

Blogs e redes sociais na atenção à saúde da família: o que a comunicação online traz de novo?

Blogs and social networks in the family health care: what kind of contribution to innovation the online information bring about?

Blogs y redes sociales en la atención a la salud de la familia: ¿qué innovaciones la comunicación online trae?

Patrícia Estrella Liporace Barcelos^{1a}

pelb4@hotmail.com | <https://orcid.org/0000-0002-2538-0308>

Tarcísio Valente Lima^{1b}

tarcisiolima_sjn@yahoo.de | <https://orcid.org/0000-0001-5081-6735>

Adriana Cavalcanti de Aguiar^{1c}

adriana.aguiar@iciict.fiocruz.br | <https://orcid.org/0000-0002-7182-3114>

¹ Fundação Oswaldo Cruz, Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde, Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação em Saúde. Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

^a Mestrado em Psicossociologia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro.

^b Mestrado em Ciências pela Fundação Oswaldo Cruz.

^c Doutorado em Educação pela Harvard University.

Resumo

O uso de tecnologias da informação e da comunicação (TIC) tem apoiado mudanças nas formas de comunicação das instituições de saúde. O estudo que fundamenta este artigo investiga a criação de ambientes de comunicação *online* nos serviços de atenção primária no município do Rio de Janeiro, selecionando o caso do Observatório de Tecnologia de Informação e Comunicação em Sistemas e Serviços de Saúde (Otics - Rio), posteriormente substituído pelos Ambientes de Saberes e Aprendizagens em Saúde (Asas - Rio). A análise considera seis características da comunicação *online*: interatividade, hipertextualidade, personalização, multimídia/convergência, memória e instantaneidade. Observou-se que a comunicação estabelecida mantém uma tendência difusionista, característica do modelo informacional de comunicação, especialmente nos *blogs*, evidenciando que é mesmo possível tender à reprodução de antigos modelos e sentidos de comunicação e saúde.

Palavras-chave: Comunicação em saúde; Tecnologia da informação; Atenção primária à saúde; Sistema Único de Saúde; Educação em saúde.

Abstract

The use of information and communication technologies (ICT) has collaborated with changes in the ways of communication used in health institutions. This article bases on a study that examines the development of online information services on the primary health care in Rio de Janeiro, Brazil, analysing the Otics-Rio - Observatório de Tecnologia de Informação e Comunicação em Sistemas e Serviços de Saúde (Observatory of Information and Communication Technology in Health Systems and Services), later replaced by the Asas-Rio - Ambientes de Saberes e Aprendizagens em Saúde (Environments of Health Knowledge and Learning). The analyse of these environments based on six basic characteristics of online communication: interactivity, hypertextuality, personalization, multimediality/convergence, memory and instantaneity. It was observed that the communication established has a diffusionist tendency especially in the blogs, evidencing that the use of the TIC can produce improvements but also tend to the reproduction of old models and senses of communication and health.

Keywords: Health communication; Information and communicational technologies; Primary health care; Health system; Health education.

Resumen

El uso de tecnologías de la información y la comunicación (TIC) ha apoyado cambios en las formas de comunicación de las instituciones de salud. El estudio que fundamenta este artículo investiga la creación de ambientes de comunicación *online* en los servicios de atención primaria de salud en el municipio de Río de Janeiro, Brasil, seleccionando el caso del Otics-Rio – Observatório de Tecnologia de Informação e Comunicação em Sistemas e Serviços de Saúde (Observatorio de Tecnología de Información y Comunicación en Sistemas y Servicios de Salud), posteriormente sustituido por los Asas-Rio – Ambientes de Saberes e Aprendizagens em Saúde (Ambientes de Saberes y Aprendizajes en Salud). Fueron empleadas en el análisis seis características de la comunicación *online*: interactividad, hipertextualidad, personalización, multimedialidad/convergencia, memoria y instantaneidad. Observamos que la comunicación establecida mantiene una tendencia difusionista, característica del modelo informacional de comunicación, especialmente en los *blogs*, evidenciando que el uso de las TIC puede tender a la reproducción de antiguos modelos y sentidos de comunicación y salud.

Palabras clave: Comunicación en salud; Tecnologías de la información y comunicación; Atención primaria de salud; Sistema Único de Saúde (Sistema Único de Salud); Educación en salud.

