamente e economicamente relevantes (DUARTE, 2012).

Nesse sentido, é importante lembrar do papel dos assessores de imprensa das organizações públicas que, segundo Nóbrega (1998), filtram e selecionam o que é relevante ou não para ser publicizado nas mídias e tornar a sugestão de pauta relevante para emplacar nos meios tradicionais. Para tal, são usadas técnicas estruturais semelhantes ao formato de construção de uma notícia, podendo também explorar recursos que envolvam os leitores emocionalmente. Aqui, contudo, não vamos nos estender sobre o tema no contexto da imprensa tradicional, pois voltamos às atenções para as mídias sociais, novas tecnologias que foram incorporadas pelas Assessorias de Comunicação dos órgãos públicos e são consideradas iniciativas de democracia digital.

Antes disso, é pertinente destacar que as mudanças nas formas de comunicar em cada tipo de mídia tem a ver com o contexto do surgimento de cada uma delas, a partir do entendimento da realidade de cada cidadão, como lembra Martino (2020). Essa premissa, segundo o autor, é o que define a Teoria do Meio ou da mídia. Criada por Harold Innis e Marshall McLuhan, essa teoria tem o propósito de compreender como os meios de comunicação podem ser protagonistas das transformações sociais. Ainda segundo Martino (2020), Harold Innis é o precursor da teoria que coloca o meio na centralidade da comunicação ao defender que cada tipo tem características singulares e, à sua maneira, impacta na organização e difusão de conhecimentos nas sociedades. Innis fez contribuições sobre o impacto dos meios na política, ao estudar a antiguidade e concluir que o uso adequado da transmissão de informações por parte do Estado influenciou na ascensão e queda dos Impérios. McLuhan, por sua vez, entende que "o meio é a mensagem". Segundo o autor, o conteúdo transmitido por um meio é outro meio. Por exemplo, a mensagem da rádio é transmitida pela fala, que é a representação oral de uma palavra escrita, que nada mais é que um signo para representar coisas e ideias. Assim, ele buscou compreender como os meios interferem nos processos psicológicos humanos e na percepção de realidade dos receptores das mensagens, uma vez que, para o autor, os meios (tecnológicos ou não) funcionam como extensões do homem (MCLUHAN, 2011).

Dessa forma, enquanto os livros e jornais impressos têm como recursos a escrita e imagens ilustrativas, a rádio e os telefones usam a oralidade e o cinema e a televisão são audiovisuais, o computador (isso inclui tablets, *smartphones*, desktops e *notebooks*) reúne todos esses meios e a internet possibilita o acesso à informação e interação em tempo real. Com tantos

recursos disponíveis nesses meios e a instantaneidade das relações, não é uma novidade falar que a gestão das mídias sociais transformou todo ecossistema informativo, seja das empresas jornalísticas seja das assessorias de comunicação. O impacto desses canais digitais transformou a oferta de conteúdos por serem ambientes de informação descentralizada, promoveu a adoção de novas técnicas, principalmente com apelo emocional, uso de *emojis* e dos recursos multimídia disponíveis, e modificou a forma de participação e engajamento do público consumidor, que está cada vez mais ativo e influente. Por isso, é comum a publicação de textos ou postagens em formatos diversos estimulando o engajamento dos seguidores (CAPELLA; FARIA; DUARTE, 2018). Como o objeto empírico da pesquisa é um canal de comunicação via *WhatsApp*, a partir de agora, discutimos como tem sido a utilização do aplicativo por empresas jornalísticas e órgãos públicos no Brasil.

O *WhatsApp* foi lançado por Brian Acton e Jan Koum em 2009 Dantas (2020) e o nome do aplicativo se deve a um trocadilho com '*What's up*?' (em português: e aí?). O mensageiro instantâneo móvel surgiu, a princípio, como uma alternativa ao SMS, com o diferencial que as mensagens são enviadas via Internet. O crescimento exponencial da rede chamou a atenção do *Facebook* que, em 2014, comprou o aplicativo por 16 bilhões de dólares. Apesar de sua proposta inicial ter sido a utilização como mídia social, atualmente o aplicativo tem novos recursos e pode ser usado com finalidades comerciais, com o *WhatsApp Business*, e, como já mencionado, como instrumento de ação política e canal de comunicação.

Segundo o site do *WhatsApp* e a observação pessoal do mensageiro, na versão comum, o aplicativo disponibiliza aos usuários: criação de perfil; status; stories; lista de contatos; lista de transmissão; conversas (em texto ou áudio) e chamadas (voz ou vídeo) particulares e em grupo; *backup* de conversas; compartilhamento de conteúdos multimídia (áudios, vídeos, documentos, imagens, localização, fotos); emojis e figurinhas para expressar reações; bloqueio de contatos; registros com hora e data do envio das mensagens; e arquivamento de conversas. A versão do aplicativo para negócios, também dispõe de: catálogo; pagamento; interação automática (saudação, ausência e respostas rápidas); anúncios; estatísticas de mensagens de acesso; encontrar empresas próximas à sua localização; e controle de pedidos a partir de etiquetas. As duas versões do *WhatsApp* também podem ser espelhadas do celular em notebooks ou *desktops*, através de QR CODE. Entre os recursos relativos à privacidade, pode-se mencionar a confirmação de leitura, autorizações para quem pode visualizar informações pessoais (status, nome, foto do perfil), confirmação em duas etapas (que pede senha para confirmar número e acessar mensagens). Mas o principal é a criptografia de ponta a ponta, ou seja, todas as conversas têm um código que, segundo Dantas (2020) garante a proteção de qualquer tipo de

mensagem, sendo acessíveis apenas aos emissores e receptores. A recusa da empresa em quebrar o sigilo de conversas pelo aplicativo, mesmo com solicitação da Polícia Federal no Brasil, já resultou cobranças de multas milionárias[30] para a empresa e bloqueio temporário[31] do serviço no Brasil.

De acordo com o estudo *WhatsAppening to the news*[32], divulgado em abril de 2021, a imprensa brasileira usa o *WhatsApp* de forma limitada. O estudo analisou 18 canais de informação via mensageiro instantâneo ligados à grupos midiáticos e verificou padrões, formatos, linguagem, recursos utilizados (emojis, imagens, vídeos, áudios, etc) durante 120 dias. Os resultados apontaram essas instituições não apresentaram uma unidade nas estratégias de comunicação e linguagem por esse meio. O formato também é variado, desde os tamanhos das mensagens, até o modo de transmissão (grupos ou listas de transmissão). Também não há uniformidade na quantidade de notícias por dia e uso ou não de recursos multimídia. Um fator em comum entre 18 canais de mídia via mensageiro instantâneo analisados, é a utilização dos emojis, fortemente utilizado na comunicação interpessoal via *WhatsApp.*

Sobre os hábitos de consumo de informação, o levantamento de Giuliander Carpes e Enric Moreu (2021) também mostra que consumidores de notícias pelos aplicativos móveis costumam acessar esse tipo de conteúdo diversas vezes ao dia, aproveitando intervalos ou mesmo enquanto desenvolvem outras atividades, por isto, atribuem a este tipo de comportamento o conceito de Boczek & Koopers “News snacking” (em português, lanche de notícias). Outro apontamento de Carpes e Moreu (2021) foi o uso do canal em horários restritos, ou seja, apesar de ser uma plataforma móvel, disponível em tempo integral, é usada com moderação pelos veículos de comunicação. Os pesquisadores justificam essa escolha das organizações a partir de três possíveis leituras: a depender do horário, a notícia pode não ser acessada; o excesso de conteúdos pode sobrecarregar o público com notificações; e evitar silenciamento ou bloqueios. O estudo evidencia também, que o mensageiro instantâneo tem sido usado para disseminação de desinformação, principalmente sobre assuntos políticos, na América Latina, por isto, a mídia dá preferência a compartilhar este tipo de conteúdo na comunicação via *WhatsApp*, muito embora o público esteja mais interessado em notícias

[30] Disponível em: http://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2016/06/whatsapp-e-multado-por-se-recusar-quebrar-sigilo-de-mensagem.html. Acesso em 17 de novembro de 2022

[31] Disponível em: http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/05/whatsapp-bloqueio-e-8o-capitulo-de-disputa-entre-justica-brasileira-e-empresas-de-tecnologia.html. Acesso em 17 de novembro de 2022.

[32] Pesquisa feita o pesquisador brasileiro Giuliander Carpes, doutorando em Ciências da Comunicação e Informação (University of Toulouse III), e pelo pesquisador espanhol Enric Moreu (Dublin City University). Projeto financiado pelo programa de pesquisa e inovação Horizonte 2020 da União Europeia. Disponível em: <https://whatsappening.joltetn.eu/>. Acesso em 6 de janeiro de 2022.

policiais, esportes e celebridades.

Mesmo fora do contexto desta dissertação que está debruçada sobre as estratégias de comunicação pública e democracia digital, optamos por apresentar a pesquisa *WhatsAppening to the news* sobre as organizações jornalísticas, por considerar relevante observar as estratégias de comunicação e linguagem permitidas pelo aplicativo no contexto da difusão de informações. Mas, se para as empresas de comunicação o uso do *WhatsApp* não é consenso no sentido de difusão de conteúdo, Capella, Faria e Duarte (2018) afirmam que o *WhatsApp* está consolidado na lista de canais digitais usados nas assessorias de comunicação, por serem muito usados para compartilhamento de releases dos assessores aos jornalistas. Segundo os autores, a rede social promove impactos jornalísticos e populares, ao mesmo tempo que é considerado mediano quanto a credibilidade de conteúdo e variedade de recursos.

O 'Informa Petrolina' surge como uma alternativa ao modelo de utilização relatado por Capella, Faria e Duarte (2018), por propor um canal de comunicação pública via *WhatsApp* que não é restrito apenas às relações entre fonte-assessor-imprensa, mas sim a adesão e interação da população. Consultamos a *WDay*, responsável pelo gerenciamento do fluxo de informações do 'Informa Petrolina', e a empresa forneceu dados e exemplos de outras prefeituras municipais como Venâncio Aires (RS), Pelotas (RS), Caruaru (PE) e Palmas (TO), que também contam com iniciativas similares à desenvolvida pela Prefeitura de Petrolina. Entre esses municípios, o primeiro a adotar a iniciativa foi Pelotas, no Rio Grande do Sul, no dia 21 de agosto de 2019, com a finalidade de informar sobre ações, serviços e alertas da prefeitura, além de possibilitar o envio de sugestões e dúvidas sobre o serviço público, conforme anunciado pela administração municipal[33]. De acordo com a empresa que gerencia o fluxo de informações, *WDay*, o canal desse município tem 39.181 cidadãos cadastrados (até novembro de 2022), enquanto a população estimada de 343.826 habitantes segundo o IBGE[34]. Observamos aqui, um discurso semelhante ao usado pela Prefeitura de Petrolina no lançamento do 'Informa Petrolina', já mencionado na introdução. O que leva ao entendimento que ambos os canais estão sendo usados de forma semelhante.

Com base nas reflexões sobre a Teoria do Meio e considerando a diversidade de possibilidades comunicativas a partir desse mensageiro instantâneo, a construção da informação pública, incluindo conteúdo, linguagem e recursos utilizados, transmitida pelo objeto empírico desta pesquisa, é um dos elementos de análise do estudo de caso desenvolvido no próximo

[33] Disponível em: <https://www.pelotas.com.br/noticia/entre-em-contato-com-a-prefeitura-pelo-novo-canal-via-whatsapp>, Acesso em 1º de dezembro de 2022.
[34] Disponível em: https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/rs/pelotas.html . Acesso em 1º de dezembro de 2022.

capítulo.

2.2 Fluxo de informação e desinformação nas mídias sociais

No início deste capítulo abordamos brevemente que a desinformação é um dos grandes problemas enfrentados pela comunicação da atualidade. Um dos pontos chave desta pesquisa é verificar se o 'Informa Petrolina' é usado com este propósito, principalmente durante o período da crise sanitária da covid-19, período em que a desinformação se tornou uma preocupação internacional com consequências graves para a saúde pública. O ponto curioso e que merece destaque é que o prefeito que conduziu a crise sanitária no município, Miguel Coelho, é aliado ao Governo Federal, e filho do senador Fernando Bezerra Coelho (atualmente no MDB), que foi líder do governo Bolsonaro no senado de 20 de fevereiro de 2019 até entregar o cargo em 15 de dezembro de 2021[35]. Mas antes de tratar desse assunto, vamos compreender como funciona o fluxo de informações nas mídias sociais e por que elas são consideradas espaços facilitadores para difusão de conteúdos falsos.

Em 1964, McLuhan previu que as transformações tecnológicas e a velocidade instantânea iriam modificar as relações sociais e o fluxo de informações, este seria acessível a todos os indivíduos que estariam conectados entre si como em uma vila, foi o que ele chamou de aldeia global. Com base nesse conceito, Raquel Recuero (2014) faz um esboço de como ocorre o fluxo de informações e seus efeitos nas redes sociais digitais a partir da Teoria do Meio de McLuhan, ventilada na seção anterior. A pesquisadora defende que "a rede é a mensagem", mas que ela (a rede) deve ser pensada como um meio e não como um grupo de indivíduos. O estudo dá ênfase às redes sociais na internet. Esse posicionamento nos interessa, porque entender a maneira pela qual o *WhatsApp*, que também é uma plataforma de rede social digital, funciona, influencia na compreensão das formas de comunicação possíveis e em como as instituições públicas se comunicam através dele.

Recuero (2014) argumenta que as redes sociais digitais são representações dos indivíduos no universo online, que se relacionam com representações de outros atores no meio digital. As conexões nas redes *on-line* podem ser mais duradouras que as *offline*, porque não exigem manutenção dos laços. Esses podem ser fortes (com troca de interações frequentes) ou associativas, que são mantidas apenas pela plataforma da rede social digital (são exemplos o *Twitter*, *Instagram*, *Facebook*, *WhatsApp*, *TikTok*, etc). Isso significa dizer que pode ou não existir uma troca de engajamentos entre os perfis dos usuários que estão conectados entre si,

[35] Disponível em: https://jc.ne10.uol.com.br/politica/2021/12/14921640-apos-perder-disputa-pelo-tcu-fernando-bezerra-coelho-entrega-lideranca-do-governo-bolsonaro-no-senado.html Acesso em 24 de novembro de 2022

porém, mesmo quando não há trocas, não há impedimentos para que eles permaneçam conectados e acessando os conteúdos um do outro, a não ser que um dos indivíduos desfaça a conexão. As conexões fracas são as grandes promotoras da difusão de informações diversificadas entre os diferentes grupos sociais.

O fluxo de informações nas redes sociais digitais ocorre de forma complexa, pois cada plataforma possui suas próprias características e funciona como um meio de comunicação. Deste modo, a difusão de informações a partir dessas redes é feita a partir da dinâmica coletiva das representações dos atores sociais envolvidos. Isso significa que não há um centro para o início do trânsito de conteúdo, na verdade a difusão de informações está em todos os lugares, ocorre sem custos e circulam por diversos grupos e ficam armazenadas na rede (RECUERO, 2014).

Para Recuero (2014), uma das principais consequências que a forma descentralizada de difusão de informações nas plataformas das redes sociais digitais provoca é o efeito cascata, ou seja, que podem impactar de forma massiva a opinião e a ação dos indivíduos. A autora avalia que "cascatas informativas podem ser positivas, quando trazem uma informação relevante para um determinado grupo de atores, ou negativas, quando a informação é falsa" (RECUERO, 2014, p. 7).

Cabe aqui discutir e diferenciar os três conceitos trazidos por Wardle e Derakhashan (2017), que são tratados como transtornos ou desordem da informação. São eles: a) desinformação - uma informação falsa, geralmente criada com objetivo de prejudicar/difamar; b) misinformação - informações erradas e não foram criadas para prejudicar ou causar outros tipos de danos; e c) má-informação - informações verdadeiras, usadas com o intuito de prejudicar os envolvidos. Nesse sentido, é preciso considerar elementos como criação, produção, distribuição, finalidade, formato, características da mensagem e a interpretação do receptor para compreender a qual transtorno da informação o fato está relacionado. Mas, em qualquer um desses sentidos, uma informação falsa, errada ou incompleta pode ser responsável por subverter valores e criar contrafluxos no entendimento, participação e ativismo dos atores das redes.

Um exemplo de efeito cascata mundial ocorreu com a pandemia da Covid-19, que levou a criação do termo "infodemia", adotado pela própria Organização Mundial de Saúde para definir a exposição da população a um número excessivo de informações relacionadas à pandemia, sendo elas verdadeiras ou boatos (RODRIGUES, 2020), o que potencializou o cenário de desinformação durante o período. Ou seja, além de estar enfrentando uma crise

sanitária internacional, o combate à desinformação tornou-se, também, um desafio a ser enfrentado no período.

No Brasil, o *WhatsApp* foi um dos principais meios responsáveis pela "infodemia". Em 2020, a Escola Nacional de Saúde Pública (Ensp/Fiocruz), divulgou um estudo que apontou que 73,7% das informações falsas relacionadas à covid-19 recebidas pelo aplicativo *Eu Fiscalizo*[36], foram disseminadas via *WhatsApp*. Outra pesquisa feita pelo Data Senado 'Redes Sociais, Notícias Falsas e Privacidade de Dados da Internet', divulgada em novembro de 2019, apontou que 79% dos brasileiros com acesso à internet afirmaram que o aplicativo de mensagens é sua principal fonte de informações. Ainda segundo a pesquisa, 47% deles consideram difícil identificar uma informação falsa.

Se retomarmos as contribuições de Julio Cesar Meneghini (2020), compreendemos melhor o funcionamento do mensageiro. Ele levanta dois motivos pelos quais o *WhatsApp* se diferencia de outras redes digitais: 1) as interações entre os atores são direcionadas, ou seja, atingem um receptor individual ou que faça parte de um grupo, o que não ocorre do *Twitter e Facebook,* que são publicados de forma aberta aos seguidores ou ao o público em geral (a depender da escolha de privacidade do usuário); e 2) a criptografia de ponta a ponta, que garante o anonimato da origem de uma mensagem, mesmo quando está sinalizada como "encaminhada", o que evidencia que quem compartilhou a informação não foi o autor do conteúdo. O compartilhamento de informações em outras mídias sociais geralmente costuma mostrar a conta atrelada à postagem. Outra característica dessa rede social digital é o potencial de viralizar informações rapidamente (SANTOS; FREITAS; ALDÉ; CUNHA, 2019). Todas essas questões podem justificar a larga utilização do mensageiro para propagação de desinformação.

Wardle e Derakhashan (2017) pontuam que empresas de tecnologia, como *Apple e Facebook*, desenvolveram mecanismos para derrubar robôs (contas falsas) e fazer verificações de fatos e informar ao usuário sobre a veracidade das informações. O *WhatsApp*, que também pertence a *Meta* (mesma empresa que é dona do *Facebook*) também criou estratégias de combate à desinformação[37], levando em consideração as particularidades do meio. Essas políticas iniciaram após as investigações sobre compartilhamento de mensagens em massa

[36] De acordo com a descrição do aplicativo: É um aplicativo usado para avaliar conteúdos veiculados nos meios de comunicação e entretenimento". Disponível em: <https://agencia.fiocruz.br/pesquisadoras-da-fiocruz-lancam-novo-aplicativo-eu-fiscalizo>. Acesso em: 06 de agosto de 2021, às 21h10.

[37] Disponível em: https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/noticia/2018/10/19/whatsapp-bane-contas-de-empresas-suspeitas-de-disparar-mensagens-em-massa-durante-as-eleicoes.ghtml . Acesso em 24 de novembro de 2022.

associadas à desinformação nas eleições de 2018. Entre as medidas tomadas pela empresa *Meta* estão o banimento de contas de empresas suspeitas de fazer essa difusão massiva de conteúdos, além de restrições individuais na quantidade de encaminhamentos permitidos de uma mensagem[38]. Agora, o usuário pode encaminhar uma mensagem criada por ele mesmo para cinco contatos/grupos, mas se for um conteúdo reencaminhado, o limite encaminhamento de encaminhamento é de um grupo por vez. Além disso as mensagens são identificadas como "encaminhada" e "encaminhada com frequência". Antes da mudança, em ambas as situações era permitido encaminhar as mensagens para até cinco contatos/grupos.

Mesmo com o auxílio da tecnologia, é um grande desafio para a imprensa e para os governos combater os mecanismos da desinformação (MELO et al., 2020). Com as políticas de privacidade, é impossível controlar, por exemplo, o fluxo de informações compartilhadas via mensageiros instantâneos. Apesar das limitações no controle da produção e reprodução de conteúdos falsos, criar comunicações de enfrentamento à desinformação é um dever da comunicação pública, principalmente quando relacionados aos assuntos que podem ser vitais para uma sociedade. Mais uma vez, apontamos o exemplo a "infodemia" em decorrência da pandemia da covid-19, no período, informações falsas, erradas ou incompletas foram compartilhadas sobre surgimento do vírus que supostamente teria infectado humanos devido à sopa feita com morcegos na China, tratamento com medicações sem evidência científica (cloroquina e ivermectina) e suposto chip nas vacinas para mapeamento genético, que incitou um movimento anti vacina por parte da população. A comunicação pública brasileira, no âmbito do executivo federal, contudo, não foi exemplo no combate à desinformação nesse período, pelo contrário, o Ministério da Saúde incentivou o suposto tratamento preventivo com hidroxicloroquina e cloroquina, enquanto a Casa Civil negou a divulgação de estudos do Centro de Coordenação das Operações do Comitê de Crise da Covid-19 sobre essas substâncias (NAPOLITANO; ORLANDO; SILVA; STROPPA, 2022). Os pronunciamentos oficiais do presidente Jair Bolsonaro minimizaram a gravidade da doença – que, até o momento, matou mais de 600 mil brasileiros – indo de encontro às recomendações das autoridades mundiais em saúde sobre o isolamento social, por exemplo. Também pode ser mencionada a ocorrência da retirada dos dados oficiais sobre a covid-19 no Brasil do site do Ministério da Saúde, em junho de 2020, como o número total de casos, mortes e taxa de contaminação e letalidade por 100 mil habitantes. Algumas informações voltaram à rede por determinação do Supremo Tribunal Federal (NAPOLITANO; ORLANDO; SILVA; STROPPA, 2022). Também é válido lembrar

[38] Disponível em: https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2022/04/14/whatsapp-limita-reencaminhamento-de-mensagens-a-1-destinatario-ou-grupo-por-vez.ghtml Acesso em 24 de novembro de 2022.

que até mesmo a vitória do presidente Jair Bolsonaro, nas eleições de 2018, é atribuída por pesquisadores ao laboratório de desinformação nas plataformas das redes sociais digitais, tirando proveito da descrença e decepção da população com os partidos políticos tradicionais (PT e PSDB, por exemplo), investigados por crime de corrupção (SIMÕES; SILVA, 2022).

Diante desse cenário de desinformação, vale salientar que é importante criar oportunidades de acesso à informação aos cidadãos que sejam adequados à cada indivíduo, independentemente da posição na estrutura social, é uma iniciativa que deve partir do poder público, mesmo porque, como enfatiza Duarte (2012), a população que mais precisa receber informações sobre políticas públicas sociais é, possivelmente, a que menos tem acesso.

2.3 Pesquisa sobre *WhatsApp* em contexto de comunicação social no Brasil

Os mensageiros instantâneos não são fenômenos recentes. Dantas (2020) argumenta que as primeiras experiências de trocas de mensagens em tempo real surgiram ainda na década de 1970, antes mesmo da criação da internet, a partir de sistemas fechados de computadores (principalmente nas bases militares). Segundo o autor, entre os anos 1990 e 2000, com a ampliação do acesso à internet, os sistemas de troca de mensagens online, sobretudo em forma de texto, foram consolidados e serviços de e-mail, bate-papos *como mIRC, ICQ, MSN, Orkut, Google Talk, Facebook*, entre outros, foram consolidados. A partir de 2010, com o avanço das Tecnologias da Informação e Comunicação, foram desenvolvidos aplicativos que possibilitam troca de mensagens (de texto e multimídia), chamadas e videochamadas, *como Facebook Messenger, WhatsApp, Hangouts, Skybe, Viber*, etc. Entre as principais características dos mensageiros instantâneos estão: a possibilidade de comunicação particular entre as pessoas; a troca de mensagens instantânea; status; notificações que informam recebimento de novas mensagens; bate-papo individual ou em grupo; e listas de contados. O Informa Petrolina explora sobretudo a interlocução direta entre emissor (serviço público) e receptor (cidadãos cadastrados, a partir divulgação de conteúdo institucional em horários agendados ou instantâneo, conforme escolha da Coordenadoria de Comunicação do município, e interação instantânea entre população e gestão no horário comercial.

Atualmente, o mensageiro instantâneo *WhatsApp* é a mídia social mais usada no Brasil, com a adesão de 78% da população, e ocupa o segundo lugar como a rede online mais usada com fins de informação (41%), ficando atrás apenas do YouTube (43%), de acordo com o Relatório do Instituto Reuters (2022). Apesar desses dados significantes, a relevância dessa mídia social enquanto fonte de informações parece ter ocorrido de maneira espontânea, uma vez que a mídia social é pouco explorada enquanto fonte de informações por organizações

jornalísticas.

Já vimos que a pesquisa sobre o mensageiro instantâneo é recente. Por isso, neste tópico, nos debruçamos sobre o estado da arte da pesquisa sobre o *WhatsApp* nos campos de conhecimento da comunicação social no Brasil, posto que nosso objeto empírico é o 'Informa Petrolina', canal de difusão de informações via *WhatsApp* da Prefeitura de Petrolina. Neste Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba, por exemplo, já foram desenvolvidas duas pesquisas sobre o *WhatsApp*, porém nenhuma delas envolvendo comunicação pública. A mais recente "Jornalismo de proximidade e hiperlocal: *smartphones* na produção da notícia no telejornalismo", foi publicada em 2020 pela pesquisadora Adriana Bagno Alves Pinto. A pesquisa investigou os impactos do uso dos *smartphones* nas práticas e nos processos produtivos da redação da TV Tambaú, a partir dos conceitos de convergência e jornalismo hiperlocal.

Outro trabalho desenvolvido no PPJ da UFPB, "*WhatsApp* e a notícia no programa CBN João Pessoa - reconfiguração da produção jornalística na redação de radiojornalismo", de Adriana Simone da Costa, em 2018. O estudo faz reflexões sobre a capacidade interativa do mensageiro instantâneo que transformou a experiência dos ouvintes e as rotinas produtivas dos profissionais. Antes disso, em 2016, mais um estudo sobre o uso desse aplicativo como instrumento de jornalismo participativo foi desenvolvido, com o título "Práticas do *WhatsApp* no Bom Dia Paraíba: novas rotinas produtivas no telejornalismo", por Raíssa Lima Onofre. Para embasar a análise, a pesquisadora discutiu rotinas profissionais e novas práticas jornalísticas, além de apresentar no arcabouço teórico a partir sobretudo de abordagens construtivistas, Teoria do *Newsmaking* e convergência midiática.

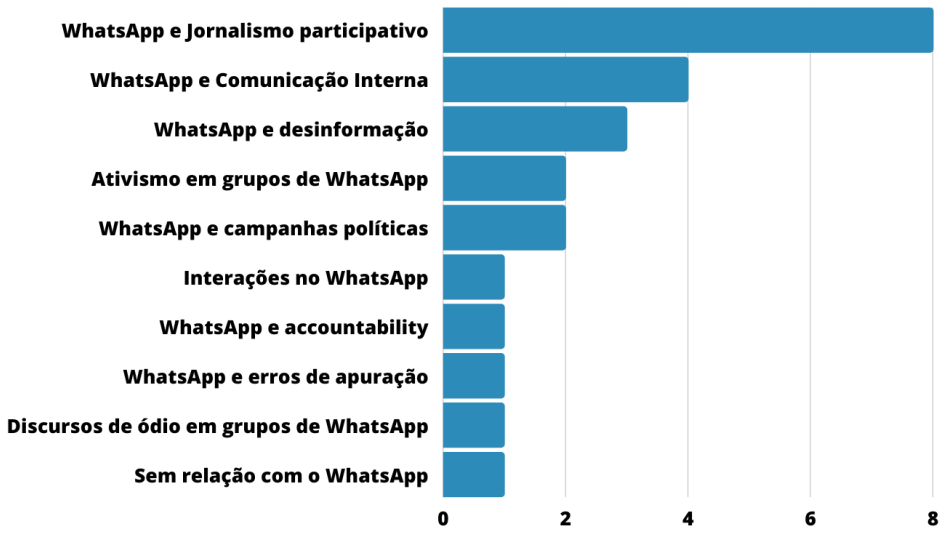
A pesquisa na Plataforma Sucupira mostra também que grande parte da pesquisa sobre o *WhatsApp* no contexto da Comunicação Social está relacionada ao jornalismo participativo, adaptação às novas tecnologias, práticas e rotinas profissionais. Conforme mencionado na introdução, a busca pela palavra-chave "*WhatsApp*", com o filtro "área de conhecimento: comunicação", no período de 2018 a 2022, resulta em: cinco teses e 24 dissertações. Entre as dissertações de mestrado, a maioria (oito delas) analisa as relações entre *WhatsApp*, jornalismo participativo, rotinas produtivas em meios de comunicação jornalísticos. A quantidade de pesquisas com esse enfoque se justifica pela pertinência do tema, pois o jornalismo participativo viabiliza discussões diversas, que vão de horizontalização dos meios de comunicação de massa, representação e interatividade, até a precarização da atividade profissional e decadência na apuração de notícias. Além disso, o uso do mensageiro instantâneo transformou a dinâmica nas redações em todos os sentidos, já que ele passou a ser usado com várias finalidades, como

sugestões de pautas, solicitação de entrevistas, realização de entrevistas, recebimento de denúncias, solicitação de notas, e comunicação interna nas redações, por exemplo.

Inclusive, uma das pesquisas catalogadas na Plataforma Sucupira, que também aborda *WhatsApp* e jornalismo participativo, foi desenvolvida na Paraíba. A dissertação "Telejornalismo na cibercultura: a incidência do jornalismo declaratório nas TVs de Campina Grande e sua operacionalidade através do *WhatsApp"*, de Eveline Regina Gonçalves, foi apresentado em 2018, ao programa de Comunicação e Culturas Midiáticas da Universidade Federal da Paraíba. O estudo analisou como o uso das novas tecnologias, principalmente do *WhatsApp*, contribuiu para prática do que ela chama de "jornalismo declaratório", baseado na declaração de apenas uma fonte, nas três emissoras de televisão de Campina Grande, a partir da exibição de vídeos e fotos enviados por essas fontes aos telejornais, o que traz implicações tanto nas rotinas e práticas jornalísticas, quanto na qualidade da notícia divulgada.

Ainda sobre as dissertações, o tema que ficou em segundo lugar, com quatro estudos, analisa o uso do mensageiro instantâneo na comunicação interna de organizações. Outras três pesquisas, abordam desinformação, duas são sobre ativismo em grupos de *WhatsApp* e duas discutem o uso do mensageiro em campanhas políticas. Como podemos observar no gráfico 1, As demais são sobre: participação digital e gestão compartilhada; erros de apuração jornalística; interação e *accountability* no *WhatsApp*; discursos de ódio em grupos abertos; e uma não tem relação com o mensageiro instantâneo.

Gráfico 1- Pesquisa sobre WhatsApp e comunicação no Brasil



Fonte: Plataforma Sucupira (2022)

Há, contudo, diversidade temática na abordagem sobre o *WhatsApp* na área da comunicação nas cinco teses de doutorado disponíveis no catálogo da Plataforma Sucupira, que introduzimos a seguir, para evidenciar as dimensões que a pesquisa sobre o *WhatsA*pp no âmbito da comunicação pode alcançar e em que contexto a presente pesquisa pode contribuir com os avanços dos estudos nesta área. Sendo assim, as teses desenvolvidas sobre o tema nos últimos cinco anos são:

1) "Gerenciamento da privacidade em interações mediadas por *instant messengers* móveis", por Marcel Rodrigues Queiroz Ayres Dantas, para o Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia, em 2020. O trabalho investigou o gerenciamento, por parte dos usuários, da privacidade nas interações do *WhatsApp*, a partir das contribuições do sociólogo Erving Goffman. Entre as conclusões, a pesquisa mostra que a plataforma tem recursos de privacidade limitados e considerados insuficientes para garantir a proteção da privacidade almejada pelos usuários;
2) "O *WhatsApp* como ferramenta de apuração: erros jornalísticos originados em grupos restritos a repórteres e fontes na área de segurança pública do DF", tese de Isa Coelho Stacciarini, para o Doutorado em Comunicação da Universidade de Brasília, 2019. Pesquisa que investigou processos de apuração, publicação e erros em notícias jornalísticas que foram pautadas a partir de informações recebidas por *WhatsApp*, a partir da análise de três portais: Correio Braziliense, G1DF e Metrópoles. O estudo aponta que fatores como pressa e confiança nas fontes oficiais podem ocasionar falhas na apuração jornalística via mensageiro.
3) "O *WhatsApp* no Extra (RJ) e no Diário Gaúcho (RS): a participação da audiência na reconfiguração do processo de produção da notícia", tese desenvolvida por Patrícia Pivoto Specht, para o Doutorado em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica Do Rio Grande Do Sul, 2019. Esse é mais um trabalho que discute o jornalismo participativo, a partir da análise das interações entre os leitores dos jornais e as respectivas redações via aplicativo. Entre os resultados encontrados, a pesquisa aponta que grande parte das interações resultam em pautas e conteúdos para os jornais, porém, entre as limitações destacadas, existe uma precarização na atividade jornalística.
4) "Vínculos de ancoragens e enquadramentos temáticos: olhares itinerantes às interações midiatizadas em grupo", tese de Fernando Luiz Nobre Cavalcante para o Doutorado em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, em 2019. Analisa as interações em um grupo de *WhatsApp* ligado à uma política diplomática dos Estados

Unidos, que difunde informações sobre empreendedorismo e *startups*. O estudo investiga as estratégias comunicativas que são roteirizadas na rede, com a finalidade de mobilizar a opinião pública.

5) "Sociabilidade e solidariedade via *WhatsApp* nas gerações Baby Bommers e XY: uma análise das relações interpessoais mediadas tecnologicamente", tese de Joaquim Welley Martins, para o Doutorado em Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, em 2018. Faz uma análise da comunicação via *WhatsApp* entre duas gerações as dos nascidos entre 1945-1964 e da geração de 1976-1984, para compreender como a ascensão das novas tecnologias afeta as práticas sociais e de solidariedade humanas.

A partir deste resumo, selecionamos trabalhos (por convergirem com esta pesquisa que propõe um estudo de caso do 'Informa Petrolina',) para o nortear o arcabouço teórico sobre o mensageiro. Os autores selecionados abordam *WhatsApp* a partir das seguintes perspectivas: gerenciamento de privacidade; participação digital; e *accountability*. Os trabalhos sobre campanha política e desinformação (MENEGHINI, 2020), e privacidade (DANTAS, 2020) não serão aqui explorados, pois já foram mencionados neste capítulo, nas seções anteriores. Portanto, são selecionadas as dissertações de Camila Luciana Goes Capiberibe (2020) e Aline Berriel Veroneze Da Costa Leite (2018), por fazerem a abordagem do mensageiro instantâneo no contexto da comunicação pública. Apesar das iniciativas serem distintas da proposta do 'Informa Petrolina', Capiberibe discute processos de gestão compartilhada e democracia digital a partir do *WhatsApp*, enquanto Leite discorre sobre participação e *accountability* no serviço público via *WhatsApp*. Ambos os temas dialogam com o que o 'Informa Petrolina' propõe, por isto merecem ser aqui contemplados.

Apesar de não ter recursos voltados especificamente para a comunicação política, no Brasil o *WhatsApp* tem sido largamente utilizado nos processos políticos-eleitorais (CAPIBERIBE, 2020). Embora a utilização por entidades governamentais não esteja prevista pela empresa do aplicativo, a apropriação dos governos da plataforma acontece de diferentes maneiras como, por exemplo, com a criação de projetos de Gestão Compartilhada. Este projeto, é um instrumento de ação pública que promove participação cidadã e trabalho colaborativo entre sociedade civil, governo e iniciativa privada, visando a tomada de decisões coletivamente. A pesquisa desenvolvida por Capibaribe (2020) analisou o funcionamento e as interações em grupos de *WhatsApp* do projeto de Gestão Compartilhada do município Conde, na Paraíba, com o propósito de observar a execução da iniciativa democrática, a partir da observação de fatores como participação popular, orçamento participativo, transparência, promoção do debate público

e deliberação. Sobre o uso do *WhatsApp* a pesquisadora apontou como vantagem o fato ser um aplicativo que já está instalado na maioria dos smartphones. No entanto, o espaço para debate público se limita no aplicativo, já que há nos grupos abertos enfrentam as do aplicativo, como, por exemplo, limite do número de participantes nos grupos. Mesma limitação que afeta o 'Informa Petrolina'.

Ainda sobre as aplicabilidades no serviço público, Leite (2018), analisou as transformações das relações entre a Polícia Militar do Rio de Janeiro, sociedade civil e meios de comunicação devido ao uso do *WhatsApp*, a partir de um mapeamento da teia de relações dos diversos grupos no mensageiro do qual fazem parte (entre policiais, policiais e imprensa, policiais e sociedade civil, entre outros). Nesse sentido, a pesquisadora refletiu acerca das novas perspectivas quanto à participação, fluxo de informações e *accountability* da corporação. Sobre participação da sociedade civil, a Polícia Militar do Rio de Janeiro observou que o contato via *WhatsApp* diminuiu as versões controvérsias sobre ações policiais, que eram consideradas corruptas e, até mesmo, ineficazes, pois ter os chamados atendidos através do contato direto modificou a percepção de cidadãos e propiciou relação de confiança com determinadas comunidades. Entre as transformações no fluxo de informações, Leite (2018) expõe que a Coordenadoria de Comunicação do órgão de segurança pública citou que o mensageiro instantâneo possibilitou estreitamento de relações com a corporação, facilitando o processo de apuração dos fatos para divulgação de informações e notas de resposta solicitadas pela imprensa, posto que, até então, ficavam reféns da resposta dos comandantes. Apesar de ter ampliado as demandas de trabalho, o *WhatsApp* também proporcionou agilidade na interação com os veículos de comunicação, tropas e população civil. Com relação a *accountability*, Leite (2018) pontua a fragilidade da Polícia Militar do Rio de Janeiro, compreendendo que ainda precisa avançar neste sentido. Apesar da corporação ter intensificado ações de divulgação nas diversas mídias socias, como pelo *WhatsApp*, artes com contatos da corregedoria para investigação de possíveis denúncias, ainda faltam mecanismos adequados de controle interno e externo.

Diante do exposto, consideramos que a palavra-chave para definir a pesquisa sobre o *WhatsApp* no contexto da comunicação social no Brasil é participação, principalmente pela própria finalidade do aplicativo que, segundo o site institucional[39], é ser um instrumento simples e confiável para manter contato com familiares e amigos através de mensagens. Apesar do *WhatsApp* não dispor de recursos digitais específicos para ser usada como plataforma de

[39] Disponível em: https://www.whatsapp.com/ . Acesso em 1º de dezembro de 2022.

comunicação ou com iniciativas de democracia digital, a apropriação da plataforma com estes fins se justifica pela popularidade do aplicativo no Brasil e pelas características que são amigáveis aos usuários, como a interface simples do mensageiro. O aplicativo se tornou um agente modificador nas relações interpessoais, dinâmicas de trabalho e fluxo de informações. O principal desafio no uso do instrumento pelo Estado é desenvolver estratégias a partir dos recursos disponíveis e com a minimização das limitações da plataforma, para que seja possível consolidar novas políticas públicas de acesso à informação, participação e democracia digital via mensageiro instantâneo. Por isso, o presente estudo visa contribuir com a pesquisa sobre o *WhatsApp* no âmbito da comunicação pública, a partir da análise do canal de difusão de informações públicas e interação com a população 'Informa Petrolina', mediado pela Coordenadoria de Imprensa da administração municipal, apresentado como objeto empírico no próximo capítulo.

3 PERCURSO TEÓRICO METODOLÓGICO

Conforme apresentado desde o início da pesquisa, a proposta deste estudo é identificar as práticas e estratégias de informação e comunicação no canal de *WhatsApp* 'Informa Petrolina', gerenciado pela Coordenadoria de Comunicação da Prefeitura de Petrolina. Para tanto, foi definido como objetivo geral desta pesquisa fazer um estudo de caso sobre o canal de comunicação via *WhatsApp* da Prefeitura de Petrolina, o 'Informa Petrolina', a partir da análise das práticas de comunicação do canal e das interações com os cidadãos. Quanto aos objetivos específicos, pretendemos: 1) Analisar o conteúdo dos informativos compartilhados por meio de categorias pré-estabelecidas (que serão detalhadas a seguir), a fim de identificar as estratégias comunicacionais – voltadas para a transparência e participação, que ganham relevo em períodos de conflito social- empregadas e como a Prefeitura comunica com seus cidadãos; 2) Fazer um levantamento quantitativo das mensagens enviadas pela população ao 'Informa Petrolina', a partir da categorização dessas interações (que também serão detalhadas no decorrer deste capítulo), com o intuito de identificar que tipo de interação é possível pelo canal e como é utilizado pelos cidadãos; e 3) verificar como questões e interesses políticos aparecem no canal 'Informa Petrolina' entrelaçados a questões de interesse público.

Os objetivos foram definidos com a finalidade de responder à questão central: Quais são as práticas e estratégias de informação e comunicação públicas elaboradas pela Prefeitura de Petrolina e divulgadas via canal institucional de *WhatsApp* 'Informa Petrolina'? Além de elucidar outros problemas relacionados ao objeto empírico: como a estratégia de comunicação estabelece relações entre o poder público municipal e os cidadãos? Como o mensageiro instantâneo é usado em termos de transparência e participação? E se o uso do dispositivo altera a concepção de informação pública?

Para buscar respostas para a problemática apresentada, a pesquisa será desenvolvida em etapas. Segundo Weber e Locatelli (2022), na pesquisa em comunicação os resultados encontrados podem divergir a depender do recorte temporal, principalmente quando existe a seleção de períodos de normalidade *vs* momentos de conflito social. Logo, o 'Informa Petrolina', objeto da presente análise, será analisado a partir de três recortes temporais. O primeiro a ser analisado é o período entre 10 e 30 de setembro de 2019, correspondente à criação da plataforma de comunicação pública. O segundo será o período de 16 de março de 2020 a 5 de abril de 2020, recorte selecionado em virtude da existência do conflito social mencionado pelos pesquisadores, além da relevância histórica, por ter sido marcado pelo início da pandemia da covid-19 no município do sertão pernambucano. A pesquisa considera a pandemia uma

situação de conflito social, devido ao caos gerado no sistema de saúde em âmbito mundial, ao pânico da população, bem como às transformações que a crise sanitária ocasionou no convívio em sociedade, como o isolamento social. Por fim, o terceiro, de 1º a 20 de julho de 2022, o critério de escolha foi a atualidade. No total, 60 dias são analisados, sendo 20 em cada recorte temporal.

Definidos os recortes temporais, será feito um estudo de caso do 'Informa Petrolina', posto que, para Gerring (2019), esse método estuda um caso singular de forma intensiva, com o propósito de obter respostas gerais. Segundo Marcia Duarte (2005, p. 229), o método se baseia na coleta de evidências. Assim, a pesquisa será desenvolvida a partir de análises objetivo descritivas, levantamento documental e entrevistas, a partir da experiência da administração municipal de Petrolina, em Pernambuco, com a ferramenta 'Informa Petrolina'. A escolha pelo método baseia-se principalmente nas contribuições do pesquisador José Luiz Braga (2008), que considera o estudo de caso um campo indiciário, ou seja, que se baseia por dedução.

Epistemologicamente, o método se ajusta às necessidades desta pesquisa, que propõe analisar o objeto empírico, fazendo proposições concretas e abstratas a partir da observação dos elementos de articulação (entre práticas de comunicação do Estado e as necessidades do cidadão) e tensionamento (entre práticas de comunicação visando resolver conflitos ou problemas sociais), além de caracterizar as questões comunicacionais relacionadas, em conformidade com as finalidades do método descritas por Braga (2008). O objetivo não é apenas fazer uma análise descritiva a partir do levantamento empírico, como também articular as observações com os conceitos e os pressupostos trabalhados ao longo da dissertação, buscar indícios despercebidos, que fujam do óbvio a partir dos dados coletados. É esperado que, a partir do estudo de caso do objeto empírico 'Informa Petrolina', seja possível teorizar sobre não apenas sobre o caso no singular, mas de forma geral, sobre as possibilidades do uso do *WhatsApp* enquanto ferramenta de comunicação pública e democracia digital.

Assim, a pesquisa inicia com o levantamento bibliográfico acerca dos conceitos discutidos no estudo, além da realização de uma entrevista exploratória com a ex-coordenadora de Comunicação da Prefeitura de Petrolina, responsável pela implantação do serviço no município, com a finalidade de compreender a história, os objetivos e o funcionamento da ferramenta. Ao longo do desenvolvimento da pesquisa, a Prefeitura de Petrolina respondeu as solicitações de informações a partir de notas enviadas por e-mail ou pelo *WhatsApp.* O conteúdo da entrevista é apresentado no tópico a seguir.

O próximo passo será fazer uma análise descritiva dos dados do canal, referentes ao conteúdo compartilhado e, também, à interação da população. Serão avaliadas as seguintes

categorias: adesão da população; tipos de notícias compartilhadas; linguagem adotada; uso de imagens, vídeos e áudios; temas que a administração pública mais enfatizou; temas que mais geraram engajamento; data e horário das publicações; título; critérios de informação pública para divulgação de informativos (transparência, publicidade, utilidade pública, interesse público, educativo, serviços públicos, etc); (se) como o canal articula interesses públicos e políticos. Nesta etapa, também serão usados os dados dos relatórios fornecidos pela Prefeitura de Petrolina e pela empresa *WDay*, empresa terceirizada responsável pela gestão técnica do 'Informa Petrolina'. Após analisar os critérios pré-definidos, principalmente os critérios de informação pública dos informativos, cada publicação será enquadrada nos eixos temáticos categorizados por Peters e Paes (2022) que servem como base analítica para a pesquisa, que são:

- Eixo 1 – disponibilização de dados públicos;
- Eixo 2 - ações visando melhoria da relação com o público;
- Eixo 3 – campanhas de informação e interesse público
- Eixo 4 – imagem e visibilidade das instituições públicas
- Eixo 5 – criação de dispositivos de participação e consulta públicas

Os informativos podem ser enquadrados em mais de um eixo temático. O propósito da categorização é construir a argumentação a partir de um roteiro analítico demarcado, trazendo mais clareza para a exposição dos achados.

A segunda etapa da pesquisa será fazer o levantamento quantitativo das interações dos cidadãos, a partir de categorias temáticas (infraestrutura, saúde, educação, turismo, etc) e tipos (denúncia, sugestão, dúvida, etc.). A análise segue o mesmo recorte temporal pré-estabelecido. As tabelas com os resultados qualitativos compõem o corpo da pesquisa. Neste ponto, poderemos identificar se o 'Informa Petrolina' cumpriu o propósito de ser uma ferramenta de participação pública e colaboração com o serviço de ouvidoria, como anunciado pela Coordenadoria de Comunicação de Petrolina. Além disso, será possível identificar a credibilidade do canal e, consequentemente, da administração pública municipal diante da opinião pública manifestada pela população cadastrada. A análise foi feita de forma manual, a partir da leitura das interações das quais a pesquisa teve acesso. Aqui é pertinente destacar que houve uma diferença de números entre os dados dos relatórios fornecidos pela empresa *WDay* e quantitativo coletado manualmente pela pesquisadora. Segundo a empresa *WDay* o período contou com cerca de 18.613 interações. No entanto, a pesquisa teve acesso à 1.878 interações.

