

Objetivos: 1) Refletir acerca do papel que as redes sociais desempenham na divulgação de políticas públicas em Portugal. 2) Caracterizar a tipologia de publicações, tendo em conta o conteúdo da mensagem, a maneira como esta é transmitida, utilização de links e hashtags. 3) Compreender de que forma as publicações têm impacto nas interações por parte dos utilizadores. 4) Compreender como se comportam as interações dos indivíduos baseadas nos temas das publicações. 5) Perceber que tipo de publicações tem mais interações e, quais são os tipos de interações. 6) Reconhecer a diversidade de tópicos utilizados bem como, quais aqueles com mais prevalência.

Métodos: 1) Revisão bibliográfica sobre comunicação em saúde, literacia em saúde e estratégias de marketing digital. 2) Análise de conteúdo das publicações do SNS na plataforma Instagram, entre maio e novembro de 2024, considerando elementos como: tipo de mensagem, utilização de hashtags, interações e alcance. A recolha de dados baseia-se na sua extração sistemática e subsequente organização numa base de dados. Por sua vez, a análise quantitativa apoia-se em métricas de envolvimento, enquanto a análise qualitativa examina padrões discursivos e impacto comunicacional. 3) Elaborou-se ainda um questionário acerca da literacia em saúde e propriedades das mensagens (confiabilidade, atitude face à informação e características visuais), procurando compreender a interação e percepção dos cidadãos, relativamente aos conteúdos divulgados pelo SNS. Os dados do questionário foram cruzados com os resultados da análise das publicações do SNS no Instagram, levando à identificação de padrões comportamentais e preferências do público. Esta abordagem visa compreender a relação entre a forma das mensagens e a resposta dos utilizadores, permitindo formular estratégias de comunicação em saúde mais eficazes.

Resultados esperados: Assinalar os fatores determinantes na participação dos cidadãos, bem como examinar de que modo as respostas da audiência podem contribuir para melhores campanhas futuras e aumentar a transparência da comunicação. A análise ambiciona demonstrar que a utilização das redes sociais pelo SNS pode ser essencial na divulgação de informações de saúde, aumentando a adesão do público às diretrizes de saúde pública. Por outras palavras, a investigação procura avaliar o impacto da confiabilidade da informação e do design das mensagens na efetividade das campanhas. Para tal, estabelecem-se relações entre as preferências do público e os níveis de envolvimento nas publicações, contribuindo para uma comunicação digital mais eficiente, direcionada às necessidades da população