INFORMAÇÕES DO ARTIGO

Contribuição dos autores:

Concepção e desenho do estudo: Patrícia Estrella Liporace Barcelos e Tarcísio Valente Lima

Aquisição, análise ou interpretação dos dados: Patrícia Estrella Liporace Barcelos, Tarcísio Valente Lima e Adriana Cavalcanti de Aguiar

Redação do manuscrito: Patrícia Estrella Liporace Barcelos e Tarcísio Valente Lima

Revisão crítica do conteúdo intelectual: Patrícia Estrella Liporace Barcelos, Tarcísio Valente Lima e Adriana Cavalcanti de Aguiar

Declaração de conflito de interesses: Não há.

Fontes de financiamento: A primeira autora recebeu bolsa de pesquisa da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior.

Considerações éticas: Os ambientes comunicacionais investigados e seus conteúdos são públicos, sendo seu acesso disponibilizado via internet. Mesmo assim, as imagens e nomes de usuários ou profissionais de saúde foram sombreados ou apagados com tarjas.

Histórico do artigo: submetido: 23 fev. 2019 | aceito: 13 out. 2019 | publicado: 31 mar. 2020.

Licença CC BY-NC atribuição não comercial. Com essa licença é permitido acessar, baixar (*download*), copiar, imprimir, compartilhar, reutilizar e distribuir os artigos, desde que para uso não comercial e com a citação da fonte, conferindo os devidos créditos de autoria e menção à Reciis. Nesses casos, nenhuma permissão é necessária por parte dos autores ou dos editores.

Introdução

As interações comunicacionais se modificaram de forma marcante na contemporaneidade. Presentes na vida cotidiana e nas relações de trabalho “desde as trocas intersubjetivas de palavras até a transmissão tecnologicamente avançada de sinais e mensagens”, as articulações entre comunicação e cultura tornam-se mais nebulosas quanto mais complexos se tornam os sistemas da vida social.

Dispositivos eletrônicos atualmente estão presentes nos mais diferentes tipos de interações. Possibilitam que a comunicação atravesse fronteiras anteriormente demarcadas, conectando comunidades, organizações e pessoas em todo o mundo. Afirmam valores como inovação, instantaneidade, interatividade, não mais vinculados a um país, cultura ou grupo, mas a uma sociedade globalizada ou à tecnocultura. Reestruturam o cotidiano das pessoas e seus modos de existir, em um processo nomeado por estudos sociológicos como globalização²⁻³.

Este processo de mudanças sociais e culturais pode ser entendido de forma menos definitiva ou bastante radical, sendo, no segundo caso, nomeado de midiaticização em importantes estudos comunicacionais⁴⁻⁵. As transformações incluiriam as relações dos indivíduos com instituições tradicionais (família, escola, trabalho), construtoras de subjetividades e ordenadores de valores e modos de vida, que atualmente teriam a mídia como linguagem uniformizadora. Popularizadas, as chamadas tecnologias da informação e da comunicação (ou TIC), incluindo a internet e as redes sociais *online* produzem fascinação em diversos públicos. No entanto, não diminuem disputas e contradições presentes em todas as etapas do processo comunicativo, promovendo inclusive novas separações, desigualdades e estratificações em locais com “necessidades básicas insatisfeitas no âmbito da educação ou da saúde”⁶.

Nas relações entre saúde e sociedade também podem-se observar transformações relacionadas a essas mudanças sociais mais amplas. Contudo, até recentemente, a abordagem de estudos culturais e de mídia raramente era adotada para analisar a medicina ou instituições e práticas de saúde pública. Autores nesses campos têm enfatizado a influência da mediação da mídia também na produção e reprodução dos sentidos de saúde, doença e cuidado. A literatura, a arte, a música, as novelas, filmes, séries e documentários, atualmente, representam médicos, enfermeiros, pacientes e doenças de formas definidas que reforçam e promovem certos significados de determinadas culturas⁷.

Mediações produzidas no âmbito da tecnocultura impactam o cotidiano das pessoas por intermédio da mídia tradicional e das TIC e também reorientam as interações comunicacionais nos serviços de saúde. Como exemplos podem ser citadas as transformações trazidas pela busca de informações, na internet, sobre saúde pelos profissionais e usuários, as narrativas terapêuticas de usuários em redes sociais e comunidades virtuais de ajuda mútua, os usos de aplicativos de saúde em dispositivos móveis, alguns com interação médico-paciente, entre outros⁸.