A divergência de dados pode se justificar pelo não envio da totalidade das interações ou ainda por fatores diversos, como a divergência entre a empresa e a pesquisadora na forma de contabilizá-las. Muitos cidadãos enviam, por exemplo, denúncias escritas (reclamações sobre terrenos baldios, vazamentos de água, esgotos estourados e buracos nas ruas, por exemplo), acompanhadas por vídeos e várias fotos. Mesmo que gerem várias mensagens, para a pesquisa, essa ação é contabilizada apenas como uma (1) interação, já que se trata de um mesmo indivíduo, falando sobre um mesmo assunto. Ou seja, não é o número de mensagens em si que contam como uma ação interativa, mas as temáticas relativas a essas mensagens e os interlocutores envolvidos. Além disso, os cadastros no canal não contam como interação. É relevante destacar que esta é uma premissa e a pesquisadora não tem conhecimento sobre o que a empresa *WDay* considera como interação.

Ao analisar o 'Informa Petrolina' respondemos o questionamento central desta pesquisa quais as práticas e estratégias de comunicação da Prefeitura de Petrolina na difusão de informação pública via *WhatsApp*?'. Ao respondê-lo teremos um termômetro para fazer considerações sobre a necessidade ou não de promover o acesso à informação pública via *WhatsApp*, além de debater os aspectos positivos, limites e desafios no uso do mensageiro instantâneo na comunicação pública.

3.1Corpus da pesquisa e objeto empírico

Em Petrolina, município localizado no Sertão de Pernambuco com cerca de 359 mil habitantes, a Coordenadoria de Comunicação da Prefeitura Municipal identificou no *WhatsApp* um potencial canal de comunicação e, em 10 de setembro de 2019, lançou o 'Informa Petrolina'. Trata-se de um número de *WhatsApp* criado para compartilhar informação pública e viabilizar a interação com a população, pois além de receber o conteúdo compartilhado, a população pode mandar mensagens para o número do canal para tirar dúvidas sobre as ações e serviços da administração pública e, até mesmo fazer denúncias, o que auxilia no serviço de Ouvidoria.

Para melhor visualização sobre o funcionamento do canal, se faz necessário esclarecer que o número de telefone é gerenciado por uma empresa terceirizada chamada *WDay*. A empresa desenvolveu uma ferramenta capaz de programar o envio de mensagens instantaneamente para milhares de pessoas por meio do mensageiro instantâneo. Para receber os informativos, o cidadão deve entrar em contato e fazer um breve cadastro, informando nome e endereço. Além disso, para receber o conteúdo, o número do 'Informa Petrolina' deve estar salvo no *smartphone* do usuário. Os dados referentes ao nome e endereço dos inscritos no grupo permitem que seja possível filtrar o envio de mensagens para determinado público, por

exemplo: pode-se direcionar informações para mulheres moradoras de determinado bairro que irão ser beneficiadas com ação específica da prefeitura. Segundo a empresa *WDay* (2022), até julho de 2022, 15.467 pessoas estavam inscritas no canal.

De acordo com informações recebidas pela Prefeitura de Petrolina, o 'Informa Petrolina' tem cinco números de contato, porque cada chip tem um limite de usuários cadastrados, geralmente entre 2 mil e 4 mil. Quando o cidadão não cadastrado entra em contato com um dos números, caso já esteja lotado, o novo número e o passo a passo para o cadastro é informado por *WhatsApp*.

Em entrevista exploratória sobre o objeto empírico, concedida à pesquisadora em 17 de fevereiro de 2022, via *Google Meets*, a ex-coordenadora de Comunicação de Petrolina e jornalista, Monyk Francisca Arcanjo Alves, explicou que a busca pela empresa especializada ocorreu após receber o resultado de pesquisas internas que apontavam o mensageiro instantâneo como principal fonte de informação. A gestora de comunicação do município também explica que o cadastro no 'Informa Petrolina' tem que partir pelo interesse do próprio usuário e para aqueles que possuem *smartphones*. Segundo ela, os inscritos são "fidelizados" (poucos desistem da assinatura), mas, já aqui, é preciso problematizar as limitações que impedem que as informações produzidas cheguem para todos. Até porque, segundo Alves, o maior desafio enfrentado na manutenção do canal não é a busca por um acesso de informação pública de maneira mais democrática, mas, sim, tornar as "publicações sempre relevantes, interessantes e que dialoguem com assuntos diversos da atualidade, para que as pessoas, de fato, leiam o conteúdo recebido" (ALVES, 2022, entrevista ao autor).

De acordo com a jornalista, na busca por tornar o conteúdo atrativo, a linguagem do canal passou por transformações desde sua implantação, até a data de realização da entrevista. Inicialmente, o setor de Comunicação enviava trechos dos releases e disponibilizavam os links de encaminhamento ao site institucional. Com o tempo, a linguagem precisou ser adaptada para dialogar com o público da rede. A transição ocorreu de forma gradual, na medida em que foi possível observar o comportamento do público, a partir de dados. Após avaliação interna notou-se que a população não estava interessada em acessar o *link* do site da prefeitura pela contabilização do número de *clicks*.

> No *WhatsApp* tudo vai mudando, o que a gente fazia no início não cabe mais hoje, porque as pessoas vão tendo cada vez menos tempo e paciência. Elas querem conteúdo rápido, dinâmico e que chame a atenção. Então a gente foi percebendo que essa forma de comunicar, com o link, com o lead, não estava dando certo e mudamos. (ALVES, 2022, entrevista ao autor)

Segundo a Monyk Alves, inicialmente cada assessor era responsável por reduzir o release da pasta que era responsável e adaptar ao formato. No entanto, com a necessidade de unificar a linguagem, a função de redigir o informativo foi delegada para apenas uma assessora de imprensa, Clêilma Souza. Assim foi possível estabelecer um padrão uniforme de linguagem. Sobre os tipos de conteúdo, Alves (2022) observou que, com o tempo, sentiu a necessidade de diversificar e não mandar apenas release, para não "bombardear a população com assuntos institucionais" (ALVES, 2022, entrevista ao autor). Assim, além de ser um canal informativo, é também de entretenimento, pelo qual a população pode receber dicas de lazer e turismo em Petrolina.

O 'Informa Petrolina' é o único canal oficial de difusão de notícias via *WhatsApp* da Prefeitura de Petrolina. No entanto, de acordo com informações da Prefeitura, os assessores de comunicação da administração municipal também têm o hábito de compartilhar releases institucionais do próprio número pessoal para a imprensa e para os grupos das pastas administrativas que são responsáveis. Além disso, também costumam receber solicitações de nota da imprensa e respondê-las pelo aplicativo. O mensageiro instantâneo também é uma importante ferramenta de trabalho para o setor, uma vez que é usado para divulgação de escalas de trabalho, marcar reuniões, envio de fotos das pautas e compartilhamento de informações da radioescuta. A Prefeitura de Petrolina também conta com outros serviços de atendimento ao público via *WhatsApp*, como solicitação de alvará da Vigilância Sanitária, Central de Direitos Humanos, Tributos e Ouvidoria.

3.2 Análise da produção de informação no 'Informa Petrolina'

Assim que o número de *WhatsApp* do 'Informa Petrolina' foi ativado e começou a ser divulgado, a população iniciou o cadastramento. No dia 10 de setembro de 2019 nenhum conteúdo foi produzido e compartilhado pelo canal, mas 259 pessoas fizeram o cadastro e 896 interações da população foram registradas pela empresa terceirizada *WDay*. Nossa análise contempla três recortes temporais diferentes: 1) entre 10 e 30 de setembro de 2019, que abrange 22 textos divulgados pelo 'Informa Petrolina', uma média de 1,1 por dia; 2) 16 de março de 2020 a 5 de abril de 2020, nesta seleção, foram compartilhados 53 textos, uma média de 2,65 por dia; 3) de 1º a 20 de julho de 2022 com 15 informativos divulgados, 0,75 dia. No total, são 90 informativos, como podemos observar na Tabela 4. O conteúdo foi coletado, manualmente, através do próprio *WhatsApp* ao qual temos acesso.

Tabela 4: Recorte temporal e volume de dados da pesquisa

RECORTE	PERÍODO	VOLUME DE DADOS
1º - INICIAL (2019)	De 10/09/2019 até 30/09/2019	22 textos
2º - PANDEMIA (2020)	De 16/03/2020 até 5/04/2020	53 textos
3º - PRÓXIMO AO DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA (2022)	De 1/07/2022 até 20/07/2022	15 textos
TOTAL	**60 DIAS**	**90 textos**

Fonte: Dados do 'Informa Petrolina' e elaboração da autora

Os recortes temporais se justificam pela longevidade do aplicativo, que já funciona há três anos e, sobretudo, pelo objetivo de compreender as ações de comunicação ali presentes em um período longo, permitindo não só captar eventuais mudanças em momento diferentes, como caracterizar as tendências de cada momento, principalmente em uma situação de conflito (pandemia), conforme sugerido por Weber e Locatelli (2022).

Em seguida, elaboramos uma tabela, a fim de identificar os seguintes critérios de análise em cada informativo: 1) Data e horário de publicação, pois, a partir deles, é possível identificar padrões nas quantidades de informativos publicados diariamente e das estratégias de comunicação quanto aos horários de divulgação; 2) Título, informado com a finalidade de identificar padrões na estrutura textual; 3) Temas mais abordados pelo poder público (como: pavimentação; saneamento básico; saúde; educação; turismo; entre outros); 4) Critério de noticiabilidade, aqui são verificados se foram obedecidos os indicadores de relevância para publicização da informação pública; 5) Emojis, quantos e quais são utilizados em cada publicação; 6) Recursos multimídia (áudios, imagens e vídeos); 7) Novos cadastros; 8) Interações; 9) Desistências; 10)Conteúdo, ou seja, o texto do informativo é detalhado e interpretado, aqui também é identificado se o informativo é articulado para atender interesses políticos; e 11) Descrição da assinatura, para analisar como foi consolidada a identidade do canal via *WhatsAp*p.

Tabela 5: Demonstrativo da coleta de Dados do 'Informa Petrolina'

COLETA DE DADOS		
DATA / HORA	10/09/2019 – SEM POSTAGEM	11/09/2019 08h
TÍTULO	-	Prefeitura investirá cerca de R$ 18 milhões para pavimentar mais de 56 ruas
TEMAS	-	INFRAESTRUTURA/ PAVIMENTAÇÃO
CRITÉRIO DE INFORMAÇÃO	-	PUBLICIDADE TRANSPARÊNCIA UTILIDADE PÚBLICA
EMOJIS	-	👉 (1x) Bandeirinha ML (3x) 📝📷🎙📰📲 (1x - Assinatura) Total: 9
RECURSO DE VÍDEO, IMAGEM, ÁUDIO OU LINK	-	LINK: 1
CADASTROS	259	437
INTERAÇÃO	896	2.135
DESISTÊNCIA	0	0
DESCRIÇÃO CONTEÚDO – **IDENTIFICAR COMO/SE INTERESSES POLÍTICOS SÃO APRESENTADOS**	-	A primeira mensagem compartilhada pelo canal 'Informa Petrolina' foi relacionada à divulgação de uma licitação para a pavimentação de 56 ruas, distribuídas em 17 bairros do município. O informativo trouxe também o valor do investimento (em torno de R$ 18 milhões) e, também, pontuou que o município não recebia grandes investimentos na infraestrutura há mais de 10 anos. A mensagem deu publicidade a uma ação da gestão e ainda alfinetou gestões anteriores. A primeira mensagem adotou um padrão textual seguido nas mensagens posteriores:

ESTRUTURA DO TEXTO E ASSINATURA	-	Título + lead da matéria do site + link da matéria completa no site institucional + assinatura do assessor de imprensa da pasta + assinatura da coordenadora de comunicação + nome do canal 'Informa Petrolina' WhatsApp Oficial da Prefeitura + Fonte: Coordenadoria de Comunicação da Prefeitura de Petrolina A assinatura extensa no primeiro momento mostra uma preocupação em consolidar o WhatsApp como fonte oficial da Coordenadoria de Comunicação. A assinatura dos profissionais dá credibilidade ao recém-criado canal de comunicação.

Fonte: Dados do 'Informa Petrolina' compilados pela autora.

Nossa análise também apresenta um recorte temático, com o objetivo de compreender em quais áreas (cultura e eventos; economia; educação; esporte; infraestrutura; mobilidade urbana; saúde; turismo; pandemia; etc) as ações de comunicação da Prefeitura de Petrolina mais atuam, conforme tabela 5. Além disso, a partir dos indicadores de comunicação pública expostos na tabela, os informativos são classificados a partir dos cinco eixos (disponibilização de dados públicos; campanhas de informação e interesse público; imagem e visibilidade das instituições; ações que visam melhorias da relação com o público; criação de dispositivos de participação e consulta), lembrando que cada informativo pode estar inserido em mais de um eixo temático. Assim, com a análise, poderemos compreender como a prefeitura de Petrolina se comunica com sua população de mais de 350 mil habitantes, a partir dos cinco conjuntos de ações de comunicação descritos e problematizados.

3.2.1 Análise do Informa Petrolina no período de 10 a 30 de setembro de 2019

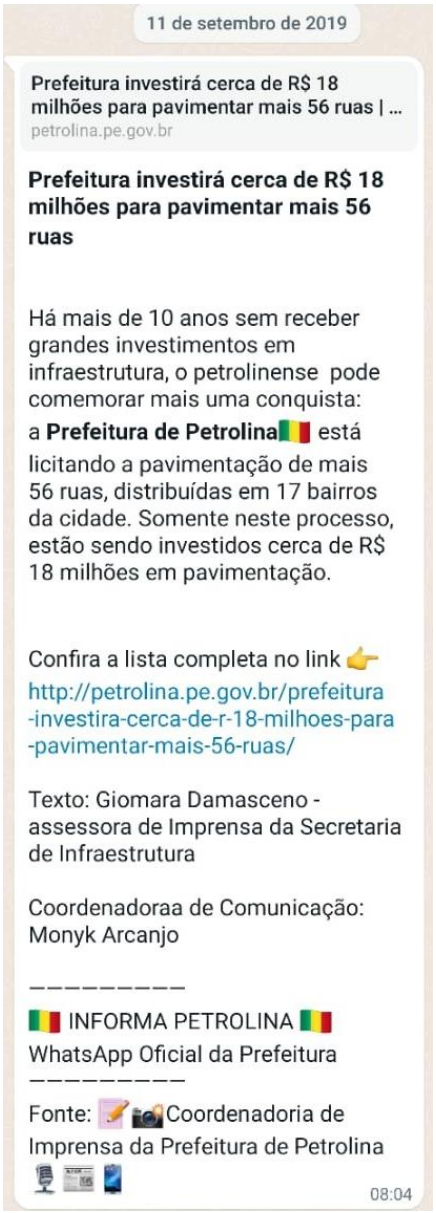
O primeiro informativo do canal foi publicado no dia 11 de setembro de 2019, às 8h da manhã. O texto apresentou em negrito, o título "Prefeitura investirá cerca de R$ 18 milhões para pavimentar mais de 56 ruas" e um parágrafo com informações sobre uma licitação, em andamento, de aproximadamente R$18 milhões para a pavimentação de 56 ruas, distribuídas em 17 bairros do município. A mensagem trouxe ainda o *link* para os interessados em ler a

matéria completa no site - ao acessar o site é possível identificar que o conteúdo trata-se do título e do lead do release divulgado pela assessoria de imprensa. O informativo também apresenta uma assinatura extensa, com o nome da assessora de imprensa responsável pela pasta de Infraestrutura, o nome da coordenadora de Comunicação, o nome do canal 'Informa Petrolina', e encerra com a fonte: Coordenadoria de Comunicação.

Com o exemplo, é possível constatar que no primeiro momento não foi criado um conteúdo exclusivo para o *WhatsApp*, apenas foi aproveitado um trecho do release. Os elementos presentes inseridos que se diferenciam da matéria enviada aos veículos de comunicação e publicada no site institucional da prefeitura são os emojis, nove no total. A bandeira com vermelho, amarelo e verde foi repetida três vezes na mensagem, por ser similar à bandeira de Petrolina - apresenta as mesmas cores, diferencia-se apenas pela ausência do brasão na parte central, com um mandacaru verde e dois remos vermelhos. Sete dos emojis foram utilizados para compor assinatura, dois no corpo do texto e um para sinalizar o link do site. Inclusive, abrimos um parêntese para destacar que no primeiro recorte temporal, foram usados 214 emojis no total, uma média de 7,72 por mensagens (mínimo de 5 e máximo de 18). A bandeira de Petrolina foi a mais repetida nas mensagens, o que indica que a Prefeitura trabalha a imagem e visibilidade da cidade, demarcando de maneira deliberada a identidade do território e suas atratividades.

Voltando ao primeiro conteúdo do 'Informa Petrolina', o tema abordado foi infraestrutura e apresentou informações de interesse público. Os dados sobre o investimento e locais contemplados visam assegurar a transparência governamental. Entretanto, o informativo também atende aos interesses políticos, quando pontua que o município não recebia grandes investimentos na área "há mais de 10 anos", que dá margem a duas possíveis interpretações: 1) reforçar que a gestão anterior (que foi de oposição ao então governo) não fez grandes investimentos em infraestrutura em Petrolina; e 2) dar crédito à atual gestão pelo ineditismo do investimento. O conteúdo também dá publicização às ações do poder público, ou seja, apresenta elementos de publicidade da ação governamental e política, valendo-se da técnica jornalística para passar a ideia de que o investimento é uma conquista para a população petrolinense, há 10 anos sem receber importantes investimentos no quesito pavimentação. Observe a estrutura na Figura 1:

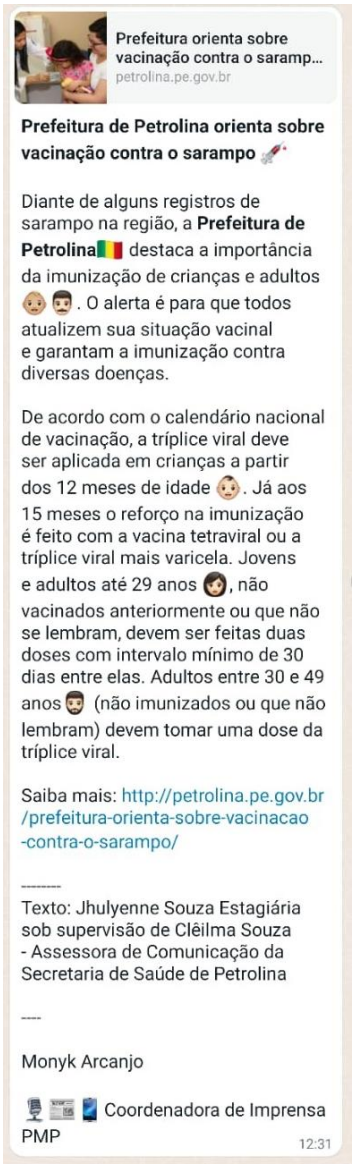
Figura 1: Informativo publicado em 11/09/2019



Fonte: Informa Petrolina, 2019

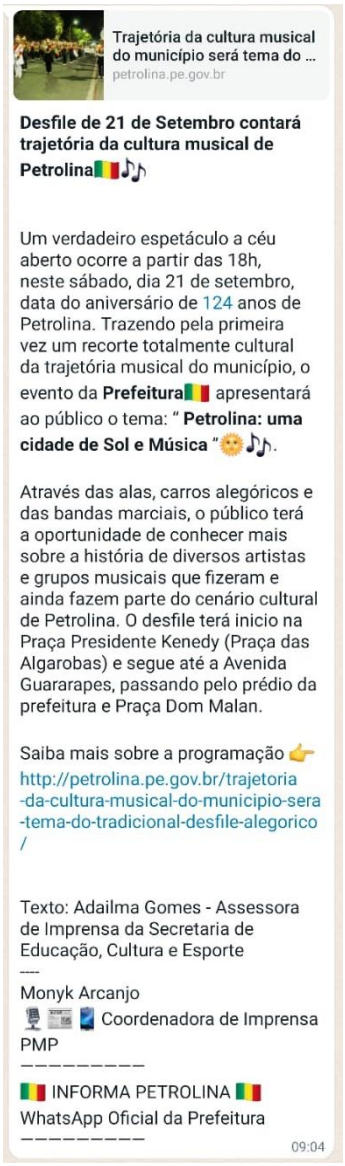
Outro ponto a observar, é que apesar do tamanho da mensagem, o conteúdo informativo está apenas em um parágrafo e a maior parte do espaço ocupado é com o link da matéria e as assinaturas. Uma leitura possível para a extensão da assinatura é a intenção de assegurar credibilidade e consolidar o recém-criado canal como fonte oficial de comunicação. A presença do texto 'Informa Petrolina - *WhatsApp* Oficial da Prefeitura' parece ter a intenção de fixar a identidade da cidade, visando provocar um sentimento de pertencimento e identificação na população. Todavia, a longa assinatura foi enxugada em poucos dias. Observe nas figuras 2 e 3, publicações dos dias 13 e 21 de setembro de 2019, respectivamente:

Figura 2: Informativo publicado em 13/09/2019



Fonte: Informa Petrolina, 2019

Figura 3: Informativo publicado em 21/09/2019



Fonte: Informa Petrolina, 2019

Nas figuras 2 e 3, é possível observar que houve a supressão de partes diferentes da assinatura inicial, isso significa que não houve um padrão na forma de assinar nos primeiros 20 dias de 'Informa Petrolina'. Em números, o período registrou três tipos de assinaturas nas publicações: a forma completa, como nome dos profissionais, nome do canal e fonte apareceu quatro vezes; a assinatura sem trazer 'Fonte: Coordenadoria de Comunicação' ocorreu em 9 mensagens; a versão que suprimiu a fonte e a frase 'Informa Petrolina' *WhatsApp* Oficial da Prefeitura' foi compartilhada em outros 9 informativos. As diferentes assinaturas ocorreram em datas aleatórias, por isto não é possível identificar se foram alteradas propositalmente e com estratégia ou se foi erro da equipe ao esquecer informações. Outra explicação para a supressão

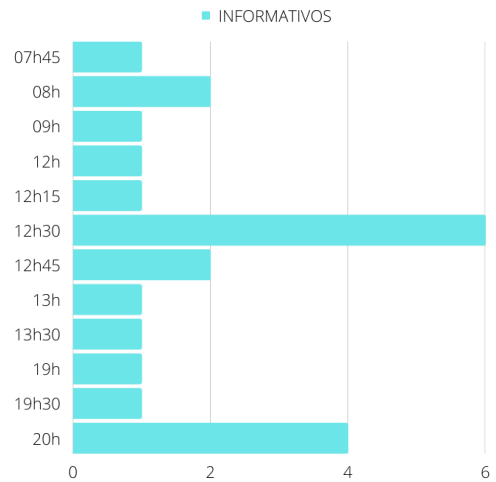
do nome do canal e a fixação apenas da Coordenadoria de Comunicação pode indicar a centralização da fonte de informação da prefeitura, que é a equipe da assessoria de imprensa.

A quantidade de nomes assinados em cada texto, por exemplo na Figura 2, onde é possível identificar que o texto é assinado por três diferentes profissionais da equipe de comunicação de Petrolina, a estagiária, a assessora de comunicação supervisora e a coordenadora de comunicação. Essa estratégia parece ter a intenção também de promover o nome e o trabalho dos assessores envolvidos com a produção do informativo.

Outra percepção é que neste primeiro recorte temporal, os informativos foram assinados por sete diferentes profissionais. A inconstância na autoria do conteúdo pode, talvez, justificar a ausência das mensagens. Por exemplo: apenas um texto, dos 22, foi divulgado sem título; 14 títulos incluíram o uso de emojis; 11 mensagens foram acompanhadas por links de encaminhamento para o release no site institucional- uma delas incluiu três endereços eletrônicos, totalizando em 13 links de encaminhamento para o portal de notícias da Prefeitura de Petrolina; outros três textos incluíram links diversos; um informativo foi anexo a um vídeo; um foi enviado juntamente com uma foto; oito foram apenas com texto seco, ou seja, sem link, vídeo, áudio ou foto anexos à mensagem.

A quantidade de publicações diárias também não foi padronizada. Em 12 dias, apenas um conteúdo diário foi compartilhado; outras cinco datas contaram com duas publicações por dia; mas houve cinco dias em que nada foi compartilhado pelo Informa Petrolina (especialmente nos fins de semana, que a empresa *WDay* não funciona). Os horários de publicação dos informativos também variaram:

Gráfico 2: Horários das publicações do 'Informa Petrolina' de 10 a 30 de setembro de 2019



Fonte: Dados do ‘Informa Petrolina’ compilados pela autora.

Conforme é possível visualizar no Gráfico 2, os 22 conteúdos foram compartilhados em 12 diferentes horários, possivelmente para testar a recepção do público. Nota-se, contudo, que há uma divisão entre três turnos: manhã (das 7h45 às 9h); tarde (12h às 13h30) e noite (19h às 20h). A preferência foi dada às tardes, 12 informativos foram enviados, o que representa 54,54% das publicações. O segundo lugar ficou com o turno da noite, com seis mensagens (27.27%). Pela manhã, apenas quatro (18,18%) textos foram divulgados no canal. Com esses dados, é possível fazer a leitura que a prioridade nos horários está relacionada ao momento de descanso da população no intervalo do almoço ou após a jornada de trabalho. Essa dinâmica indica também como a Prefeitura segue a lógica midiática e jornalística de publicação nas redes, priorizando os horários em que poderá atingir mais pessoas, conforme mostra a Tabela 6:

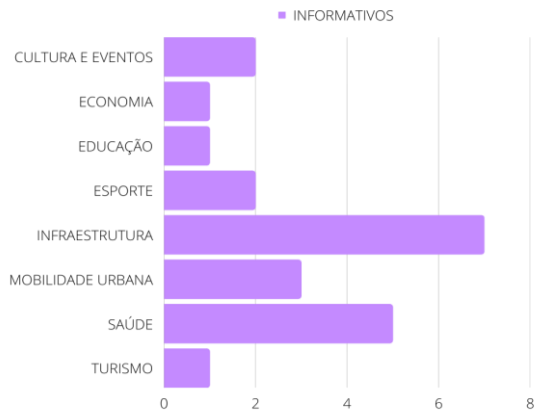
Tabela 6: Horários das publicações do 'Informa Petrolina' entre 10 e 30 de setembro de 2019

HORÁRIO DAS PUBLICAÇÕES		
Manhã (7h45 às 9h)	**Tarde (12h às 13h30)**	**Noite (19h às 20h)**
4 (18,18%)	12 (54,54%)	6 (27,27%)

Fonte: Dados do 'Informa Petrolina' compilados pela autora.

Com relação ao conteúdo divulgado pelo 'Informa Petrolina' em setembro, a pesquisa dividiu os temas abordados em oito categorias nos primeiros 20 dias do canal de comunicação: Cultura e Eventos (2); Economia (1); Educação (1); Esporte (2); Infraestrutura (7); Mobilidade Urbana (3); Saúde (5); e Turismo (1). É pertinente destacar que alguns dos informes poderiam se enquadrar em mais de uma categoria. No entanto, para trabalhar melhor os dados, a análise escolheu a categoria predominante no conteúdo.

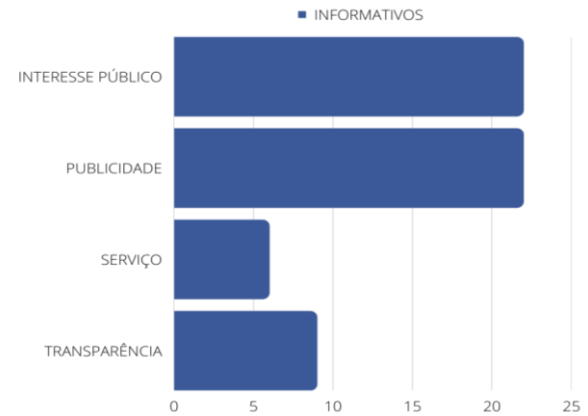
Gráfico 3: Temas abordados no 'Informa Petrolina'



Fonte: Dados do 'Informa Petrolina' compilados pela autora.

A análise ainda constatou os enlaces entre temas de interesse público e de publicidade de ação governamental. A dificuldade em separá-los demonstra essa observação, conforme o Gráfico 4. Seis disparos (27,27%) foram sobre serviços de utilidade pública para a população. No entanto, apesar de 63,63% (14) das publicações tratarem sobre investimentos (sejam eles ligados à infraestrutura, saúde, esporte ou mobilidade urbana), apenas nove asseguraram transparência ao leitor e informaram dados orçamentários, conforme o Gráfico 4.

Gráfico 4: Critérios de divulgação do 'Informa Petrolina'



Fonte: Dados do 'Informa Petrolina' compilados pela autora.

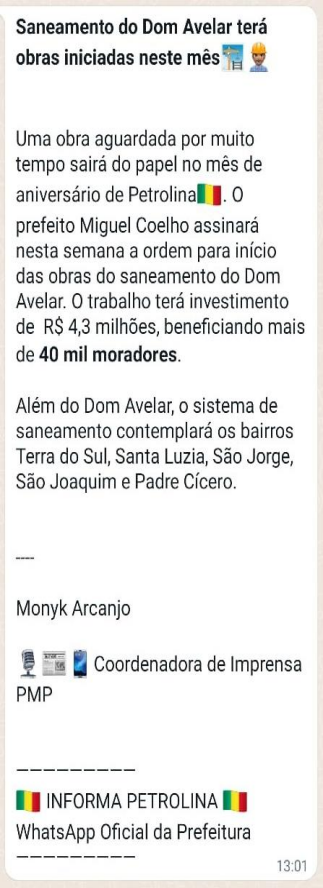
Mesmo com os princípios de interesse público e publicidade de ação governamental preservados, o estudo observa intencionalidade de interesse político em parte das publicações, ou seja, o que parece ser um paradoxo à primeira vista - já que a noção de interesse público se opõe ao que é de interesse particular, neste caso de interesse dos políticos- demonstra na verdade como a comunicação pública, em situação de interesse público, busca informar à

população sobre o que acontece na cidade, mas em situação de exercício do poder, pode apresentar mensagens como de "interesse público" contendo enquadramento direcionado do governo em relação a diferentes temas ou problemas sociais. Conforme já observado no primeiro conteúdo compartilhado pelo 'Informa Petrolina', a Figura 1., em 10 informativos (45,45%), o nome do então prefeito do município, Miguel Coelho[40], foi mencionado. Geralmente, o nome surge como efeito de anúncio, para informar que ele vai assinar Ordem de Serviço ou entregar equipamentos públicos, como uma ação do prefeito e não da prefeitura. A figura do prefeito vira destaque demonstrando que a comunicação pública não atua em um campo totalmente independente ao do governo que está no poder, ou seja, há enlaces entre comunicação pública e política. O que parece ser uma evidência na contemporaneidade indica, no entanto, uma transformação das práticas de comunicação na esfera política - pelos menos nos últimos quarenta anos que se intensificou no contexto digital - que faz com que atores políticos recorram cada vez mais a estratégias de visibilidade pública (MARTINO, 2019).

Outro ponto de interesse político detectado, que também foi evidenciado no primeiro texto analisado (Figura 1), foram os ataques indiretos à gestão anterior em 3 (13,63%) mensagens divulgadas, a partir do uso de mensagens implícitas, por exemplo, quando pontua que torneio de futebol foi resgatado após passar 11 anos esquecido (época em que a gestão de oposição estava no poder). Veja nas figuras 4 e 5:

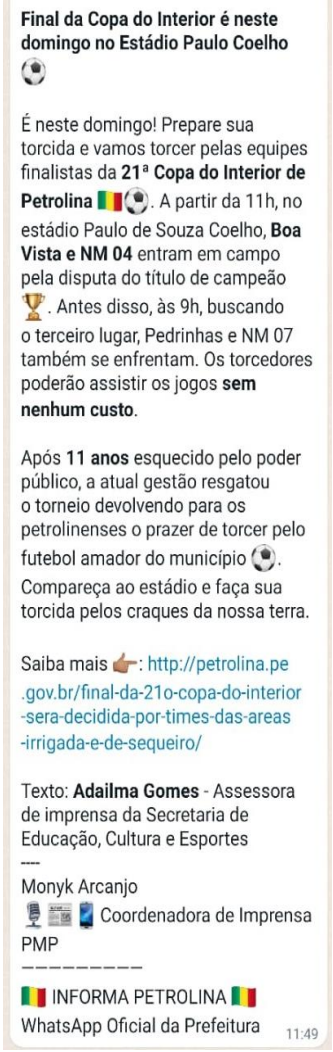
[40] Como já mencionado no capítulo 1, Miguel Coelho hoje está no União Brasil, mas no primeiro mandato. Mas, de acordo com a Assessoria de Imprensa do político, em 2016 Miguel disputou as eleições de prefeito pelo PSB. Em 2019, ele mudou de partido e foi ao MDB. Antes de ir para o União Brasil, Miguel ainda teve uma rápida passagem pelo DEM em 2020. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Miguel_Coelho. Acesso em 25 de julho de 2022.

Figura 4: Informativo publicado em 16/09/2019



Fonte: Informa Petrolina, 2019

Figura 5: Informativo publicado em 26/09/2019



Fonte: Informa Petrolina, 2019

Por fim, segundo as informações fornecidas pelo relatório da empresa *WDay*, no período de 10 a 30 de setembro de 2019, 2.648 pessoas foram cadastradas no 'Informa Petrolina'. Uma média de 132,4 por dia, com o máximo de 492 adesões no dia 23 e o mínimo de 4 em 27 de setembro (o dado exclui os fins de semana em que não ocorreram novos cadastros, devido ao horário de funcionamento da empresa *WDay*). O dado evidencia a limitação do aplicativo quanto ao alcance que, apesar de ser imensurável no *WhatsApp* devido à característica da irrastreabilidade das mensagens privadas, depende de inúmeros fatores como: ter um *smartphone*; acesso à internet; ser usuário do mensageiro instantâneo. conhecer o canal; e, sobretudo, do interesse do cidadão em fazer o cadastro e salvar o número para receber conteúdo. No primeiro momento, o número de inscritos se mostrou pouco expressivo, na proporção que o município tem mais de 359 mil habitantes. A baixa adesão leva ainda a interpretação que os inscritos, em sua maioria, podem ser apoiadores do prefeito.

O mês de lançamento contou com 11.279 interações da comunidade (provavelmente contando com as mensagens trocadas para cadastramento dos usuários), uma média de aproximadamente 512 por dia. Excetuando os fins de semana, que a empresa não funciona (logo as interações não são contabilizadas), a quantidade mínima recebida de mensagens foi de 144 no dia 20 de setembro, véspera do feriado municipal do aniversário da cidade. O informe compartilhado neste dia foi 'Prefeitura e Codevasf anunciam pavimentação para 25 ruas'. A pavimentação também foi o tema do dia que mais movimentou as interações da população. O informe 'Prefeitura investirá cerca de R$ 18 milhões para pavimentar mais de 56 ruas', compartilhado no dia 11 de setembro de 2019, contou com 2.822 interações da população. A comunicação da Prefeitura busca valorizar as ações do prefeito, mesmo que sejam atividades ainda não concluídas. Muitas decisões públicas parecem ser tomadas com o objetivo de fazer as pessoas acreditarem que algo está sendo feito (efeito *anúncio*), como lembram Petters e Paes (2022). Veja na Tabela 7:

Tabela 7: Descrição de publicações do' Informa Petrolina'

Data	**Conteúdo da mensagem**	**Ação do prefeito citada**
11/09/2019	Prefeitura investirá cerca de R$ 18 milhões para pavimentar mais de 56 ruas, depois de mais de 10 anos sem receber investimentos expressivos na área.	Licitação para pavimentação de 56 ruas, em 17 bairros.
20/09/2019	Prefeitura e Codevasf anunciam pavimentação para 25 ruas em quatro bairros de Petrolina (Vila Eduardo, Terras do Sul, São Jorge e Jardim Petrópolis). Um investimento de R$ 3 milhões.	Assinatura de ordem de serviço para obras de infraestrutura.

Fonte: Dados do 'Informa Petrolina' compilados pela autora.

É pertinente observar que os dados gerados pelo relatório da plataforma *WDay* é inexata quanto ao tema das interações enviadas pela população - se estão (ou não) atreladas ao conteúdo compartilhado. Por isso, a pesquisa será aprofundada com análise das mensagens recebidas e respondidas pela equipe da Assessoria de Comunicação.

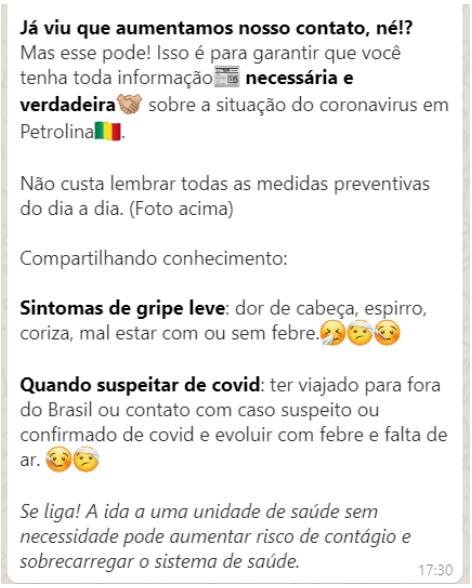
3.2.2 Análise do 'Informa Petrolina de 16 de março a 5 de abril de 2020

Antes de iniciar a análise do segundo recorte temporal, é necessário mencionar que o primeiro caso suspeito de covid-19 em Petrolina-PE foi notificado no dia 14 de março de 2020, um sábado. Como o serviço do 'Informa Petrolina' tem a limitação do horário de funcionamento da empresa *WDay*, que não funciona nos fins de semana, o recorte temporal estabelecido foi de 16 de março (primeiro dia útil após a notificação do caso suspeito) até o dia 5 de abril de 2020.

Este recorte temporal inclui dois meses março/2020 e abril/2020. Como os dados da plataforma *Wday* são gerais, apresentamos o número de inscritos no canal de forma geral nos dois meses, em março era de 8.385 cadastrados e em abril de 11.628. Nota-se aqui, que a crise sanitária provavelmente impulsionou a busca ao canal, posto que o crescimento foi de 3.243 inscritos em um mês, maior até que no primeiro momento de análise da pesquisa, quando o canal foi lançado e houve publicidade em torno do 'Informa Petrolina'.

No recorte estabelecido, 53 informativos foram compartilhados pelo canal 'Informa Petrolina', que corresponde a uma média de 2,65 por dia. Entretanto, a análise evidencia que não há um padrão na quantidade de publicações diárias, em determinadas datas até quatro conteúdos chegaram a ser divulgados, enquanto em outros um ou nenhum foi compartilhado. O aumento na quantidade de publicações pelo 'Informa Petrolina' foi avisado à população no dia 17 de março de 2020. O informativo evidenciou a decisão de ampliar o contato com a população, reforçou a importância do acesso à informação verdadeira e apresentou conteúdo educativo, esclarecendo quais são os sintomas da doença, quando se deve suspeitar e orientando sobre quando procurar ajuda médica. Junto ao informe, foi enviado uma arte (card) com informações educativas, como é possível constatar na Figura 6:

Figura 6: Informativo publicado em 17/03/2020

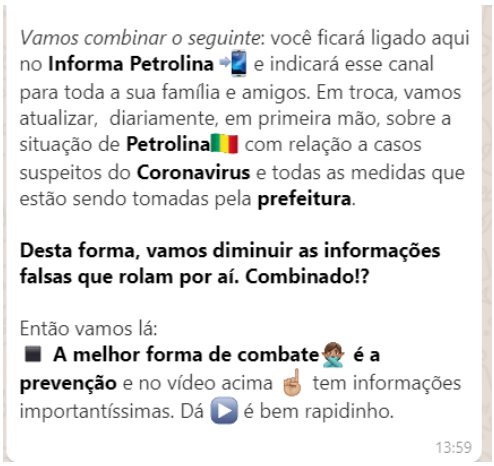


Fonte: Informa Petrolina, 2020

Uma leitura que pode ser feita é que o aumento no fluxo de informações pelo 'Informa Petrolina' foi uma estratégia para reduzir a ansiedade coletiva, gerando a sensação de que a qualquer momento poderia receber informações de fonte oficial. A preocupação com a garantia do acesso à informação por parte da Prefeitura de Petrolina é relatada desde o primeiro conteúdo

divulgado após a notificação de um caso suspeito de covid-19 em Petrolina-PE. No dia 16 de março de 2020, o primeiro conteúdo divulgado pelo canal propôs fazer do ‘Informa Petrolina’ um canal de informações confiáveis sobre a pandemia no contexto local e, assim, combater as informações falsas que estavam circulando. Além disso, sugere que os inscritos indiquem o meio nos seus ciclos de convivência social, uma forma de promover o engajamento. Observe na Figura 7:

Figura 7: Informativo publicado em 16/03/2020

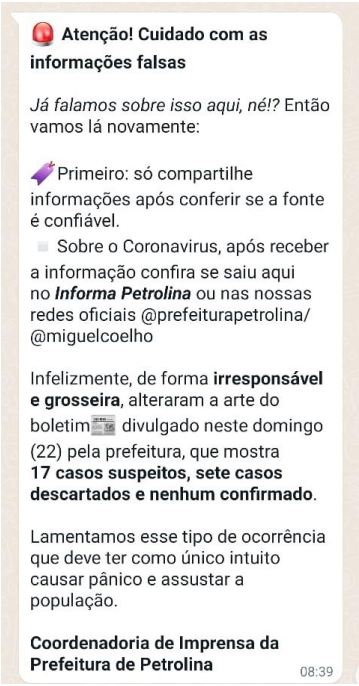


Fonte: Informa Petrolina, 2020

A partir desses dois exemplos, é possível identificar duas mudanças se comparados ao mês de lançamento do canal, em setembro de 2019. A primeira é a estrutura textual, pois o informativo não apresenta formato de release, com lead e link de encaminhamento para matéria completa. A construção da informação pública se distanciou do padrão e estética “jornalística padrão” e se aproximou à forma de linguagem das mídias sociais, perdeu a rigidez e deu lugar a uma linguagem semelhante a uma conversa, a estratégia pode ser percebida nas frases “Vamos combinar o seguinte”, “Combinado?”. A diferença na linguagem e até na estrutura do informativo sugere uma adaptação à proposta do *WhatsApp* de ser um aplicativo para troca de mensagens instantâneas e bate-papo, convergindo com a afirmativa de McLuhan que a forma de comunicar depende do meio e que este é a mensagem. Essa estratégia continuou durante todos os informativos compartilhados neste recorte temporal. A nova linguagem adotada mostra uma transformação na construção da informação pública divulgada pelo ‘Informa Petrolina’, que, como destacado no capítulo 2, explora elementos como apelo emocional, sensação de proximidade e utilização de recursos multimídia (CAPELLA; FARIA; DUARTE, 2018). Observaremos utilização desses recursos adiante. A segunda mudança é que não há assinatura na mensagem, e assim continuou por outros 17 informativos. Somente a partir do dia 23 de

março de 2020 as mensagens começaram a ser assinadas com “Coordenadoria de Imprensa PMP”. É relevante destacar que a publicação alerta sobre desinformação circulando pelo município, o que sugere que a assinatura é adicionada para reforçar a credibilidade da informação do canal, conforme é possível observar na Figura 8:

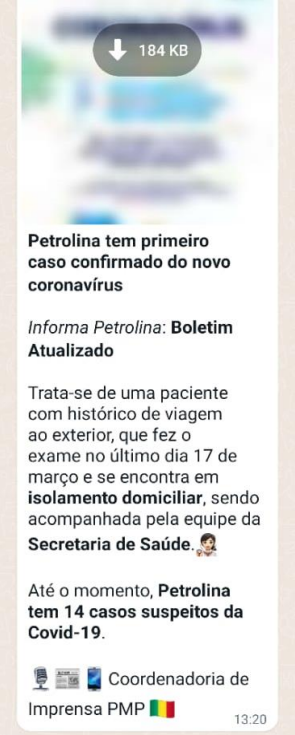
Figura 8: Informativo publicado em 23/03/2020



Fonte: Informa Petrolina, 2020

Após essa publicação, as 35 mensagens conseguintes foram assinadas. No entanto, a assinatura adotou um novo padrão, com acréscimo dos emojis de microfone, jornal e celular (elementos que indicam imprensa e a informação chegando ao celular) seguidos de “Coordenadoria de Imprensa PMP”, além da representação da bandeira no final. Confira na Figura 9:

Figura 9 - Informativo publicado em 23/03/2020

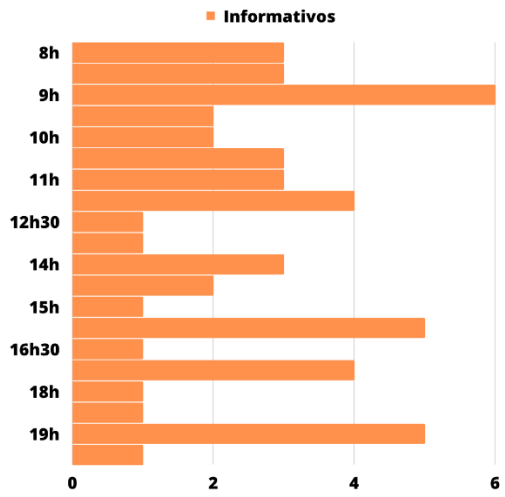


Fonte: Informa Petrolina, 2020

Agora que já abordamos a assinatura do canal neste recorte temporal, voltamos a um ponto em comum entre os conteúdos das Figuras 6, 7 e 8: a preocupação em consolidar o 'Informa Petrolina' como um canal confiável e uma possível estratégia de enfrentamento à desinformação. Isso é possível perceber nos elementos discursivos "garantir que você tenha informação necessária e verdadeira" (Figura 6), "Desta forma, vamos diminuir as informações falsas que rolam por aí" (Figura 7), e "Só compartilhe informações após conferir se a fonte é confiável" (Figura 8). Além dessas três publicações, outras seis também apresentaram este tipo de discurso, totalizando em 17% de informativos divulgados com elementos discursivos que aparentam ter o intuito de combater à desinformação e reforçar a importância de receber informações dos canais oficiais da prefeitura.

Outro dado relevante da análise é que, apesar de ter divulgado ações de diversas pastas da prefeitura (saúde, social, segurança, etc), 100% dos conteúdos divulgados neste período tiveram como tema predominante a pandemia. Com relação aos horários das publicações, o aumento no fluxo de conteúdo resultou em publicações em horários diversificados, observe no Gráfico 5:

Gráfico 5: Horários das publicações do 'Informa Petrolina' de 16 de março a 5 de abril de 2020



Fonte: Dados do 'Informa Petrolina' compilados pela autora.

É possível perceber que não foi estabelecido um horário padrão para difusão de conteúdo no 'Informa Petrolina'. Inclusive, neste momento, a variação nos horários foi tão significativa, que a pesquisa arredondou os horários quebrados para melhor observação e categorização. Os turnos com maior intensidade na difusão de conteúdo são tarde (43,4%) e manhã (41,5). Apenas 15,1% das mensagens foram divulgadas à noite, o que pode ter relação com o horário de funcionamento da empresa *WDay*, pois, apesar de ser possível agendar publicações para qualquer dia e horário, isso necessariamente precisa ser feito dentro do horário comercial. Veja na Tabela 8:

Tabela 8: Horário de publicação no 'Informa Petrolina' de 16 de março a 4 de abril de 2020

HORÁRIO DAS PUBLICAÇÕES		
Manhã (8h às 11h59)	**Tarde (12h às 18h)**	**Noite (18h01h às 20h)**
22 (41,5%)	23 (43,4%)	8 (15,1%)

Fonte: Dados do 'Informa Petrolina' compilados pela autora.