Na comunicação institucional, o uso de dispositivos tecnológicos dos serviços de saúde pode atender a diversos objetivos e interesses, em canais de comunicação oficiais ou não. A criação de *sites* institucionais e o uso de mídias sociais administrados pelos serviços públicos de saúde trouxe para ambientes virtuais, por exemplo, práticas de comunicação que podem dinamizar o fluxo de dados e informações para a tomada de decisão de gestores, para a produção do conhecimento em redes e para ampliar os canais de comunicação com usuários visando à democratização do acesso aos serviços⁹. No entanto, muitas vezes as instituições não utilizam seu potencial interativo, fazendo “uso das mídias sociais com viés predominantemente informacional”¹⁰.

Formas atuais de mediação na produção de conteúdos, no acesso e no uso da informação são discutidas por autores como Palacios, que analisam a efetividade das mudanças comunicacionais no uso das redes sociais *online* por instituições¹¹. Defendem que o maior acesso à informação na internet demanda intermediários para filtrar e priorizar o que é adequado ao uso, o que é válido para o jornalismo de modo geral e para as instituições públicas (incluindo as de saúde), considerando que ainda seriam referências

legitimadas na produção de informação. No que tange aos mecanismos de produção e disponibilização de informação em *sites* tipo P2P (*peer to peer*), em que os produtores de informações podem ser os próprios usuários, é preciso que a credibilidade e eficácia dos mesmos sejam reconhecidas, por vezes, por mecanismos tradicionais como fontes jornalísticas, ou, no caso da saúde, por fontes científicas.

Experiências de utilização de ferramentas digitais para a criação de indicadores de saúde, avaliação das instituições e monitoramento da comunicação e informação nas instituições de saúde vêm sendo construídas em Observatórios de Saúde Pública em diversos países. São exemplos a Rede Nacional de Observatórios Regionais de Saúde Pública criada na Inglaterra e o Observatório Português de Sistemas de Saúde (OPSS), tendo sido mais recentemente unificados pelo Observatório Europeu dos Sistemas e Políticas de Saúde, coordenado pelo Escritório Regional para a Europa da Organização Mundial da Saúde (OMS). O Observatório Europeu ampara pesquisas que comparam os sistemas de saúde europeus e também fora da Europa para analisar, por exemplo, a atenção primária à saúde (APS) e sua relação com outras instâncias dos sistemas no sentido da melhoria dos resultados em saúde⁹.

O caso do portal Otics-Rio

Para melhor compreender o uso dos ambientes virtuais na comunicação institucional relativa à saúde, a pesquisa que fundamenta este artigo buscou uma aproximação com o trabalho realizado pela rede Otics nos serviços de atenção primária do Rio de Janeiro. Inspirado nas experiências de Observatórios de Saúde Pública, o portal Otics-Rio (Observatório de Tecnologia de Informação e Comunicação em Sistemas e Serviços de Saúde)ⁱ, criado em 2009, foi uma iniciativa desenvolvida pela Secretaria Municipal de Saúde (SMS) do Rio de Janeiro, em parceria com o Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde (Icict) da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz) e com a Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Seu objetivo inicial era a formação de profissionais de saúde com o apoio de ambientes virtuais. O portal teve sua gestão absorvida pela Área de Promoção da Saúde da SMS, no ano de 2011, para dar conta da crescente expansão da Estratégia Saúde da Família (ESF) na cidadeⁱⁱ. Naquele momento, o Observatório passou a abranger objetivos relacionados à avaliação de dados consolidados nos prontuários eletrônicos, a atualização passou a ser diária, e também o compartilhamento do conhecimento desenvolvido pelas Equipes de Saúde da Família por meio de “mídias sociais, tais como *blogs*, com manutenção periódica pelos próprios profissionais de saúde”⁹. Foram criados *blogs* das estações que centralizavam as áreas de planejamento de saúdeⁱⁱⁱ e *blogs* de unidades de saúde, que disponibilizavam ainda *links* de páginas de potencial interesse e permitiam o acesso a outras redes sociais *online* como Twitter, Facebook e Instagram.

Com a troca da gestão do município, no início de 2018, a comunicação nos ambientes virtuais passou a ficar a cargo da rede @ASASRio. Este novo projeto, direcionado a profissionais de saúde da rede municipal, centralizou em um perfil a divulgação de algumas das atividades da SMS, não mais nos *blogs* ou nas páginas dos Otics.