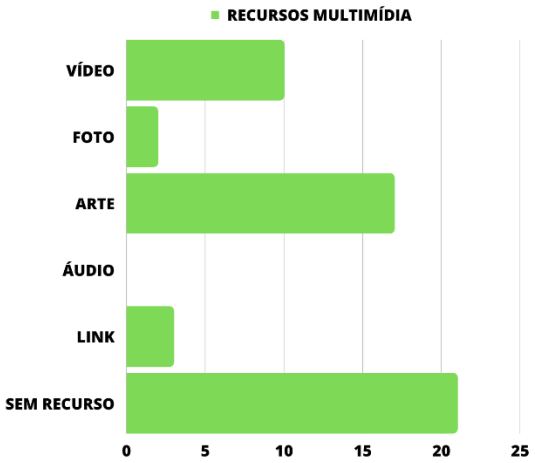
Diferentemente do que ocorreu no primeiro recorte temporal, aqui não observamos a tendência de seguir os horários das empresas midiáticas. Pelo contrário, a diversidade de horários gerou a impressão que a qualquer momento do dia a população poderia receber novas informações.

Com relação ao uso do emojis, foram usados 410 no total, uma média de 7,7 por

informativo. A quantidade mínima utilizada em uma mensagem foi de 3 e a máxima foi de 25. Como já mencionado, 17 informativos não foram assinados e, consequentemente, o emoji similar à bandeira de Petrolina não esteve presente em dez das 53 publicações. Ainda assim, foi o mais utilizado e apareceu 55 vezes nas publicações do informativo.

Sobre os recursos utilizados, a maior parte dos informativos (39,6%), usou apenas texto na construção da informação. Houve a utilização de recurso multimidia para acompanhar a mensagem escrita em 60,4% dos informativos. O mais utilizado foi arte (card), em 32,1% dos informes, seguido por vídeo com 18,8%, link em 5,7% e foto em 3,8%. Nenhum informativo divulgou áudio.

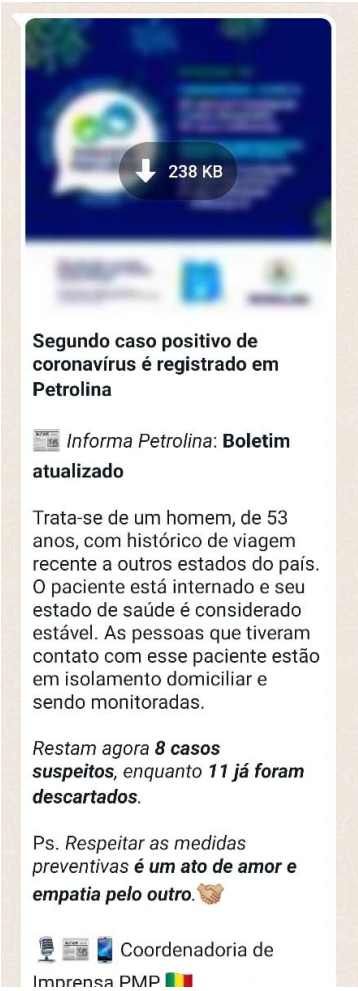
Gráfico 6: Recursos multimidia usados de 16/03 a 5/04/2020



Fonte: Dados do 'Informa Petrolina' compilados pela autora.

Ainda com relação à construção da informação pública no 'Informa Petrolina', foi identificado que estratégias de apelo emocional e senso de coletividade no cumprimento das medidas que determinaram o distanciamento social foram utilizadas em 6 (11,3%) mensagens, com uso de frases que falam sobre a necessidade de cada um fazer sua parte e que esse é um gesto de amor ao próximo, por exemplo. Essa preocupação indica que o prefeito Miguel Coelho (atualmente no União Brasil) não convergiu com as orientações de condução da pandemia recomendada pelo presidente Jair Bolsonaro (atualmente no PL), mesmo sendo aliado ao Governo Federal. O estímulo ao engajamento, ou seja, pedido de compartilhamento de informações e interações com o canal também foi observado em seis (11,3%) dos conteúdos divulgados. Observe exemplos nas Figuras 10 e 11, respectivamente:

Figura 10: Informativo publicado em 25/03/2020



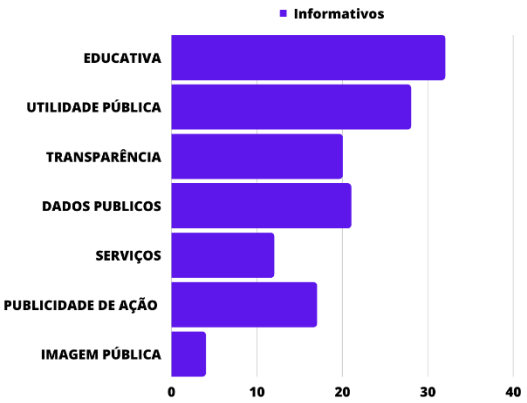
Fonte: Informa Petrolina, 2020

Figura 11: Informativo publicado em 21/03/2020

Fonte: Informa Petrolina, 2020

Como já mencionado, todas as mensagens divulgadas neste recorte temporal foram sobre a pandemia, logo 100% delas podem ser consideradas de interesse público. Porém, também é possível identificar outros elementos que caracterizam a comunicação pública. Em 60,37 % das mensagens há finalidade educativa, 52,83% são de utilidade pública, 37,73% asseguraram transparência, 39,62% forneceram dados públicos, 22,64% informaram sobre serviços e funcionamento deles; 32,07% deram publicidade à ações do governo e 7,54% tiveram objetivo de reforçar a imagem pública positiva da instituição. Cabe ressaltar que há informativos em que mais de um indicador de comunicação pública é observado. Veja no Gráfico 7:

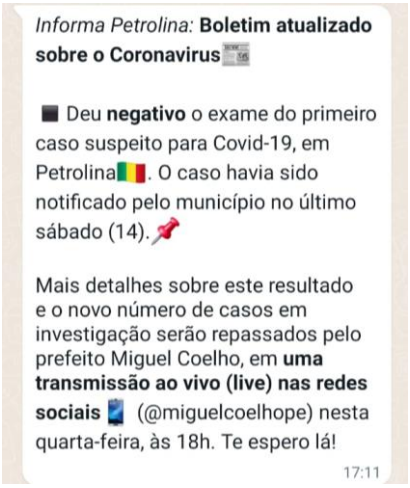
Gráfico 7: Indicadores de comunicação pública do Informa Petrolina de 16/03 a 05/04/2020



Fonte: Dados do 'Informa Petrolina' compilados pela autora.

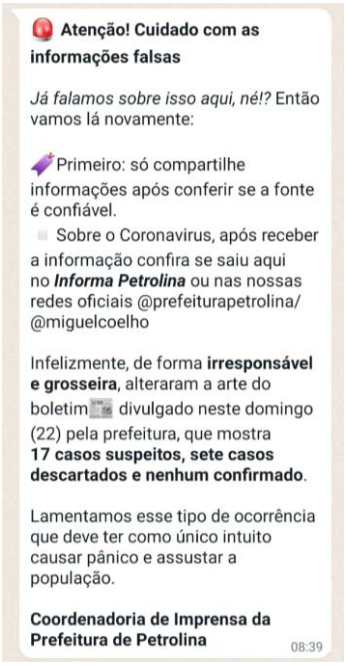
Encerramos esta parte da análise com os dados que sugerem enlaces entre as comunicações pública e política. Aqui identificamos que a visibilidade em torno da figura do prefeito diminuiu. Em duas publicações, no entanto, os informativos divulgaram o Instagram do prefeito Miguel Coelho (União Brasil). Observe nas Figuras 12 e 13:

Figura 12: Informativo publicado em 18/03/2020



Fonte: Informa Petrolina, 2020

Figura 13: Informativo publicado em 23/03/2020



Fonte: Informa Petrolina, 2020

O informativo da Figura 12 chama atenção por anunciar uma *live* que seria realizada no *Instagram* do prefeito para complementar as informações do boletim da covid-19. Apesar de ter a compreensão que o prefeito é o representante da cidade e que não há problema em divulgar

as informações públicas nas redes pessoais dele, observamos que o *Instagram* oficial da Prefeitura de Petrolina não foi mencionado, o que sugere que não transmitiu a *live*. Dar prioridade a mídia social pessoal de Miguel Coelho (União Brasil) em lugar das plataformas oficiais de comunicação pública do governo é uma forma de usar das ferramentas de comunicação publica para publicizar e promover o engajamento pessoal do político nessas mídias, ou seja, fere o princípio da impessoalidade e configura como uso da máquina pública para promoção de imagem pessoal. É pertinente observar que durante o desenvolvimento da pesquisa, em dezembro de 2022, Miguel Coelho tem 349 mil seguidores no *Instagram*, enquanto a Prefeitura de Petrolina tem 117 mil, portanto, a realização de lives do Instagram pessoal do ex-prefeito pode ter sido uma estratégia para alcançar maior audiência, uma vez que a população de Petrolina tem aproximadamente 350 mil habitantes segundo o IBGE.

Já na Figura 13, são divulgadas as mídias sociais do prefeito e da prefeitura, para reforçar que são as fontes confiáveis de informações oficiais para acesso às informações sobre a pandemia, uma estratégia de enfrentamento à desinformação. A forma como essa mensagem foi transmitida, contudo, dá a entender que o perfil do prefeito é um canal oficial da prefeitura, o que não é verdade, uma vez que é uma mídia social pessoal do político. Portanto, apesar de em menor intensidade, se comparada ao primeiro mês, houve "confusão" em relação ao sentido de comunicação pública com a promoção de interesses pessoais.

3.2.3 Análise do 'Informa Petrolina' de 1º a 20 de julho de 2022

O número total de inscritos no 'Informa Petrolina' é de 15.424, desde o lançamento até julho de 2022, segundo os dados fornecidos pela empresa *WDay*. Apesar de ser o maior volume de cadastrados entre os três recortes temporais estabelecidos, o uso do canal para difusão de conteúdos diminuiu. De 1º a 20 de julho, 15 conteúdos foram compartilhados, uma média de 0,75 por dia. Também é possível perceber que, mesmo com três anos de canal, ainda não foi estabelecido um padrão de quantidade de postagens por dia, já que, neste período, houve dias em que dois informativos foram divulgados, enquanto em outros não houve publicações.

A primeira diferença observada entre este recorte e os demais, é que a assinatura foi padronizada em todos os informativos, que agora diz "Coordenadoria de Comunicação PMP", acompanhada por três emojis, o similar à bandeira de Petrolina, uma seta apontando para um celular e um notebook, conforme você pode conferir na Figura 14, que corresponde ao primeiro informativo divulgado neste recorte temporal:

Figura 14: Informativo publicado em 01/07/2022

Fonte: Informa Petrolina, 2019

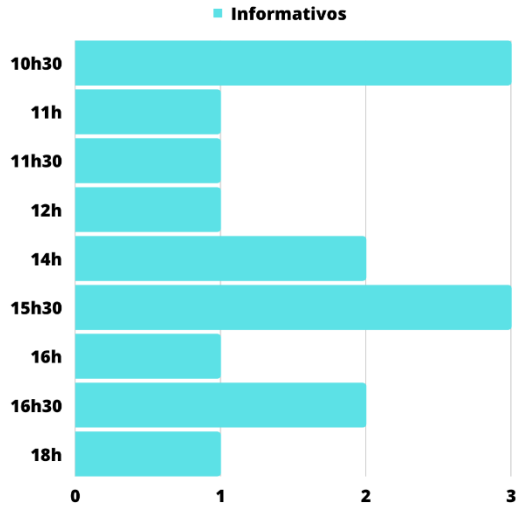
Assim como verificado no segundo recorte temporal, a linguagem adotada pela Prefeitura de Petrolina é informal, com elementos comunicativos que provocam a sensação de uma conversa com o leitor. Observe que, ainda na Figura 14, o título da mensagem é "O fofurômetro vai explodir, viu?". Com essa frase é possível identificar a linguagem coloquial, com o uso de um neologismo "fofurômetro", que significa um termômetro para medir a fofura de algo ou alguém. Além disso, o título traz a pergunta "viu?", uma forma de aviso e também uma questão afirmativa para que o público concorde com o que foi dito. No conteúdo desse informativo, também é possível identificar o uso da *hastag* #tbt, que significa Throwback Thursday (em português quinta-feira do retorno), cujo uso é comum no *Instagram* nas quintas-feiras, para fazer postagens referentes a momentos do passado que geram nostalgia e merecem ser relembrados. Os elementos mencionados evidenciam certo distanciamento da linguagem estritamente jornalística, e mais próxima do entretenimento, como ocorreu nos informativos publicados no primeiro mês do 'Informa Petrolina'.

O uso de emojis é um elemento comum nos três recortes temporais. Neste, foram usados um total de 117, o que significa uma média de 7,8 por informativo divulgado, com mínimo de quatro emojis por mensagem e o máximo de 16. Os três emojis da assinatura (similar à bandeira,

seta apontando para um smartphone e um notebook) são comuns em todas as postagens. Ainda assim, o mais utilizado foi o que representa a bandeira de Petrolina, utilizado 16 vezes (13% dos emojis), ou seja, em um dos informativos esse emoji foi usado em outro momento além da assinatura.

Mesmo após quase três anos de existência do canal, ainda não existe um padrão sobre os horários das publicações, porém, neste período, pode-se observar a preferência (66%) no turno da tarde, entre 12h e 18h. Observe no Gráfico 8:

Gráfico 8: Horários das publicações do 'Informa Petrolina' de 1º a 20 de julho de 2022



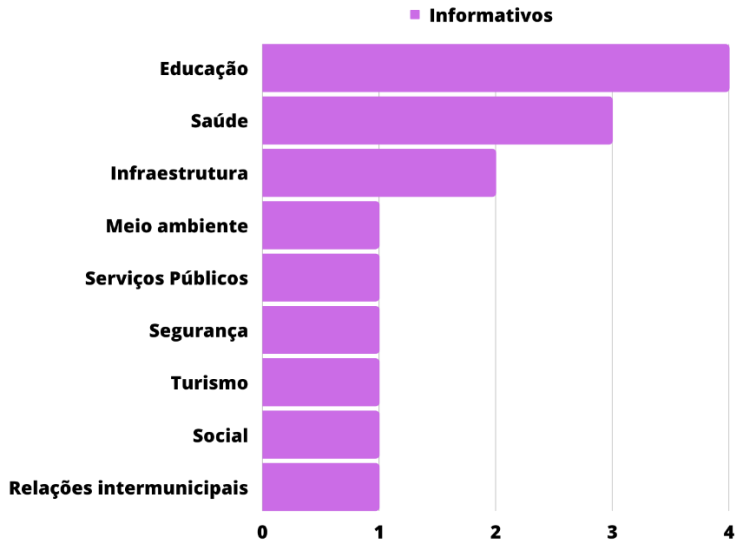
Fonte: Dados do 'Informa Petrolina' compilados pela autora.

Os dois maiores picos de difusão foram às 10h30 e 15h30. Com base nesse aspecto e no fato de o grande fluxo de informações ter sido principalmente entre 14h e 18h. Mais uma vez, é possível notar que a estratégia de comunicação da Prefeitura de Petrolina no *WhatsApp* não está mais seguindo a lógica de horários da imprensa tradicional, nem escolhendo os momentos em que os cidadãos possivelmente estão em horários de descanso (horário do almoço/depois do expediente). Uma das possíveis leituras para essa mudança é a compreensão de que um canal via mensageiro instantâneo pode ser flexível quanto à difusão de conteúdo, uma vez que independentemente do receptor estar usando o aplicativo no momento, receberá a notificação de mensagem assim que estiver com acesso à internet e poderá acessá-la quando estiver disponível.

Enquanto no primeiro recorte temporal as ações de infraestrutura tiveram destaque e no segundo todos os informativos divulgados foram associados à pandemia, em julho de 2022 os conteúdos foram de temas diversos, com destaque para Educação (aproximadamente 27%), que

apareceu em quatro informativos, conforme Gráfico 9:

Gráfico 9: Temas abordados no 'Informa Petrolina de 1º a 20 de julho de 2022

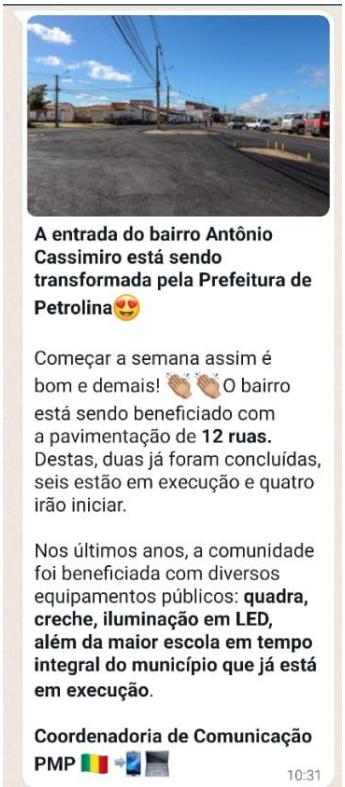


Fonte: Dados do 'Informa Petrolina' compilados pela autora.

O tema da educação é trabalhado em três diferentes contextos: vestibular da Faculdade de Petrolina (Facape), que é uma autarquia municipal; volta às aulas; e entrega de escola em tempo integral. Logo, a ênfase ao tema pode estar associada ao período do ano.

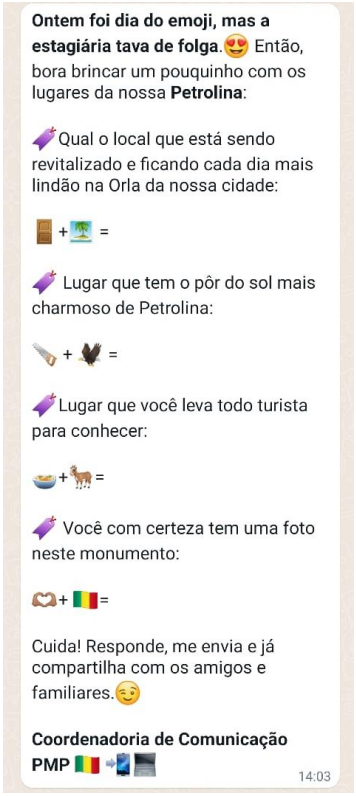
Segundo o relatório da empresa *WDay*, em todo mês de julho, 234 interações foram feitas, uma grande redução se comparado aos dois recortes anteriores. Porém, o intenso volume no primeiro mês se justifica pelo fator da novidade, já o segundo recorte teve relevante fluxo em decorrência das dúvidas sobre a crise sanitária. No momento atual, não há elementos que potencializem naturalmente a curiosidade da população, o que gera a necessidade da Assessoria de Comunicação da Prefeitura de incentivar o engajamento. Por exemplo, o dia com maior quantidade de interações (34 no total) foi em 18 de julho de 2022. Nesta data, dois conteúdos foram divulgados. O primeiro informou sobre a reforma na entrada de um bairro do município. O segundo propôs uma brincadeira com relação ao dia do emoji, para que as pessoas tentassem identificar os locais de Petrolina, o que estimula os inscritos a responderem, conforme mostram as Figuras 15 e 16:

Figura 15: Informativo publicado em 18/07/2022



Fonte: Informa Petrolina, 2022

Figura 16: Informativo publicado em 18/07/2022

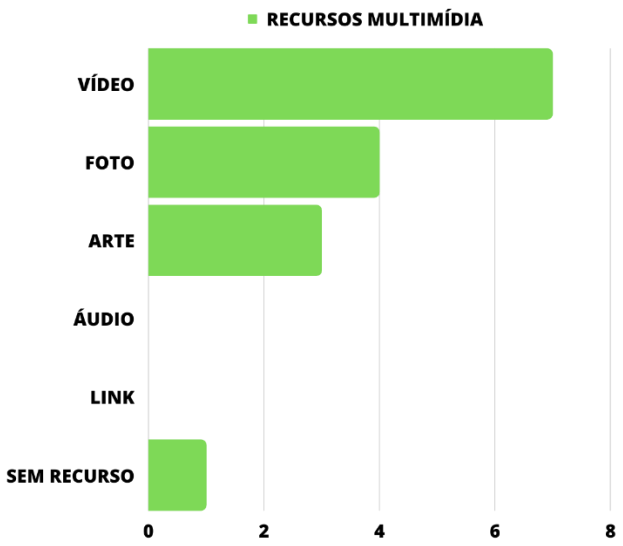


Fonte: Informa Petrolina, 2022

Como é possível observar na Figura 16, além de cobrar uma resposta do público, também é pedido que compartilhem a mensagem. Essa estratégia de produzir conteúdo visando aumento das métricas de engajamento é uma prática comum nas mídias sociais digitais e, portanto, faz sentido a incorporação desse tipo de publicação na comunicação via *WhatsApp*, com o propósito de gerar a sensação de proximidade com o público.

Neste período, também é possível observar que os recursos multimídias disponíveis pelo *WhatsApp* foram explorados em 93% das publicações realizadas. A mensagem de texto é presente em todos as publicações, mas sete delas são acompanhadas por vídeos, quatro por fotos, três por artes e apenas uma foi crua, ou seja, mensagem escrita sem uso de outros recursos multimídias, conforme Gráfico 10:

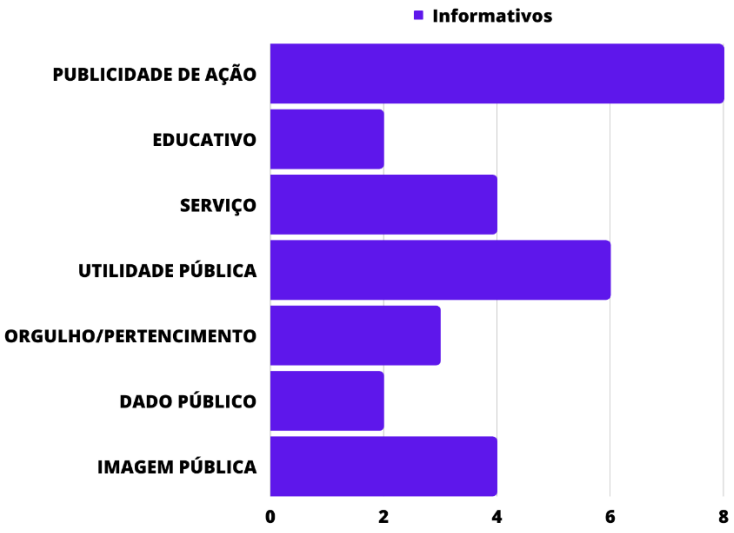
Gráfico 10: Recursos multimidia usados de 1º a 20/07/2022



Fonte: Dados do 'Informa Petrolina' compilados pela autora.

Entre os 15 informativos divulgados neste período pelo 'Informa Petrolina', todos contemplaram assuntos que atenderam aos critérios de comunicação pública. Alguns deles, inclusive, se enquadraram em mais de uma categoria, como é possível visualizar no Gráfico 11:

Gráfico 11: Indicadores de comunicação pública do Informa Petrolina de 1º a 20/07/2022

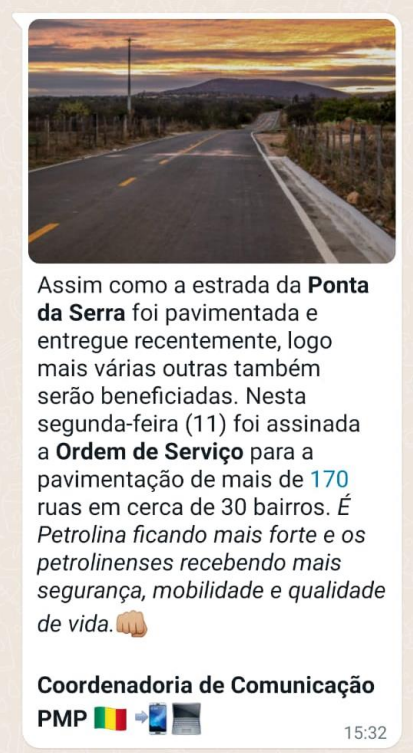


Fonte: Dados do 'Informa Petrolina' compilados pela autora.

No último recorte temporal, o enlace entre as comunicações pública e política apareceu de forma quase imperceptível, em dois informativos publicados nos dias 11 e 14 de julho de 2022. O primeiro fala sobre estrada da Ponta da Serra pavimentada recentemente e sobre novas ordens de serviço 170 ruas em cerca de 30 bairros do município. O informativo ainda diz que

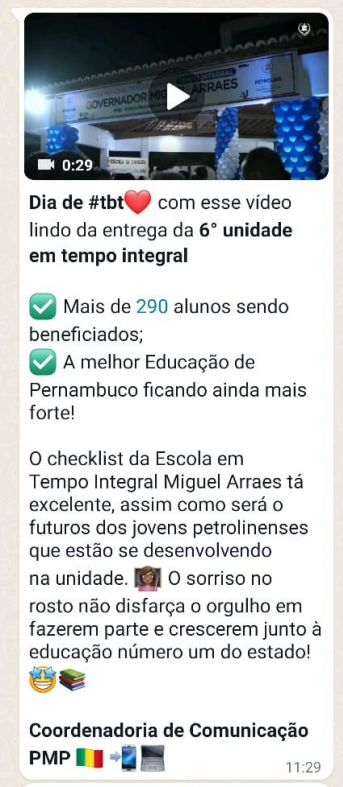
Petrolina está ficando mais “forte” e os petrolinenses recebendo mais segurança, mobilidade e qualidade de vida. Já o segundo usa a *hastag #tbt* para lembrar sobre a entrega de uma escola municipal, a 6ª em tempo integral. A mensagem também afirma que Petrolina tem a melhor Educação de Pernambuco e que está ficando ainda mais “forte” (Figuras 17 e 18):

Figura 17: Informativo publicado em 11/07/ 2022



Fonte: Informa Petrolina, 2022

Figura 18: Informativo publicado em 14/07/2022



Fonte: Informa Petrolina, 2022

No contexto político local, um dos principais elementos discursivos usados por políticos da situação[41] é a expressão “força política” de Petrolina, referindo-se ao núcleo familiar do senador Fernando Bezerra Coelho (MDB), cujos filhos, Fernando Filho (União Brasil) e Antônio Coelho (União Brasil) são deputados Federal e Estadual respectivamente. Logo, apesar de não apresentar claramente essa intenção, quando o informativo traz a ideia de que Petrolina está mais forte, parece remeter a ideia da força política que, supostamente, é responsável pelo desenvolvimento do município.

[41] Disponível em: https://www.cbnrecife.com/blogdoelielson/artigo/fernando-filho-quero-dar-a-simao-a-mesma-forca-politica-que-miguel-teve-na-prefeitura-de-petrolina. Acesso em 9 de dezembro de 2022.

3.2.4 Discussão dos resultados

Observar o desenvolvimento da comunicação pública desenvolvida no 'Informa Petrolina' em três fases permitiu identificar padrões e mudanças no processo comunicativo do meio, conforme previu Weber e Locatelli (2022), quando afirmaram que os resultados encontrados na análise de canais de comunicação pública podem ser diferentes a depender do momento de análise selecionado.

No decorrer dos três períodos analisados é possível constatar que a escolha da temática varia de acordo com o contexto de cada momento. O primeiro recorte temporal foi em setembro de 2019, mês do aniversário de Petrolina. Provavelmente por isso, houve entrega de obras para compor a programação do aniversário do município, conforme explicado nos informativos. O segundo recorte foi durante o início da pandemia, logo só se falou sobre esse assunto. O terceiro foi no mês de vestibular e volta às aulas, por isto a Educação teve destaque.

Além disso, o emoji similar à bandeira do município foi o que mais se repetiu nos três momentos. Uma parte das atividades da comunicação pública é levar ao conhecimento da população uma instituição pública e suas características, visando também valorizar a sua imagem (PETTERS, PAES, 2022). Em nível regional e local podemos observar que as estratégias de imagem recaem mais sobre a identidade de um território (exemplificada aqui pela bandeira do Estado), assim como nas atratividades que ele possui (como festas famosas, São João no Nordeste, entre outras), muitas delas criando logo e slogan. São ações que buscam também estabelecer certa proximidade com seus cidadãos.

Com relação ao primeiro recorte (de 10 a 30 de setembro de 2019), podemos chegar a algumas conclusões. O conteúdo informativo produzido pela assessoria de Comunicação da Prefeitura passou por mudanças durante o primeiro mês de funcionamento, o que sugere uma adaptação ao novo uso do mensageiro instantâneo. Dentre as mudanças, destacamos a alteração no modo de assinar, indicando uma centralização na produção de informação e o interesse de dar visibilidade aos profissionais que produziram o conteúdo. No quesito construção da informação pública, buscou utilizar recursos próprios da plataforma de *WhatsApp*, como emojis e textos menores do que os de releases ou do próprio site oficial da Prefeitura. Podemos também identificar três características principais de como as ações de comunicação da Prefeitura (pública) e a comunicação do Prefeito (política) se entrecruzam a partir da análise:

- o conflito entre o interesse geral preconizado pela comunicação pública e os traços de propaganda governamental no conteúdo publicado;
- tentativas de rentabilizar a visibilidade do prefeito a partir do efeito anúncio;

- e o esforço para lembrar a população sobre ações que não foram realizadas pela gestão anterior, estratégia de marketing político e eleitoral.

No segundo recorte temporal, de 16 de março a 5 de abril de 2020, a assinatura também passou por mudanças, o que parece sinalizar que a Coordenadoria de Comunicação da Prefeitura de Petrolina demorou para consolidar uma identidade para o conteúdo do 'Informa Petrolina'. Enquanto no primeiro mês as publicações eram assinadas por diversos profissionais e o nome do canal estava presente em todos os conteúdos, no período da pandemia os textos não foram assinados nos 17 primeiros conteúdos. Quando passa a contar com assinaturas, o nome do assessor de comunicação responsável pela informação também não é informado, apenas o setor "Coordenadoria de Imprensa", logo houve uma mudança de estratégia de visibilidade dos profissionais. O que pareceu motivar o retorno da assinatura foi o fluxo de desinformação acerca da pandemia que circulava pelo município. No quesito construção da notícia, apesar de seguir com o objetivo de informar a população, a linguagem foi adaptada ao estilo das mídias socias e do mensageiro instantâneo, ou seja, perdeu a formalidade da estrutura jornalística do texto, com título e lead, e deu lugar a uma linguagem mais informal, semelhante a um bate-papo. O texto escrito ainda foi a forma mais utilizada para os informativos, mas ampliou o uso de recursos fornecidos pelo *WhatsApp*, além dos emojis, também passou a usar, vídeo, fotos e artes informativas. Com relação ao enlace entre comunicação pública e política, foi identificado que:

- Houve significativa redução no uso da plataforma em benefício de políticos, uma vez que foi identificado em apenas 3,7% das mensagens;
- A Coordenadoria de Comunicação da Prefeitura de Petrolina parece considerar as mídias pessoais do prefeito como canais oficiais da prefeitura, o que sinaliza a dificuldade de distinguir as comunicações públicas e política, uma vez que o gestor representa a instituição, mas não é a instituição.

O segundo ponto é uma evidência do cruzamento entre as dimensões normativa e fática sinalizada por Weber (2017). Para a autora, esse enlace ocorre quando o órgão é confundido com o governante.

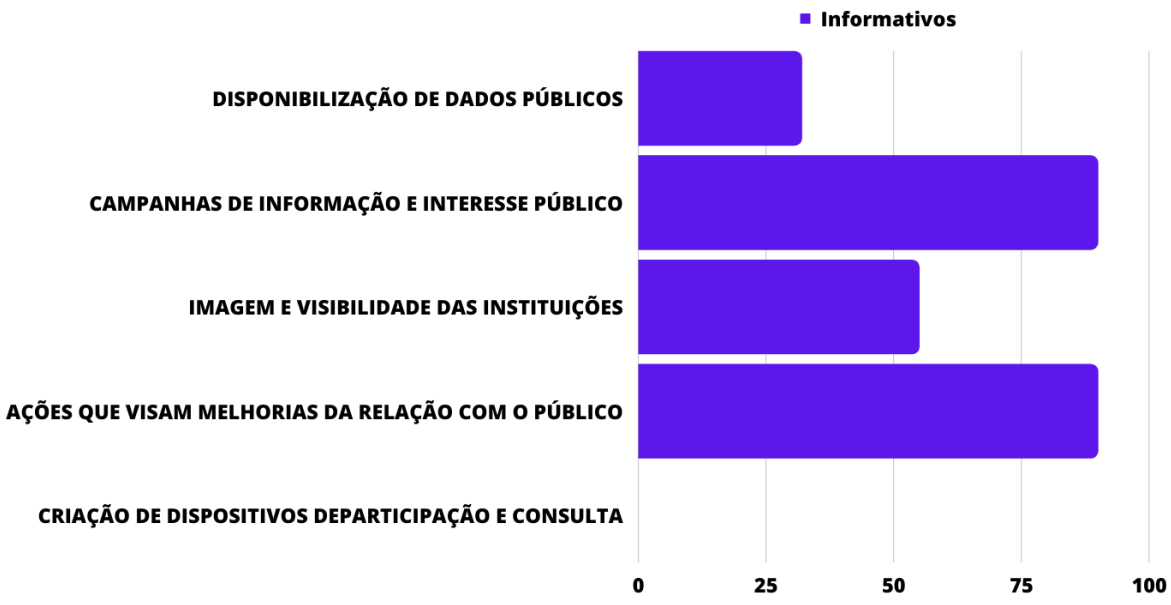
O recorte temporal recente, de 1º a 20 de julho de 2022, mostra que a identidade na assinatura do 'Informa Petrolina' foi consolidada, pois houve uma unidade em todos os informativos. Além dos textos e emojis, o uso de vídeos, fotos e artes também se tornou rotina nos conteúdos das publicações. Os traços políticos dos informativos apareceram de forma indireta, a partir da reprodução de uma ideia da propaganda que a 'força política' torna Petrolina

mais forte, de forma que as frases ‘Petrolina ficando mais forte’ e ‘A melhor Educação de Pernambuco ficando ainda mais forte’ podem passar despercebidas por quem não acompanha os discursos políticos locais.

A partir dessas observações, a primeira conclusão possível, sobre os enlaces entre as comunicações pública e política observadas nos três momentos, é que a proposta de comunicação pública desenvolvida pela Prefeitura de Petrolina no canal via *WhatsApp* se distancia da perspectiva normativa prevista na legislação brasileira e conceituada por Weber (2017), como focada exclusivamente na ética política e cumprimento da democracia, com a publicização exclusiva dos assuntos de interesse público sem influências políticas. A leitura das análises coincide, por sua vez, com o que Weber (2017) classifica como dimensão fática, que dá publicidade as ações e projeto de governabilidade, com o propósito de mobilizar a opinião pública e convertê-las em voto.

Dos cinco eixos da comunicação pública (a disponibilização de dados públicos, as ações visando a melhoria das instituições públicas, as campanhas de informação e interesse público, a imagem e visibilidade das instituições públicas dispositivo de participação e consulta públicas), quatro foram contemplados nos informativos divulgados (Gráfico 12):

Gráfico 12: Eixos da comunicação pública



Fonte: Dados do ‘Informa Petrolina’ interpretados pela autora

Como mostra o Gráfico 12, 100% dos 90 informativos contemplaram os eixos de campanhas de informação e interesse público (o que já foi evidenciado no decorrer dos três

períodos analisados) e ações que visam a melhoria da relação com o público, uma vez que o ‘Informa Petrolina’ foi criado com esse propósito de aproximar o público da administração municipal e possibilitar a interação com os cidadãos. As publicações que promoveram a imagem e visibilidade das instituições (e aqui incluímos também às divulgações que envolveram publicidade das ações governamentais) foram 55 (61,11%). As informações que garantiram transparência e disponibilização de dados públicos foram encontradas em 32 informativos (35,55%). Portanto, embora alguns conteúdos do ‘Informa Petrolina’ tenham assumido papel político, não significa que eles não possuíam valor notícia, como assumiu Monteiro (2018).

Porém, apesar de ser possível interagir e tirar dúvidas por meio do ‘Informa Petrolina’, não houve informativos que, de fato, promoveram a participação, no sentido de trazer os cidadãos ao debate público para dar opiniões. Nas ocasiões em que a Prefeitura de Petrolina incentivou o engajamento, foram em conteúdos de entretenimento ou se colocando à disposição para tirar dúvidas sobre informações e serviços. Em nenhum dos 90 informativos divulgados a administração pública usou o canal via *WhatsApp* para consultas públicas, ou seja, a participação não aparece como um ‘valor’ para o ‘Informa Petrolina’. Além disso, como as mensagens são direcionadas, não é possível travar debates e discussões com os demais inscritos no canal. No entanto, a partir da análise das interações, feita a seguir, será possível contemplar como a população recebe e usa a plataforma e se, mesmo sem o incentivo do poder público, faz do canal um instrumento de participação.

Mesmo com a longevidade do canal que existe há três anos, não foram adotados padrões no formato, linguagem, quantidade de informativos, utilização de recursos multimídia, horários, assinatura e emojis. A análise dos horários das publicações e da falta de programação diária (constância e periodicidade) sugere que não há intenção estratégica no fluxo de informações difundidos pela ferramenta, que parece ser determinado pela lógica externa à Coordenadoria e fatores relacionados à rotina de produção da própria equipe de Comunicação da Prefeitura de Petrolina.

Por fim, a análise em três momentos mostrou que a forma de comunicar informação pública pelo ‘Informa Petrolina’ está em constante modificação, a partir do que a Coordenadoria de Comunicação da Prefeitura de Petrolina entende que é necessário no momento.

3.3 Análise quantitativa das interações da população

A pesquisa teve acesso a uma amostra de 1.878 mensagens de interação da população, sendo: 776 referentes ao período de 10 a 30 de setembro de 2019; 1.012 correspondem ao momento de 16 de março até 5 de abril de 2020; e 90 de 1º a 20 de julho de 2022. O levantamento quantitativo de cada recorte temporal foi feito em duas etapas: tema da interação e tipo de interação. As categorias não foram definidas previamente, pois foram classificadas de acordo com as características das mensagens de cada período.

No primeiro momento, o maior volume de interações (39,43%) foi referente às ações de infraestrutura do município no geral (reclamações, elogios, dúvidas), provavelmente porque, neste período, a maior parte dos informativos divulgados foi sobre este tema (32,81%). Deste tema, a maior parte das mensagens recebidas foi sobre pavimentação (49%). O segundo assunto que gerou mais engajamento foi sobre empregos e concursos (12,62%) e o terceiro foi habitação e regularização fundiária (10,05%). As interações sobre os demais temas foram menos expressivas, como mostra a Tabela 9 completa:

Tabela 9: Análise das interações de 10 a 30 de setembro de 2019

TEMA DA INTERAÇÃO	**QUANTIDADE (%)**
INFRAESTRUTURA	306 (39,43 %)
CONCURSO/EMPREGOS	98 (12,62 %)
HABITAÇÃO/REGULARIZAÇÃO FUNDIÁRIA	78 (10,05 %)
SAÚDE	69 (8,89%)
SERVIÇOS/ POLÍTICAS PÚBLICAS	68 (8,76 %)
AÇÕES/ CAMPANHAS	42 (5,41 %)
SERVIÇOS QUE NÃO SÃO DA PREFEITURA	38 (4,89 %)
MOBILIDADE URBANA	23 (2,96 %)
MEIO AMBIENTE	15 (1,93 %)
SEGURANÇA/ ORDENAMENTO URBANO	12 (1,54 %)
AGRADECIMENTO DE RESPOSTAS	9 (1,15 %)
INFORMAÇÕES SOBRE PETROLINA	6 (0,77 %)
AGRADECIMENTO AÇÕES DA PREFEITURA	6 (0,77 %)
POLÍTICA	4 (0,51 %)
RECLAMAÇÕES SOBRE ‘INFORMA PETROLINA’	2 (0,25 %)

Fonte: Dados do ‘Informa Petrolina’ compilados pela autora.

No mês de lançamento do ‘Informa Petrolina’, o canal foi usado principalmente para tirar dúvidas dos cidadãos inscritos 56,31%, denúncias e reclamações (29,12%) e sugestões (6,18%). Veja na Tabela 10:

Tabela 10: Análise dos tipos de interação de 10 a 30 de setembro de 2019

TIPO DE INTERAÇÃO	**QUANTIDADE (%)**
DÚVIDAS	437 (56,31 %)
DENÚNCIAS/ RECLAMAÇÕES	226 (29,12 %)
SUGESTÕES	48 (6,18 %)
PEDIDOS PARA BENEFÍCIO PESSOAL	24 (3,09 %)
PEDIDOS DIRECIONADOS PARA MIGUEL COELHO	16 (2,06 %)
ELOGIOS PARA PREFEITURA	8 (1,03 %)
ELOGIO PARA PREFEITO E GRUPO POLÍTICO	8 (1,03 %)
CHECAGEM DE INFORMAÇÕES	4 (0,51 %)
POLÍTICA	4 (0,51 %)
CRÍTICAS AO PREFEITO	1 (0,12 %)

Fonte: Dados do ‘Informa Petrolina’ compilados pela autora.

No segundo momento, de 16 de março até 5 de abril de 2020, no qual 100% dos informativos trataram sobre a crise sanitária da covid 19, os principais temas das interações foram: políticas públicas emergenciais (36,49%); decretos de medidas emergenciais (18,29 %); e informações gerais sobre a covid-19 (9,29 %).

Tabela 11: Análise das interações de 16 de março a 5 de abril de 2020

TEMA DA INTERAÇÃO	**QUANTIDADE (%)**
POLÍTICAS PÚBLICAS EMERGENCIAIS	369 (36,49 %)
DECRETO DE MEDIDAS EMERGENCIAIS	185(18,29 %)
INFORMAÇÕES GERAIS SOBRE COVID-19	94 (9,29 %)
SAÚDE (NÃO RELACIONADO À PANDEMIA)	81 (8,01 %)
SINTOMAS COVID-19	64 (6,33 %)
DENÚNCIA DESCUMPRIMENTO DE MEDIDAS	54 (5,34 %)
INFRAESTRUTURA	42 (4,15 %)
SERVIÇOS	40 (3,95 %)

SOLICITAÇÃO DE AÇÕES	26 (2,57 %)
CRÍTICAS ÀS AÇÕES DE ENFRENTAMENTO	13 (1,28 %)
HABITAÇÃO/ REGULARIZAÇÃO FUNDIÁRIA	13 (1,28 %)
SERVIÇOS QUE NÃO SÃO DA PREFEITURA	12 (1,18 %)
CONCURSO/EMPREGO	11(1,08 %)
PARABENIZAÇÃO DAS MEDIDAS EMERGENCIAIS	5 (0,49 %)
SEGURANÇA PÚBLICA	1 (0,09 %)
EDUCAÇÃO	1 (0,09 %)

Fonte: Dados do 'Informa Petrolina' compilados pela autora.

Assim como no primeiro recorte temporal, o período inicial da pandemia também apresentou principalmente interações com dúvidas (78,63 %), denúncias e reclamações (14,54 %) e sugestões (2,86 %), respectivamente:

Tabela 12: Análise tipos de interação de 16 de março a 5 de abril de 2020

TIPO DE INTERAÇÃO	**QUANTIDADE (%)**
DÚVIDAS	795 (78,63 %)
DENÚNCIAS/ RECLAMAÇÕES	147 (14,54 %)
SUGESTÕES	29 (2,86 %)
CHECAGEM DE INFORMAÇÕES	28 (2,76 %)
LAMENTOS/PREOCUPAÇÕES PANDEMIA	5 (0,49 %)
ELOGIO PARA PREFEITO E GRUPO POLÍTICO	4 (0,39 %)
PEDIDOS DIRECIONADOS PARA MIGUEL COELHO	2 (0,19 %)
PEDIDOS PARA BENEFÍCIO PESSOAL	1 (0,09 %)

Fonte: Dados do 'Informa Petrolina' compilados pela autora.

O terceiro recorte, de 1º a 20 de julho de 2022, é menos expressivo no volume de interações. Logo, a diversidade de temas questionados também é menor. Os principais foram Saúde (32,22%), logo fugiu do tema mais agendado pelo canal (neste período foi Educação, com 27%), infraestrutura (24,44%), e empatados em terceiro estão turismo e eventos (14,44%) e serviços e políticas públicas (14,44%):

Tabela 13 Análise das interações de 1º a 20 de julho de 2022

TEMA DA INTERAÇÃO	QUANTIDADE (%)
SAÚDE	29 (32,22 %)
INFRAESTRUTURA	22 (24,44 %)
TURISMO E EVENTOS	13 (14,44 %)
SERVIÇOS E POLÍTICAS PÚBLICAS	13 (14,44 %)
EDUCAÇÃO	8 (8,88 %)
SERVIÇOS QUE NÃO SÃO DA PREFEITURA	3 (3,33 %)
AÇÕES DA PREFEITURA	2 (2,22 %)

Fonte: Dados do 'Informa Petrolina' compilados pela autora.

Assim como nos dois períodos anteriores, as dúvidas (52,22%) e as denúncias e reclamações (31,11%) têm destaque. Este período, contudo, surpreende com o engajamento de entretenimento (12,22%) em terceiro lugar. Veja na Tabela 14:

Tabela 14 Análise dos tipos de interação de 1º a 20 de julho de 2022

TIPO DE INTERAÇÃO	QUANTIDADE (%)
DÚVIDAS	47 (52,22 %)
DENÚNCIAS/ RECLAMAÇÕES	28 (31,11 %)
ENTRETENIMENTO	11 (12,22 %)
ELOGIO PARA MIGUEL E GRUPO POLÍTICO	3 (3,33 %)
SUGESTÃO	1 (1,11 %)

Fonte: Dados do 'Informa Petrolina' compilados pela autora.

Uma observação curiosa é que mesmo que Miguel Coelho (União Brasil) não seja mais o prefeito de Petrolina neste último recorte, ele ainda foi lembrado pelos cidadãos que interagiram nas publicações recentes.

3.3.1 Discussão dos resultados

A partir dos dados apresentados, a primeira conclusão possível e evidente é que o público do 'Informa Petrolina' interage majoritariamente para tirar dúvidas sobre serviços, ações e temas ligados ou não à administração municipal. Nos três distintos momentos de

análise, esse tipo de interação ultrapassou 50% das demandas recebidas pela equipe de comunicação da Prefeitura de Petrolina.

A segunda constatação é que a quantidade de reclamações e denúncias aparecendo de forma superior aos elogios desde o primeiro período observado, contrapõe-se a premissa levantada na seção anterior, de que a maioria dos adeptos ao canal poderia ser composta por pessoas que são ligadas de algum modo ao poder público ou ao prefeito. Além disso, o acolhimento das denúncias evidencia que o canal cumpre com o propósito de contribuir com o serviço de Ouvidoria da Prefeitura de Petrolina. Nesse ponto, já é possível identificar o canal como um instrumento de participação cidadã, cumprindo o quinto eixo de ação da comunicação pública discutido por Paes (2022), que é a criação de dispositivos de participação e consulta pública. Além disso, demonstra ser um espaço de livre circulação de opiniões, conforme a dimensão crítica definida por Weber (2017).