Os pressupostos adotados na pesquisa aqui apresentada sobre os processos comunicacionais questionam o modelo funcionalista e instrumental da comunicação nas instituições de saúde¹²⁻¹⁴, acreditando que as interações comunicacionais não são meros processos de transmissão de informações, mas experiências em que há atribuição de sentidos relacionados a aspectos individuais, culturais, econômicos e políticos, por parte dos envolvidos. Deste modo, buscou-se investigar se os ambientes comunicacionais criados a

i Disponível em: <http://www.redeoticsrio.org/>

ii De acordo com Pinto e Rocha, no ano de 2008, a cobertura de equipes de saúde da família na cidade do Rio de Janeiro era a mais baixa entre as das capitais, correspondendo a 3,5% de sua população. No final de 2013, passou a atingir mais de 40% da população, com a construção de unidades de saúde e aumento do número de equipes⁹.

iii De acordo com estudo histórico de Campos, Cohm e Brandão, a coordenação de saúde da cidade do Rio de Janeiro foi dividida em dez áreas programáticas no processo de municipalização da rede pública federal nos anos 1990¹⁵.

partir do portal Otics-Rio representaram avanço para um novo modelo de comunicação, no sentido de uma orientação mais plural na apresentação de conteúdos relacionados à saúde, nas publicações, e de uma maior participação dos usuários na comunicação com os serviços.

As questões iniciais que moviam a investigação eram: os objetivos delineados para os *blogs* teriam sido alcançados? A comunicação nas outras redes teria os mesmos objetivos e características dos *blogs*? O problema da pesquisa, no entanto, se configurou em reavaliar a própria construção dos objetivos comunicacionais dos *blogs* e páginas de Facebook vinculados a serviços de APS no Rio de Janeiro, buscando, portanto, compreender se apresentaram características típicas do uso de TIC ou se ainda mantinham características meramente instrumentais, com o sentido de difusão de informação.

Método

Estudos de diferentes áreas do conhecimento têm realizado análises de redes sociais *online*. Em abordagens quantitativas, utilizam métodos de coleta de dados de rastreamento digital, definidos como evidências de atividade humana e semelhante à humana, registrada e armazenada digitalmente para realizar análises visuais e/ou matemáticas das relações entre pessoas. Avanços nos *softwares* de coleta e na disponibilidade de dados provocaram uma explosão de pesquisas de rastreamento digital, com a promessa de revelar padrões sobre como as pessoas se comunicam *online*^{16,17}. No entanto, fatores como fontes de dados incompletas e constantes mudanças *online* têm produzido falhas sistemáticas nos modos de coleta, gerando necessárias alterações nos métodos de pesquisa vinculados aos mesmos, o que traz desafios relacionados à condução das pesquisas científicas nos ‘tempos da internet’^{iv}. Recomendam-se transparência e clareza na descrição dos métodos utilizados e de suas limitações, uso de diferentes fontes e tipos de dados, além do apoio em diferentes disciplinas que deem suporte para as interpretações, que imprimam qualidade à pesquisa de dados, e são propostos guias para estudos futuros¹⁶⁻¹⁹. Desta maneira, de modo a complementar análises de tendências gerais que possam ser aprofundadas em uma amostra, abordagens qualitativas e métodos, como etnografia virtual (geralmente realizada por meio da observação, seleção e coleta de *print screens* de postagens), podem ser utilizadas de acordo não só com requerimentos do problema da pesquisa, mas também conforme sua fundamentação teórico-metodológica e suas condições de realização¹⁹.

A pesquisa aqui relatada se insere na categoria de estudos de “apropriação tecnológica”, cunhada por Fragoso, Recuero e Amaral¹⁹, que se refere à reconfiguração de práticas sociais/culturais e sociabilidade em função das TIC. Esta categoria, ainda de acordo com as autoras, encontra-se na interface com a temática das transformações da comunicação corporativa e digital; esta última diretamente relacionada às pesquisas “sobre jornalismo digital, publicidade *online* e *webmarketing*”¹⁹.