Apesar dos usuários do canal enviarem sugestões de ações e políticas pública, isso ainda ocorre de forma tímida. Foram apenas 78 sugestões de um total de 1878 interações analisadas, o que corresponde a apenas 4,15%. Duas premissas podem justificar a baixa expressividade desse tipo de interação, uma é a descrença de que o poder público vai ouvir e executar a sugestão, já a segunda é a ausência de incentivo à participação no conteúdo divulgado pelo 'Informa Petrolina'. A checagem de informações pelo canal também aparece de forma quase insignificante, revelando que apesar de ser um ambiente favorável para a circulação de desinformação, a população parece não se importar em consultar este tipo de serviço.

Com relação ao conteúdo, os dois primeiros recortes temporais, o tema das interações convergiu com o agendamento feito pelo canal 'Informa Petrolina', que foram infraestrutura e pandemia, respectivamente. Todavia, no período mais recente, isso não se repetiu. A baixa expressividade do volume de interações, evidencia que os cidadãos podem não acompanhar o canal com a mesma assiduidade do momento inicial, quando era novidade, ou do momento da crise sanitária.

Além disso, ainda que em índices baixos, parte do público pareceu considerar o canal como instrumento político e não de comunicação pública. Essa leitura é feita a partir das interações que pediram favores diretamente ao ex-prefeito Miguel Coelho, talvez por acreditarem que ele estaria receberia a mensagem, que agradeceram as ações do prefeito (não do poder público), ou ainda que elogiaram os políticos do município.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os processos comunicativos estão em constante transformação e adaptação às novas ambiências digitais e, por meio do estudo de caso do 'Informa Petrolina', esta constatação ganha força. Principalmente porque foi possível observar através da nossa análise que houve tentativas de adaptação na linguagem usada nos informativos e até na sua estrutura ao serem veiculados pelo *WhatsApp*. Se promover o acesso à informação a partir de múltiplas plataformas de forma acessível, fácil e transparente é o que imprime a qualidade de uma democracia, o uso do *WhatsApp* enquanto espaço promotor de democracia digital é adequado no contexto nacional, dada a relevância do mensageiro instantâneo no campo da informação. Até mesmo porque, ele permite a viabilização de inúmeros recursos multimídia que estão em conformidade com as atuais tendências da comunicação no contexto digital.

No entanto, também é preciso considerar que várias limitações se impõem, dentre elas a própria participação da população no canal, que solicita: ter um *smartphone* com acesso à internet e o aplicativo instalado. No modelo de comunicação pública proposto pelo 'Informa Petrolina' e apresentado nesta dissertação, ainda se exige um cadastro com o fornecimento de informações pessoais e que o número do canal esteja salvo nos contatos pessoais. A baixa adesão dos cidadãos ao canal (15.467 inscritos, dentro de uma população estimada de aproximadamente 360 mil habitantes**)** pode evidenciar o desinteresse da população em acessar conteúdos de publicidade institucional ou, até mesmo, o desconhecimento do serviço de comunicação pública. Importante também ponderar sobre o uso de um mensageiro pertencente a uma *big tech*, a *Meta Platforms*, por uma instituição pública, já que a empresa – por meio da figura de um dos seus fundadores Mark Zuckerberg – já esteve envolvida em escândalos sobre a violação de privacidade de internautas, como o caso do Cambridge Analítica (D'ANDRÉA, 2020). Portanto, o uso do *WhatsApp* por uma instituição pública deve ser acompanhado de uma discussão sobre a privacidade dos usuários, o que deve ser garantido também pelos assessores de comunicação.

É pertinente retomar aqui as perguntas centrais que guiaram nossa investigação, já que, como salienta França (2018, p. 113), "são suas perguntas e respostas que irão configurar o conhecimento produzido" enquanto estudo comunicacional. Quanto às práticas e estratégias de informação e comunicação públicas elaboradas pela Prefeitura de Petrolina e divulgadas via canal institucional de WhatsApp 'Informa Petrolina', podemos concluir que a Prefeitura anuncia que o canal aproxima o governo da população. De fato, via *WhatsApp*, a possibilidade de estar conectado ao poder público gera nos indivíduos a impressão de oportunizar a

interlocução acerca dos debates sobre temas relevantes à sociedade, apesar desse processo não ser necessariamente concreto e duradouro, posto que o contato não é feito diretamente com os gestores, mas intermediados pela equipe de comunicação que pode mudar de acordo com o governo que assume o poder. Além disso, é pertinente esclarecer que o debate com o poder público não significa debate com o público, já que, no modelo do 'Informa Petrolina' as interações via *WhatsApp* são direcionadas e não há possibilidade de se conectar com outras pessoas que pensem do mesmo modo que o interlocutor, diferentemente do que ocorre em outras mídias sociais, onde podem aparecer sugestões de amizades e criação de novos laços a partir de interesses em comum, como *Facebook* ou *Instagram*. Portanto, a noção de participação dos cidadãos com o uso do 'Informa Petrolina' deve ser relativizada, principalmente porque não parece ser um objetivo da Coordenadoria de Comunicação da Prefeitura de Petrolina estimular a participação a partir desta ferramenta. Nesse sentido, as estratégias simbólicas entre poder municipal e cidadãos em termos de transparência e, sobretudo, de participação são minoradas. A difusão de conteúdo feita pelo 'Informa Petrolina' parece não ter planejamento estratégico e estar sujeita aos fatores externos, como as práticas e rotinas produtivas dos profissionais envolvidos, por não haver programação consolidada nesses três anos de canal. Apesar disso, a equipe apostou no desenvolvimento de uma linguagem que se adeque à mídia social, na tentativa de estabelecer uma relação pessoal com o público que acompanha e recebe os informativos. Mesmo com a linguagem informal, os critérios de seleção de informação pública são obedecidos, apesar de, em algumas ocasiões, atenderem também ao interesse privado. Dessa forma, retomando a pergunta sobre a concepção da informação pública via mensageiro eletrônico, podemos concluir que, independentemente da ferramenta, ela é atravessada por interesses plurais, evidenciando os enlaces entre público e político.

De todo modo, no contexto da comunicação pública, as estratégias de difusão de conteúdo adotadas são sempre um desafio, por revelarem aspectos do conflito existente entre a defesa do interesse público e a promoção de interesses privados. Os governantes, ao buscarem aprovação popular para garantir a continuidade do seu projeto político, podem incorrer no uso do aparato de comunicação do Estado em benefício próprio. Sobretudo quando vemos famílias inteiras ocuparem lugares no poder público, como é o caso do núcleo familiar do senador Fernando Bezerra Coelho (MDB). O que nos leva a retomar a pertinência dos eixos de comunicação descritos ao longo da dissertação (a disponibilização de dados públicos; as ações visando a melhoria da relação com o público; as campanhas de informação de interesse público; a imagem e visibilidade das instituições públicas; a atuação da comunicação na criação de dispositivos de participação e consulta públicas) que guiaram nosso olhar para as práticas,

contribuindo para o desvelamento das ações que se apresentam como “transparentes” ou “neutras”. A ênfase dos informativos em construir uma ideia de “força” própria à cidade de Petrolina é, na realidade, uma referência às figuras políticas acima citadas, já consolidadas no poder. Daí a importância de aplicar as lentes da comunicação pública, que aqui estão amparadas na legislação brasileira que propõe a execução de processos comunicativos impessoais, para analisar as estratégias comunicativas dos estados democráticos, pois elas permitem apontar quando esse desvio ocorre.

Todavia, apesar de reconhecer todas as limitações no desenvolvimento de práticas de comunicação pública pelo mensageiro instantâneo, o espaço que ocupa como a segunda mídia social mais usada como fonte de informações no Brasil, justifica o investimento nessa plataforma, ainda que não exista uma fórmula de como fazer e seja necessário passar por testes, tentativas e transformações, tal como ocorreu com o ‘Informa Petrolina’, até encontrar um modelo atrativo e viável. Mesmo porque, os conteúdos compartilhados no *WhatsApp* podem viralizar em questão de segundos e alcançar visualizações cuja métrica é imensurável, dada a característica de irrastreabilidade do aplicativo.

Por isso mesmo que, apesar de haver poucas iniciativas de comunicação pública via *WhatsApp* ou mesmo de empresas jornalísticas com conteúdo adaptado a este meio, o aplicativo é amplamente usado pela comunicação política. Um exemplo é a rede de *WhatsApp* do atual presidente eleito, Luiz Inácio Lula da Silva, que disponibilizou diferentes grupos de *WhatsApp* com fins diversos: receber conteúdos (Lula presidente); conversar e interagir (Lulaverso); enfrentamento à desinformação (Lula pela verdade); e para ser voluntário (Time Brasil do Futuro)[42]. Analisar os usos do mensageiro instantâneo no contexto da comunicação política é um possível caminho de continuidade desta pesquisa. Podemos também prolongar os resultados desta pesquisa ao analisar as formas de comunicação pública existentes via *WhatsApp* de outras Prefeituras no Estado de Pernambuco ou até mesmo de outros estados com o objetivo de compará-las e, eventualmente, abrir caminho para uma generalização a respeito do uso do referido mensageiro eletrônico.

[42] Disponível em: < https://lula.com.br/zap/ . Acesso em 14 de dezembro de 2022.

REFERÊNCIAS

ALLARD-HUVER F. Transparence . Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics. Disponível em: http://publictionnaire.huma-num.fr/notice/transparence . Acesso em: 12 nov. 2022.

ALSINA, M. R. **A construção da notícia.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

ALVES, M. **Entrevista com a Coordenadora de Comunicação da Prefeitura de Petrolina** Entrevista concedida a Andréa Meireles de Freitas Lima em 17 de fevereiro de 2022.

AMORIS, V.C. **Comunicação pública e acesso à informação:** estudo sobre o ABC Paulista. 2020. 105f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo, 2020. Disponível em: < https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=10855789 >. Acesso em 22 de julho de 2022, acesso às 18h30.

BAGNO, A. **Jornalismo de proximidade e hiperlocal:** *smartphones* na produção da notícia no telejornalismo. Orientador: Fernando Firmino da Silva. 2020. 113 f. Dissertação (Mestrado). Mestrado em Jornalismo. Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2020.

BARRERAS, S. B. **Interesse público e agendamento:** o aborto nas eleições presidenciais de 2010. In: WEBER, M. H.; COELHO, M. P.; LOCATELLI, C. (orgs.). Comunicação pública e política - pesquisas e práticas. Florianópolis, Editora Insular, p. 229-268, 2017.

BLOG DO ELIELSON**. Fernando Filho:** ”Quero dar a Simão a mesma força política que Miguel teve na Prefeitura de Petrolina”. CBN, 2022. Disponível em: https://www.cbnrecife.com/blogdoelielson/artigo/fernando-filho-quero-dar-a-simao-a-mesma-forca-politica-que-miguel-teve-na-prefeitura-de-petrolina. Acesso em 9 de dezembro de 2022.

BRAGA, J. L. **Comunicação, disciplina indiciária**. MATRIZes, n. 2, p. 73-88, 2008. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38193/40936 >. Acesso em 14 de dezembro de 2022.

BRANDÃO, E. P. **Conceito de comunicação pública**. In: DUARTE, J. (org.). Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público. 3ª ed. São Paulo: Grupo GEN, 2012. E-book. ISBN 9788522475063. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522475063/> . Acesso em: 07 nov. 2022., p.1-33, 2012

BRASIL. **Ato Institucional nº 5, de 13 de dezembro de 1968.** Decretou a intervenção federal nos estados e municípios, suspendeu direitos políticos, entre outros. Brasília: Senado Federal, 1968. Disponível em:< http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ait/ait-05-68.htm> . Acesso em 23 de julho de 2022, às 18h.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília: Senado Federal, 1988. Disponível em:< http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm >. Acesso em 12 de fevereiro de 2022.

BRASIL. **Decreto Nº 8.777, de 11 de maio de 2016**. Dispõe sobre a política de dados abertos do Governo Federal. Brasília: Senado Federal, 2016. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/decreto/d8777.htm> . Acesso em 23 de julho de 2022, às 4h.

BRASIL. **Decreto Nº 8.777, de 11 de maio de 2016**. Dispõe sobre a política de dados abertos do Governo Federal. Brasília: Senado Federal, 2016. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/decreto/d8777.htm>. Acesso em 23 de julho de 2022, às 4h.

BRASIL. **Lei Complementar Nº101, de 4 de maio de 2000**. Sobre a responsabilidade de gestão fiscal. Brasília: Senado Federal, 2000. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp101.htm>. Acesso em 23 de julho de 2022, às 4h10.

BRASIL. **Lei Complementar Nº131, de 27 de maio de 2009**. Determina divulgação de informações em tempo real. Brasília: Senado Federal, 2009. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp131.htm>. Acesso em 23 de julho de 2022, às 4h34.

BRASIL. **Lei nº 8.112, de 11 de dezembro de 1990**. Sobre o regime jurídico do servidor público. Brasília: Senado Federal, 1990. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8112cons.htm>. Acesso em 23 de julho de 2022, às 4h.

BRASIL. **Lei nº 11.652, de 7 de abril de 2008**. Trata sobre os princípios e objetivos da radiodifusão pública atrelados ao poder Executivo. Brasília: Senado Federal, 2008. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11652.htm>. Acesso em 23 de julho de 2022.

BRASIL. **Lei nº 12.527, de 1 de novembro de 2011**. Regula o acesso à informação. Brasília: Senado Federal, 2011. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm>. Acesso em 28 de fevereiro de 2022.

BRASIL. **Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014**. Regulamenta os direitos e deveres sobre o uso da Internet. Brasília: Senado Federal, 2014 Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm> . Acesso em 2 de fevereiro de 2022, às 4h28.

BRASIL. **Lei nº 14.204, de 16 de setembro de 2021**. Simplifica a gestão de cargos em comissão e de funções de confiança na administração pública federal direta, autárquica e fundacional. Brasília: Senado Federal, 2021. Disponível em: <https://in.gov.br/en/web/dou/-/lei-n-14.204-de-16-de-setembro-de-2021-345458205>. Acesso em 13 de fevereiro de 2022.

BRITO, Carol. **Prefeitura abre canal de diálogo com cidadãos via WhatsApp.** Folha de Pernambuco, 2019. Disponível em: https://www.folhape.com.br/colunistas/blogdafolha/prefeitura-abre-canal-de-dialogo-com-cidadaos-via-whatsapp/12223/ . Acesso em: 22 jul. 2022.

BRENOL, M.V. **Transparência digital e jornalismo**: modalidades comunicativas com uso de dados públicos. 2019. 237f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2019.

CAPONE, L.V. **Sistemas deliberativos e o Marco Civil da Internet**: contribuições epistêmicas e democráticas das consultas públicas online. 2020. 262f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2020

CARNIELLI, F. Z. **Comunicação pública e comunicação cínica na trama acontecimental das tragédias de Mariana e Brumadinho**. 2021. 315f. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, p.36. 2021.

CARPES, G.; MOREU, E. **WhatsAppening to the news.** Programa de pesquisa e inovação Horizonte 2020 da União Europeia. 2021. Disponível em: <https://whatsappening.joltetn.eu/>. Acesso em 06 de janeiro de 2022.

CESAR, C. M**. Jornalismo, assessoria de imprensa e governo brasileiro na obra "No Planalto com a Imprensa"**. In: WEBER, M. H.; COELHO, M. P.; LOCATELLI, C. (orgs.). Comunicação pública e política - pesquisas e práticas. Florianópolis: Insular, p. 461-481, 2017.

CAPELLA, R.; FARIA, A. M.; DUARTE, J.. **Gestão das Mídias Sociais em Assessoria de Imprensa.** In: DUARTE, J. (org.). Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia - Teoria e Técnica. 5ªed. São Paulo: Atlas, p. 369-390, 2018.

CAPIBERIBE, C. L. G.. **Surfando nas ondas da participação digital: o Projeto Gestão Compartilhada como inovação democrática**. Orientadora: Christiana Soares De Freitas. 2020. undefined f. Dissertação (Mestrado). Mestrado em Comunicação. Universidade De Brasília, Brasília, 2020.

CAVALCANTE, F. L. N.. **Vínculos de ancoragens e enquadramentos temáticos**: Olhares itinerantes às interações midiatizadas em grupo**.** Orientador: Michael Manfred Hanke. 2019. undefined f. Tese (Doutorado). Doutorado em Estudos da Mídia. Universidade Federal Do Rio Grande Do Norte, Natal, 2019.

CHAPARRO, M. C.. **Cem anos de assessoria de imprensa**. In: DUARTE, J. (org.). Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia - Teoria e Técnica. 5ªed. São Paulo: Atlas, p. 3-20, 2018.

COMEL, N.; MARQUES, F. P. J.. **Transparência online e comunicação pública no âmbito municipal:** Examinando ferramentas digitais de controle público. Ecompós, 2022.

COSTA, A. S.. **WhatsApp e a notícia no programa CBN João Pessoa**: reconfiguração da produção jornalística na redação de radiojornalismo. Orientador: Fernando Firmino da Silva. 2018. 97f. Dissertação (Mestrado). Mestrado em Jornalismo, Programa de Pós-graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2018.

CURVELLO, J.J.A. **Legitimação das Assessorias de Comunicação nas organizações**. In: DUARTE, J. (org.). Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia - Teoria e Técnica. 5ªed. São Paulo: Atlas, p. 99-116, 2018.

DANTAS, M. R. Q. A.. **Gerenciamento da Privacidade em Interações Mediadas por Instant Messengers Móveis**. Orientador: Jose Carlos Santos Ribeiro. 2020. 161 f. Tese (Doutorado). Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas). Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2020.

DATASENADO. **Redes Sociais, Notícias Falsas e Privacidade de Dados na Internet.** Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/institucional/datasenado/arquivos/mais-de-80-dos-brasileiros-acreditam-que-redes-sociais-influenciam-muito-a-opiniao-das-pessoas>. Acesso em: 20 de julho de 2020.

DEMÉTRIO, A.. **Entenda o Marco Civil da internet e como ele muda sua rotina na web**. G1, 2012. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/07/entenda-o-marco-civil-da-internet-e-como-ele-muda-sua-rotina-na-web.html>. Acesso em: 23 de julho de 2022.

DUARTE, J.. **Assessoria de imprensa no Brasil**. In: DUARTE, J. (org.). Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia - Teoria e Técnica. 4ªed. São Paulo: Atlas, p. 51-75, 2011.

DUARTE, J.. **Instrumentos de comunicação pública.** In: DUARTE, J. (org.). Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público. 3ª ed. São Paulo: Grupo GEN, 2012. E-book. ISBN 9788522475063. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522475063/> . Acesso em: 07 nov. 2022., p.59-71, 2012

DUARTE, J.. **Assessoria de imprensa no Brasil**. In: DUARTE, J. (org.). Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia - Teoria e Técnica. 5ªed. São Paulo: Atlas, p. 49-77, 2018.

DUARTE, M. Y. M.. **Estudo de caso**. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (org.). Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação. São Paulo*: Atlas, 2005*.

ESCOLA NACIONAL DE SAÚDE PÚBLICA (Ensp/Fiocruz). **Pesquisa revela dados sobre 'fake news' relacionadas à Covid-19.** Disponível em: <https://portal.fiocruz.br/noticia/pesquisa-revela-dados-sobre-fake-news-relacionadas-covid-19 > Acesso em: 20 de julho de 2020.

ESFERA PÚBLICA. **Keynot Speakers:** João Pissarra Esteves (Universidade Nova de Lisboa). 2022. Disponível em: < https://esferapublica.uc.pt/2022/02/18/joao-pissarra-esteves/ >Acesso em 14 de dezembro de 2022.

ESTEVES, J. P.. **A resistência Social na dobra da crise da comunicação pública**. In: ESCUDERO, R.. Comunicação Pública: a voz do cidadão na esfera pública. 1ªed.Curitiba, Appris, p.41-87. 2015.

FENAJ. **Código de Ética do Jornalistas Brasileiros.** Vitória: Federação Nacional dos Jornalistas, 2007. Disponível em: https://fenaj.org.br/codigo-de-etica-dos-jornalistas-brasileiros/. Acesso em 31 de janeiro de 2022.

FENAJ. **Manual de Assessoria de Comunicação.** Brasília: Federação Nacional dos Jornalistas, 4ª ed., 2007. Disponível em: https://fenaj.org.br/publicacoes/. Acesso em 20 de julho de 2022, às 18h.

FRANÇA, V. V.; SIMÕES, P. (Orgs.). **O modelo praxiológico e os desafios da pesquisa em comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2018.

GERALDES, E. et al. **Dez anos da lei de acesso à informação:** limites, perspectivas e desafios.São Paulo: INTERCOM, 2022.

GERRING, J.. **Pesquisa de estudo de caso**: princípios e práticas. Tradução de Caesar Souza. Petrópolis, RJ: Vozes, 2019

GOMES, W. S. . **A democracia digital e o problema da participação civil na decisão política**. Revista Fronteira (UNISINOS) , São Leopoldo, v. VIII, n.3, p. 214-222, 2005.

GOMES, W. S. . **A democracia no mundo digital:** história, problemas e temas. 1ª. ed. São Paulo: Edições Sesc, 2018.

GONCALVES, E. R.. **Telejornalismo na cibercultura: a incidência do jornalismo declaratório nas TVs de Campina Grande e sua operacionalidade através do WhatsApp**. Orientador: Marcos Antonio Nicolau. 2018. 107 f. Dissertação (Mestrado). Mestrado em Comunicação e Culturas Midiáticas. Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2018.

GOVERNO FEDERAL. **Diário Oficial da União completa 152 anos.** Disponível em: <https://www.gov.br/imprensanacional/pt-br/assuntos/noticias/diario-oficial-da-uniao-completa-152-anos >. Acesso em 13 de novembro de 2022.

GOVERNO FEDERAL. **Portal da transparência.** Disponível em: < https://www.portaltransparencia.gov.br/sobre/o-que-e-e-como-funciona >. Acesso em 13 de novembro de 2022.

HASWANI, M. F. **Comunicação Pública**: bases e abrangências. 1ª ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATISTÍCAS (IBGE). **Brasil / Pernambuco / Petrolina / Panorama.** Disponível em: https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pe/petrolina/panorama Acesso em: 6 de julho de 2022.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATISTÍCAS (IBGE). **Brasil / Rio Grande do Sul / Pelotas / Panorama.** Disponível em: https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/rs/pelotas.html . Acesso em 1º de dezembro de 2022.

KRUSE, T.; MAGRI, D. Só daqui a 100 anos: aumenta a lista de sigilos do governo Bolsonaro. **Revista Veja**. Disponível em: https://veja.abril.com.br/politica/so-daqui-a-100-anos-aumenta-a-lista-de-sigilos-do-governo-bolsonaro/. Acesso em: 21 jul. 2022

LEITE, A. B. V. C.. **Registro, interação e accountability**: o WhatsApp na comunicação da Polícia Militar do Estado do Rio de Janeiro. Orientadora: Leticia Cantarela Matheus. 2018. 189 f. Dissertação (Mestrado). Mestrado em Comunicação. Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.

LIMA, A. M. F.; PAES, P. S.. **Informa Petrolina:** o uso do WhatsApp como canal de comunicação pública da Prefeitura Municipal de Petrolina. In: Intercom -Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2022, João Pessoa. 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. João Pessoa: Ufpb, 2022. v. 45. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/363740449_Informa_Petrolina_o_uso_do_WhatsApp_como_canal_de_comunicacao_publica_da_Prefeitura_Municipal_de_Petrolina_1> . Acesso em 14 de dezembro de 2022.

LIMA, V.. **Comunicação e política**. In: DUARTE, Jorge (org.). Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público. 3ª ed. São Paulo: Grupo GEN, 2012. E-book. ISBN 9788522475063. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522475063/> . Acesso em: 07 nov. 2022., p.84-94, 2012

LIPPMAN, W. **Opinião Pública**. Tradução e prefácio WAIMBERG, J. A.. 2.ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2010. 4ª reimpressão, 2020.

LUZ, A. J. **Comunicação Pública e memória das cidades:** a preservação dos sistemas de comunicação nos sites das capitais brasileiras. Orientador: Maria Helena Weber. 2016. 156.f. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016

LUZ, A. J**. Sistemas de Comunicação Governamental:** a experiência da Prefeitura de Fortaleza (2005-2012). In: WEBER, M. H.; COELHO, M. P.; LOCATELLI, C.. (Org.). Comunicação Pública e Política: pesquisa & práticas. 01ed. Florianópolis: Insular, 2017, v. 01, p. 423-437

MARKMAN, L. **Quinto lugar nas eleições, Miguel Coelho declara voto em Raquel Lyra na disputa do 2º turno pelo governo de Pernambuco.** G1, 2022. Disponível em: https://g1.globo.com/pe/pernambuco/eleicoes/2022/noticia/2022/10/02/quinto-lugar-nas-eleicoes-miguel-coelho-declara-voto-em-raquel-lyra-na-disputa-do-2o-turno-pelo-governo-de-pe.ghtml Acesso em 29 de outubro de 2022.

MARTINEZ, R. **Implantando uma Assessoria de Imprensa**. In: DUARTE, J. (org.). Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia - Teoria e Técnica. 5ªed. São Paulo: Atlas, p. 195-216, 2018.

MARTINO, L. M. S. . **Teoria das Mídias Digitais**: linguagens, ambientes e redes. 2. ed. 4ª reimpressão, Petrópolis: Vozes, 2020.

MARTINO, L. M. S. Midiatização da política, entretenimento e cultura pop. Dimensões conceituais e práticas. **InMediaciones de la Comunicación**, Montevideo, n. 14, v. 2, p. 145-164, 2019.

MARTINS, J. W. **Sociabilidade e Solidariedade Via WhatsApp nas Gerações Baby Bommers e XY:** uma análise das relações interpessoais mediadas tecnologicamente. Orientador: Paulo Roberto Gibaldi Vaz. 2018, 184 f. (Doutorado). Doutorado em Comunicação. Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensão do homem.** Tradução PIGNATARI Décio. 2ª ed. São Paulo: Cutrix, 2011.

MELO, C.B.; SIQUEIRA, F.; CABRAL, L. R. A.; SOUSA, M. M. G. P. **As estratégias de combate à desinformação do Fato ou Fake no programa Combate ao Coronavírus**. In: SIQUEIRA, F.; MONTEIRO, P. (orgs.). Jornalismo em tempos de pandemia – reconfigurações na TV e na Internet. 1ª ed. João Pessoa. Editora UFPB, p. 113-143. 2020.

MENEGHINI, J. C.**. Emoções e afetos na desorganização informacional** O Medo e a esperança em conteúdos falsos de saúde no WhatsApp. Orientador: Renato Essenfelder Abrahao Filho. 106f. Dissertação (Mestrado). Mestrado em Produção Jornalística e Mercado, Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, 2020.

MICK, J. [et al.]. **Perfil do jornalista brasileiro 2021**: características sociodemográficas de saúde e do trabalho. 1. ed. Florianópolis: Quorum Comunicações, 2022. Disponível em: https://perfildojornalista.ufsc.br/. Acesso em: 27 de julho de 2022.

MINISTÉRIO DA ECONOMIA. **Governo Digital**. Disponível em: https://www.gov.br/governodigital/pt-br/EGD2020. Acesso em: 22 jul. 2022.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Consultas públicas.** Disponível em: < https://www.gov.br/saude/pt-br/acesso-a-informacao/participacao-social/consultas-publicas> Acesso em 25 de outubro de 2022.

MONTEIRO, G. F.. **A notícia institucional.** In: DUARTE, Jorge (org.). Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia - Teoria e Técnica. 5ªed. São Paulo: Atlas, p. 117-136, 2018.

MUZELL, R. B**. Desinformação e Propagabilidade:** Uma análise da desordem informacional em grupos de WhatsApp. Orientador: Eduardo Campos Pellanda. 2020. 102f. Dissertação (Mestrado). Mestrado em Comunicação Social. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2020.

NAPOLITANO, C. J. N.;ORLANDO, M.R.; SILVA, R.L.; e STROPPA, T. **O direito à informação pública: retrocessos e riscos em tempos de pandemia**. In: GERALDES, E. et al. Dez anos da lei de acesso à informação: limites, perspectivas e desafios. São Paulo: INTERCOM, p. 676-688, 2022.

NASCIMENTO, C. A.. **Assessoria de imprensa na era das mídias**: Rotinas de Produção e Cultura Profissional na Comunicação do Governo do Estado da Paraíba. 2017. 151f. Dissertação (Mestrado). Mestrado em Jornalismo, Programa de Pós-graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2017.

NASCIMENTO, G. C.. **A circulação de desinformação no whatsapp durante a campanha eleitoral de 2018**. Orientadora: Liana Vidigal Rocha. 115f. Dissertação (Mestrado). Mestrado em Comunicação e Sociedade, Universidade Federal do Tocantins, Palmas, 2020.

NÓBREGA, Z.. **A construção do discurso na assessoria de imprensa**. Orientador: Elizabeth Saporiti. 1998. 142.f. Dissertação (Mestrado). Mestrado em Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 1998.

NOVELLI, A. L. R. **Comunicação e opinião pública**. In: DUARTE, J. (org.). Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público. 3ª ed. São Paulo: Grupo GEN, 2012. E-book. ISBN 9788522475063. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522475063/> . Acesso em: 07 nov. 2022., p.72-83, 2012

ONOFRE, R. L.. **Práticas do WhatAapp No Bom Dia Paraíba:** novas rotinas produtivas no telejornalismo. Orientador: Thiago Soares. 2016. 90f. Dissertação (Mestrado). Mestrado em Jornalismo, Programa de Pós-graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2016.

Ollivier-Yaniv Caroline. La communication publique. Communication d'intérêt général et exercice du pouvoir. In: Stéphane Olivesi (dir.), **Sciences de l'information et de la communication**. Objets, savoir, discipline, Grenoble, PUG, 2006, p. 97-112.

PAES, P. de S. **Qual relação entre governança e comunicação pública?** Por uma abordagem comunicacional do conceito de governança. In: Intercom -Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2022, João Pessoa. 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. João Pessoa: Ufpb, 2022.

PETTERS, L.; PAES, P. **Entre comunicação pública e promoção política**: interações de Emmanuel Macron e youtubers na gestão da pandemia da Covid-19. Rumores, v.16, n.31, p. 133-160, 2022.

PINHEIRO, M.F. **Intervenções privadas na comunicação pública do governo de Jair Bolsonaro**: os vieses moralistas e religiosos. 2021. 287f. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Comunicação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2021. Disponível em: https://lume.ufrgs.br/handle/10183/231846. Acesso em 23 de julho de 2022, às 4h.

PPJ/UFPB. **Dissertações/Produtos jornalísticos.** Disponível em: < http://www.ccta.ufpb.br/ppj>. Acesso em 29 de outubro de 2022.

PREFEITURA DE PETROLINA. Disponível em: https://petrolina.pe.gov.br/. Acesso em 29 de outubro de 2022.

PREFEITURA DE PELOTAS. **Entre em contato com a prefeitura pelo novo canal via whatsapp.** Disponível em: <https://www.pelotas.com.br/noticia/entre-em-contato-com-a-prefeitura-pelo-novo-canal-via-whatsapp>, Acesso em 1º de dezembro de 2022.

REUTERS INSTITUTE FOR THE STUDY OF JOURNALISM. **Digital News Report 2022.** Disponível em: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital_News-Report_2022.pdf > Acesso em 23 julho de 2022, às 22h22.

RECUERO, R.. **Introdução à Análise de Redes Sociais Online**. 1. ed. v. 1. Salvador: EDUFBA, 2017.

RECUERO, R.. **A rede é a mensagem:** Efeitos da Difusão de Informações nos Sites de Rede Social. In: Eduardo Vizer. (Org.). Lo que Mcluhan no previó. 1ed.Buenos Aires: Editorial La Crujía, 2012, v. 1, p. 205-223. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/arquivos/redemensagem.pdf>. Acesso e 2 de dezembro de 2022.

RECUERO, R.. **Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo:** Elementos para discussão. 2009, online. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/artigos/artigoredesjornalismorecuero.pdf>. Acesso em: 14 de dezembro de 2021.

RODRIGUES, D.. **Pandemia de desinformação: uma análise dos tipos de notícias falsas sobre o novo coronavírus e como agências de fact-checking tratam a desinformação no Brasil e em Portugal**. 2020. Disponível em: <https://seer.faccat.br/index.php/ricom/article/view/1880/1154>. Acesso em 06 de agosto de 2021.

SAMPAIO, R. C. ; BRAGA, S. S. ; CARLOMAGNO, M. C. ; MARIOTO, D. J. F. ; ALISON, M. B. ; BORGES, T. P. F. S. . **Estado da arte da democracia digital no Brasil**: oferta e sobrevivência das iniciativas (1999-2016). REVISTA DO SERVICO PUBLICO (ONLINE), v. 70, p. 693-734, 2019.

SANTAELLA, L.. **Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado**. 2ª ed. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

SANTOS, J. G. B; FREITAS, M; ALDÉ, A.; SANTOS, K.; e CUNHA, V.C.C. **WhatsApp, política mobile e desinformação: a hidra nas eleições presidenciais de 2018.** C&S – São Bernardo do Campo, v. 41, n. 2, p. 307-334, maio-ago. 2019. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-metodista/index.php/CSO/article/view/9410/6962>. Acesso em: 14 de dezembro de 2021.

SIMÕES, P. G.; SILVA, T.. **A linguagem fascista e a constituição da imagem pública**: uma análise sobre Jair Bolsonaro. Rumores, n. 31, v. 16, p. 60-86, 2022. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/200392>. Acesso em 3 de dezembro de 2022

SILVA, L.F; MITOZO, I.B. **Eleições municipais no WhatsApp**: uma análise dos links presentes em grupos online de Imperatriz, Maranhão. Agenda Política. Revista de Discentes de Ciência Política da Universidade Federal de São Carlos. São Carlos: v. 9, n.3, p. 243-267, 2021. Disponível em: https://www.agendapolitica.ufscar.br/index.php/agendapolitica/article/view/604/369. Acesso em: 6 de jul. 2022.

SITE OFICIAL LULA. **Participe dos nossos grupos de WhatsApp.** Disponível em: < https://lula.com.br/zap/ >. Acesso em 14 de dezembro de 2022.

SPECHT, P. P.. **O Whatsapp No Extra (Rj) E No Diário Gaúcho (Rs):** A participação da audiência na reconfiguração do processo de produção da notícia. Orientador: Andre Fagundes Pase. 2019. 281 f. Tese (Doutorado). Doutorado em Comunicação Social. Pontifícia Universidade Católica Do Rio Grande Do Sul, Porto Alegre, 2019

STACCIARINI, I. C.. **O WhatsApp como ferramenta de apuração: erros jornalísticos originados em grupos restritos a repórteres e fontes na área de segurança pública do DF.** Orientador: Celia Maria Dos Santos Ladeira Mota. 2019. 266 f. Tese (Doutorado). Doutorado em Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2019.

VITAL, M. J. C. **A trajetória da TV UFPB na construção de um veículo de comunicação pública**. 2020. 237f.. Dissertação (Mestrado Profissional em Jornalismo) – Universidade Federal da Paraíba. João Pessoa, 2020. Disponível em: <http://www.ccta.ufpb.br/ppj/contents/arquivos/MARCOSJOSDACRUZVITAL.pdf>. Acesso em 22 de julho de 2022, às 19h.

WIKIPÉDIA. **Miguel Coelho**. 2022. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Miguel_Coelho. Acesso em: Acesso em 25 de julho de 2022.

WARDLE, C.; DERAKHASHAN, H.. **Information disorder:** Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. Strasbourg: Council of Europe, 2017. Disponível em: < https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an- interdisciplinary-framework-for-researc/168076277c > . Acesso em 19 de janeiro de 2022.

WDAY BRASIL. **Sobre a gente**. WDay. Disponível em: <https://wdaybrasil.com.br/> Acesso em 28 de fevereiro de 2022.

WEBER, M. H.. **Nas redes de comunicação pública, as disputas possíveis de poder e visibilidade**. In: WEBER, M. H.; COELHO, M. P.; LOCATELLI, C. (orgs.). Comunicação pública e política - pesquisas e práticas. Florianópolis, Editora Insular, p. 23-56, 2017.

WEBER, M. H.. **A cidade traída?** Recortes da mídia, do governo e da academia sobre Porto Alegre. In: WEBER, M. H.; COELHO, M. P.; LOCATELLI, C. (orgs.). Comunicação pública e política - pesquisas e práticas. Florianópolis, Editora Insular, p. 661-682, 2017.

WEBER, M. H.. **Na comunicação pública, a captura do voto**. Logos, Rio de Janeiro, v. 14, n. 2, p. 21-42, 2007.

WEBER, M. H.; LOCATELLI, C.. **Realidade e Limites da Pesquisa Empírica em Comunicação Pública**. MATRIZes, [S. l.], v. 16, n. 1, p. 141-159, 2022.

WHITACKER, A.M. **Por que há um boicote ao Censo e ao IBGE no governo Bolsonaro**. Jornal da Unesp. Disponível em: https://jornal.unesp.br/2021/05/06/por-que-ha-um-boicote-ao-censo-e-ao-ibge-no-governo-bolsonaro/. Acesso em: 20 jun. 2022.

APÊNDICES

TABELA 1 – PRIMEIRO RECORTE TEMPORAL (10/09/2019 à 30/09/2019)

DATA / HORA	TÍTULO	TEMA / CRITÉRIOS DE INFORMAÇÃO	EMOJIS / RECURSOS MULTIMÍDIA	AD	INT.	DES.	DESCRIÇÃO DE CONTEÚDO, ESTRUTURA, LINGUAGEM, ASSINATURA E IDENTIFICAÇÃO DE INTERESSES POLÍTICOS
10/09/19	**SEM POSTAGEM**			259	896	0	
11/09/19 08h00	**Prefeitura investirá cerca de R$ 18 milhões para pavimentar mais de 56 ruas**	INFRAESTRUTURA/ PAVIMENTAÇÃO PUBLICIDADE DE AÇÃO + TRANSPARÊNCIA + INTERESSE PÚBLICO	(1x) Bandeirinha ML (3x) (1x - Assinatura) **Total: 9** LINK: 1	437	2135	0	A primeira mensagem compartilhada pelo canal Informa Petrolina foi relacionada à divulgação de uma licitação para a pavimentação de 56 ruas, distribuídas em 17 bairros do município. O informativo trouxe também o valor do investimento (em torno de R$ 18 milhões) e, também, pontuou que o município não recebia grandes investimentos na infraestrutura há mais de 10 anos. A mensagem deu publicidade a uma ação da gestão e ainda alfinetou gestões anteriores. A primeira mensagem adotou um padrão textual seguido nas mensagens posteriores: Título + lead da matéria do site + link da matéria completa no site institucional + assinatura do assessor de imprensa da pasta + assinatura da coordenadora de comunicação + nome do canal Informa Petrolina WhatsApp Oficial da Prefeitura + Fonte: Coordenadoria de Comunicação da Prefeitura de Petrolina A assinatura extensa no primeiro momento mostra uma preocupação em consolidar o WhatsApp como fonte oficial da Coordenadoria de Comunicação. A assinatura dos profissionais dá credibilidade ao recém-criado canal de comunicação. **O texto 2** divulgou que o prefeito iria anunciar o projeto da Casa de Parto municipal, como parte da programação do aniversário do município. O informe pede que o público fique ligado nos informativos para receber as novidades sobre a programação do aniversário de Petrolina. O nome do prefeito Miguel Coelho é citado.

12h15	**Petrolina vai ganhar uma maternidade municipal**	SAÚDE/MULHER PUBLICIDADE DE AÇÃO + TRANSPARÊNCIA + INTERESSE PÚBLICO	(1x título) (1x) ⚠ (1x) ML (3x) (1x - Ass) **Total: 11** S/LINK S/ IMAGEM				Título + texto +Assinatura direta da então Coordenadora de Comunicação, Monyk Arcanjo + nome do canal Informa Petrolina WhatsApp Oficial da Prefeitura + Fonte: Coordenadoria de Comunicação da Prefeitura de Petrolina
12/09/19 08h00	**Contrato é assinado para pavimentar corredores de ônibus em oito bairros**	INFRAESTRUTURA/ PAVIMENTAÇÃO PUBLICIDADE + TRANSPARÊNCIA + INTERESSE PÚBLICO	(1x) ML (3x) (1x - Ass) **Total: 9** LINK: 1 MINIATURA	156	2822	0	Informativo sobre a assinatura de contrato do programa "Avançar Cidades", que prevê o investimento de R$18 milhões para a pavimentação de corredores de ônibus de 8 bairros, totalizando 11 vias. O nome do prefeito Miguel Coelho é citado. Link convida para acessar o site institucional para conferir nomes das ruas. Título + texto (união de lead e sub lead do release) + Assinatura direta da então Coordenadora de Comunicação, Monyk Arcanjo + nome do canal Informa Petrolina WhatsApp Oficial da Prefeitura + Fonte: Coordenadoria de Comunicação da Prefeitura de Petrolina
13/09/19 07h45	**Renovação dos ônibus de Petrolina deve ocorrer em dezembro**	MOBILIDADE URBANA PUBLICIDADE + TRANSPARÊNCIA + INTERESSE PÚBLICO	(1x) ML (3x) (1x - Ass) **Total: 10** S/LINK S/IMAGEM	158	1417	0	Informativo sobre conclusão do processo licitatório para renovação de frota de ônibus e previsão de início. Informa também os serviços que estarão disponíveis nos ônibus (wi-fi, ar condicionado, etc). O nome do prefeito Miguel Coelho é citado. Título + texto +Assinatura direta da então Coordenadora de Comunicação, Monyk Arcanjo + nome do canal Informa Petrolina WhatsApp Oficial da Prefeitura + Fonte: Coordenadoria de

12h30	**Prefeitura de Petrolina orienta sobre vacinação contra sarampo** 💉	SAÚDE + SERVIÇO DE UTILIDADE PÚBLICA	💉 (1x) 👶 👦 👶 👧 👧 (1X) ML (3x) 📱 👤 📰 (1x - Ass) **Total: 12** LINK: 1 MINIATURA				Comunicação da Prefeitura de Petrolina **Texto 2:** Orientação sobre vacina contra sarampo, seguindo o calendário nacional de vacinação e público alvo. Título + Lead + 3º parágrafo release + link + Assinatura estagiária + assinatura assessora responsável pela pasta + assinatura coordenadora de comunicação. **SEM NOME DO CANAL**
14/09/19	-	-	-	-	-	-	-
15/09/19	-	-	-	-	-	-	-
16/09/19 13h00	**Saneamento do Dom Avelar terá obras iniciadas neste mês** 🏗 👷	INFRAESTRUTURA / SANEAMENTO PUBLICIDADE + TRANSPARÊNCIA	🏗 👷 (1X) ML (3x) 📱 👤 📰 (1x - Ass) **Total: 8** S/ LINK S/ IMAGEM	264	702	0	Assinatura de OS para obra de saneamento do bairro Dom Avelar e outros 5 bairros. É divulgado o valor do investimento (R$ 4,3 milhões); Ação do mês de aniversário da cidade. Menciona nome do prefeito Miguel Coelho. Título + texto +Assinatura direta da então Coordenadora de Comunicação, Monyk Arcanjo + nome do canal Informa Petrolina WhatsApp Oficial da Prefeitura + Fonte: Coordenadoria de Comunicação da Prefeitura de Petrolina
17/09/19 12h30	**Aniversário de Petrolina terá diversidade cultural e noite de louvor** 🎂 ML	EVENTO/ PUBLICIDADE / INTERESSE PÚBLICO /	🎂 (1x) 👗 (1x) 🎸 (1x) ML (3x) 📱 👤 📰 (1x - Ass) **Total: 9** S/LINK/IMAGEM	126	516	0	Texto informando programação cultural do aniversário do município. Título + texto (2 parágrafos) +Assinatura da assessora de imprensa da pasta + assinatura da então Coordenadora de Comunicação, Monyk Arcanjo + nome do canal Informa Petrolina WhatsApp Oficial da Prefeitura + Fonte: Coordenadoria de Comunicação da Prefeitura de Petrolina Texto informa sobre a inauguração de escola de educação básica em bairro do município. Aborda a quantidade de beneficiados (450) e os 10bairros que a escola vai atender.

20h00	**Cohab VI ganhará primeira escola de educação infantil para atender mais de 450 alunos** ML	EDUCAÇÃO/ PUBLICIDADE/ DADO PÚBLICO	(1X) ML (4x) (1x) (1x - Ass) **Total: 9** LINK: 1				Texto menciona nome do prefeito. Título + texto (lead do site) +Assinatura da assessora de imprensa da pasta + assinatura da então Coordenadora de Comunicação, Monyk Arcanjo + nome do canal Informa Petrolina WhatsApp Oficial da Prefeitura + Fonte: Coordenadoria de Comunicação da Prefeitura de Petrolina
18/09/19 12h45	**São Gonçalo ganha novas ruas asfaltadas**	INFRAESTRUTURA/ PUBLICIDADE/ TRANSPARÊNCIA/ DADO PÚBLICO / INTERESSE PÚBLICO	(1x) (1x) ML (2x) (1x - Ass) **Total: 7** SEM LINK/IMAGEM	480	372	0	Ainda fazendo referência ao mês de aniversário de Petrolina, o informativo fala sobre a entrega de 11 vias pavimentadas/recapeadas em um bairro da cidade. A mensagem também informa o valor investido (R$ 5,1 milhões) e menciona que até o final da gestão 300 ruas devem ser contempladas com o programa. Texto menciona nome do então prefeito, Miguel Coelho. Título + texto (2 parágrafos) +Assinatura da assessora de imprensa da pasta + assinatura da então Coordenadora de Comunicação, Monyk Arcanjo + nome do canal Informa Petrolina WhatsApp Oficial da Prefeitura + Fonte: Coordenadoria de
19/09/19 12h30	**Prefeito inaugura quadra e assina ordem de serviço para recuperar bacia do Dom Avelar**	ESPORTE/ INFRAESTRUTURA PUBLICIDADE/ TRANSPARÊNCIA / INTERESSE PÚBLICO	**(1x)** (1x) (1x) GNG (2x) **Total: 5** + LINK	22	177	0	Ainda como parte da programação do aniversário de Petrolina, o texto fala sobre a inauguração de uma quadra poliesportiva e sobre a assinatura de uma ordem de serviço para serviços de saneamento que vai beneficiar seis bairros. O texto menciona ainda o valor do investimento da OS: R$ 4 milhões. Texto menciona nome do então prefeito, Miguel Coelho. Título + texto (2 parágrafos) + LINK +Assinatura da assessora de imprensa da pasta + assinatura da então Coordenadora de Comunicação, Monyk Arcanjo + nome do canal Informa Petrolina WhatsApp Oficial da Prefeitura + Fonte: Coordenadoria de Comunicação
20/09/19 12h45	**Prefeitura e Codevasf anunciam pavimentação para 25 ruas**	INFRAESTRUTURA/ TRANSPARÊNCIA INTERESSE PÚBLICO/ PUBLICIDADE	 ML (2x) Total: 7 Link: 1	128	144	0	O texto traz informações sobre o investimento de R$3 milhões em pavimentação, 25 ruas de 4 bairros serão contempladas (Vila Eduardo, Terras do Sul, São Jorge e Jardim Petrópolis). Fala sobre assinatura da O.S. e previsão de início da obra.