Para analisar os *blogs* e o Facebook das unidades de saúde do Rio de Janeiro, relacionamos suas especificidades às características elencadas, por Palacios, do jornalismo desenvolvido para a *web*^v, sendo elas: interatividade, hipertextualidade, personalização, multimídia/convergência, memória e instantaneidade¹¹. A interatividade é definida como a capacidade de fazer com que o leitor/usuário sinta-se diretamente parte do processo comunicacional, em trocas que podem ocorrer mediante e-mails, chats, no âmbito da própria notícia, ou de um post. Ela pode se dar por meio da referência a conteúdos

iv Expressão usada por autores como Karpf para enfatizar a importância de estudar a internet apesar das dificuldades de adaptação dos métodos de pesquisa, que não devem intimidar pesquisadores a trabalhar com ambientes de comunicação que mudam rapidamente¹⁸.

v Em publicação organizada por Canavilhas são citados outros nomes para designar este tipo de prática jornalística como ciberjornalismo, jornalismo eletrônico, jornalismo *online* e jornalismo digital¹⁹. Mesmo que guardem especificidades relacionadas a diferentes contextos e traduzam mudanças ao longo dos anos, as características do conteúdo jornalístico que passa a ser adaptado ou produzido para a *web* podem ser tomadas como referências para outras propostas de comunicação neste meio. As características utilizadas por Palacios foram escolhidas por serem empregadas por autores de diversos países e porque abordam os aspectos atuais da produção de notícias para a *web*²⁰.

complementares (fotos, sons, vídeos, animações etc.), o que caracterizaria, por sua vez, a hipertextualidade. A oferta ao usuário para configurar os produtos de acordo com os seus interesses é conceituada como personalização, customização do conteúdo ou individualização. Já a multimídia ou convergência se referem aos formatos da narrativa das mídias tradicionais (imagem, texto e som) em situação de agregação e complementaridade de múltiplas plataformas e suportes. Com relação à memória, esta se caracterizaria pelo próprio acúmulo de informações, mais viáveis técnica e economicamente na *web* do que em outras mídias. As informações podem também passar por contínua atualização, tornando-se acessíveis rapidamente pela instantaneidade desses meios^{vi}.

Na pesquisa em pauta essas características constituíram categorias para análise de dados quantitativos de rastreamento digital (contagem de visualizações, curtidas, compartilhamentos e atualização), e qualitativos (elementos gráficos e características no conteúdo das postagens), esses últimos obtidos por meio de uma amostra intencional de exemplos ilustrativos dos *blogs* e perfis no Facebook das unidades de saúde. As visualizações, curtidas, compartilhamentos e atualização foram pensados como fatores que podem apontar dinâmicas comunicacionais nas redes, configurando a interatividade, a hipertextualidade, a instantaneidade e a memória. Os elementos gráficos e características no conteúdo das postagens configuram sua personalização e multimídia. A comparação dados quantitativos e qualitativos visa ampliar a validade desta interpretação, considerando que se refere ao contexto analisado.

A escolha de analisar o Facebook para uma comparação com os *blogs* se deve à utilização do texto nestes ambientes e não somente de imagens (como no caso do Instagram e de imagens e palavras em textos curtos como no caso do Twitter).

Para a análise dos *blogs*, em todos os casos, a primeira busca realizada foi de forma manual. A partir do site da Rede Otics-Riovi foram mapeados os *blogs* de todos os Otics e identificados os *blogs* de cada unidade vinculada a elas. Foram rastreados os dados da contagem de visitantes a partir de consultas realizadas entre 1º e 7 de fevereiro de 2017. Esse rastreamento foi realizado usando ferramenta disponível na página principal de cada site, um contador que dava acesso ao número atualizado de visualizações das postagens. Essa ferramenta é componente do monitoramento da atividade dos *blogs* disponibilizado ao usuário durante o tempo de seu pleno funcionamento. Também foi verificada a última data de atualização dos *posts*, considerando o mesmo período citado. Os dados coletados foram reunidos em uma planilha de Excel.

Uma segunda atualização foi realizada entre 30 de dezembro de 2018 e 2 de janeiro de 2019, nos mesmos moldes, a fim de avaliar a situação dos *blogs* após as mudanças nas estratégias da Secretaria Municipal de Saúde relativa aos ambientes *online*, com a implantação do projeto Asas, conforme anteriormente descrito. A partir do site da Rede Otics-Rio foram mapeados 18 *blogs* referentes a cada um dos 17 Otics e o *blog* da coordenação da rede (vale ressaltar que os *links* apresentados no site direcionando para os *blogs* de todos os Otics estavam incorretos).

Para uma análise mais aprofundada da interatividade dos *blogs* e do Facebook, foram escolhidos dois Otics, Penha e Manguinhos, como amostra intencional, um com o maior número de visualizações e o outro correspondendo a um dos que contam com o menor número de visualizações nos *blogs*. Estes Otics também tinham unidades que nos aceitaram em seu perfil de Facebook, tornando possível o exercício de observação e realização de *print screens*.

As páginas e perfis dos Otics e das unidades no Facebook foram localizadas prioritariamente pelo *link* oficial de direcionamento para o Facebook, existente nos *blogs*. Para verificar possíveis páginas e perfis paralelos, não oficiais e/ou desativados, utilizou-se o recurso de busca do Facebook, pelo o nome de cada um dos Otics, dos Centros Municipais de Saúde e das Clínicas da Família. Da mesma forma, uma pesquisa realizada entre 30 de dezembro de 2018 e 2 de janeiro de 2019 levou a uma atualização dos dados

vi Disponível em: <http://www.redeoticsrio.org/>

relacionados ao Facebook diante da nova estratégia de mídias sociais adotada. As dificuldades de obtenção de dados relacionadas às mudanças na rede de *blogs* e Facebook no período foram registradas.

As páginas de Facebook podem ser avaliadas quantitativamente por aplicativos oferecidos pela própria empresa ao administrador da página ou por outros aplicativos disponíveis para acesso público e gratuito dos dados. As análises foram realizadas com o auxílio das aplicações Netvizz^{vii} e Gephi, ambas com acesso gratuito disponível via internet. Os perfis não oferecem este mesmo recurso, sendo possível analisá-los apenas a partir de uma coleta manual de dados e com a produção de *print screens* das postagens e interações que se deseja observar, a depender das configurações de privacidade definidas pelo proprietário do perfil^{viii}. Portanto, em relação aos perfis do Facebook, para os quais não é permitida coleta de dados por meio das aplicações anteriormente mencionadas, a coleta foi realizada manualmente, com captura de imagens através de *prints* das publicações a serem avaliadas.

A implicação social de se rastrear dados de uso de redes sociais de instituições públicas é considerada no sentido de apoiar a avaliação deste uso, propondo uma interpretação a partir de determinados pressupostos teórico-metodológicos. Os ambientes comunicacionais investigados e seus conteúdos são públicos, sendo seu acesso disponibilizado via internet. Mesmo assim, as imagens e nomes de usuários ou profissionais de saúde foram sombreados ou apagados com tarjas.

É importante ressaltar, ainda, as diversas limitações impostas às pesquisas realizadas no ambiente das mídias sociais pelas empresas que administram tais redes, como é o caso do Facebook. As ferramentas de coleta, como o Netvizz, são dependentes das interfaces de programação de aplicativos (API, na sigla em inglês), que são frequentemente atualizadas, muitas vezes com mudanças nas associações entre os campos da API²¹. Somam-se a isso as restrições de privacidade impostas por usuários ou pelo próprio Facebook para acesso aos dados, que impactam e, algumas vezes, impedem a coleta dos dados de forma automatizada, o que dificulta o trabalho de reprodução de qualquer pesquisa em tais redes sociais. Os campos para pesquisa podem estar disponíveis em um dia e, no dia seguinte, já não estar, a depender das estratégias e políticas adotadas pelo Facebook, que detém o controle de tais dados.

Resultados

Os blogs

De acordo com publicação da Secretaria Municipal de Saúde do Rio de Janeiro, a implementação dos *blogs* das unidades de saúde no Rio de Janeiro, a partir das Estações da Rede Otics, pretendeu registrar as atividades da APS, vigilância e promoção da saúde e também possibilitar trocas de conhecimento entre equipes e aproximar os serviços e a população. As Estações foram pensadas como espaços físicos com recursos como computadores, mobiliário para a realização de capacitações (uso de recursos audiovisuais e cursos de formação para a atenção primária) e também ‘espaços virtuais’, que seriam os *blogs* que, além de disponibilizar informações como horário de funcionamento, telefone, território de abrangência, registraria as atividades de saúde desenvolvidas em cada Centro Municipal de Saúde (CMS) e Clínica da Família (CF) na atenção primária à saúde. Os *blogs* foram criados a partir da realização de oficinas para formação de ‘blogueiros’ nas unidades de atenção primária à saúde ou nas Estações. Até o início de 2017, a rede era formada por 215 (duzentos e quinze) *blogs* de unidades que desenvolviam trabalho de saúde da família,

vii A aplicação Netvizz possui limitações na captura de dados devido a alterações constantes na API (Application Programming Interface) do Facebook. No entanto, após verificação por amostragem dos dados coletados e uma averiguação atenta de tais limitações, observou-se que as mesmas não afetaram o tipo de dados coletados e analisados na pesquisa aqui apresentada.