							Menciona o nome do prefeito Miguel Coelho. Título + lead + LINK + assinatura da então Coordenadora de Comunicação, Monyk Arcanjo + nome do canal Informa Petrolina WhatsApp Oficial da Prefeitura /SEM FONTE
21/09/19 09h00	**Desfile de 21 de Setembro contará trajetória da cultura musical de Petrolina**	PUBLICIDADE /EVENTO / INTERESSE PÚBLICO	(1x) (2x) (1x) (1x) **(5x)** **Total: 12** **+ link**	-	-	-	Texto anuncia programação do desfile cívico do aniversário do município. Título + texto (2 parágrafos) + LINK +Assinatura da assessora de imprensa da pasta + assinatura da então Coordenadora de Comunicação, Monyk Arcanjo + nome do canal Informa Petrolina WhatsApp Oficial da Prefeitura + Fonte: Coordenadoria de Comunicação
22/09/19	-	-	-	-	-	-	-
23/09/19 12h30	**Maternidade municipal: prefeitura inicia instalação de novo centro de partos**	SAÚDE /MULHER PUBLICIDADE+ TRANSPARÊNCIA + INTERESSE PÚBLICO	(2x) (1x) (2x) (1x) (1x - Ass) **Total: 12** LINK: 1 MINIATURA	492	432	0	Texto informando sobre assinatura da ordem de serviço para instalação do Centro de Parto normal, que iria realizar 150 partos/mês. Informações sobre infraestrutura do prédio + funcionamento + corpo funciona. O texto menciona nome do prefeito. Título + texto do release adaptado + link + Assinatura da coordenadora de comunicação + Informa Petrolina WhatsApp Oficial da Prefeitura
24/09/19 12h00	**Semana de Trânsito: fórum da prefeitura discutirá número de acidentes em Petrolina**	MOBILIDADE URBANA/ SERVIÇO UTILIDADE PÚBLICA	. Total: 18 + Link inscrição	98	287	0	O texto informa sobre a inscrição para um fórum para discutir números de acidentes de trânsito em Petrolina, com motoristas e sociedade civil. Parte da semana de trânsito. Título + texto (2 parágrafos) + LINK +Assinatura da assessora de imprensa da pasta + assinatura da então Coordenadora de Comunicação, Monyk Arcanjo + Fonte: Coordenadoria de Comunicação

20h00	**Bacia Dom Avelar: prefeitura inicia obra para levar saneamento a seis bairros de Petrolina**	INFRAESTRUTUA-SANEAMENTO TRANSPARÊNCIA/ UTILIDADE PÚBLICA/ PUBLICIDADE	⏳🚧🚧 💰 📝: 🎙📰📱ML Total: 9 S/LINK				Texto informa sobre início de obra de saneamento. Traz informações sobre população beneficiada (40 mil), bairros beneficiados (6), valor da obra (R$ 4,6 milhões), previsão de entrega (10 meses), detalhes sobre obra (contrução de 97 poços, 846 caixas de passagem e 55km de encanamento). Texto menciona nome do então prefeito, Miguel Coelho. Título + texto (2 parágrafos) + Assinatura da assessora de imprensa da pasta + assinatura da então Coordenadora de Comunicação, Monyk Arcanjo + Fonte: Coordenadoria de Comunicação
25/09/19 19h00	**SEM TÍTULO**	SOCIAL/SAÚDE PUBLICIDADE / UTILIDADE PÚBLICA	👷♂👩⚕📑 🤝 👉 (3x 🎙📰📱 ML(3x) Total: 15 emojis 3 links releases	-	455	0	Informa destaca a inauguração de 4 equipamentos públicos em menos de 1 mês: 2 casas de acolhimento para usuários de drogas, 1 Centro Pop e 1 Caps AD. Texto menciona nome do então prefeito, Miguel Coelho. Texto também faz propaganda do município, afirmando que é um canteiro de obras, com a melhor atenção básica do NE e o melhor indicador de educação. S/TÍTULO + 2 parágrafos + 3 links + Assinatura da então Coordenadora de Comunicação, Monyk Arcanjo + INFORMA PETROLINA WhatsApp Oficial da Prefeitura
26/09/19 12h30	**Final da Copa do Interior é neste domingo no Estádio Paulo Coelho⚽**	SERVIÇO / EVENTO ESPORTIVO / INTERESSE PÚBLICO/	⚽ (3x) 🏆 👉 🎙📰📱 ML(2x) **Total: 10** Link	24	285	0	Texto informa data, horário e local da final e da disputa para o 3º lugar da 21ª Copa do Interior. Texto alfineta gestões anteriores quando destaca que o torneio foi resgatado após ter sido esquecido 11 anos pelo poder público. Título + texto (2 parágrafos) + LINK +Assinatura da assessora de imprensa da pasta + assinatura da então Coordenadora de Comunicação, Monyk Arcanjo + nome do canal Informa Petrolina WhatsApp Oficial da Prefeitura + Fonte: Coordenadoria de Comunicação
27/09/19 13h30	**Prefeitura de Petrolina convoca aprovados no concurso de agentes de Saúde e Endemias**	UTILIDADE PÚBLICA/ SAÚDE	🎉 📰 ✉,📅 ⏰ 📝 🎙📰📱 ML Total: 10 + link cadastro no informa	+4	639	0	Texto informa sobre convocação dos agentes de endemias aprovados em concurso público municipal e informa que a lista está disponível no Diário Oficial do município. O informativo também destaca horários, prazos e local de apresentação dos candidatos. Título + texto (2 parágrafos) + ssinatura da assessora de imprensa da pasta + assinatura da então Coordenadora de Comunicação, Monyk Arcanjo

19h30	**Descubra Petrolina, a capital do sertão pernambucano**	TURISMO PUBLICIDADE + ORGULHO PETROLINA	▶ ML Total: 6 + 1 VÍDEO				Informe sobre dia mundial do turismo, com vídeo em homenagem à Petrolina. Fala sobre belezas naturais da cidade, modalidades de turismo e estimula que as pessoas conheçam e divulguem a cidade. Título + texto (2 parágrafos) + Assinatura da assessora de imprensa da pasta + assinatura da então Coordenadora de Comunicação, Monyk Arcanjo
28/09/19 12h30	**Frota nova: ônibus que circularão em Petrolina já estão sendo preparados para uso**	MOBILIDADE URBANA/ SERVIÇO- PUBLICIDADE + TRANSPARÊNCIA + INTERESSE PÚBLICO	ML Total: 15 + 1 foto + LINK CADASTRO infoma		-	-	O texto dá um prazo para a nova frota de ônibus (com 80 veículos) comece a circular no município. O informativo também fala sobre serviços disponíveis: ar-condicionado, wi-fi e acessibilidade. Título + texto (2 parágrafos) + Assinatura da assessora de imprensa da pasta + assinatura da então Coordenadora de Comunicação, Monyk Arcanjo No fim do informativo, vem um aviso orientando que quem recebeu a mensagem por um amigo, se cadastre no WhatsApp. Instruções + link.
29/09/19 20h00	**Prefeitura continua na liderança do Estado no ranking de geração de empregos**	ECONOMIA PUBLICIDADE + ORGULHO PETROLINA	ML Total: 11 S/link		-	-	Divulgação de dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados, que destacou Petrolina em 1º lugar na geração de empregos de Pernambuco, no período de janeiro à agosto. O texto ainda aponta os dados do 2º e 3º lugar do Estado. Título + texto (2 parágrafos) + Assinatura da assessora de imprensa da pasta + assinatura da então Coordenadora de Comunicação, Monyk Arcanjo
30/09/19 20h	**Prefeitura inicia construção de ciclovia do Jatobá**	INFRAESTRUTURA PUBLICIDADE + TRANSPARÊNCIA + UTILIDADE PÚBLICA	ML(2x) Total: 10		-	-	Informativo sobre construção de ciclovias em Petrolina. Informa os locais em que obras ocorrem, valor das obras (R$ 1,6 milhão). Também informa sobre novas ciclovias que serão construídas no futuro, que totalizarão 11km em todo município. Título + texto (3 parágrafos) + Assinatura da assessora de imprensa da pasta + assinatura da então Coordenadora de Comunicação, Monyk Arcanjo

*AD. : ADESÃO

*INT. : INTERAÇÃO

*DES. : DESISTÊNCIA

TABELA 2 – SEGUNDO RECORTE TEMPORAL (16/03/2020 à 05/04/2020)

DATA / HORA	TÍTULO	TEMA / CRITÉRIO DE INFORMAÇÃO	EMOJI / RECURSOS MULTIMÍDIA	AD.	INT.	DES.	DESCRIÇÃO DE CONTEÚDO, ESTRUTURA, LINGUAGEM, ASSINATURA E IDENTIFICAÇÃO DE INTERESSES POLÍTICOS
16/03/20 13h58	**Atenção!! Nada de pânico**	SAÚDE/ PANDEMIA PREVENÇÃO COMBATE FAKE NEWS/ CONTROLE DE CRISE/ PROMOVE O CANAL EDUCATIVA UTILIDADE PÚBLICA	ML 🗓 🔬 🔔 ♀ ▶ ▪ TOTAL: 7 BANDEIRA: 1 VÍDEO	34	502	0	A mensagem tem o objetivo de acalmar a população. Orienta que os seguidores compartilhem o canal com a família e amigos e garante que vai informar tudo sobre a pandemia. O canal também compartilha um vídeo com orientações sobre prevenção da doença. Linguagem se aproxima a uma conversa. Usa: Vamos combinar o seguinte:combinado? Dá o play. **SEM ASSINATURA**
17/03/20 07h59	*Informa Petrolina:* **Boletim atualizado sobre coronavírus**	SAÚDE/ FUNCIONAMENTO DE SERVIÇOS / PANDEMIA ACESSO À INFORMAÇÃO/ DIVULGAÇÃO DE DADOS PÚBLICOS UTILIDADE PÚBLICA TRANSPARÊNCIA	■ (15X) 📌 🔗 🗓 ▧ TOTAL: 19 BANDEIRA:0 SEM RECURSOS	138	686	0	1º boletim da covid divulgado pelo canal, com nove casos notificados. Informações sobre novas medidas de prevenção da prefeitura, válidas por 15 dias. Falas sobre alteração e suspensão no funcionamento de serviços públicos, e recomenda suspenção de cinema, teatros, além de informar sobre convênio com hospital sobre vagas de UTI. **SEM ASSINATURA**
11h58	**No combate ao coronavírus, temos uma missão para você.**	SAÚDE/SERVIÇO/ PANDEMIA COMBATE FAKE NEWS INFORMA DADO PÚBLICO TRANSPARÊNCIA UTILIDADE PÚBLICA	🔗 🗓 🤝 ☎ 🎗 TOTAL: 5 SEM BANDEIRA VÍDEO EDUCATIVO	-	-	-	Reforça que está divulgando informações confiáveis para evitar pânico, Informa contato para quem estiver com sintomas falar com a Secretaria de Saúde e saber quais medidas tomar Finaliza com o número de casos notificados da covid, até então 9 Linguagem se aproxima a uma conversa: entre em contado, temos uma missão para você... **SEM ASSINATURA**

17h29	**Já viu que aumentamos nosso contato, né?**	SAÚDE PANDEMIA EDUCATIVA COMBATE À FAKENEWS UTILIDADE PÚBLICA	(2x) (2x) GN Total: 8 Bandeira 1 CARD	-	-	-	Explica que aumentou contato pelo canal para garantir o acesso à informação verdadeira. Card com medidas preventivas para o dia a dia. Explica diferença de sintomas da gripe e covid. Orienta que a população não vá às unidades de saúde sem necessidade. Usa recursos de conversa, fazendo perguntas aos usuários "já viu que aumentamos nosso contato, né?" "se liga!" **SEM ASSINATURA**
18/03/20 14h36	**Já esgotou o repertório musical infantil?** Calma, leia até o final!	EDUCAÇÃO PANDEMIA POLÍTICA PÚBLICA UTILIDADE PÚBLICA EDUCATIVA	GN Total:12 Bandeira 1 SEM RECURSO	12	421	0	Explica que com a suspensão de aulas da rede municipal, os alunos terão direito ao kit alimentação para garantir a merenda. I informativo também traz dicas para entretenimento infantil no período Linguagem próxima a uma conversa **SEM ASSINATURA**
15h59	**Tenha responsabilidade!**	SAÚDE PANDEMIA EDUCATIVA UTILIDADE PÚBLICA	TOTAL 4 CARD	-	-	-	Orienta sobre ser responsável e a necessidade de todos fazer sua parte para combater a covid-19. Destaca que isolamento não é férias e dá sugestões sobre o que fazer no período em casa, como ler livros, assistir séries. Linguagem próx. À conversa **SEM ASSINATURA**
17h10	*Informa Petrolina:* **Boletim atualizado sobre o Coronavírus**	SAÚDE PANDEMIA TRANSPARÊNCIA DADO PÚBLICO ACESSO À INFORMAÇÃO PUBLICIDADE REDE DO PREFEITO	GN Total: 5 SEM RECURSO	-	-	-	Atualizações sobre confirmação de resultado do primeiro caso suspeito da covid-19 no município, que deu negativo. Informa que outras informações serão transmitidas 1h mais tarde na rede social do prefeito. Linguagem próx. À conversa **Divulga Instagram do prefeito (@miguelcoelhope)** **SEM ASSINATURA**
19/03/20 09h31	*Informa Petrolina:* **Boletim atualizado sobre o Coronavírus**	SAÚDE PANDEMIA SERVIÇO ACESSO À INFORMAÇÃO	(8x) Total: 10 SEM RECURSO	27	356	0	Informa a quantidade de casos suspeitos de covid (15) e novas medidas de prevenção, como suspensão de feiras, eventos com mais de 50 pessoas, suspensão do funcionamento do shopping e mercado turístico, limite de pessoas por supermercado, mais medicamentos no posto, amplia prazo da validade de receitas.

							Linguagem próxima à conversa **SEM ASSINATURA**
15h58	**Precisa usar o transporte público e tá preocupado com o Coronavírus?** *Tem novidade pra você!*	SAÚDE PANDEMIA SERVIÇO EDUCATIVA UTILIDADE PÚBLICA	(2x) GN Total: 4 BANDEIRA 1 SEM RECURSO	-	-	-	Informa aumento de frota de ônibus nos horários de pico e medidas de higiene nos veículos. orienta que quem puder, fique em casa e sobre higiene, mas que qm n puder, também faça sua parte na higiene. Linguagem próxima à conversa **SEM ASSINATURA**
18h29	**A situação não tá fácil, né?**	SAÚDE PANDEMIA PROXIMIDADE PUBLICIDADE MÍDIAS SOCIAIS IMAGEM PÚBLICA	GN Total: 4 Bandeira: 1 CARD	-	-	-	Mensagem falando que sabe que não está fácil, mas dizendo que podem contar com a prefeitura para passar pela situação. Diz que quem tiver dúvidas sobre prevenção e serviços deve acompanhar o face e o insta da prefeitura. Linguagem próxima à conversa **SEM ASSINATURA**
20/03/20 09h18	*Informa Petrolina:* **Boletim atualizado sobre coronavírus**	SAÚDE DADOS PÚBLICOS TRANSPARÊNCIA SERVIÇO EDUCATIVO COMBATE À FAKE NEWS UTILIDADE PÚBLICA	■ TOTAL: 6 CARD	71	452	0	Informa casos suspeitos de covid (13), fala sobre compartilhamento de informações confiáveis ser um ato de amor, explica sintomas da covid e informa telefones para contato para informar sobre suspeita de covid. **SEM ASSINATURA**
12h01	**Atenção para todas as medidas de prevenção ao Coronavíru3 com validade até 31 de março**	SAÚDE PANDEMIA SERVIÇOS AÇÃO COMBATE EDUCATIVA UTILIDADE PÚBLICA	■ (12x) ■ (10x – menor) Total:25 SEM RECURSO	-	-	-	Informa todas as medidas decretadas pela prefeitura e pelo Governo do Estado para o enfrentamento da covid-19, como suspensão de funcionamento de serviços públicos e horário de funcionamento de órgãos públicos, bem como recomendações para fechamento de espaços privados.. Também informa sobre ação do município, como pactuação com o hospital universitário **SEM ASSINATURA**
16h58	**Quer saber a importância da merenda escolar?**	EDUCAÇÃO PANDEMIA SERVIÇO Publicidade de ação governamental UTILIDADE PÚBLICA	(2x) (2x) GN Total: 6 Bandeirinha: 1 VÍDEO	-	-	-	Informa sobre início da entrega dos kits alimentares às famílias dos alunos da rede municipal. Informa que 55 mil crianças serão beneficiadas. Informa itens do kit: arroz, feijão, carne, leite e biscoito. Fala que a entrega vai seguir cronograma. **SEM ASSINATURA**

21/03/20 08h33	*Informa Petrolina:* **Boletim atualizado sobre coronavírus**	SAÚDE PANDEMIA DADO PÚBLICO EDUCATIVO INTERESSE PÚBLICO UTILIDADE PÚBLICA	Total: 2 CARD	-	-	-	Informa sobre número de casos suspeitos da covid-19 (15 e sete descartados) Dá orientações de higiene para população. **SEM ASSINATURA**
10h45	**Atenção de feirantes e comerciantes!**	SAÚDE PANDEMIA UTILIDADE PÚBLICA SERVIÇO INCENTIVO À INTERAÇÃO	GN TOTAL:4 SEM BANDEIRA CARD	-	-	-	Anuncia nova medida de prevenção à convd-19. Suspensão de feiras e do mercado turístico. Diz que é uma decisão difícil, mas necessária. Pede que a população não sinta vergonha e que pergunte em caso de dúvidas. **SEM ASSINATURA**
22/03/20 09h59	**Já sabe que juntos temos mais força, né?**	EDUCAÇÃO/SAÚDE PANDEMIA PUBLICIDADE DE AÇÃO GOVERNAMENTAL EDUCATIVA	GN Bandeira: 1 vídeo	-	-	-	Vídeo mostrando a ação de entrega dos kits alimentares nas escolas Reforça sobre importância de seguir as orientações de prevenção e isolamento. **SEM ASSINATURA**
10h52	**"Te perturbando domingo de manhã... mas é por uma boa causa!"**	SAÚDE/ PANDEMIA SEGURANÇA EDUCATIVA PUBLICIDADE DE AÇÃO GOVERNAMENTAL	TOTAL: 4 SEM BANDEIRA vídeo	-	-	-	Fala que as equipes da prefeitura (GCM) estão nas ruas para garantir que todos fiquem em casa. Pede que, por favor, a população obedeça as ordens preventivas **SEM ASSINATURA**
23/03/2008 h38	**Atenção! Cuidado com as informações falsas**	COMBATE À FAKE NEWS PANDEMIA PUBLICIDADE DO INSTAGRAM DO PREFEITO UTILIDADE PÚBLICA	Total: 3 Sem bandeira Sem recurso	128	674	0	Pede que a população se certifique sobre informações antes de compartilhar. Orienta que confirme se o dado foi divulgado nas redes sociais da prefeitura ou do prefeito antes de compartilhar. Diz que alteraram dados do card da prefeitura do boletim e atualiza informação. Reforça q a fake news tem o intuito de provocar pânico da população. Entre as redes oficiais, menciona instagram do prefeito **Coordenadoria de Imprensa da Prefeitura de Petrolina**
13h19	**Petrolina tem primeiro caso confirmado do novo coronavírus**	SAÚDE PANDEMIA TRANSPARÊNCIA DIVULGAÇÃO DE DADO PÚBLICO UTILIDADE PÚBLICA	GN card	-	-	-	Boletim com primeiro caso de covid confirmado. Histórico do paciente (fez exame desde o dia 17 e estava em isolamento domiciliar). 14 casos suspeitos Coordenadoria de Imprensa PMP GN

15h59	**Agora que já sabemos do primeiro caso positivo para o coronavírus, vamos reforçar alguns cuidados:**	SAÚDE PANDEMIA UTILIDADE PÚBLICA EDUCATIVA Combate à fake news	(5x) GN TOTAL: 14 Sem recurso	-	-	-	Reforça orientações para manter isolamento social, higiene pessoal, não sobrecarregar sistema de saúde e não compartilhar informações de fontes não confiáveis. Fala que se cada um fizer sua parte, juntos teremos mais força, para gerar senso de vida em comunidade e pertencimento. Coordenadoria de Imprensa PMP GN
24/03/2007 h59	**São João de Petrolina é adiado... e verba da festa será direcionada para saúde pública**	TURISMO/SAÚDE DADO PÚBLICO/ TRANSPARÊNCIA EDUCATIVO INTERESSE PÚBLICO PUBLICIDADE DE AÇÃO GOVERNAMENTAL PANDEMIA	(5x) GN(2X) TOTAL: 10 Sem recurso	111	522	0	Informa sobre suspensão do SJ e orienta sobre novas medidas: redução de fora, redução de ônibus na cidade, suspenso o serviço de mototáxi, suspensão de gratuidade de vlae transporte para estudante e pessoas que não trabalham em serviços essenciais. Também informa sobre os caso de covid Coordenadoria de Imprensa PMP GN
10h28	**Ei, quer informação sobre a campanha de vacinação contra a gripe?**	SAÚDE PANDEMIA SERVIÇO CAMPANHA DE VACINAÇÃO TRANSPARÊNCIA UTILIDADE PÚBLICA EDUCATIVA DADO PÚBLICO	GN(2X) TOTAL: 6 Sem recurso	-	-	-	Explica que como só recebeu 19% do quantitativo de vacinas da gripe, só está vacinando idosos e profissionais de saúde, mas garantiu q a adm municipal estava cobrando do governo do estado e que assim q tivesse disponível, ia informar pelo canal. Também avisou que a vacina não protege contra covid, só contra gripe. Coordenadoria de Imprensa PMP GN
15h59	***Coronavírus: fique atento!***	SAÚDE PANDEMIA EDUCATIVA UTILIDADE PÚBLICA	GN(2x) TOTAL: 6 vídeo		-	-	Pede que a população fique em casa, enquanto as equipes de segurança e saúde estão trabalhando para reforçar as medidas de prevenção. Envia um vídeo educativo sobre prevenção. Coordenadoria de Imprensa PMP GN
25/03/2009 h56	*Informa Petrolina:* **Boletim atualizado sobre coronavírus**	SAÚDE PANDEMIA DADO PÚBLICO TRANSPARÊNCIA COMBATE À FAKE NEWS EDUCATIVA	GN TOTAL: 6 Sem recurso	113	601	0	Informa número de casos suspeitos (8), descartados (11) e confirmados (1) Reforça que as pessoas só compartilhem informações confiáveis com amigos e familiares. Pede que população fique em casa.

		UTILIDADE PÚBLICA					Coordenadoria de Imprensa PMP GN
13h57	***Você sabia que o Coronavírus pode permanecer vivo em objetos e superfícies por determinados períodos?***	SAÚDE EDUCATIVA PANDEMIA UTILIDADE PÚBLICA	(2x) GN Total: 6 card	-	-	-	Fala que o coronavírus pode sobreviver em superfícies e orienta que a população higienize itens para evitar transmissão. Coordenadoria de Imprensa PMP GN
16h40	**Segundo caso positivo de coronavírus é registrado em Petrolina**	SAÚDE PANDEMIA TRANSPARÊNCIA DIVULGAÇÃO DE DADOS PÚBLICOS EDUCATIVA INTERESSE PÚBLICO	(2x) GN Total: 5 card	-	-	-	Informa segundo caso confirmado de covid e apresenta informações sobre o paciente, homem de 53 anos, com histórico de viagem internacional. Informa também que as pessoas que tiveram contato com ele estão isoladas. Informa número de casos notificados e lembra da importância de respeitar as medidas preventivas e apela para o emocional, afirmando que é um ato de amor. Coordenadoria de Imprensa PMP GN
26/03/2009 h36	Juntos temos força!	SOCIAL PANDEMIA Publicidade do instagram do transforma petrolina	GN Total: 7 card	127	524	0	Pede doação de alimentos e produtos de higiene para população vulnerável por meio do programa Transforma Petrolina. Informa telefone para interessados em doar e instagram do transforma Petrolina. Coordenadoria de Imprensa PMP GN
16h57	**Atenção! Nada muda por aqui.**	SAÚDE PANDEMIA ACESSO À INDORMAÇÃO TRANSPARÊNCIA DADOS PÚBLICOS EDUCATIVA UTILIDADE PÚBLICA	GN Total: 7 Sem recurso	-	-	-	Informa que as medidas preventivas vão continuar. Diz que sabe que não está fácil, mas que é preciso proteger a família e principalmente os idosos. Informa casos confirmados de covid (2) e quatro de síndromes respiratórias agudas gravez, como influenza a e h1n1 Coordenadoria de Imprensa PMP GN
27/03/2008 h02	**Morre paciente com Síndrome Respiratória Aguda Grave, em Petrolina**	SAÚDE PANDEMIA TRANSPARÊNCIA DADO PÚBLICO	GN TOTAL: 7 Sem recurso	190	702	0	Informa que paciente de 15 com síndrome respiratória aguda grave morreu, o paciente ainda não tinha o resultado do teste de covid. Pede que a população continue se cuidando e fique em casa

		EDUCATIVA INTERESSE PÚBLICO					Coordenadoria de Imprensa PMP GN
11h02	**SEM TÍTULO**	PANDEMIA PUBLICIDADE DE AÇÃO PÚBLICA IMAGEM PÚBLICA DA PREFEITURA INTERESSE PÚBLICO	GN (2X) TOTAL: 9 vídeo	-	-	-	Divulgação da ação de desinfecção das ruas e avenidas de Petrolina, com sabão, água sanitária, cloro e água. Fala que a prefeitura não para de trabalhar no enfrentamento à covid, para garantir saúde e segurança da população Coordenadoria de Imprensa PMP GN
12h28	**Morte de adolescente em Petrolina não foi por covid-19**	SAÚDE PANDEMIA TRANSPARÊNCIA DIVULGAÇÃO DE DADO PÚBLICO INTERESSE PÚBLICO	GN TOTAL: 6 Sem recurso	-	-	-	Informa que a morte do adolescente não foi por covid e presta solidariedade à família Coordenadoria de Imprensa PMP GN
19h09	*Informa Petrolina:* **Boletim atualizado**	SAÚDE PANDEMIA UTILIDADE PÚBLICA DADO PÚBLICO TRANSPARÊNCIA COMBATE À FAKE NEWS	GN TOTAL: 6 card				Informa número de casos suspeitos (8), casos suspeitos (11) e descartados (11), além de 2 confirmados. Também informa sobre casos em investigação de SRAG 6, sendo que 10 foram descartados e 4 confirmados. Fala sobre compartilhar informações confiáveis com amigos e familiares ser ato de amor e empatia. Coordenadoria de Imprensa PMP GN
28/03/2008 h58	**Tá difícil manter a forma com a quarentena, né!?**	SAÚDE/ESPORTE PANDEMIA EDUCATIVO PUBLICIDADE AÇÃO GOVERNAMENTAL Divulgação rede academia da saúde VALORIZAÇÃO DO SERVIDOR INTERESSE PÚBLICO	(2x) GN (2x) TOTAL: 9 Sem recurso		-	-	Fala que professores da Academia de saúde estão gravando vídeos para ajudar os mais de 400 alunos e envia vídeo com exercícios para que a população faça em casa. Também indica o instagram da academia da saúde para ter acesso a mais exerc´cios leves de alongamento, e funcional durante o período de reclusão. @ academiadasaudepetrolna Coordenadoria de Imprensa PMP GN
29/03/2010 h57	**Ainda bem que você pegou o celular! Tem notícia importante pra você**	SAÚDE PANDEMIA PUBLICIDADE AÇÃO	(2x) GN (2x) Total: 8 Foto e link	-	-	-	Fala sobre novo serviço lançado pela prefeitura de teleatendimento médico sobre sintomas das síndromes respiratórias. Informa horário de

		GOVERNAMENTAL SERVIÇO IMAGEM PUBLICA UTILIDADE PÚBLICA					funcionamento, link de acesso e quem deve acessar (paciente com sintomas leves). Fala que o serviço é pioneiro. Coordenadoria de Imprensa PMP GN
30/03/2008 h47	**Sabe aquelas atitudes que renovam nossas forças e esperança?**	PANDEMIA Valorização do servidor Serviços públicos ENGAJAMENTO	GN (2x) Total: 10 foto	137	915	0	Mostra a foto de um bilhete de agradecimento deixado no lixo para os profissionais que trabalham na coleta. Aproveita para também agradecer aos profissionais e valorizar eles. Coordenadoria de Imprensa PMP GN
13h59	**Compartilhando dicas: você sabe como higienizar alimentos para evitar contaminação?**	SAÚDE PANDEMIA EDUCATIVA ENGAJAMENTO	GN Total: 13		-	-	Ensina a higienizar frutas e legumes para evitar a contaminação de várias doenças. Diz recursos são necessários, quantidade e tempo necessário. Pede que pessoas compartilhem a dica. Coordenadoria de Imprensa PMP GN
19h04	*Informa Petrolina:* **Boletim atualizado**	SAÚDE PANDEMIA DADO PÚBLICO TRANSPARÊNCIA EDUCATIVA INTERESSE PÚBLICO	GN Total: 6 Sem recurso card		-	-	Informa número de casos suspeitos (8), casos suspeitos (11) e descartados (11), além de 2 confirmados. Também informa sobre casos em investigação de SRAG 7, sendo que 13 foram descartados e 6 confirmados. Orienta sobre medidas de higiene com as mãos para evitar contaminação por covid e pede que medidas preventivas sejam respeitadas. Coordenadoria de Imprensa PMP GN
20h08	**Sem título**	PANDEMIA IMAGEM PÚBLICA JUSTIFICA DECISÃO EDUCATIVA PUBLICIDADE DE AÇÃO PÚBLICA Coletividade e pertencimento	GN (2x) Total: 7 vídeo	-	-	-	Justifica necessidade das medidas duras da prefeitura e da fiscalização. Reforça que população junta tem força. Pede que assista vídeo para ver medidas tomadas pelo município. Fala que profissionais da saúde e segurança trabalham dia e noite para população. Coordenadoria de Imprensa PMP GN
31/03/2008h57	**Quarentena é renovada e feiras livres serão liberadas com restrições**	SAÚDE PANDEMIA ACESSO À INFORMAÇÃO	GN (2X) (3X) TOTAL: 12	183	756		Começa falando que estavam circulando informações falsas sobre quarentena e esclarece sobre o que vai ser liberado e o que vai

		COMBATE À FAKE NEWS EDUCATIVA INTERESSE PÚBLICO	Sem recurso				continuar fechado por mais 15 dias. 🎙 📻 🖩 Coordenadoria de Imprensa PMP GN
11h56	**Nossa força é para todos! A prefeitura vem reforçando a assistência à população em situação de rua** 🤲	SOCIAL PANDEMIA PUBLICIDADE AÇÃO GOVERNMENTAL SERVIÇO COLETIVIDADE "JUNTOS TEMOS FORÇA" UTILIDADE PÚBLICA	🤲 😞 🎙 📻 🖩 (2X) GN (2X) TOTAL: 8 card				Divulga ações que estão sendo promovidas para população em situação de rua no município durante a pandemia. Fala sobre senso de coletividade, que junta a população tem mais força. 🎙 📻 🖩 Coordenadoria de Imprensa PMP GN
17h01	**Apresentou sintomas de síndrome respiratória?** *(tosse, coriza, febre 🤒)* **Calma! Não pira!**	SAÚDE PANDEMIA SERVIÇO PUBLICIDADE AÇÃO GOVERNAMENTAL UTILIDADE PÚBLICA	😷 ⏰ 🎙 📻 🖩 (2x) GN (2x) Total: 8 Card link	-			Informa sobre serviço de teleorientação médica. Informa horários de funcionamento e como acessar. Tem o intuito de acalmar a população "calma, não pira" 🎙 📻 🖩 Coordenadoria de Imprensa PMP GN
01/04/20 09h19	*Informa Petrolina:* **Boletim atualizado**	SAÚDE PANDEMIA DADO PÚBLICO/ TRANSPARÊNCIA UTILIDADE PÚBLICA EDUCATIVA	💉 ☹ 🎙 📻 🖩 GN Total: 6 CARD	68	352	0	Atualiza sobre casos de covid 7 suspeitos, 12 descartados e 2 confirmados. Também fala sobre Síndrome Respiratória Aguda Grave: 9 suspeitos, 13 descartados e 6 confirmados. Pede que respeite quarentena e dá dicas de lazer para tornar mais fácil cumprir a quarentena. 🎙 📻 🖩 Coordenadoria de Imprensa PMP GN
14h58	**Tava sentindo falta de comprar frutas e verduras fresquinha e ainda negociar aquele precinho?** 🍅🍊🍓	PANDEMIA/SAÚDE SERVIÇO EDUCATIVA	🍅🍊🍓👆🧴🏠📅 🎙 📻 🖩 GN (2X) TOTAL:12 CARD		-	-	Informa sobre horário de funcionamento das feiras livres que estão sendo reabertas, medidas de prevenção da covid no lugar, como higienização das bancas, limite de pessoas e fiscalização. Pede que pessoas do grupo de risco fiquem em casa. 🎙 📻 🖩 Coordenadoria de Imprensa PMP GN
19h09	*Informa Petrolina:* **Boletim atualizado**	SAÚDE /PANDEMIA TRANSPARÊNCIA DADO PÚBLICO	🎙 📻 🖩 GN TOTAL: 4 SEM RECURSO		-	-	Atualiza informações sobre casos de covid, sendo 7 suspeitos, 12 descartados e 2 confirmados. Também atualiza sobre SRAG com 9 em investigação, 14 descartados e 7 confirmados.

		UTILIDADE PÚBLICA					🎙 📻 🖩 Coordenadoria de Imprensa PMP GN
02/04/20 10h25	**Dicas para deixar sua quarentena mais leve**	PANDEMIA INTERAÇÃO PÚBLICA EDUCATIVA ENGAJAMENTO	🤝 📌 (2X) 📝 🍳 🚀 (2X) 😊 🍿 🎙 📻 🖩 GN TOTAL: 14 SEM RECURSO	182	215	0	Fala sobre a importância de permanecer em casa para impedir a circulação do coronavírus e dá sugestora para passar o tempo, como leitura, rotina de exercícios, filmes, cozinhar. Também pede que seja compartilhado com os amigos as dicas. 🎙 📻 🖩 Coordenadoria de Imprensa PMP GN
14h25	**Trabalho + responsabilidade = segurança**	PANDEMIA PUBLICIDADE DE AÇÃO GOVERNAMENTAL	🍎 🍓 🍋 🤝 👆 😊 ▶ 🎙 📻 🖩 GN (2X) TOTAL:12 VÍDEO		-	-	Fala sobre importância da retomada das feiras livres, mas diz que deve ser feito com responsabilidade. Mostra o que o município está fazendo para garantir a segurança, com a higienização das feiras. 🎙 📻 🖩 Coordenadoria de Imprensa PMP GN
18h12	**Amanhã é dia de feira no Jardim Maravilha (Ouro Preto)** 😎	PANDEMIA SERVIÇO UTILIDADE PÚBLICA EDUCATIVA	😎 🍅 🥬 🥕 🚲 🏠 🎙 📻 🖩 GN(2X) TOTAL:11 VÍDEO		-	-	Fala sobre programação de Feiras, qual vai abrir no dia seguinte. Diz que a prefeitura está tomando todos os cuidados, pede que a população evite aglomeração e que as pessoas do grupo de risco fiquem em casa. 🎙 📻 🖩 Coordenadoria de Imprensa PMP GN
18h59	*Informa Petrolina:* **Boletim atualizado**	SAÚDE/PANDEMIA UTILIDADE PÚBLICA TRANSPARÊNCIA DADO PÚBLICO	🎙 📻 🖩 GN TOTAL: CARD		-	-	Atualiza informações sobre casos de covid, sendo 7 suspeitos, 12 descartados e 2 confirmados. Também atualiza sobre SRAG com 10 em investigação, 15 descartados e 7 confirmados e 1 óbito 🎙 📻 🖩 Coordenadoria de Imprensa PMP GN
03/04/20 08h53	**Primeira CURA CLÍNICA de paciente com coronavírus em Petrolina** 👀	SAÚDE / PANDEMIA DADO PÚBLICO TRASNPARÊNCIA INTERESSE PÚBLICO	👀 🧯 (2X) 🎙 📻 🖩 GN TOTAL: SEM RECURSO	330	412	0	Fala sobre primeira cura clínica da covid no município e dá informações sobre mulher, de 70 anos com histórico de viagem para o exterior. Apesar da recuperação continua em isolamento. 🎙 📻 🖩 Coordenadoria de Imprensa PMP GN

11h56	**Você sabe o que pode e o que não pode funcionar nessa quarentena em Petrolina?** 😲	PANDEMIA UTILIDADE PÚBLICA EDUCATIVO	😲 📝 📌 (2X) ❌ ☑ 🎙 📻 🖩 GN TOTAL:10 SEM RECURSO	-	-	-	Indica que tipo de estabelecimentos comerciais podem ser abertos e os que não podem funcionar durante a quarentena. 🎙 📻 🖩 Coordenadoria de Imprensa PMP GN
18h57	*Informa Petrolina:* **Boletim atualizado**	SAÚDE PANDEMIA TRANSPARÊNCIA DADO PÚBLICO UTILIDADE PÚBLICA	🎙 📻 🖩 GN TOTAL: 5 CARD		-	-	Informa número de casos suspeitos (7), e descartados (12), além de 1 confirmado e 1 cura Também informa sobre casos em investigação de SRAG 13, sendo que 15 foram descartados e 7 confirmados. 🎙 📻 🖩 Coordenadoria de Imprensa PMP GN
04/04/20 08h58	**Já tem programação pra hoje a tarde?**	TURISMO SERVIÇO PERTENCIMENTO + PUBLICIDADE DO CANAL	🎙 📻 🖩 (2x) GN(2x) 😊 🍳 Total: 8 Card + LINJ		-	-	Dica de lazer: visitar o museu do sertão virtual . Pede que informação seja compartilhada com amigos e familiares 🎙 📻 🖩 Coordenadoria de Imprensa PMP GN
05/04/20	**SEM POSTAGEM**				-	-	

*AD: ADESÃO

*INT: INTERAÇÃO

*DES.: DESISTÊNCIA

TABELA 3 – TERCEIRO RECORTE TEMPORAL (01/07/2022 à 20/07/2022)

DATA /HORA	TÍTULO	TEMA / CRITÉRIO DE INFORMAÇÃO	EMOJIS/ RECURSOS MULTIMÍDIA	AD.	INT.	DES.	DESCRIÇÃO DE CONTEÚDO, ESTRUTURA, LINGUAGEM, ASSINATURA E IDENTIFICAÇÃO DE INTERESSES POLÍTICOS
01/07/22 15h32	**O fofuromêtro vai explodir, viu?** 😍	MEIO AMBIENTE PUBLICIDADE AÇÃO GOVERNAMENTAL / EDUCATIVA	😍 💚 🌿 ML (2x) 📲💻 Total (7) BANDEIRA 2 VÍDEO	N/D	8	0	Fala sobre #tbt, que é uma trend famosa em outra mídia social. Pede que a pessoa veja o vídeo para ver que a crianças e adolescentes estão engajados na preservação do meio ambiente com o programa municipal Petrolina Sustentável, que mostra como preservar o meio ambiente e os estimula a ter consciência para um futuro melhor, segundo o que foi anunciado. **ASSINATURA:** Coordenadoria de Comunicação PMP ML 📲💻
02/07/22	**SEM POSTAGEM**			N/D	0	0	
03/07/22	**SEM POSTAGEM**			N/D	0	0	
04/07/22 14h	**Pegados no serviço!** 🚧🗑🚜	SERVIÇOS PÚBLICOS PUBLICIDADE AÇÃO GOVERNAMENTAL	📍 ML 📲 💻 Total: 4 1X FOTO	N/D	19	0	Informa sobre mutirões de limpeza recebido por localidades no município. Informa sobre equipamentos utilicados. Para se ter uma ideia, na Avenida dos Tropeiros a ação contou com 40 profissionais; oito roçadeiras mecanizadas; uma retroescavadeira; uma pá carregadeira e quatro caçambas. Foram executados serviços de varrição, capina, pintura e remoção, Informa que os mutirões vão continuar no município, mas n divulga cronograma, é como uma promessa. **ASSINATURA :** Coordenadoria de Comunicação PMP ML 📲💻

05/07/22 11h01	**Notícia boa é notícia compartilhada**	SAÚDE CAMPANHA DE UTILIDADE PÚBLICA SERVIÇO	ML Total:7 VÍDEO	N/D	14	0	Informa sobre abertura da vacina da gripe para público em geral e explica sobre documentações necessárias. **ASSINATURA:** Coordenadoria de Comunicação PMP ML
17h58	**Ei, se liga!**	SERVIÇO UTILIDADE PÚBLICA	FOTO ML (CAR Tão similar a id) Total: 5	N/D	0	0	Informa como e onde resgatar documentos perdidos durante o São João de Petrolina. **ASSINATURA:** Coordenadoria de Comunicação PMP ML
06/07/22	**SEM POSTAGEM PELO RELATÓRIO TEM DUAS, MAS NÃO RECEBI SAÚDE E INFRAESTRUTURA.**			N/D	9	0	
07/07/2210h36	**Atenção**	EDUCAÇÃO UTILIDADE PÚBLICA PUBLICIDADE GOVERNAMENTAL / INTERESSE PÚBLICO	VÍDEO ML Total: 9	N/D	7	0	Fala sobre aniversário de 46 anos da autarquia municipal Facape e informa sobre o primeiro vestibular de Medicina. O novo curso atraiu mais de 650 candidatos inscritos e as provas vão selecionar alunos para 30 vagas nesta primeira etapa. E sobre outras vagas que serão disponibilizadas via enem **ASSINATURA: Coordenadoria de Comunicação PMP** ML
08/07/22	**SEM POSTAGEM**			N/D	8	0	
09/07/22	**SEM POSTAGEM**			N/D	0	0	
10/07/22	**SEM POSTAGEM**			N/D	0	0	
11/07/2215h30	**Sem título**	INFRAESTRUTURA PUBLICIDADE GOVERNAMENTAL AÇÃO	FOTO ML Total: 4	N/D	0	0	Fala sobre estrada da Ponta da Serra pavimentada recentemente e sobre novas ordens de serviço 170 ruas em cerca de 30 bairros do município. Fala que Petrolina está ficando mais forte e os petrolinenses recebendo mais segurança,

							mobilidade e qualidade de vida. Importante lembrar que um dos slogans do grupo político de Petrolina é falando sobre força política. **ASSINATURA: Coordenadoria de Comunicação PMP** ML
12/07/2212h	**Atenção ❗**	EDUCAÇÃO SERVIÇO UTILIDADE PÚBLICA	CARD ML ❗ (8x) Total: 15	N/D	27	0	Informa como ingressar na Facape sem vestibular, a partir da nota do enem ou histórico escolar. Informa cursos disponíveis e onde deve ser feita a inscrição. E telefone de contato para dúvidas **ASSINATURA: Coordenadoria de Comunicação PMP ML**
12/07/2216h33	**Dá ▶ no vídeo que o fofurômetro vai explodir**	EDUCAÇÃO/ PUBLICIDADE GOVERNAMENTAL/ ORGULHO	VÍDEO ML Total: 10	N/D	0	0	Fala sobre volta às aulas dos 55 mil alunos das 216 escolas municipais. Fala sobre acolhimento nas unidades e o clima de alegria. Mostra com o vídeo. E encerra dizendo que o município tem a educação número 1 de PE. **ASSINATURA Coordenadoria de Comunicação PMP** ML
13/07/22	**SEM POSTAGEM**			N/D	23	0	
14/07/2211h28	**Dia de #tbt**	EDUCAÇÃO PUBLICIDADE GOVERNAMENTAL DIVULGAÇÃO DE AÇÃO	VÍDEO ML Total: 9	N/D	17	0	Mais uma vez usa do recurso do #tbt, de outra rede social. Fala sobre a entrega de uma escola do município, que é a 6ª em tempo integral. Diz também quantos alunos serão beneficiado. E traz o slogan que A melhor Educação de Pernambuco ficando ainda mais forte! Fala que é a primeira educação do estado e humaniza a escola, mostrando o orgulho dos estudantes de estarem matriculados nela. **ASSINATURA** **Coordenadoria de Comunicação PMP** ML

15h29	**Atenção ❗**	SAÚDE SERVIÇO CAMPANHA DE VACINAÇÃO UTILIDADE PÚBLICA	CARD ML 📲💻 ❗ 💉💉👆 Total: 7	N/S	0	0	Informa sobre campnanha de vacinação documentos, local e faixa etária (12 anos). . **ASSINATURA: Coordenadoria de Comunicação PMP** ML 📲💻
15/07/2210h35	🎶 **"Atravessava a ponte, ai que alegria, chegava em Juazeiro, Juazeiro da Bahia".**	TURISMO PERTENCIMENTO	CARD ML 📲💻 😍 (Coração com as mãos) ❤ 🎶 Total: 6	N/D	0	0	Post para dar parabéns à cidade vizinha, Juazeiro, que completou 144 anos de baianidade. Começa com uma música que faz referência à união das duas cidades pela ponte e dps menciona que só são divididas pelas águas do velho chico, que fazem com que as cidades compartilhem muitas históRIas. **ASSINATURA: Coordenadoria de Comunicação PMP** ML 📲💻
16/07/22	**SEM POSTAGEM**			N/D	0	0	
17/07/22	**SEM POSTAGEM**			N/D	0	0	
18/07/2210h30	**A entrada do bairro Antônio Cassimiro está sendo transformada pela Prefeitura de Petrolina** 😍	INFRAESTRUTURA PUBLICIDADE AÇÃO GOVERNAMENTAL	😍 👏👏 ML 📲💻 FOTO Total: 6	N/D	34	0	Informa sobre a reforma em uma entrada do bairro Antônio Cassimiro que está sendo feita pela prefeitura de Petrolina. Diz que o bairro está sendo contemplado com a pavimentação de 12 ruas. Informas as que já foram finalizadas (2), as que estão em execução (6) e as que vão iniciar (4) Lembra de outras ações que o bairro recebeu,falando que a comunidade foi beneficiada; quadra, creche, iluminação em LED, afirma que a maior escola em tempo integral do município que já está em execução será lá. **ASSINATURA: Coordenadoria de Comunicação PMP** ML 📲💻

14h01	**Ontem foi dia do emoji, mas a estagiária tava de folga.**	TURISMO PERTENCIMENTO PARTICIPAÇÃO/INTERAÃO / ENTRETENIMENTO	(4x) + + + (coração com mãos+ ML ML Total: 16 S/IMAGEM	N/D	0	0	Faz uma brincadeira por ter sido o dia do emoji, para que as pessoas adivinhem quais os locais de Petrolina a combinação de emojis está mostrando. Promove entretenimento e interatividade. **ASSINATURA: Coordenadoria de Comunicação PMP** ML
19/07/2216h04	**ATENÇÃO !**	SAÚDE SERVIÇO UTILIDADE PÚBLICA	ML ▶ ! Total: 6 VÍDEO	N/D	18	0	Informações sobre a segunda dose de reforço para vacina da covid-19. Informa serviço, horário e local. **ASSINATURA: Coordenadoria de Comunicação PMP** ML
20/07/22 16h34	**Boa tarde!!**	SOCIAL DADO PÚBLICO SERVIÇO PUBLICIDADE GOVERNAMENTAL	▶ ML Total: 6 VÍDEO	N/D	10	0	Dá boa tarde e conta a novidade do RP ser destaque no jornal do estado. Informa que o serviço ofertou 134.375 refeições no primeiro semestre deste ano. E convida o público a assistir a reportagem, **ASSINATURA: Coordenadoria de Comunicação PMP** ML