viii Para fins de diferenciação, cabe ressaltar que as páginas podem estar vinculadas a marcas, entidades ou personalidades públicas, conforme descrito nos Termos de Uso do Facebook, enquanto os perfis são, em tese, desenvolvidos para uso pessoal, não sendo estimulada sua utilização comercial.

utilizando uma hospedagem gratuita na internet (otics-rio.blogspot.com.br). Ressaltam-se como valores da rede: “velocidade de informação, interatividade, profissionalismo, simplicidade, transparência, solidariedade, foco nos resultados e inovação”²².

Com relação ao ambiente, em todos os *blogs* foi observada a padronização gráfica na página inicial e do modo de apresentação das informações. A personalização como característica de ambientes virtuais foi pouco considerada, quer se leve em conta características da unidade quer do usuário, tendo os *blogs* pequenas diferenças como *links* úteis que são oferecidos por algumas unidades.

Nas páginas iniciais notou-se uma pequena diferença entre o padrão visual dos *blogs* dos Otics e das unidades de saúde nos menus disponíveis e na disposição das informações^{ix}. No entanto, em geral, mantiveram o padrão de utilização de imagens de fundo. No caso das Clínicas da Família e Centros Municipais de Saúde, observou-se a utilização da foto da própria unidade, nos Otics, uma foto que identificava a área atendida.

No que diz respeito ao conteúdo não foram observadas variações significativas: as postagens traziam fotos e pequenos textos relatando brevemente as atividades, parecendo ter como objetivo ser um registro resumido. Os *blogs* das unidades traziam na página inicial informações de endereço e indicações de serviços oferecidos, foto da unidade, indicativo das postagens, como fazer para ser cadastrado, agenda, entre outras. Tanto os *blogs* das Estações Otics quanto das unidades traziam *links* para outras redes como Facebook, Twitter, Youtube e Instagram.

Em publicação da SMS com resultados do trabalho dos Otics de 2010 a 2015 são relacionados dados dos *blogs* bem como números de postagens nas outras redes ²². Há uma estabilidade no número de postagens anuais nos *blogs* e um decréscimo no número de visualizações ao longo do período, como pode ser visto na Figura 1. O total de acessos foi avaliado como positivo pela SMS sem, contudo, relacioná-lo a nenhum índice comparativo. Cabe ressaltar também que nas outras redes sociais *online* (Facebook e Twitter) há um aumento do número de postagens no período, que se dá de forma irregular, com um declínio no ano de 2014^x.



Figura 1 - Dados sobre o Otics-RIO no período de 2010-2015

Fonte: Secretaria Municipal de Saúde (2015).

ix Na Figura 1 agrupamos *print screens* ilustrativos das capas dos *blogs*, páginas e perfis do Facebook.

x Para uma análise do período de 2010-2015, a publicação da Secretaria Municipal de Saúde disponibiliza tabelas semelhantes à Figura 1 para todos os Otics, analisados separadamente.

A interatividade nos termos de Palacios¹¹, dos *blogs* ou das outras redes, não foi contemplada nesta avaliação feita na publicação da SMS. Nos ambientes virtuais, ela pode ser observada em comentários e respostas nas postagens, recursos oferecidos tanto pelos *blogs* quanto por outras redes sociais, que também permitem outros tipos de interações como curtidas e compartilhamentos, dados não relacionados na Tabela 1. O número de postagens e de acessos ou visualizações manifestam a difusão das informações e dos sentidos que se quer legitimar por intermédio de textos e imagens nos *blogs* (fotos ou vídeos), mas não implicam em compreensão, assimilação, utilidade por parte dos usuários, ou seja, na interação esperada nas redes *online* a partir dos sentidos trazidos pelos usuários.

A Tabela 1 mostra dados obtidos em nosso rastreamento para a atualização e visualização dos *blogs* de todos os Otics até janeiro de 2017 e, posteriormente, até dezembro de 2018. Em relação à atualização de conteúdos, todos os *blogs* possuíam postagens no ano de 2017, exceto o do Otics Pedra de Guaratiba, sem atualização desde 2015.