*AD: ADESÃO

*INT: INTERAÇÃO

*DES.: DESISTÊNCIA

*N/D: NÃO DIVULGADO

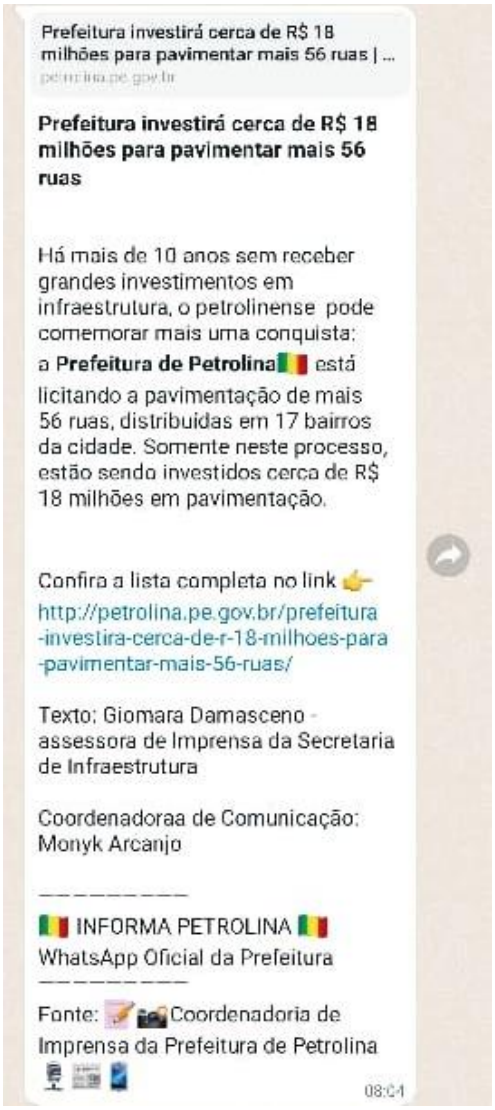
ANEXOS

PUBLICAÇÕES DO 'INFORMA PETROLINA' EM SETEMBRO DE 2019 –

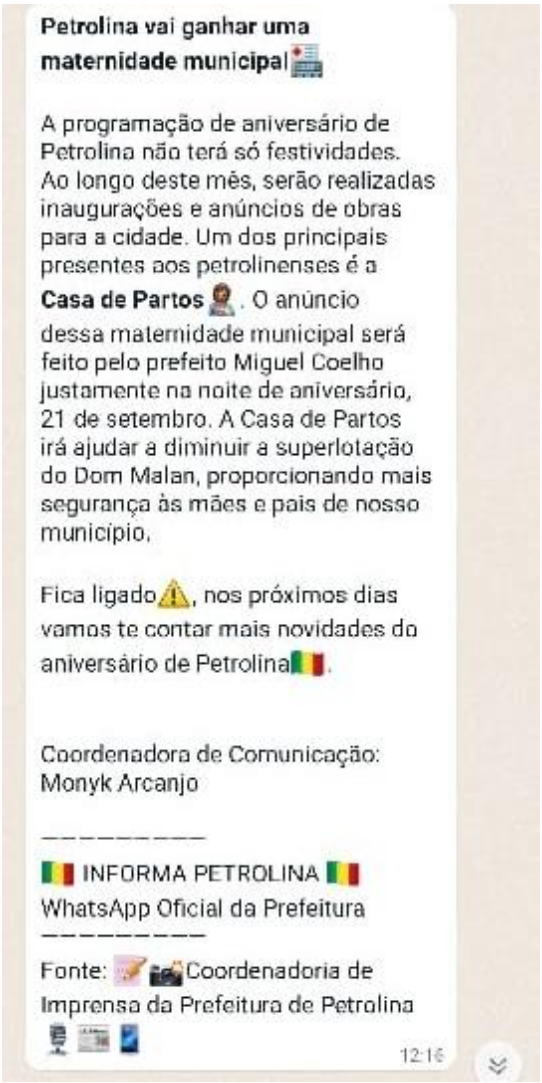
10/09/2019

Sem publicação

11/09/2019

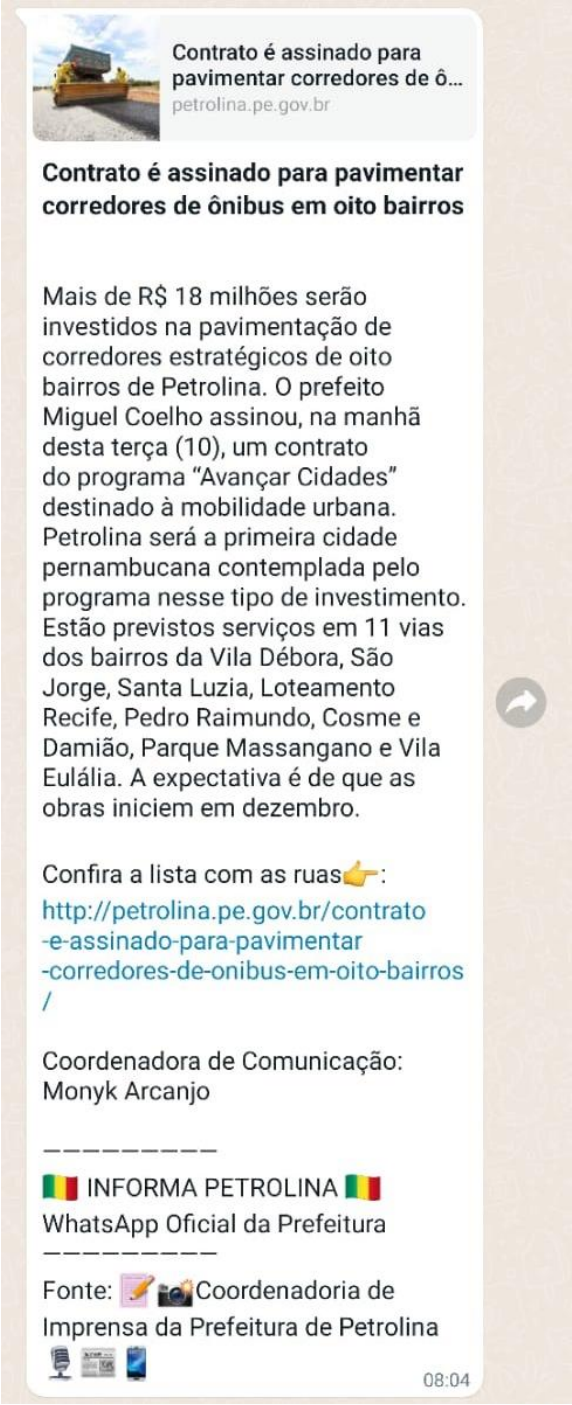


FONTE: INFORMA PETROLINA (2019)



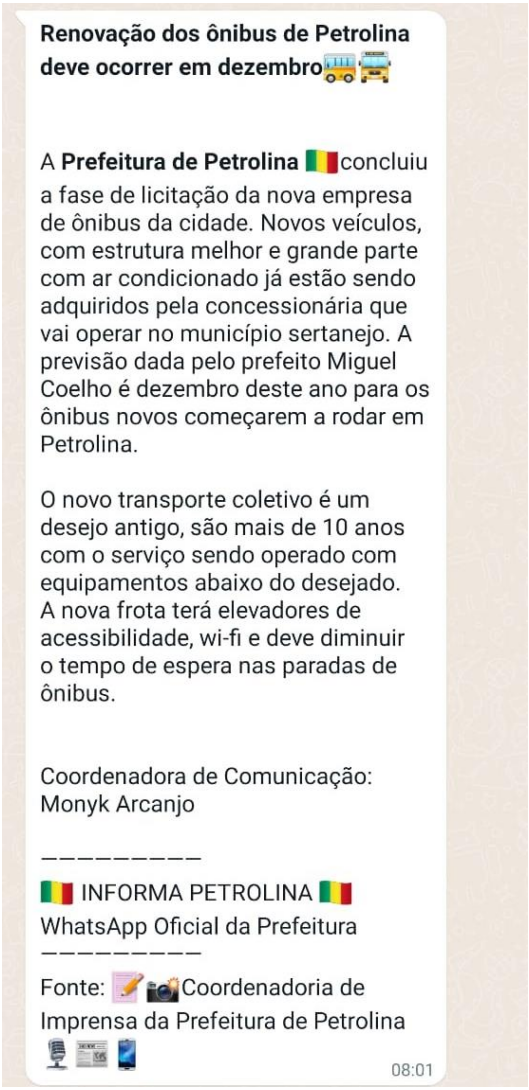
FONTE: INFORMA PETROLINA (2019)

12/09/2019

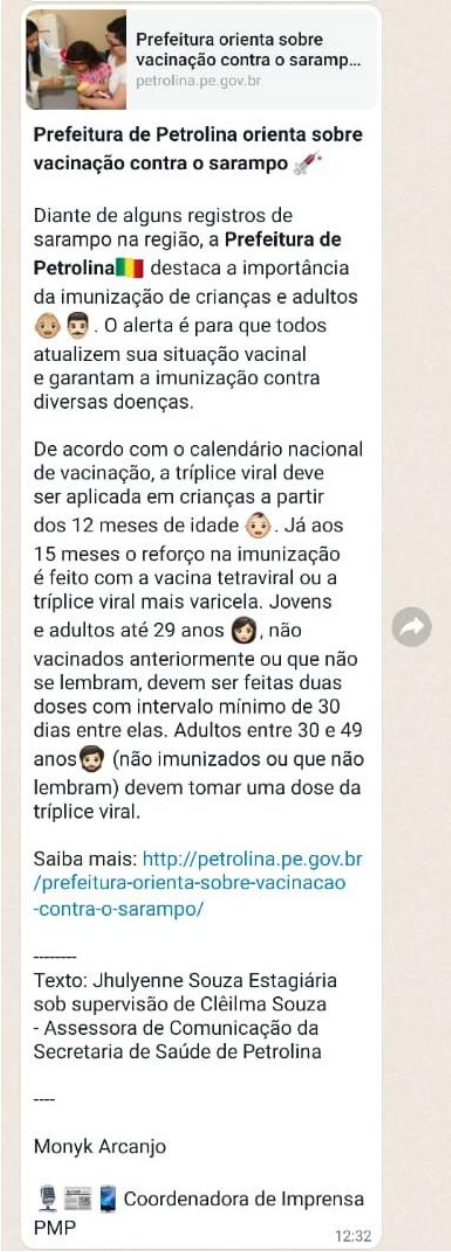


FONTE: INFORMA PETROLINA (2019)

13/09/2019



FONTE: INFORMA PETROLINA (2019)



FONTE: INFORMA PETROLINA (2019)

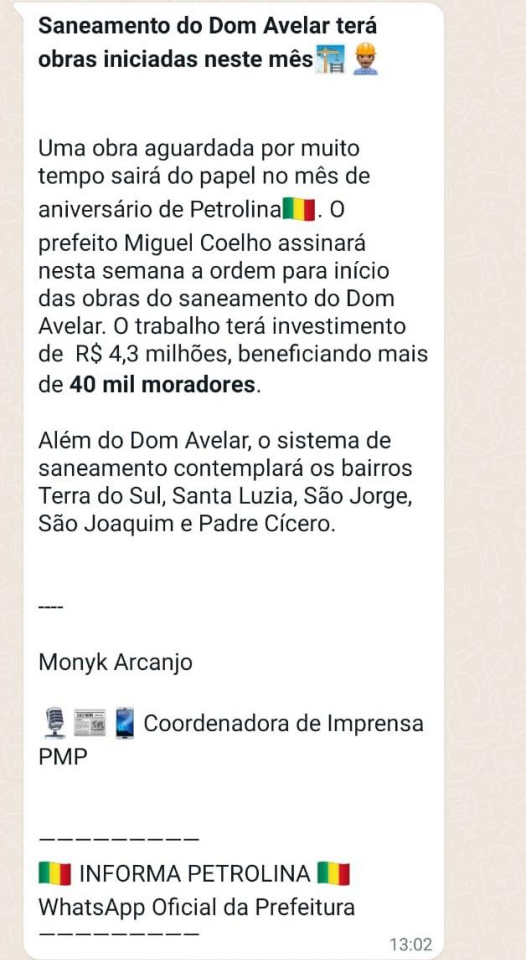
14/09/2019

SEM POSTAGEM

15/09/2019

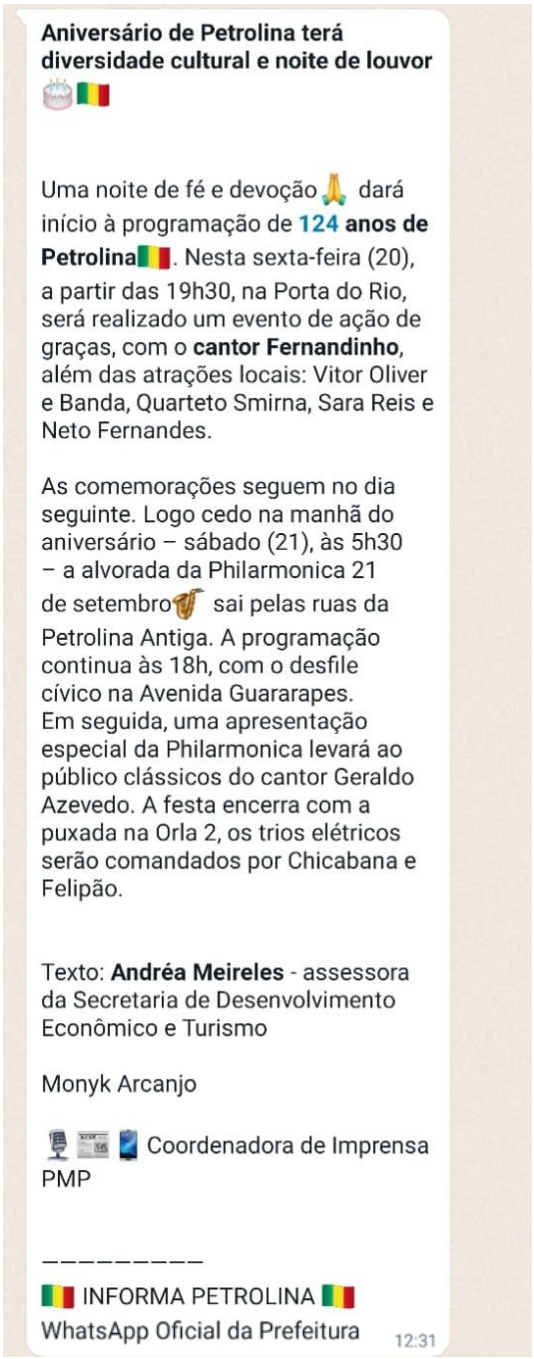
SEM POSTAGEM

16/09/2019



FONTE: INFORMA PETROLINA (2019)

17/09/2019



Aniversário de Petrolina terá diversidade cultural e noite de louvor

Uma noite de fé e devoção 🙏 dará início à programação de **124 anos de Petrolina**. Nesta sexta-feira (20), a partir das 19h30, na Porta do Rio, será realizado um evento de ação de graças, com o **cantor Fernandinho**, além das atrações locais: Vitor Oliver e Banda, Quarteto Smirna, Sara Reis e Neto Fernandes.

As comemorações seguem no dia seguinte. Logo cedo na manhã do aniversário – sábado (21), às 5h30 – a alvorada da Philarmonica 21 de setembro sai pelas ruas da Petrolina Antiga. A programação continua às 18h, com o desfile cívico na Avenida Guararapes. Em seguida, uma apresentação especial da Philarmonica levará ao público clássicos do cantor Geraldo Azevedo. A festa encerra com a puxada na Orla 2, os trios elétricos serão comandados por Chicabana e Felipão.

Texto: **Andréa Meireles** - assessora da Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo

Monyk Arcanjo

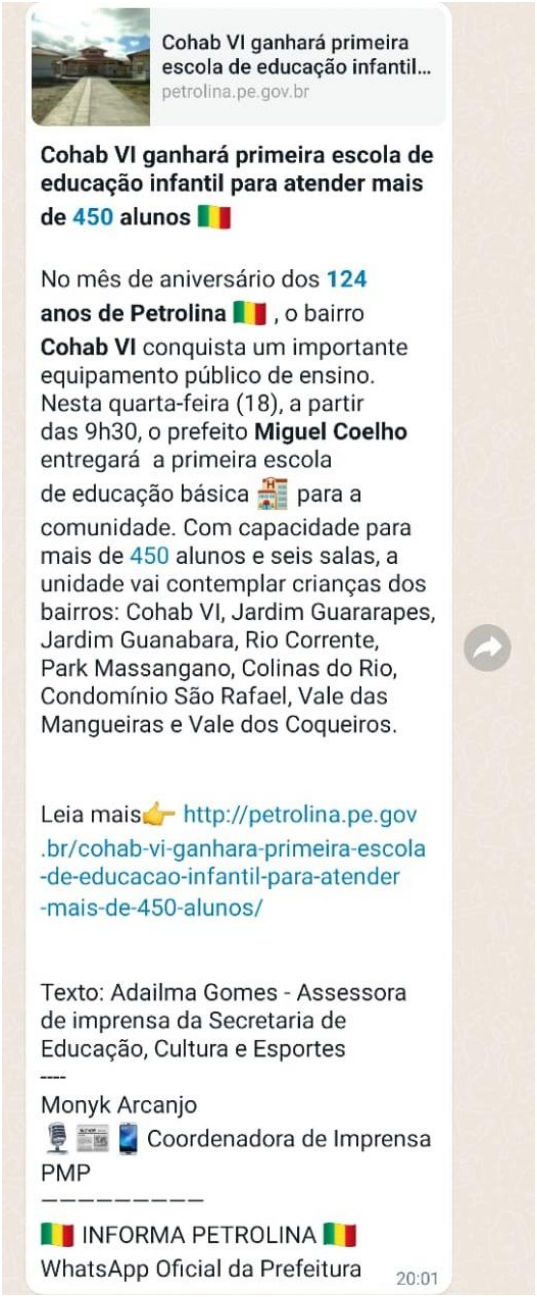
Coordenadora de Imprensa PMP

———————

INFORMA PETROLINA

WhatsApp Oficial da Prefeitura 12:31

FONTE: INFORMA PETROLINA (2019)



Cohab VI ganhará primeira escola de educação infantil...
petrolina.pe.gov.br

Cohab VI ganhará primeira escola de educação infantil para atender mais de 450 alunos

No mês de aniversário dos **124 anos de Petrolina** , o bairro **Cohab VI** conquista um importante equipamento público de ensino. Nesta quarta-feira (18), a partir das 9h30, o prefeito **Miguel Coelho** entregará a primeira escola de educação básica para a comunidade. Com capacidade para mais de 450 alunos e seis salas, a unidade vai contemplar crianças dos bairros: Cohab VI, Jardim Guararapes, Jardim Guanabara, Rio Corrente, Park Massangano, Colinas do Rio, Condomínio São Rafael, Vale das Mangueiras e Vale dos Coqueiros.

Leia mais👉 http://petrolina.pe.gov.br/cohab-vi-ganhara-primeira-escola-de-educacao-infantil-para-atender-mais-de-450-alunos/

Texto: Adailma Gomes - Assessora de imprensa da Secretaria de Educação, Cultura e Esportes

---

Monyk Arcanjo

Coordenadora de Imprensa PMP

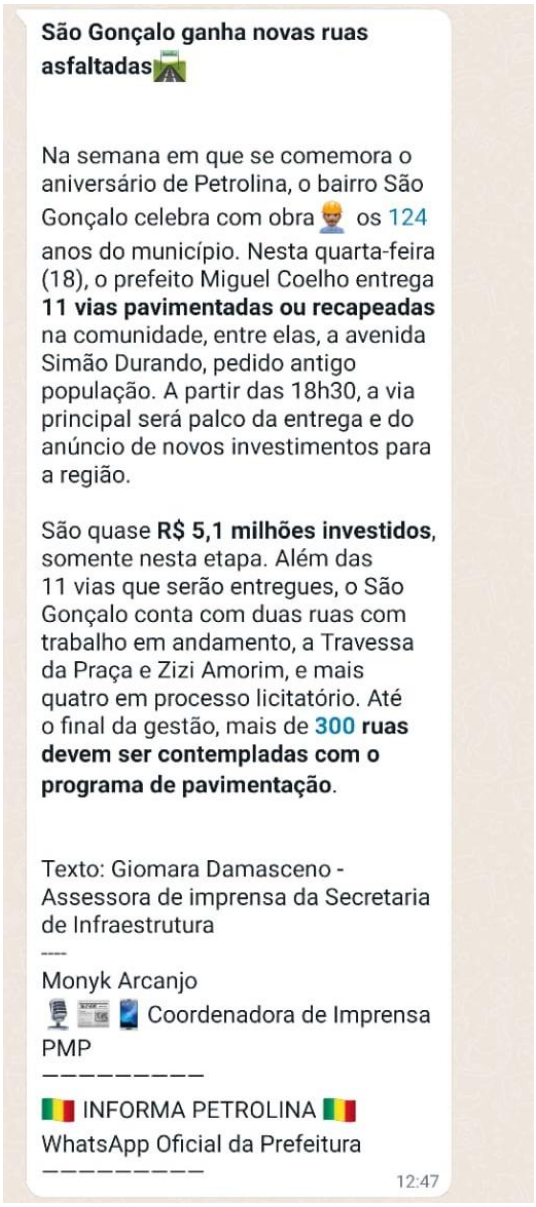
———————

INFORMA PETROLINA

WhatsApp Oficial da Prefeitura 20:01

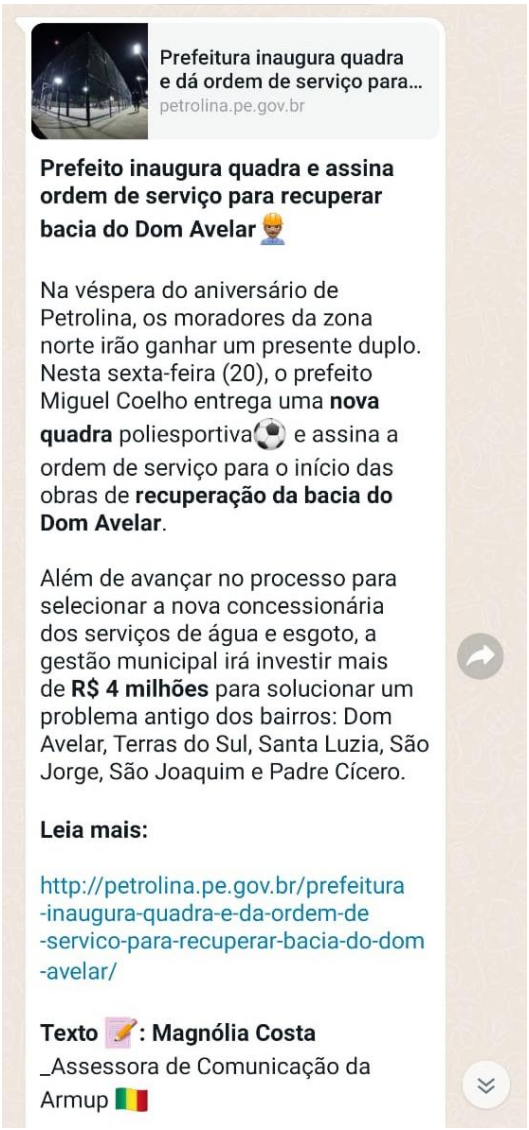
FONTE: INFORMA PETROLINA (2019)

18/09/2019



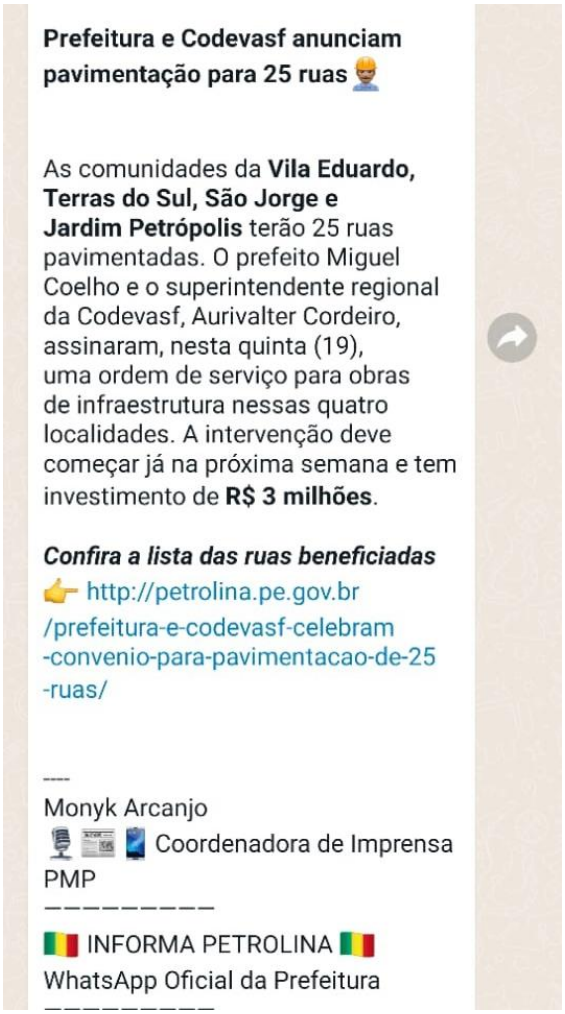
FONTE: INFORMA PETROLINA (2019)

19/09/2019



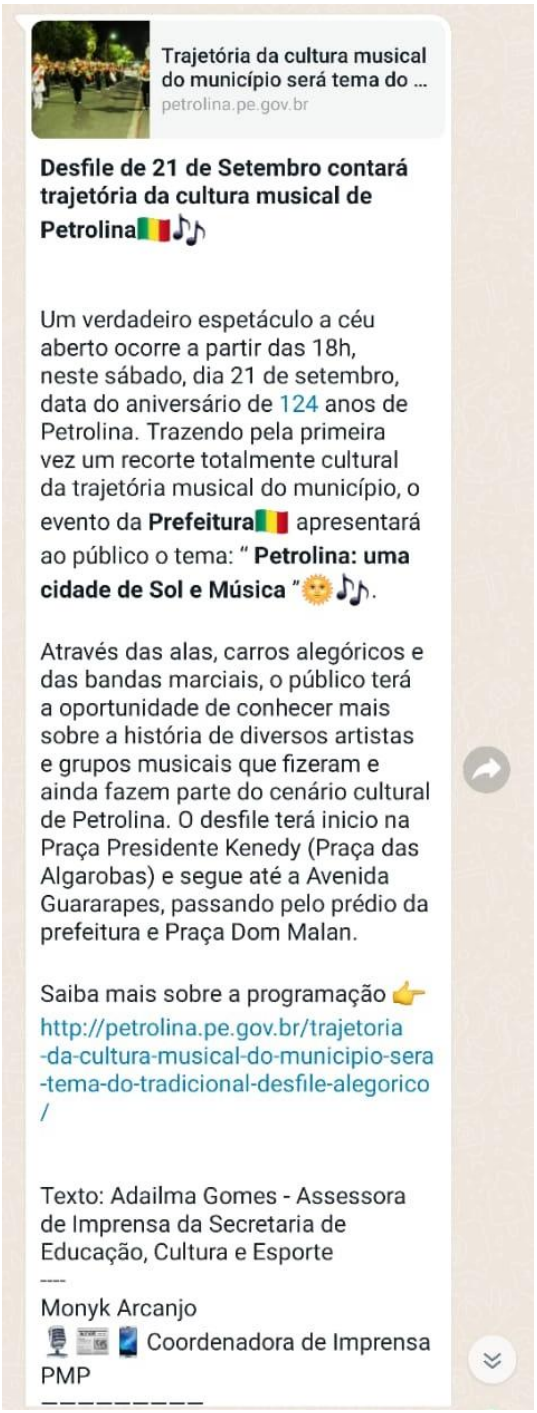
FONTE: INFORMA PETROLINA (2019)

20/09/2019



FONTE: INFORMA PETROLINA (2019)

21/09/2019

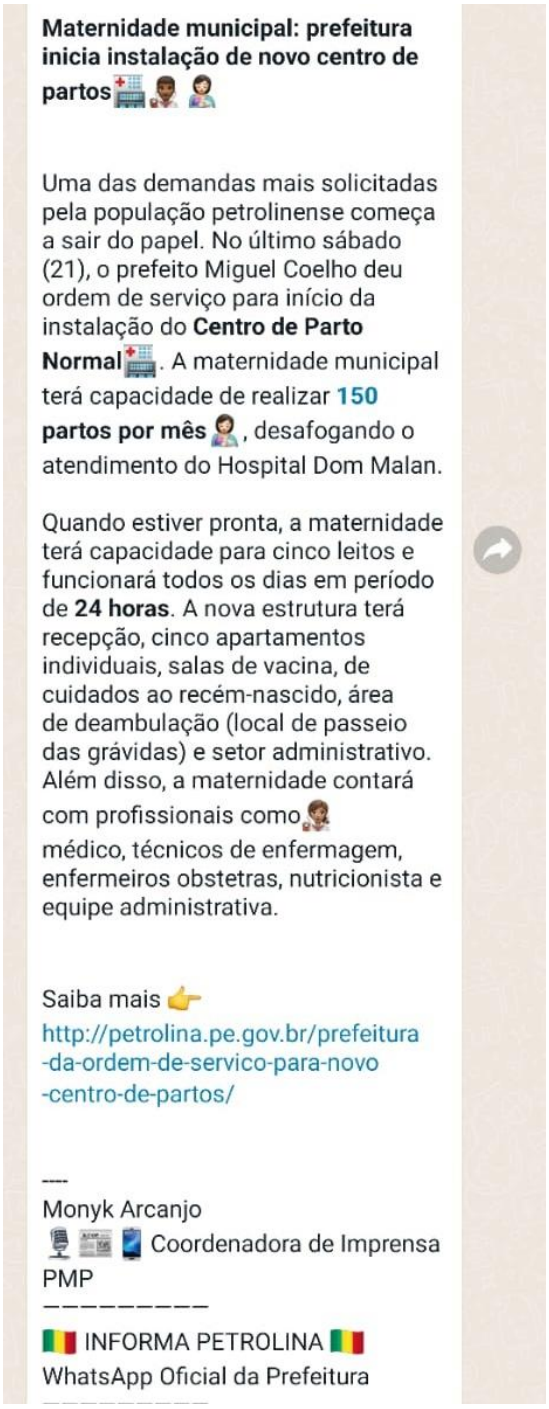


FONTE: INFORMA PETROLINA (2019)

22/09/2019

SEM POSTAGEM

23/09/2019



Maternidade municipal: prefeitura inicia instalação de novo centro de partos

Uma das demandas mais solicitadas pela população petrolinense começa a sair do papel. No último sábado (21), o prefeito Miguel Coelho deu ordem de serviço para início da instalação do **Centro de Parto Normal**. A maternidade municipal terá capacidade de realizar **150 partos por mês**, desafogando o atendimento do Hospital Dom Malan.

Quando estiver pronta, a maternidade terá capacidade para cinco leitos e funcionará todos os dias em período de **24 horas**. A nova estrutura terá recepção, cinco apartamentos individuais, salas de vacina, de cuidados ao recém-nascido, área de deambulação (local de passeio das grávidas) e setor administrativo. Além disso, a maternidade contará com profissionais como médico, técnicos de enfermagem, enfermeiros obstetras, nutricionista e equipe administrativa.

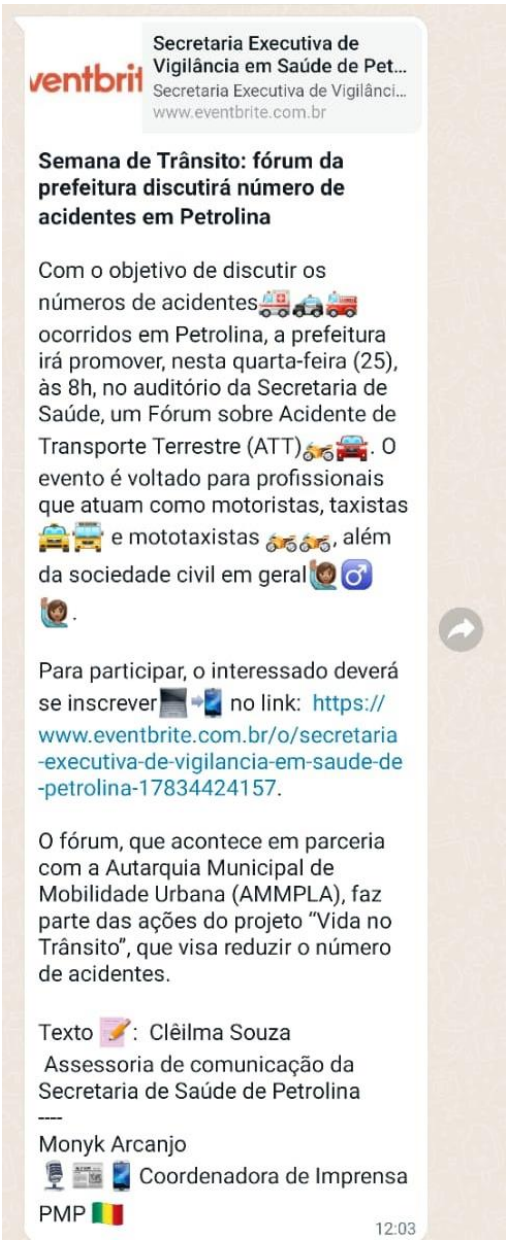
Saiba mais
http://petrolina.pe.gov.br/prefeitura-da-ordem-de-servico-para-novo-centro-de-partos/

Monyk Arcanjo
Coordenadora de Imprensa PMP

INFORMA PETROLINA
WhatsApp Oficial da Prefeitura

FONTE: INFORMA PETROLINA (2019)

24/09/2019



Secretaria Executiva de Vigilância em Saúde de Pet...
Secretaria Executiva de Vigilânci...
www.eventbrite.com.br

Semana de Trânsito: fórum da prefeitura discutirá número de acidentes em Petrolina

Com o objetivo de discutir os números de acidentes ocorridos em Petrolina, a prefeitura irá promover, nesta quarta-feira (25), às 8h, no auditório da Secretaria de Saúde, um Fórum sobre Acidente de Transporte Terrestre (ATT). O evento é voltado para profissionais que atuam como motoristas, taxistas e mototaxistas, além da sociedade civil em geral.

Para participar, o interessado deverá se inscrever no link: https://www.eventbrite.com.br/o/secretaria-executiva-de-vigilancia-em-saude-de-petrolina-17834424157.

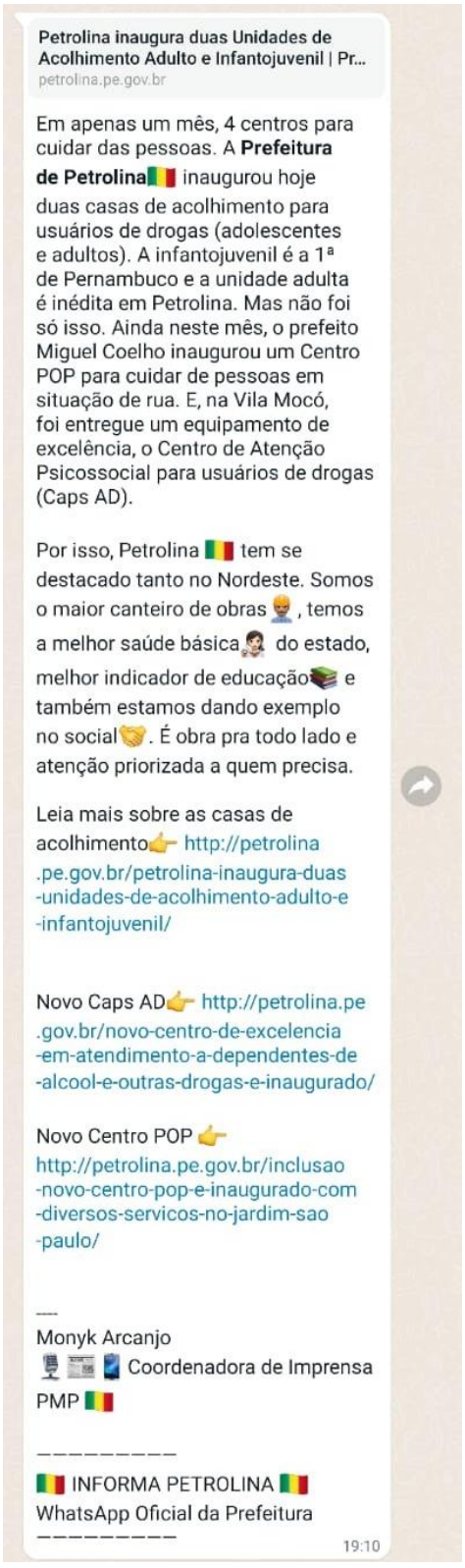
O fórum, que acontece em parceria com a Autarquia Municipal de Mobilidade Urbana (AMMPLA), faz parte das ações do projeto "Vida no Trânsito", que visa reduzir o número de acidentes.

Texto: Clêilma Souza
Assessoria de comunicação da Secretaria de Saúde de Petrolina
---
Monyk Arcanjo
Coordenadora de Imprensa PMP

12:03

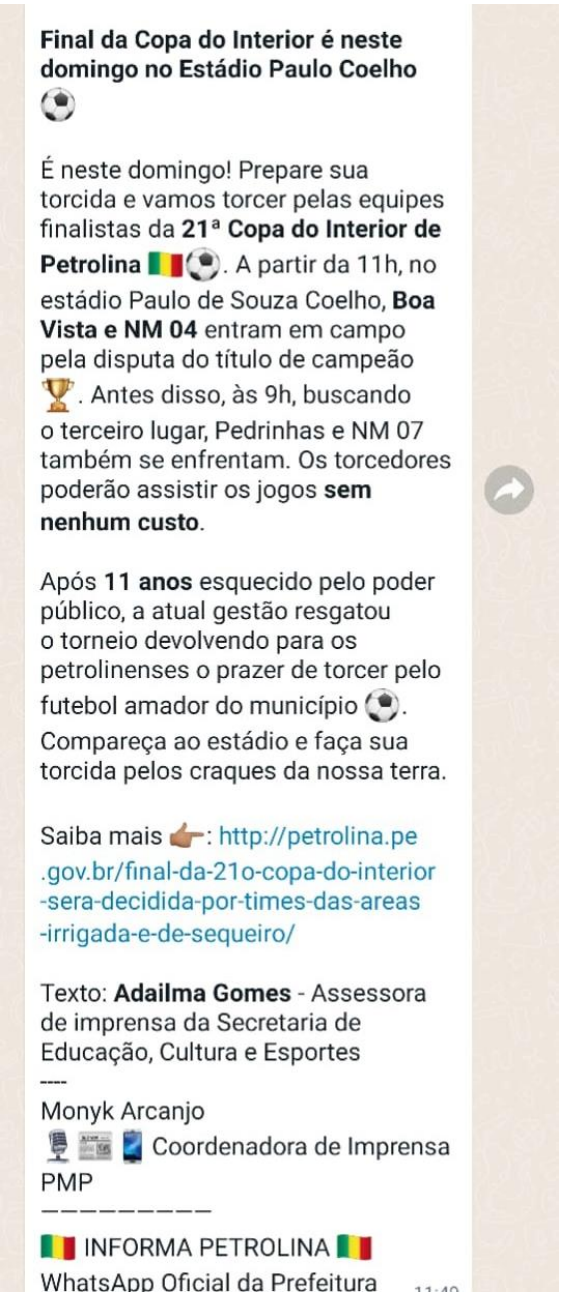
FONTE: INFORMA PETROLINA (2019)

25/09/2019



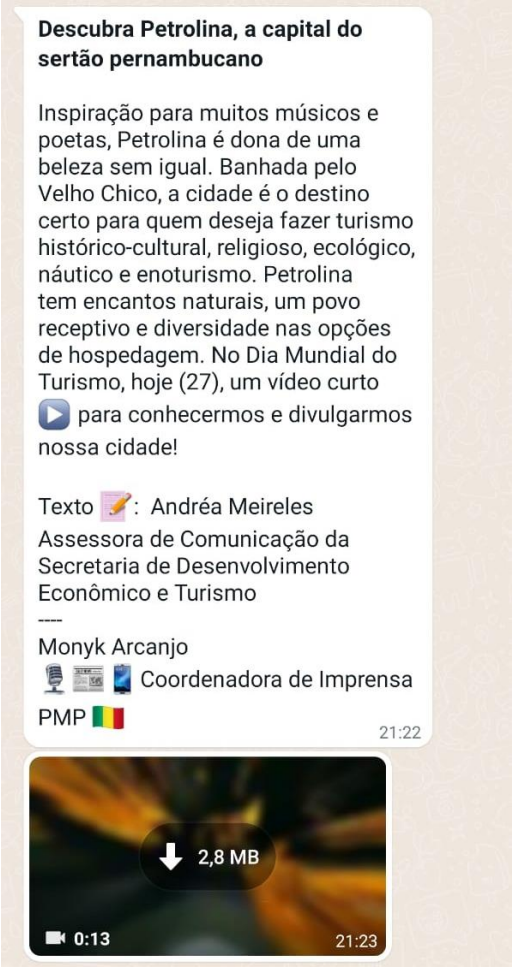
FONTE: INFORMA PETROLINA (2019)

26/09/2019



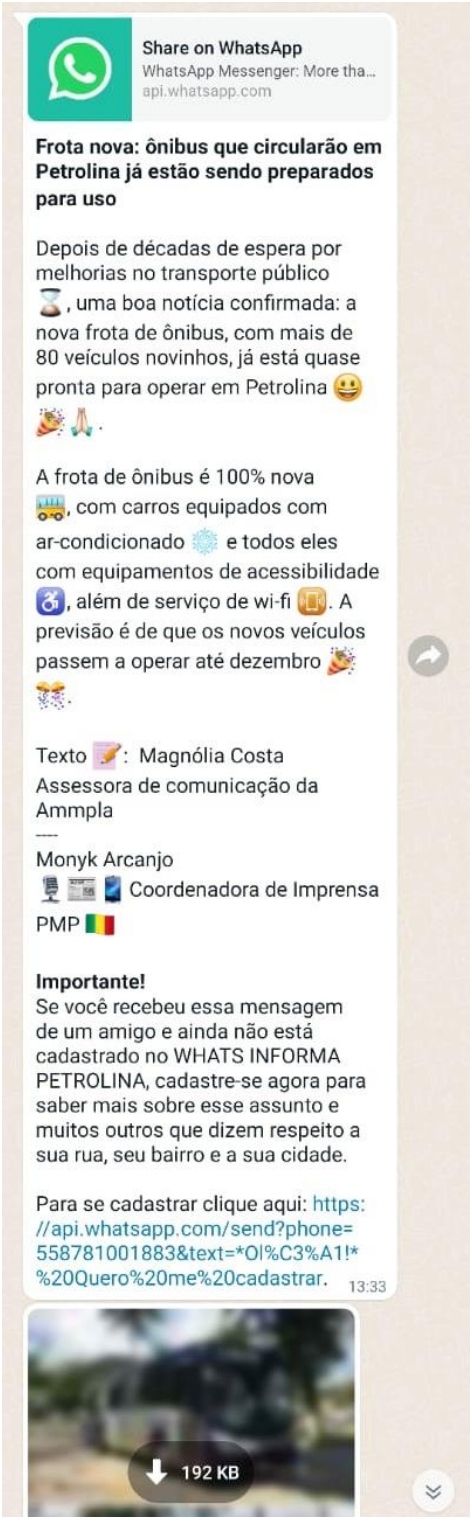
FONTE: INFORMA PETROLINA (2019)

27/09/2019



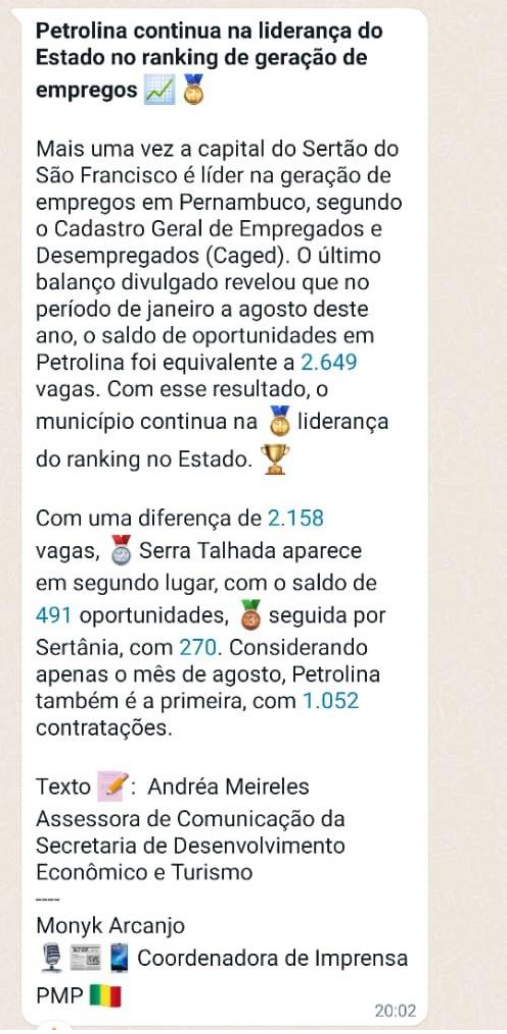
FONTE: INFORMA PETROLINA (2019)

28/09/2019



FONTE: INFORMA PETROLINA (2019)

29/09/2019



Petrolina continua na liderança do Estado no ranking de geração de empregos 📈🏅

Mais uma vez a capital do Sertão do São Francisco é líder na geração de empregos em Pernambuco, segundo o Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged). O último balanço divulgado revelou que no período de janeiro a agosto deste ano, o saldo de oportunidades em Petrolina foi equivalente a 2.649 vagas. Com esse resultado, o município continua na 🏅 liderança do ranking no Estado. 🏆

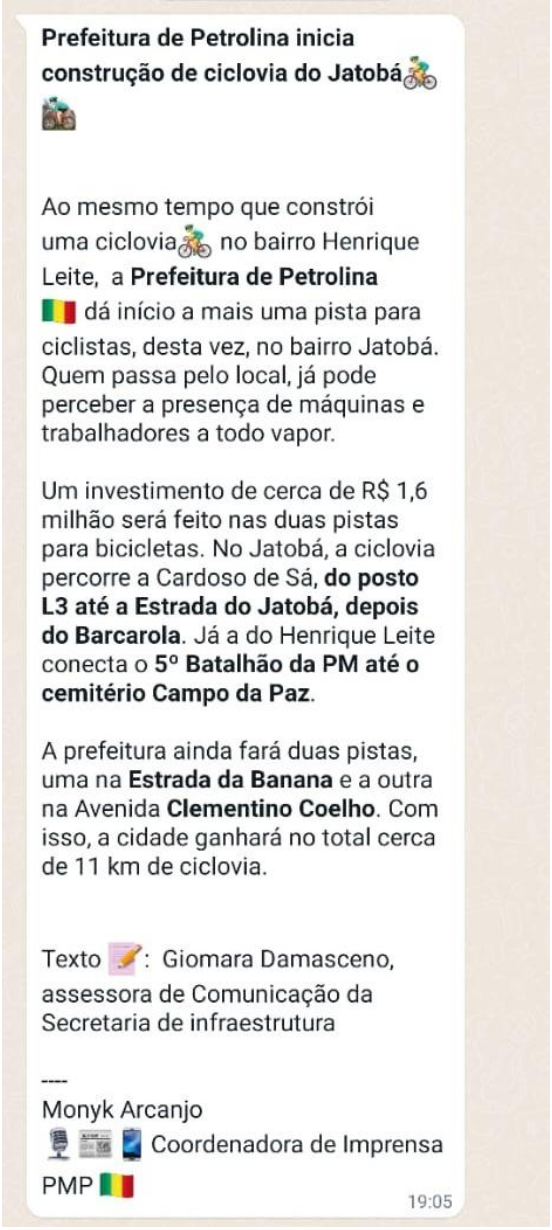
Com uma diferença de 2.158 vagas, 🥈 Serra Talhada aparece em segundo lugar, com o saldo de 491 oportunidades, 🥉 seguida por Sertânia, com 270. Considerando apenas o mês de agosto, Petrolina também é a primeira, com 1.052 contratações.

Texto 📝: Andréa Meireles
Assessora de Comunicação da Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo
---
Monyk Arcanjo
🎙️📰📱 Coordenadora de Imprensa PMP 🇲🇱

20:02

FONTE: INFORMA PETROLINA (2019)

30/09/2019



Prefeitura de Petrolina inicia construção de ciclovia do Jatobá 🚴🚧

Ao mesmo tempo que constrói uma ciclovia 🚴 no bairro Henrique Leite, a **Prefeitura de Petrolina** 🇲🇱 dá início a mais uma pista para ciclistas, desta vez, no bairro Jatobá. Quem passa pelo local, já pode perceber a presença de máquinas e trabalhadores a todo vapor.

Um investimento de cerca de R$ 1,6 milhão será feito nas duas pistas para bicicletas. No Jatobá, a ciclovia percorre a Cardoso de Sá, **do posto L3 até a Estrada do Jatobá, depois do Barcarola**. Já a do Henrique Leite conecta o **5º Batalhão da PM até o cemitério Campo da Paz**.

A prefeitura ainda fará duas pistas, uma na **Estrada da Banana** e a outra na Avenida **Clementino Coelho**. Com isso, a cidade ganhará no total cerca de 11 km de ciclovia.

Texto 📝: Giomara Damasceno, assessora de Comunicação da Secretaria de infraestrutura

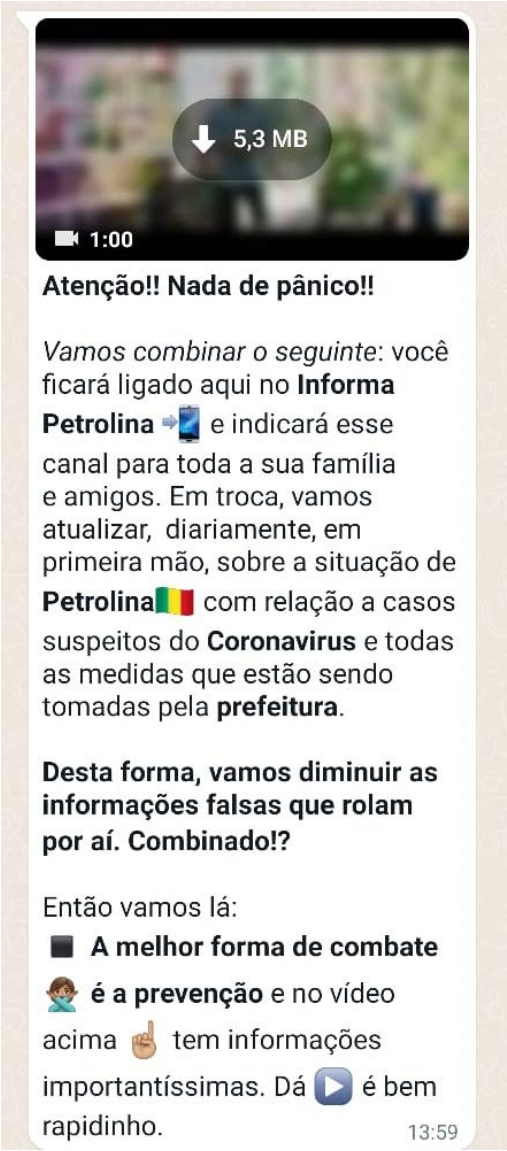
---
Monyk Arcanjo
🎙️📰📱 Coordenadora de Imprensa PMP 🇲🇱

19:05

FONTE: INFORMA PETROLINA (2019)

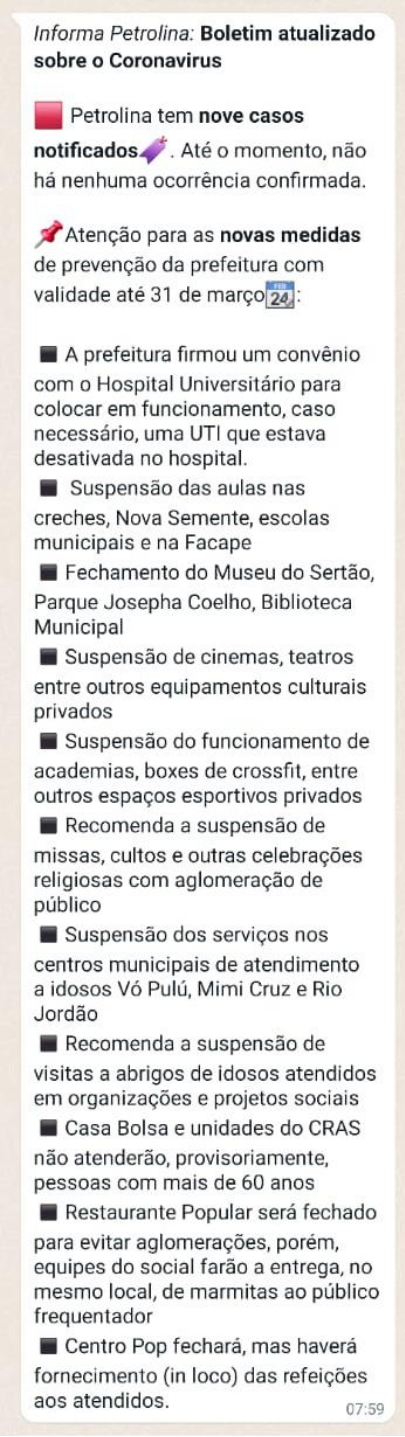
PUBLICAÇÕES DO 'INFORMA PETROLINA' ENTRE 16 DE MARÇO E 05 DE ABRIL DE 2020

16/03/2020



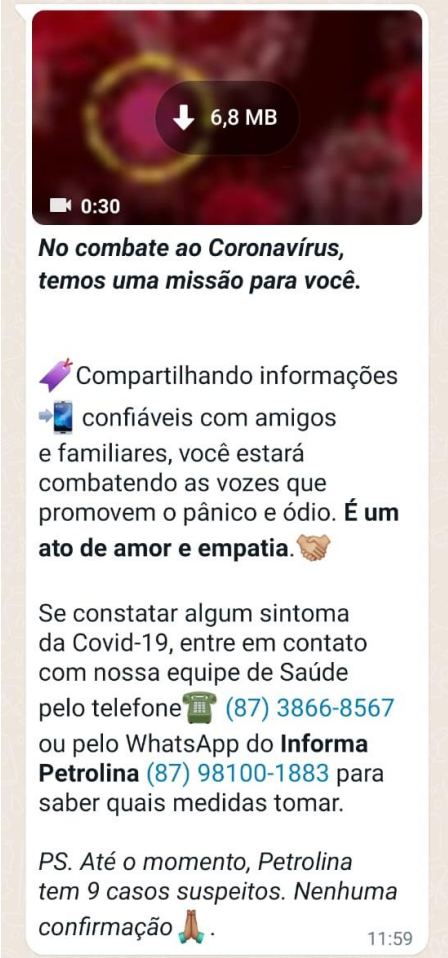
FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

17/03/2020



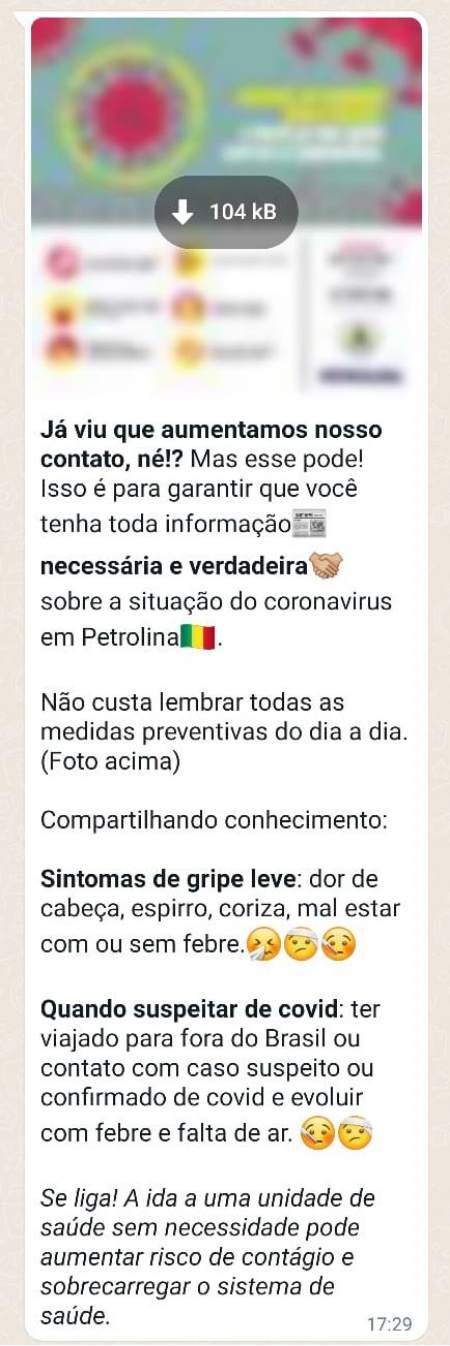
FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

17/03/2020



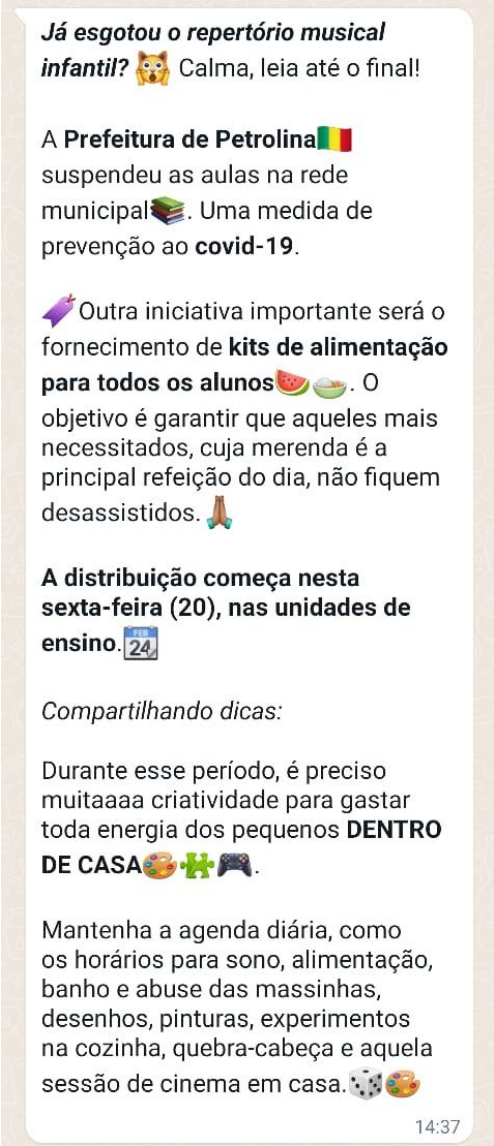
FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

17/03/2020



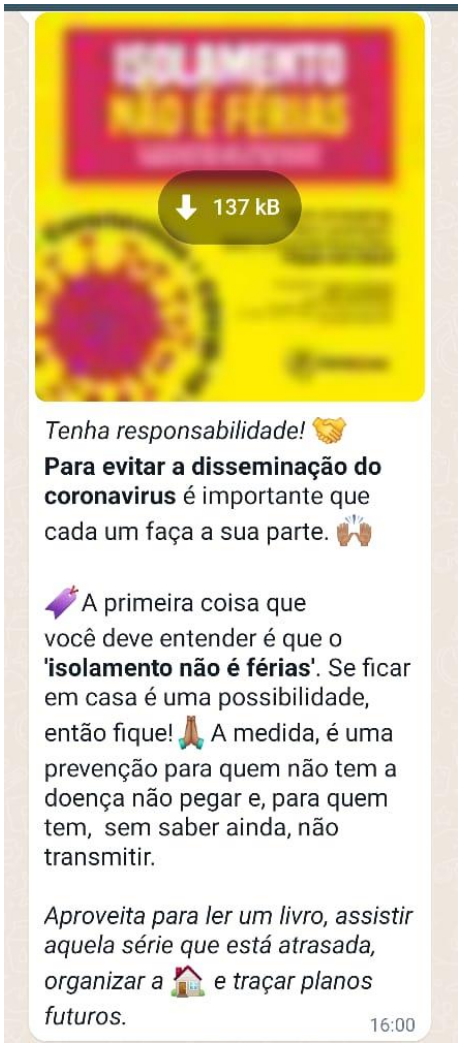
FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

18/03/2020



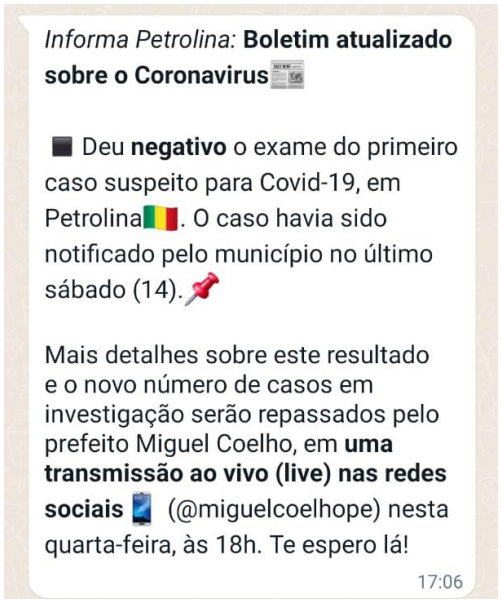
FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

18/03/2020



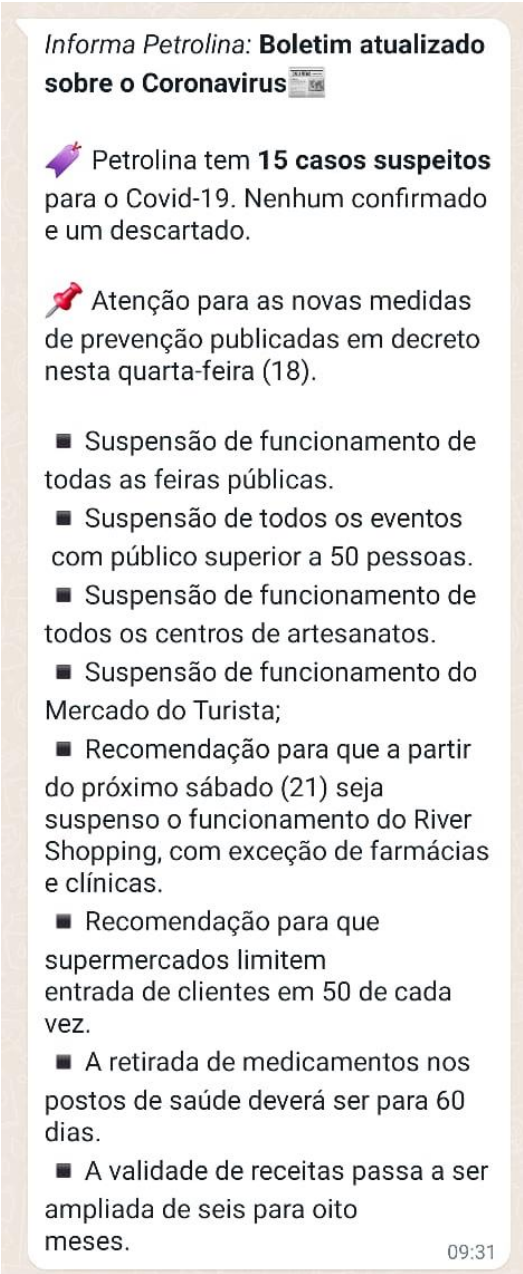
FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

18/03/2020



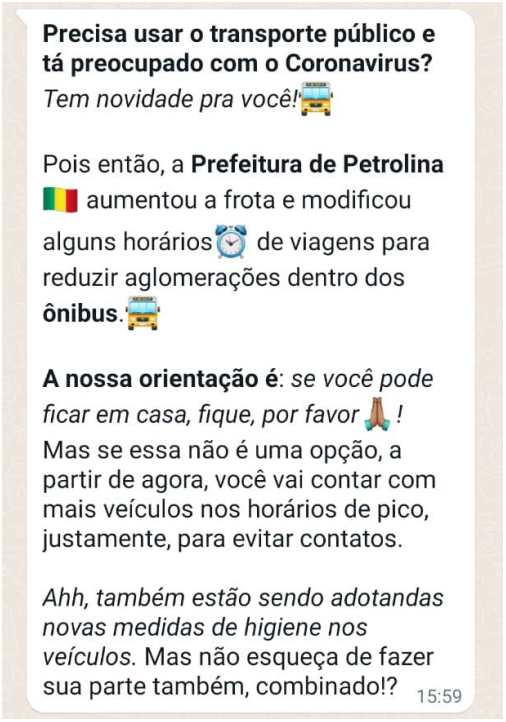
FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

19/03/2020



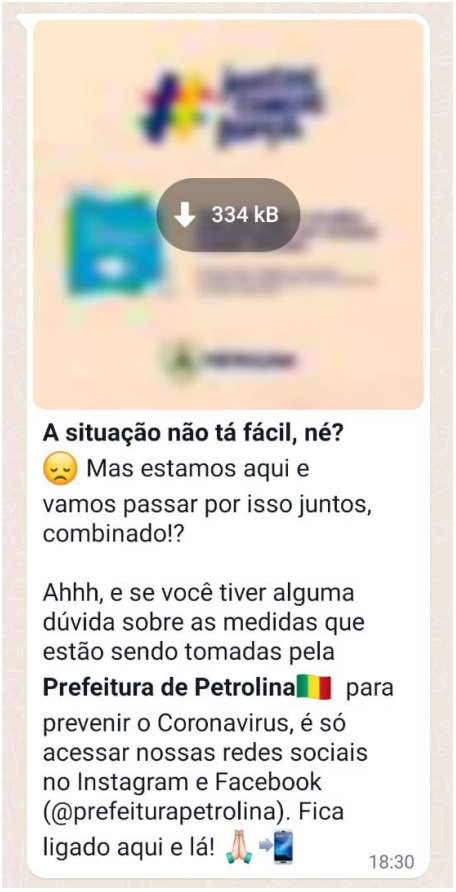
FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

19/03/2020



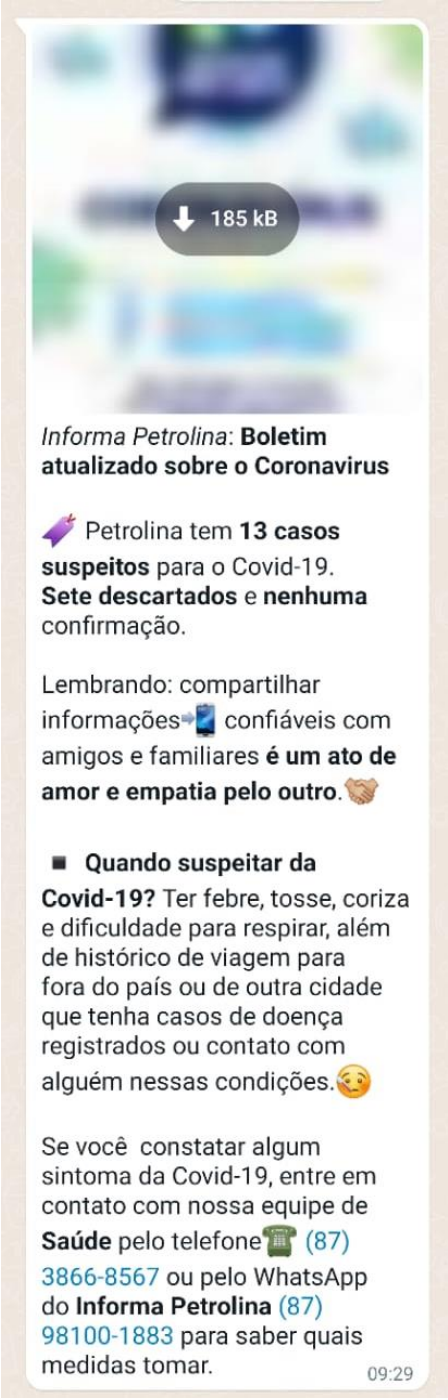
FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

19/03/2020



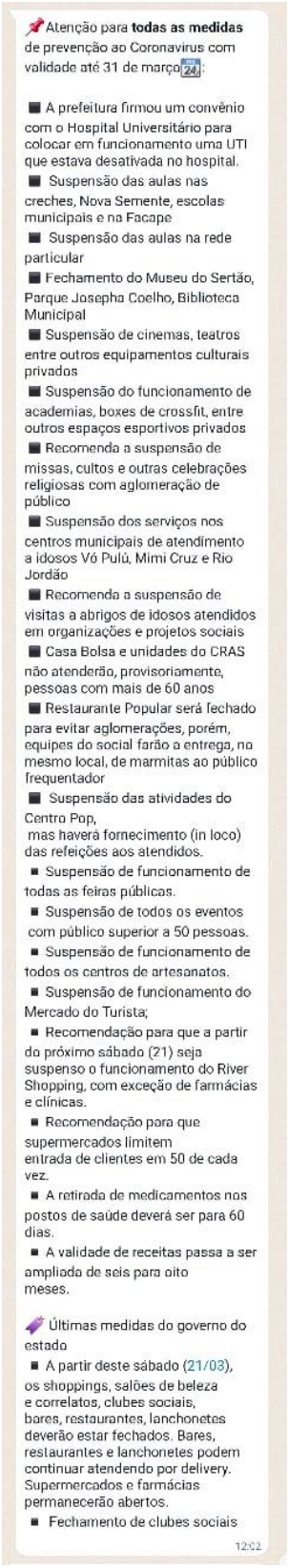
FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

20/03/2020



FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

20/03/2020

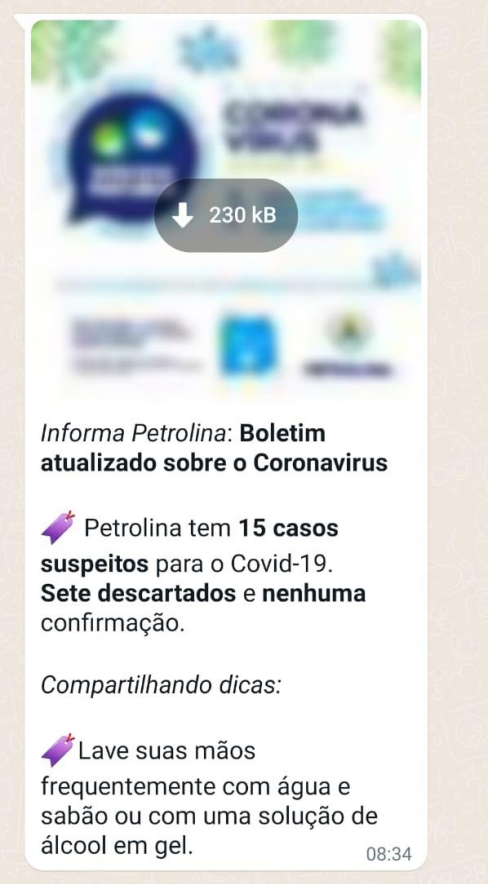


FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

20/03/2020

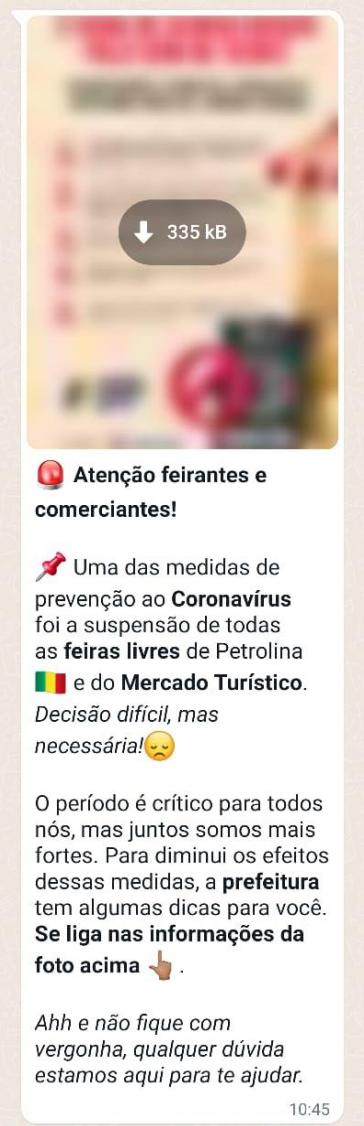
FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

21/03/2020



FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

21/03/2020

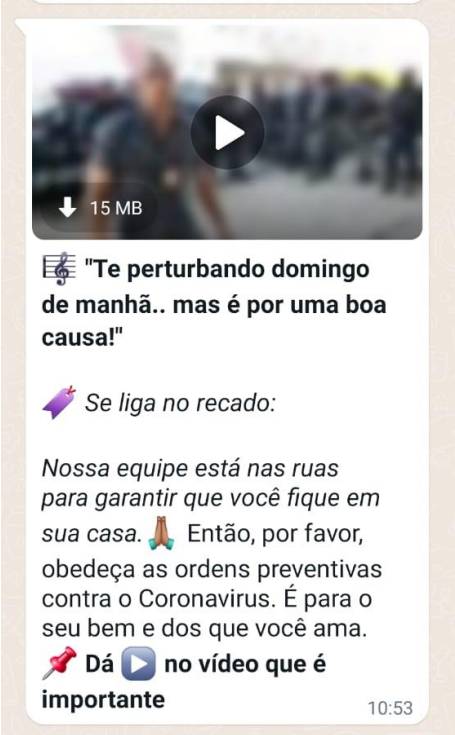


FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

22/03/2020

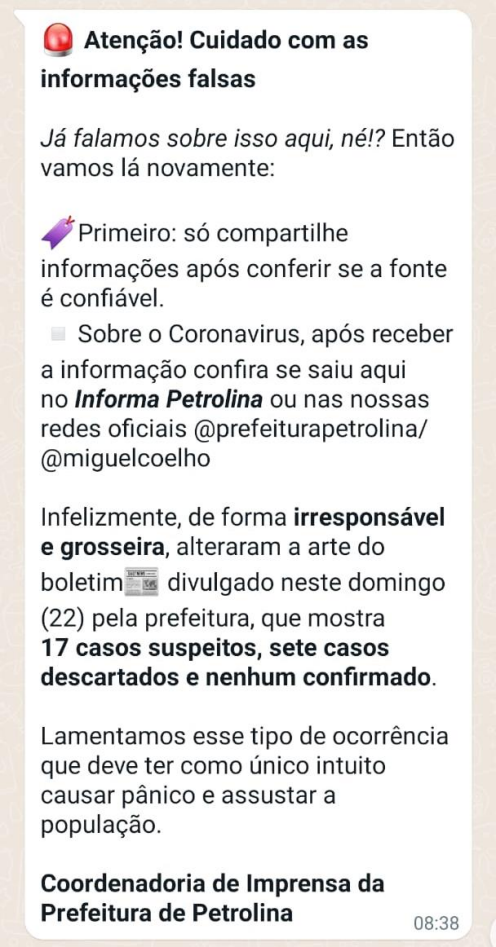
FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

22/03/2020



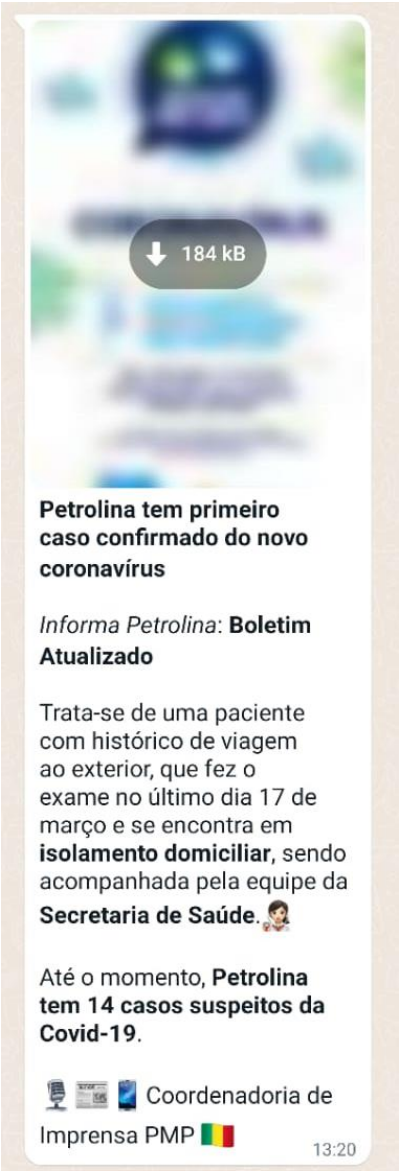
FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

23/03/2020



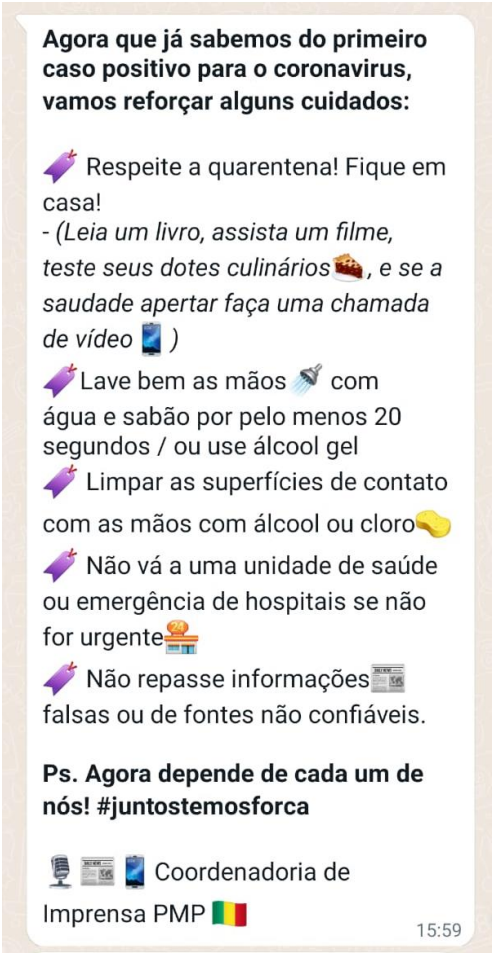
FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

23/03/2020



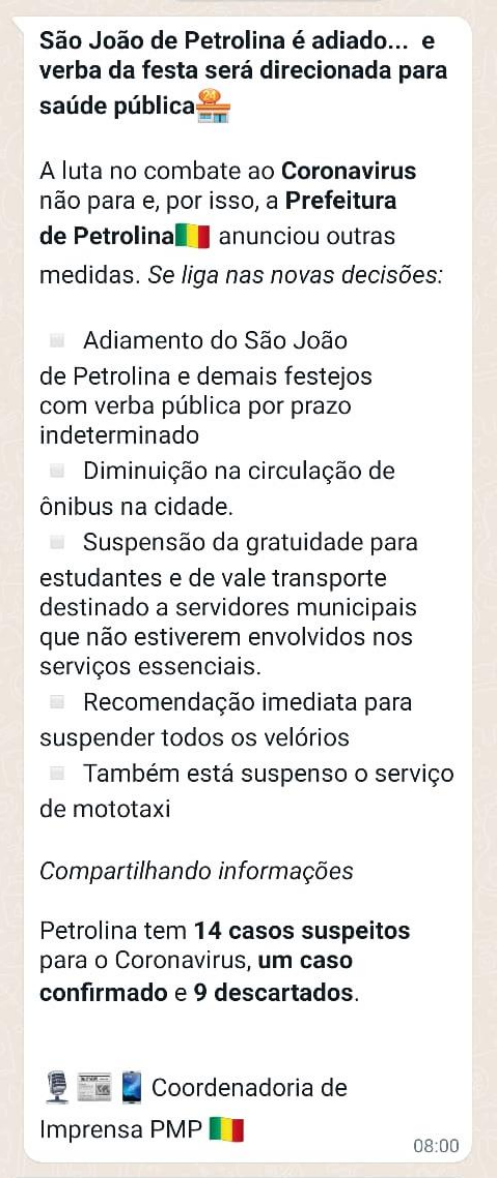
FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

23/03/2020



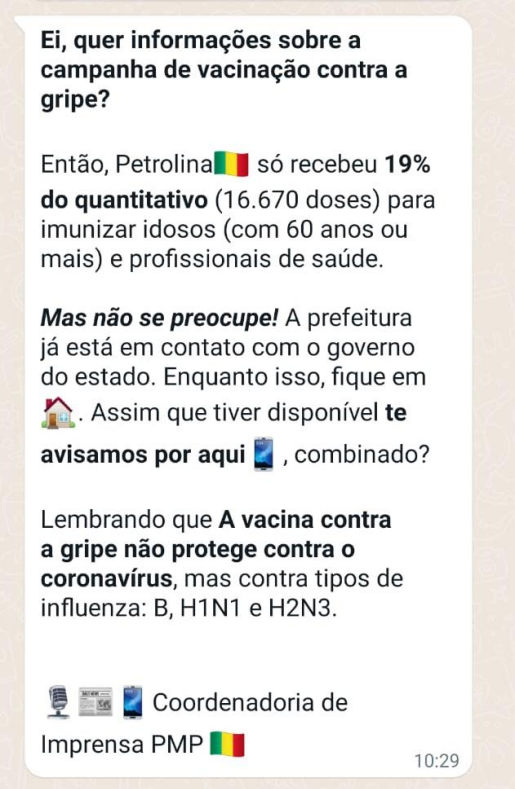
FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

24/03/2020



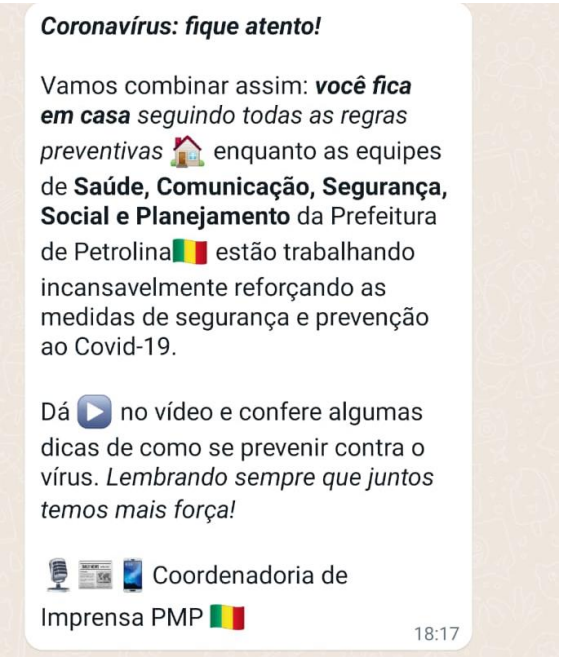
FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

24/03/2020



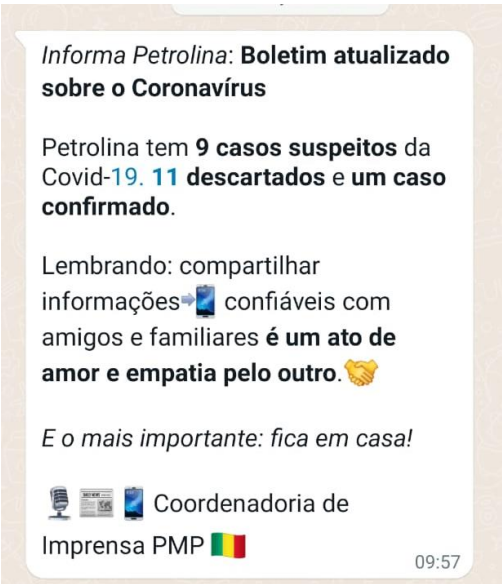
FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

24/03/2020



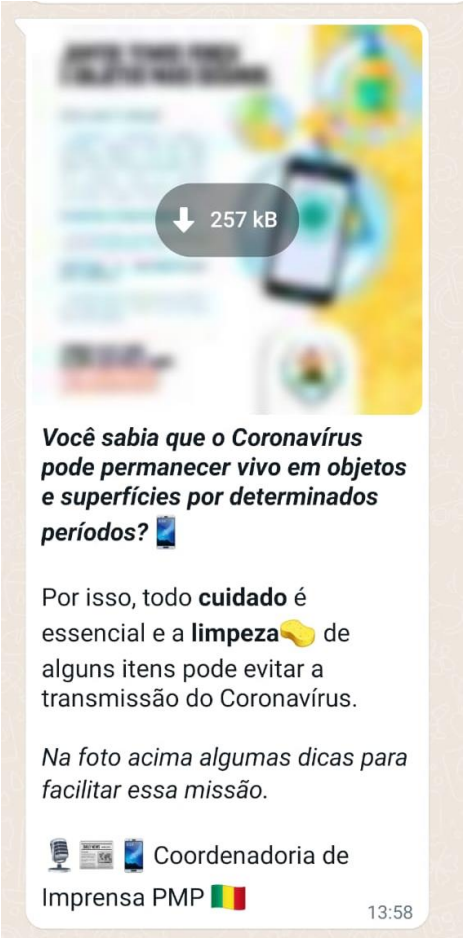
FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

25/03/2020



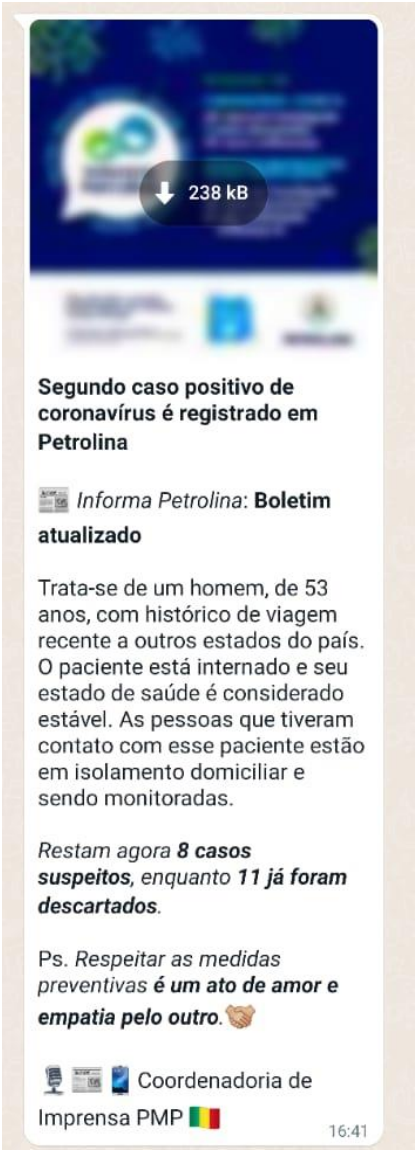
FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

25/03/2020



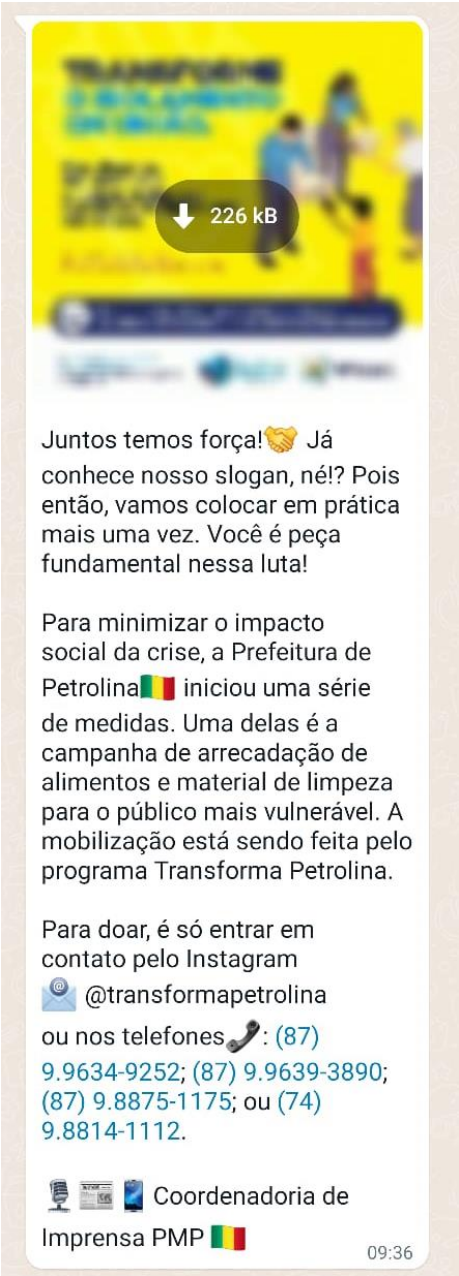
FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

25/03/2020



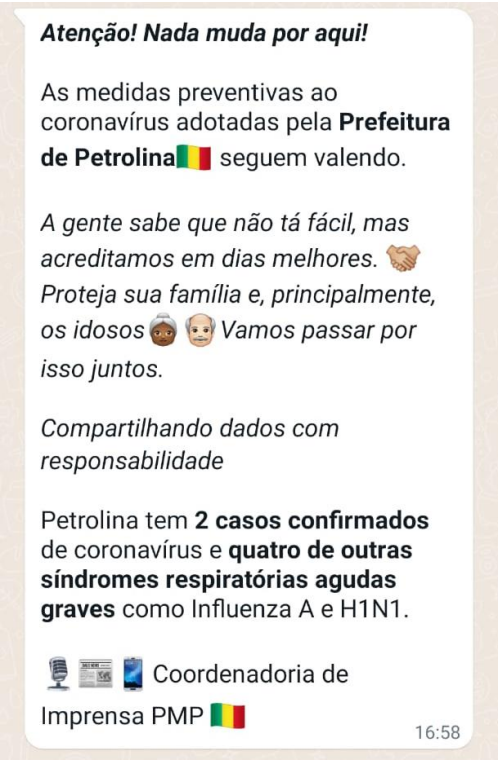
FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

26/03/2020



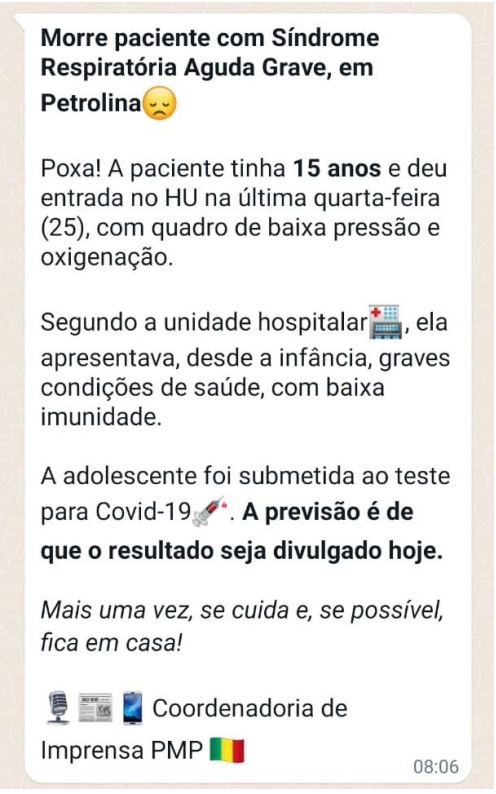
FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

26/03/2020



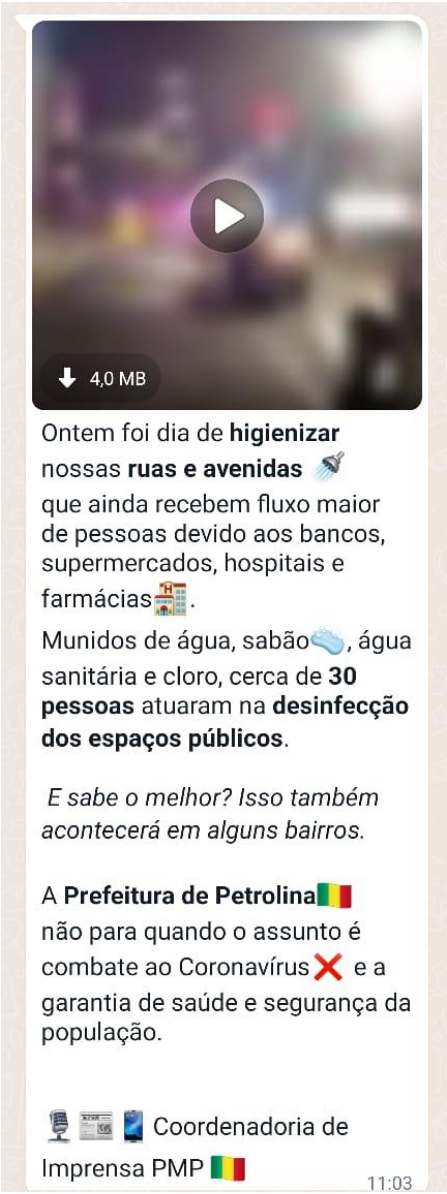
FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

27/03/2020



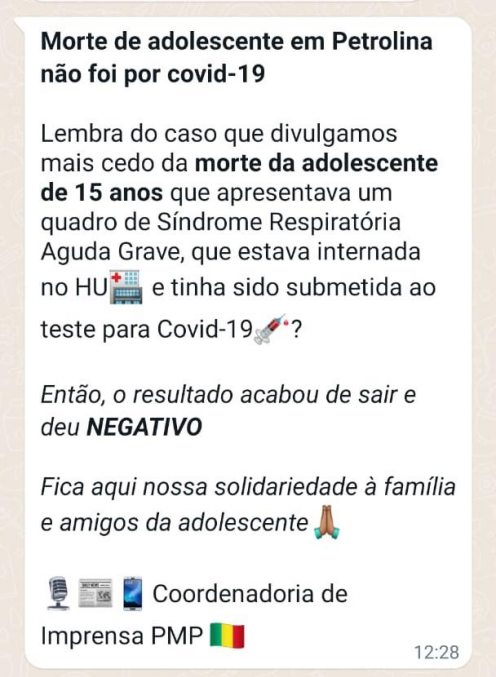
FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

27/03/2020



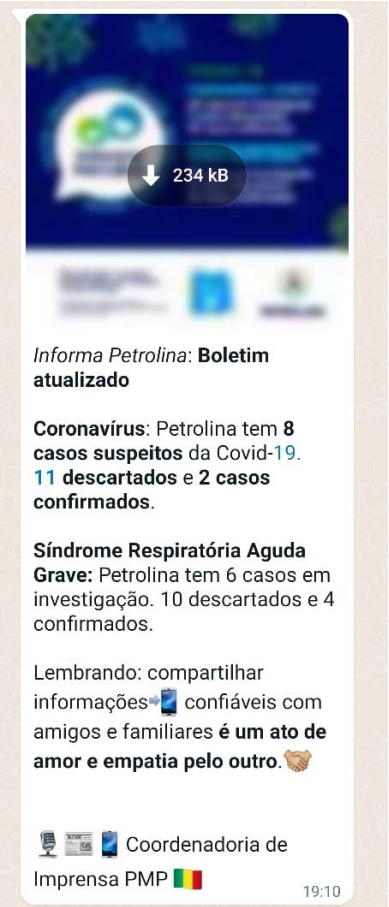
FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

27/03/2020



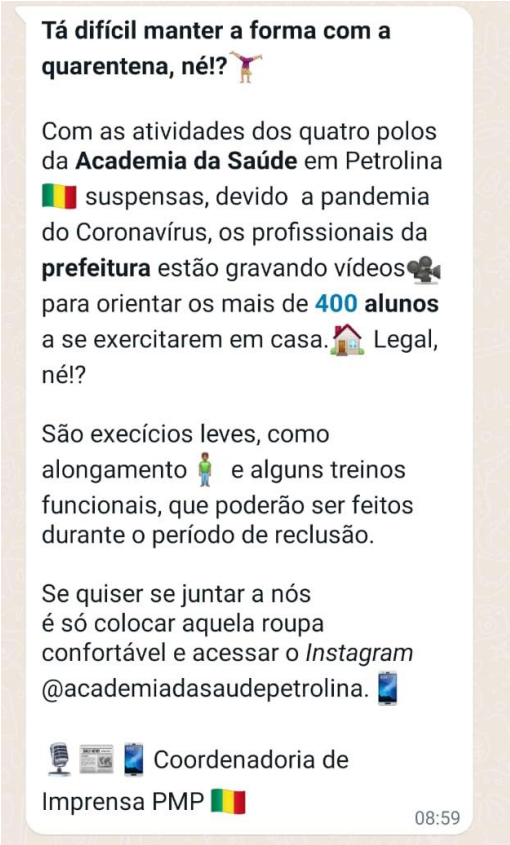
FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

27/03/2020



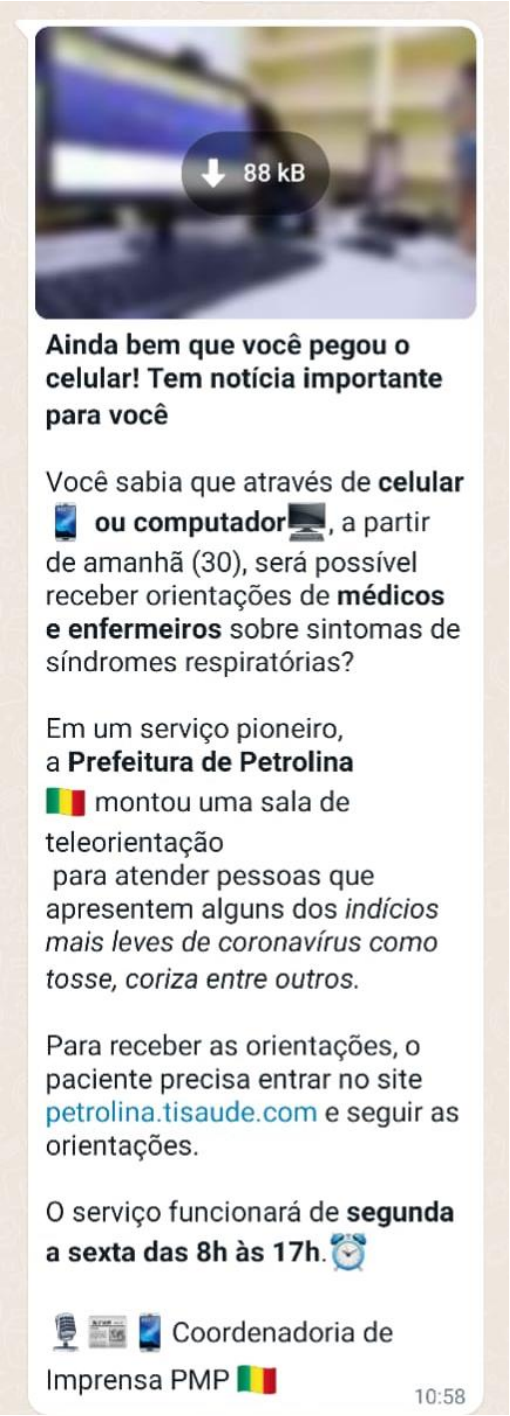
FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

28/03/2020



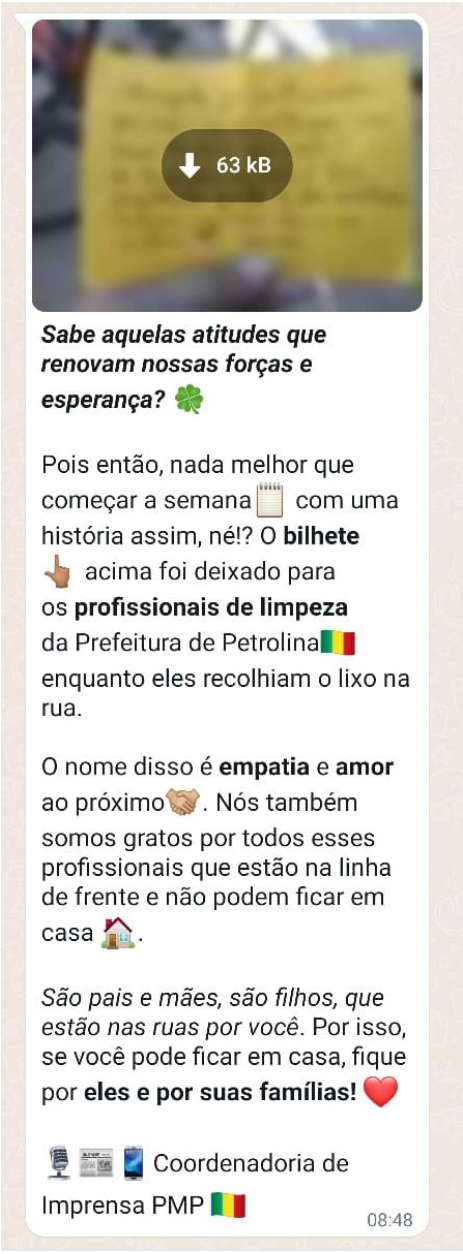
FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

29/03/2020



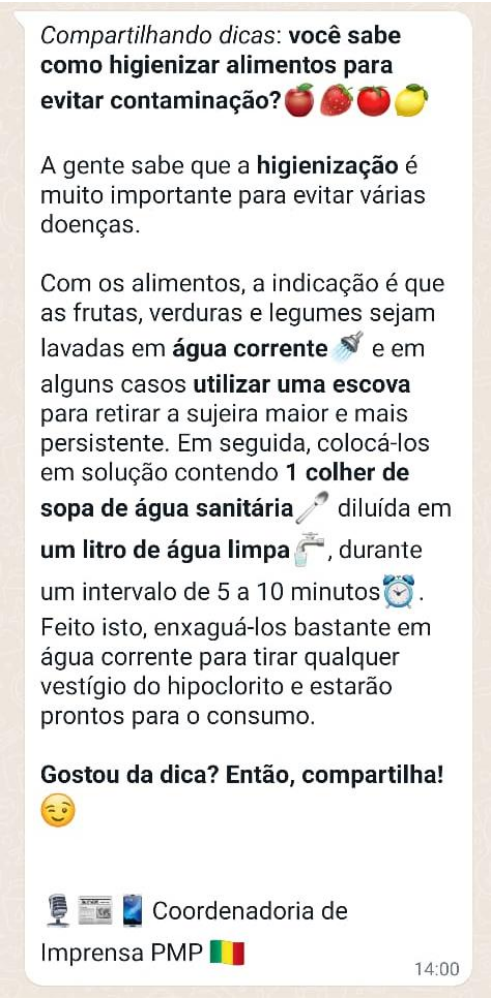
FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

30/03/2020



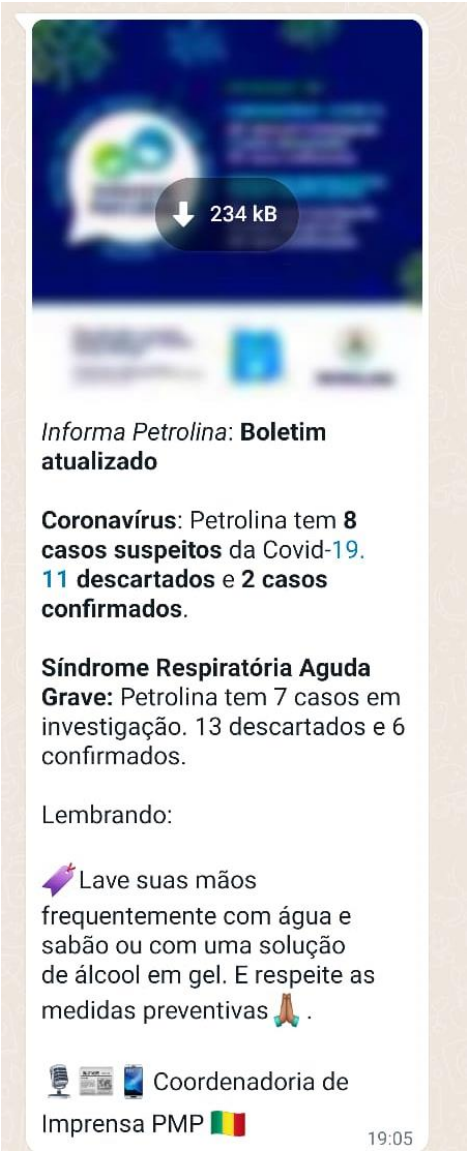
FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

30/03/2020



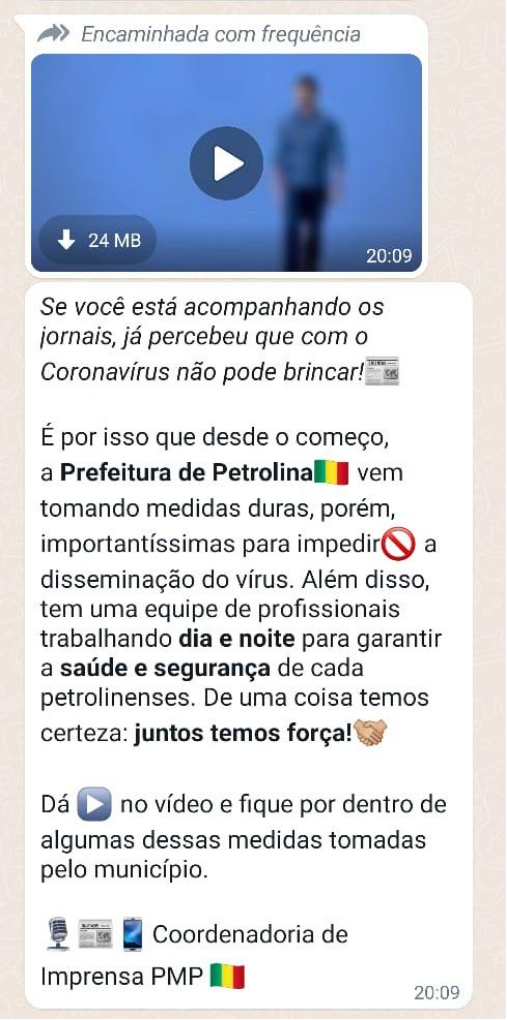
FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

30/03/2020



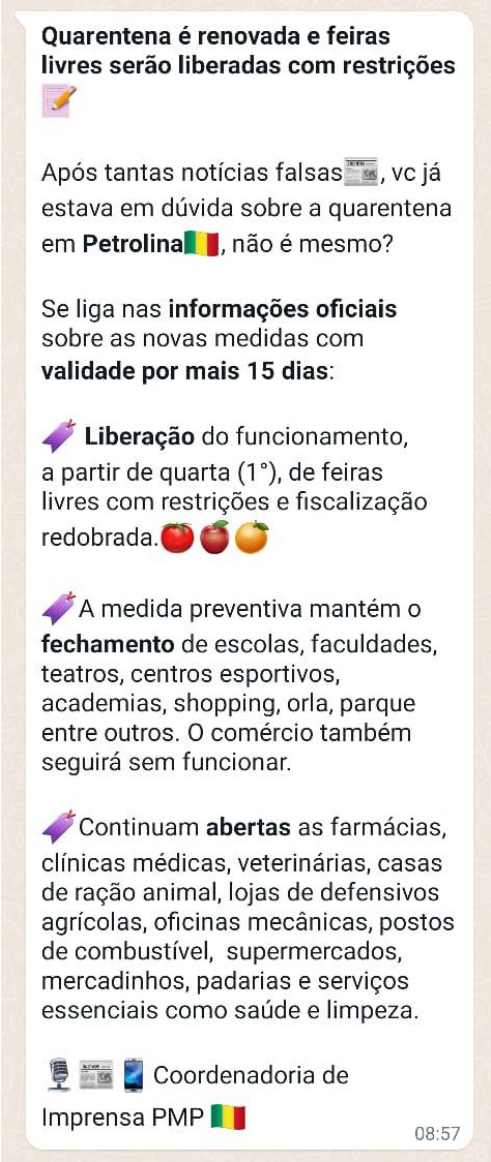
FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

30/03/2020



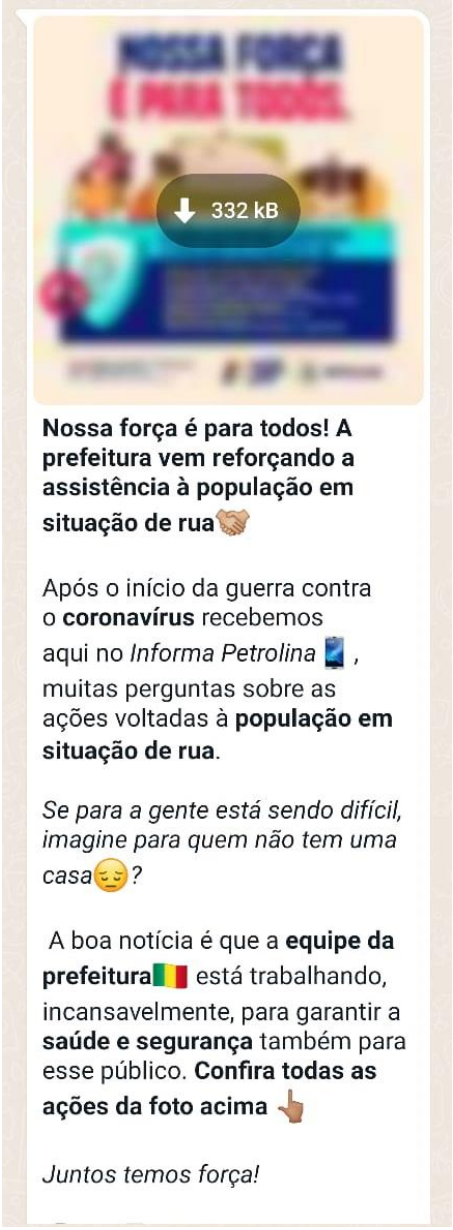
FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

31/03/2020



FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

31/03/2020

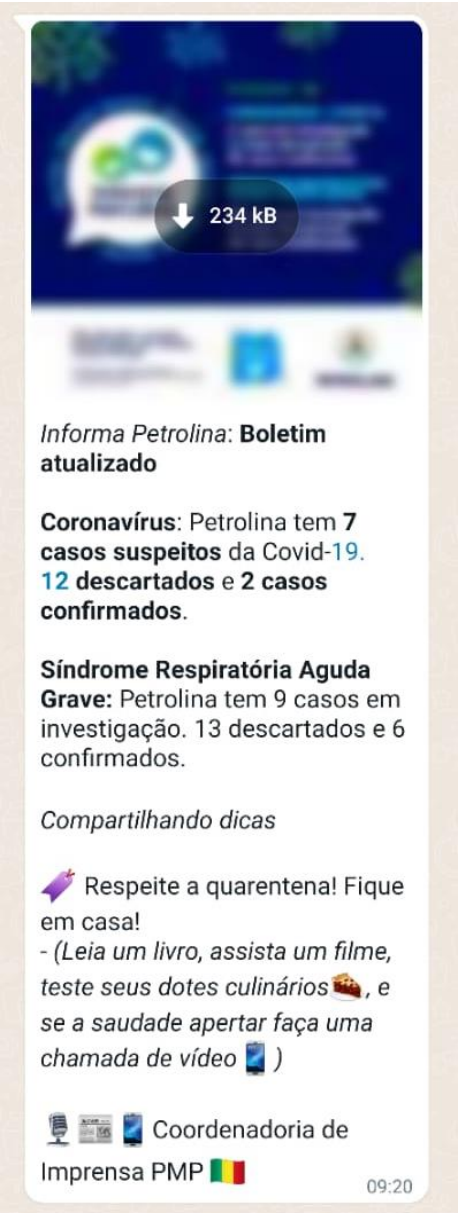


FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

31/03/2020

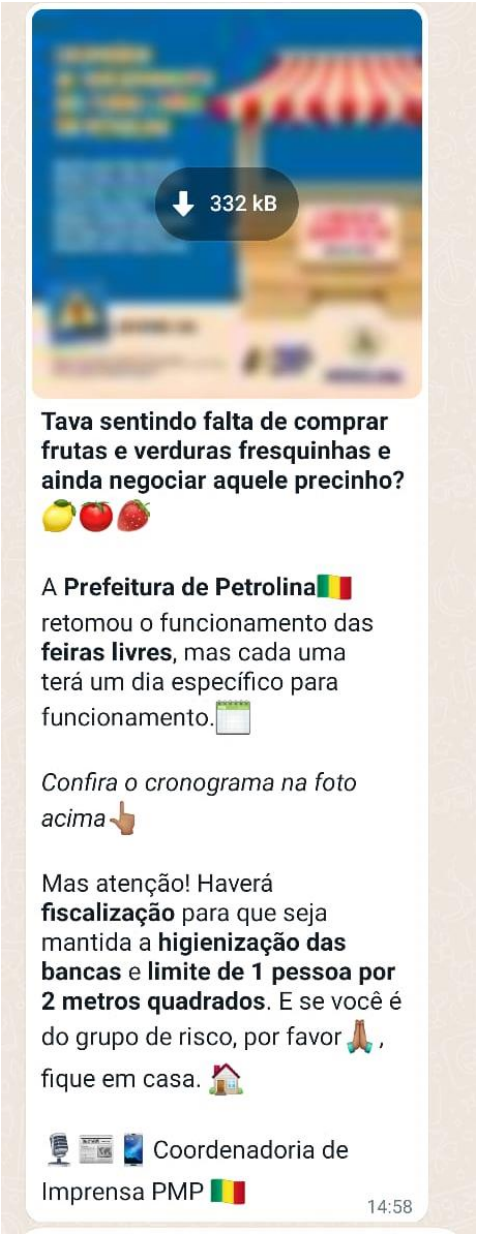
FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

01/04/2020



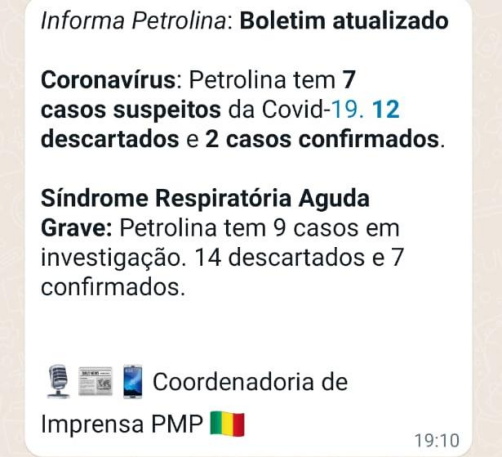
FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

01/04/2020



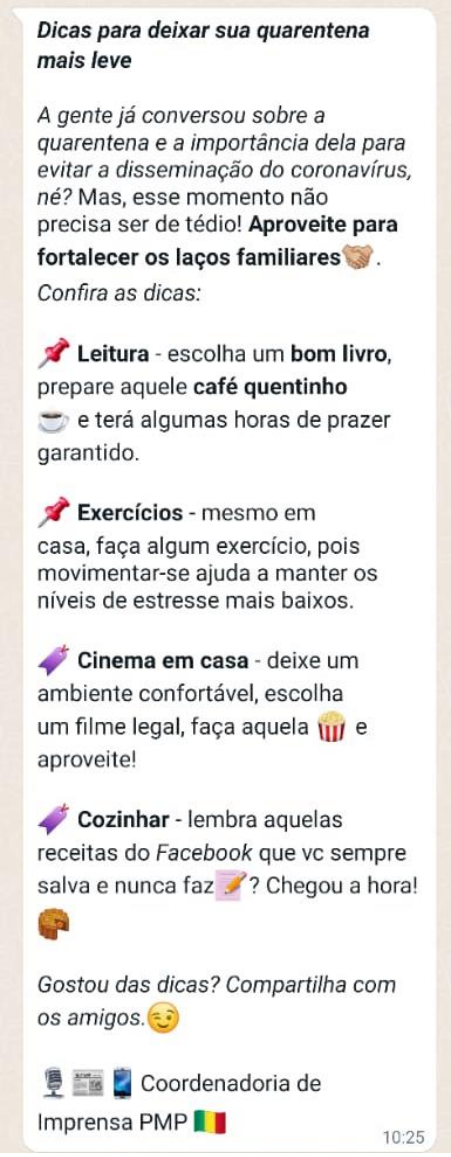
FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

01/04/2020



FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

02/04/2020



FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

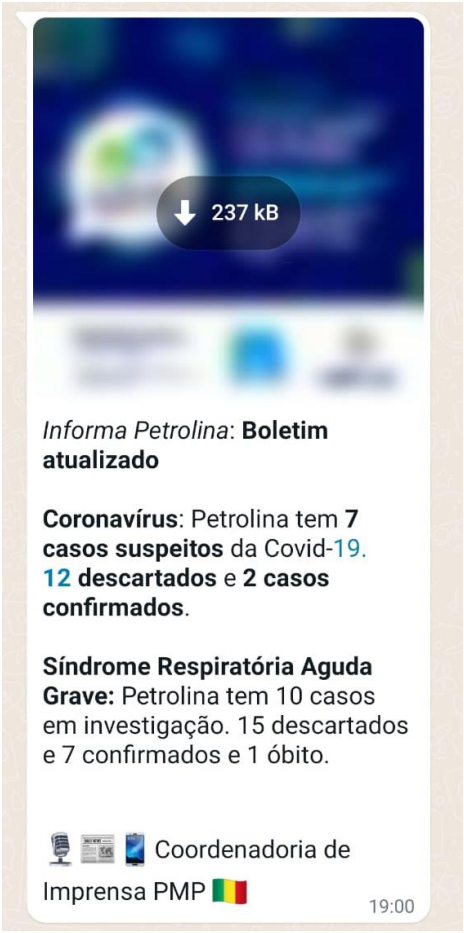
02/04/2020

FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

02/04/2020

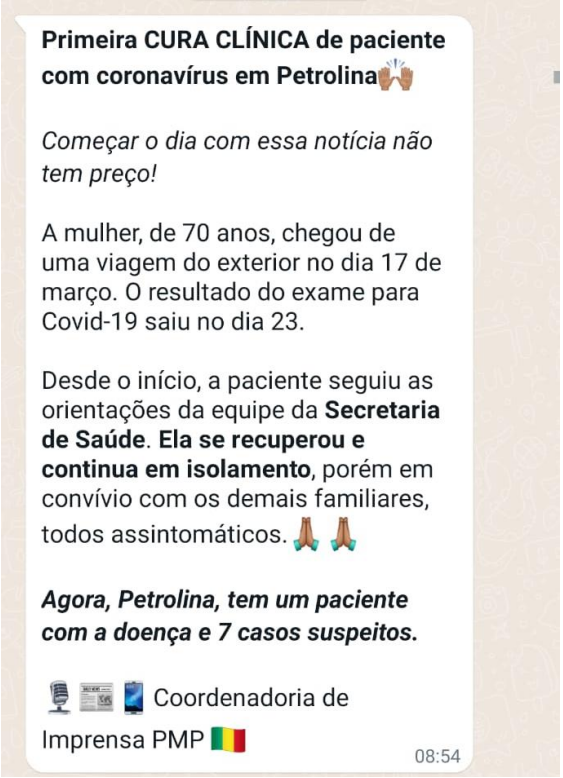
FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

02/04/2020



FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

03/04/2020



Primeira CURA CLÍNICA de paciente com coronavírus em Petrolina🙌🏽

Começar o dia com essa notícia não tem preço!

A mulher, de 70 anos, chegou de uma viagem do exterior no dia 17 de março. O resultado do exame para Covid-19 saiu no dia 23.

Desde o início, a paciente seguiu as orientações da equipe da **Secretaria de Saúde**. **Ela se recuperou e continua em isolamento**, porém em convívio com os demais familiares, todos assintomáticos. 🙏🏽🙏🏽

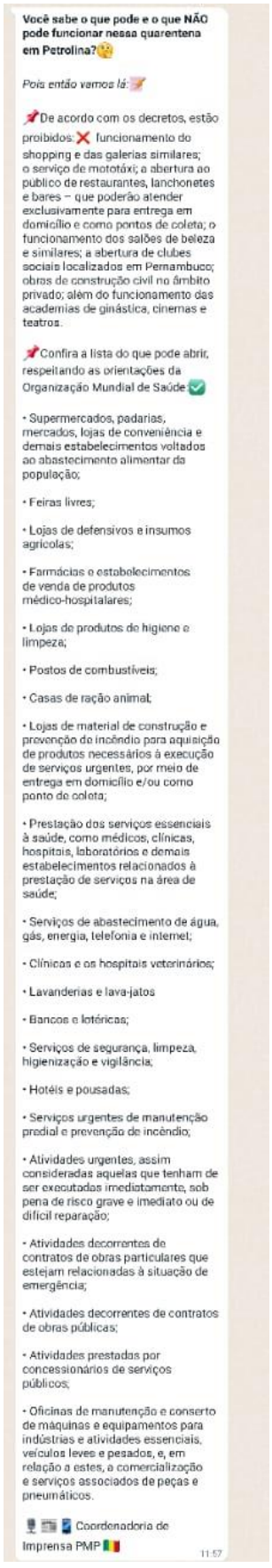
Agora, Petrolina, tem um paciente com a doença e 7 casos suspeitos.

🎙️📰📱 Coordenadoria de Imprensa PMP 🇵🇬

08:54

FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

03/04/2020



Você sabe o que pode e o que NÃO pode funcionar nessa quarentena em Petrolina?🤔

Pois então vamos lá:📝

📌De acordo com os decretos, estão proibidos:❌ funcionamento do shopping e das galerias similares; o serviço de mototáxi; a abertura ao público de restaurantes, lanchonetes e bares – que poderão atender exclusivamente para entrega em domicílio e como pontos de coleta; o funcionamento dos salões de beleza e similares; a abertura de clubes sociais localizados em Pernambuco; obras de construção civil no âmbito privado; além do funcionamento das academias de ginástica, cinemas e teatros.

📌Confira a lista do que pode abrir, respeitando as orientações da Organização Mundial de Saúde:✅

• Supermercados, padarias, mercados, lojas de conveniência e demais estabelecimentos voltados ao abastecimento alimentar da população;

• Feiras livres;

• Lojas de defensivos e insumos agrícolas;

• Farmácias e estabelecimentos de venda de produtos médico-hospitalares;

• Lojas de produtos de higiene e limpeza;

• Postos de combustíveis;

• Casas de ração animal;

• Lojas de material de construção e prevenção de incêndio para aquisição de produtos necessários à execução de serviços urgentes, por meio de entrega em domicílio e/ou como ponto de coleta;

• Prestação dos serviços essenciais à saúde, como médicos, clínicas, hospitais, laboratórios e demais estabelecimentos relacionados à prestação de serviços na área de saúde;

• Serviços de abastecimento de água, gás, energia, telefonia e internet;

• Clínicas e os hospitais veterinários;

• Lavanderias e lava-jatos

• Bancos e lotéricas;

• Serviços de segurança, limpeza, higienização e vigilância;

• Hotéis e pousadas;

• Serviços urgentes de manutenção predial e prevenção de incêndio;

• Atividades urgentes, assim consideradas aquelas que tenham de ser executadas imediatamente, sob pena de risco grave e imediato ou de difícil reparação;

• Atividades decorrentes de contratos de obras particulares que estejam relacionadas à situação de emergência;

• Atividades decorrentes de contratos de obras públicas;

• Atividades prestadas por concessionários de serviços públicos;

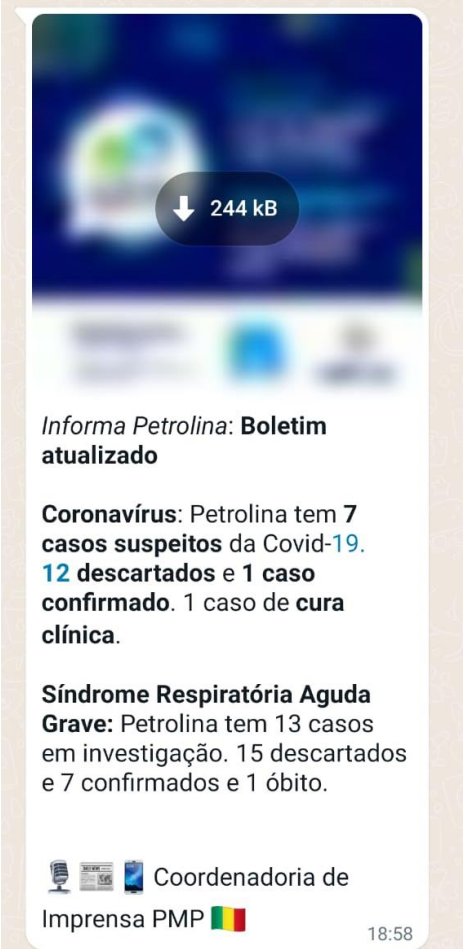
• Oficinas de manutenção e conserto de máquinas e equipamentos para indústrias e atividades essenciais, veículos leves e pesados, e, em relação a estes, a comercialização e serviços associados de peças e pneumáticos.

🎙️📰📱 Coordenadoria de Imprensa PMP 🇵🇬

11:57

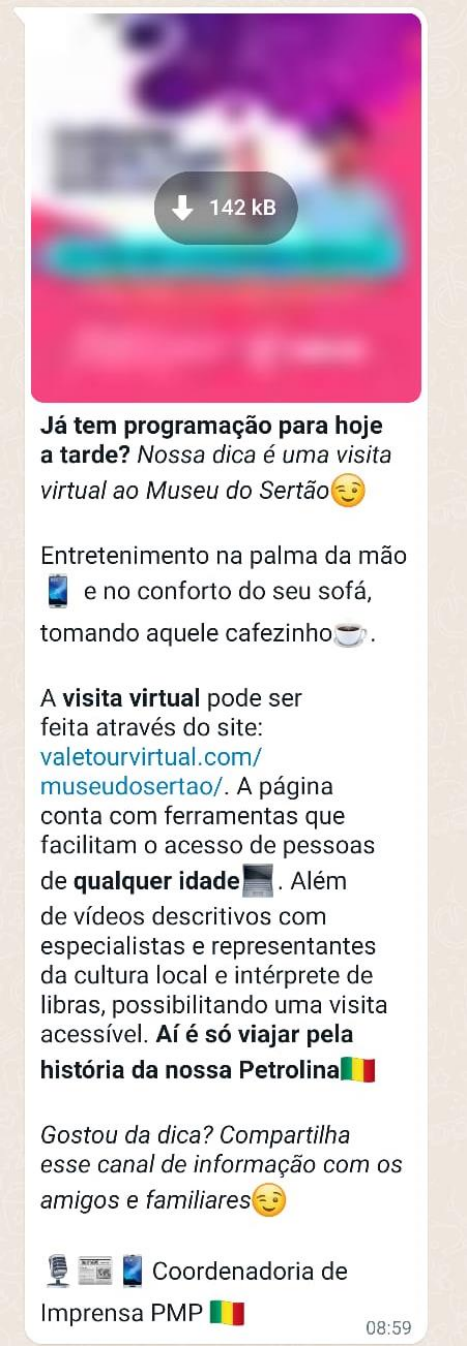
FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

03/04/2020



FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

04/04/2020



FONTE: INFORMA PETROLINA (2020)

05/04/2020

SEM POSTAGEM

PUBLICAÇÕES DO ‘INFORMA PETROLINA’ ENTRE 1º E 20 DE JULHO DE 2022

01/07/2022

FONTE: INFORMA PETROLINA (2022)

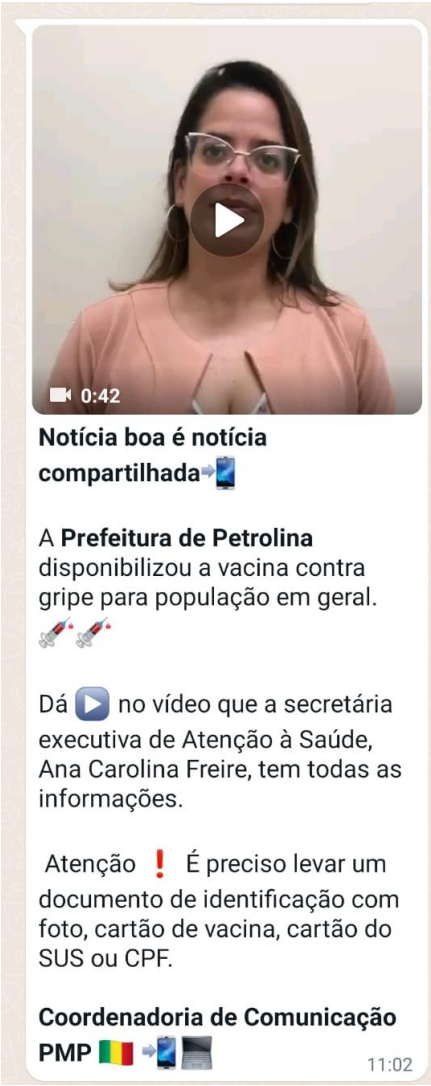
02/07/2022
SEM POSTAGEM

03/07/2022
SEM POSTAGEM

04/07/2022

FONTE: INFORMA PETROLINA (2022)

05/07/2022



FONTE: INFORMA PETROLINA (2022)

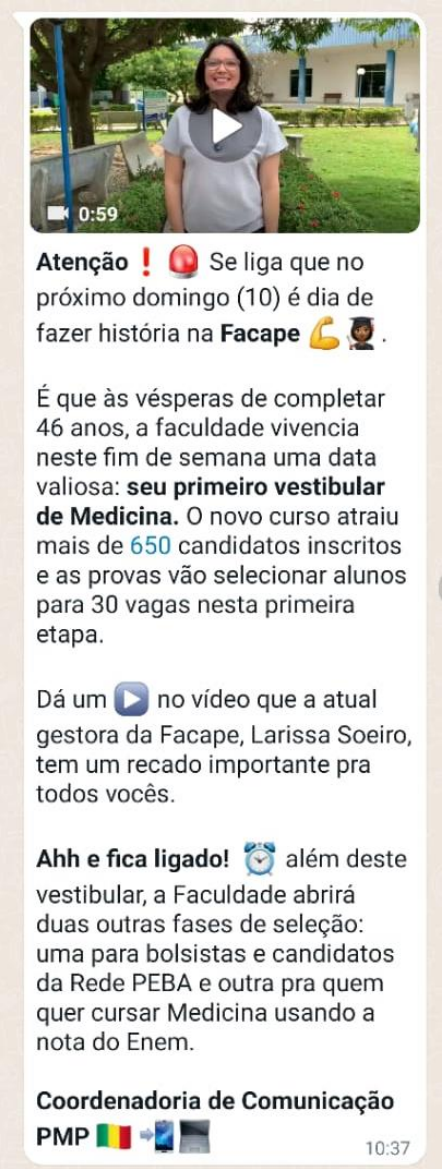
05/07/2022

FONTE: INFORMA PETROLINA (2022)

06/07/2022

SEM POSTAGEM

07/07/2022



FONTE: INFORMA PETROLINA (2022)

08/07/2022

SEM POSTAGEM

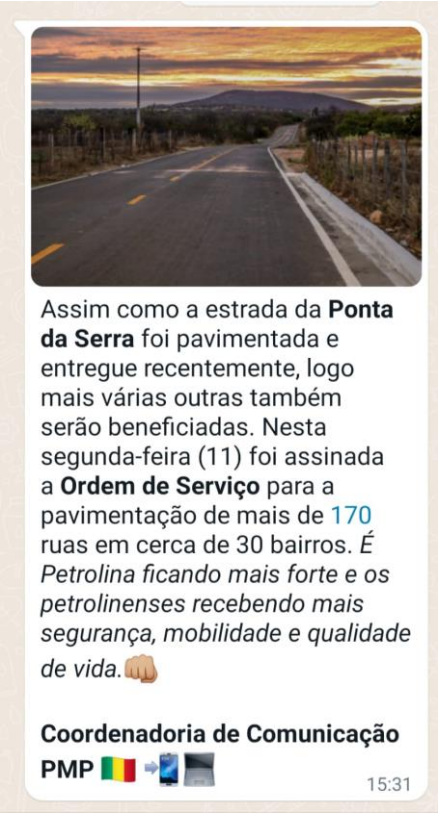
09/07/2022

SEM POSTAGEM

10/07/2022

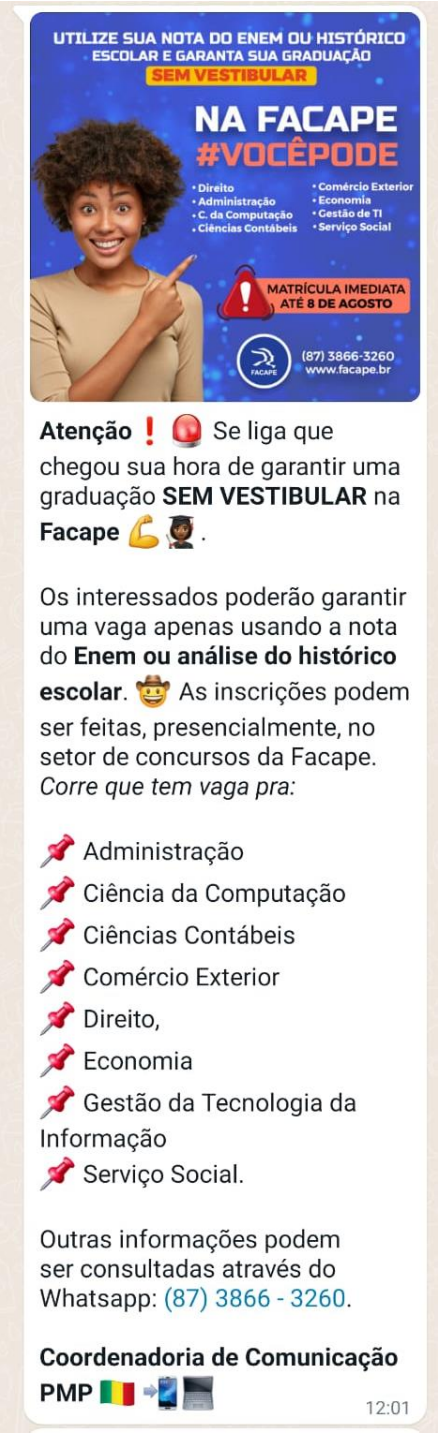
SEM POSTAGEM

11/07/2022



FONTE: INFORMA PETROLINA (2022)

12/07/2022



FONTE: INFORMA PETROLINA (2022)

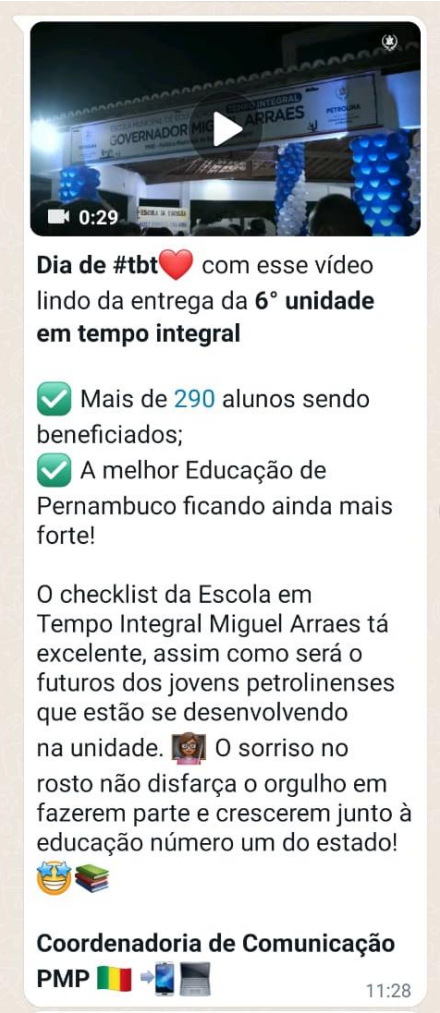
12/07/2022

FONTE: INFORMA PETROLINA (2022)

13/07/2022

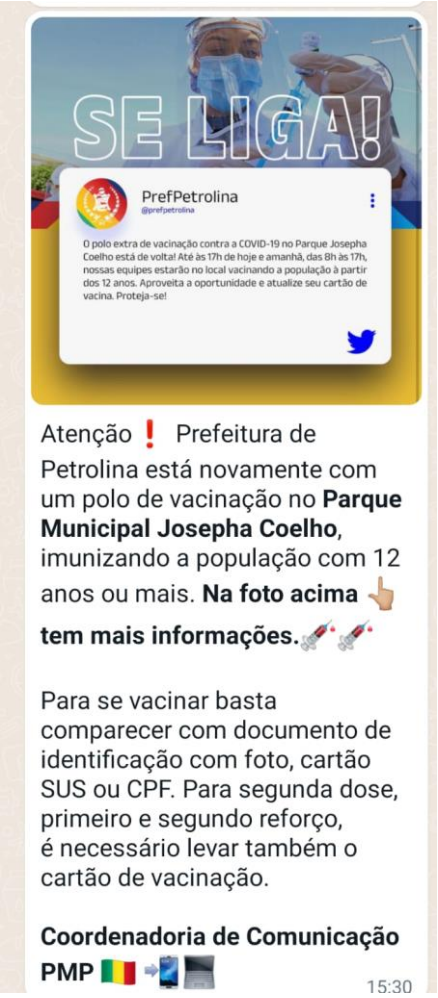
SEM POSTAGEM

14/07/2022



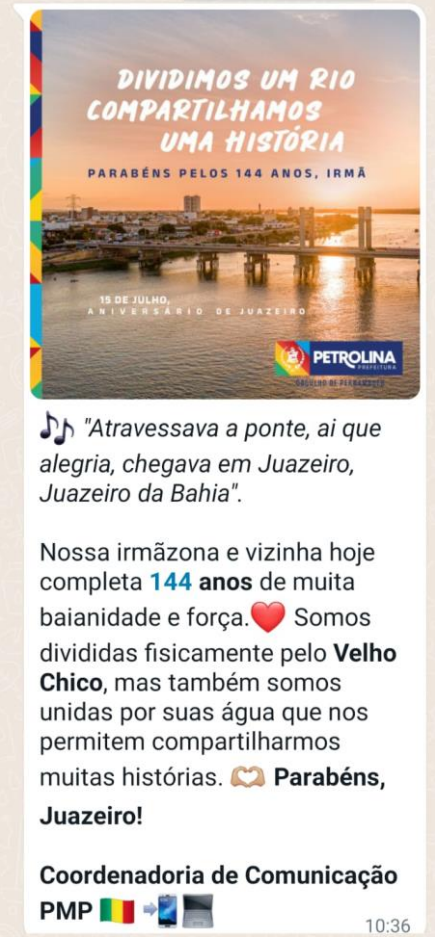
FONTE: INFORMA PETROLINA (2022)

14/07/2022



FONTE: INFORMA PETROLINA (2022)

15/07/2022



FONTE: INFORMA PETROLINA (2022)

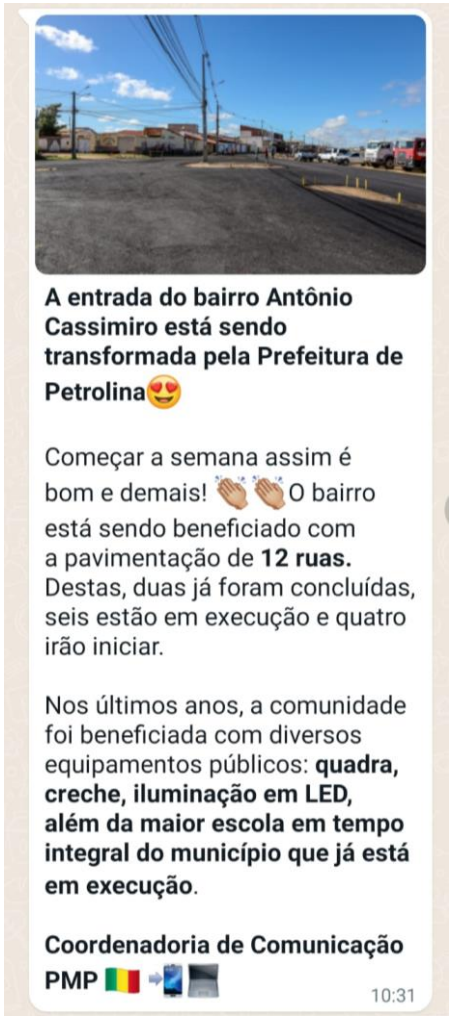
16/07/2022

SEM POSTAGEM

17/07/2022

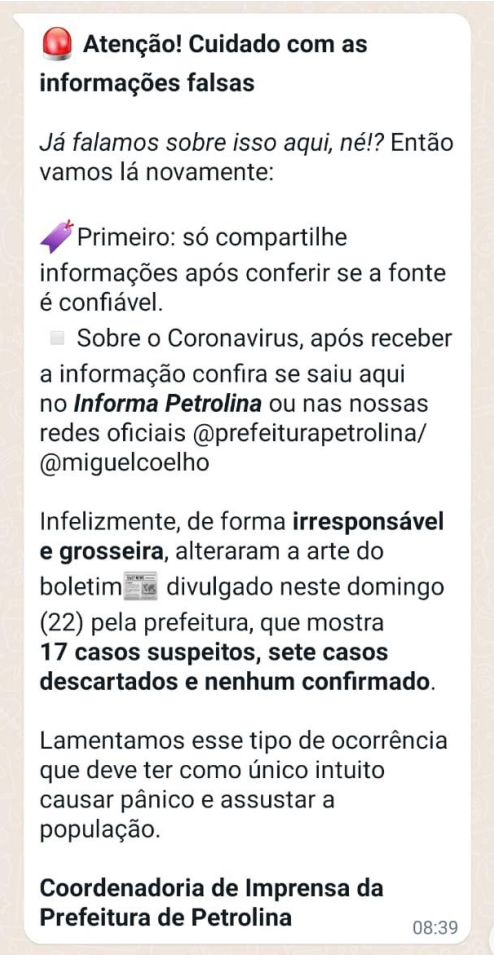
SEM POSTAGEM

18/07/2022



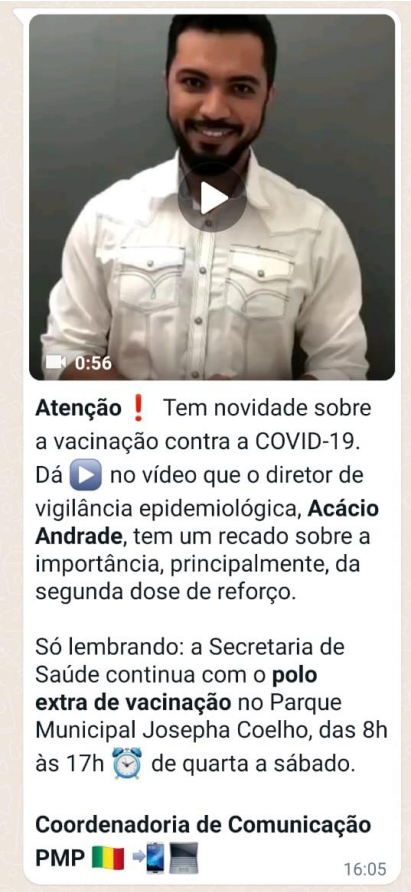
FONTE: INFORMA PETROLINA (2022)

18/07/2022



FONTE: INFORMA PETROLINA (2022)

19/07/2022



FONTE: INFORMA PETROLINA (2022)

20/07/2022

FONTE: INFORMA PETROLINA (2022)