Tabela 1 - Data de atualização e número de visualizações dos *blogs* dos Otics

Nome	Última atualização	Visualizações totais (acumulado)	
		Até jan/2017 ^{xi}	Até dez/2018 ^{xii}
Otics PENHA	nov.-17	826.812	937.644
REDE Otics RIO	mar.-17	399.258	444.038
Otics BARRA	out.-17	369.165	450.274
Otics BANGU	jun.-17	343.198	397.120
Otics ROCINHA	abr.-17	334.869	383.000
Otics IRAJÁ	maio-17	318.786	363.909
Otics JARDIM AMÉRICA	jul.-17	270.080	307.234
Otics LINS	jun.-17	255.694	288.459
Otics SANTA CRUZ	jun.-17	247.302	281.752
Otics PADRE MIGUEL	mar.-17	243.456	274.520
Otics TIJUCA	ago.-17	239.769	277.751
Otics PEDRA DE GUARATIBA	mar.-15	212.382	235.231
Otics CENTRO	mar.-17	207.565	242.384
Otics CATETE	maio-17	115.595	162.705
Otics MADUREIRA	fev.-17	86.645	86.645 ^{xiii}
Otics MANGUINHOS	ago.-17	63.033	88.684
Otics CIDADE NOVA	abr.-17	43.827	65.421
Otics COPACABANA	maio-17	41.852	71.820
TOTAL GERAL DE VISUALIZAÇÕES		4.619.288	5.358.591

Fonte: Os autores (2019).

xi Dados rastreados entre 1º e 7 de fevereiro de 2017.

xii Dados rastreados entre 2 e 9 de janeiro de 2019.

xiii O *blog* do Otics Madureira não se encontrava mais disponível no rastreamento até dezembro/2018. Assim, para efeitos de contabilização, foi repetida a contagem de acessos verificada anteriormente.

Observa-se que, no período compreendido entre 2016 a janeiro de 2017, os *blogs* contabilizaram um volume de acessos de 1.146.176 e uma média mensal de 88.167 acessos. Enquanto isso, entre fevereiro de 2017 e dezembro de 2018, os *blogs* contaram com 739.303 acessos, resultando numa média de 67.209 acessos por mês. Os valores foram contabilizados pela diferença entre as medições realizadas nos dois períodos observados. Nota-se um aumento inicial do número total de acesso entre 2016 e 2017, com uma queda a partir de 2018, quando os *blogs* deixaram de ser atualizados.

Os blogs dos Centros Municipais de Saúde das Clínicas da Família

Em relação aos *blogs* das unidades de saúde, a verificação da atualização e das visualizações foi realizada somente em relação às unidades vinculadas aos Otics Penha e Manguinhos, como já explicitado. Inicialmente, foi realizada uma busca em seus endereços, já que os *links* obtidos nas páginas da Rede Otics não direcionavam para os *sites* corretos.

Com poucas exceções, a maioria dos *blogs* das Clínicas da Família e Centros Municipais de Saúde dos Otics Penha e Manguinhos encontrava-se desatualizada, alguns sem postagens desde 2016. Diversos *blogs* tiveram sua última alteração em campanhas, como o ‘Outubro Rosa’, que tiveram conteúdos semelhantes publicados pela maior parte das unidades. Na Tabela 2, apresentam-se os dados até janeiro de 2017 e uma segunda verificação até dezembro de 2018. De acordo com os dados obtidos, o *blog* da Clínica da Família Felipe Cardoso destacou-se pelo número de visualizações, muito acima das demais unidades (embora não sofra atualização desde 2016). Em relação ao primeiro período avaliado, cinco *blogs* destacaram-se pelo baixo número de acessos, com menos de dois mil acessos no total. Todos estavam sem atualização em 2017. Na nova avaliação, relativa aos dados até dezembro de 2018, o número de acessos foi elevado consideravelmente, restando apenas quatro *blogs* com menos de 10 mil acessos, mesmo que três deles mantivessem sem qualquer atualização no período.

Tabela 2 – *Blogs das unidades de saúde das Estações Otics Penha e Manguinhos*

(continua)

OTICS	Nome da unidade	Data de Atualização	Visualizações Até Jan/2017	Visualizações Até Dez/2018	URL
Penha	CF FELIPPE CARDOSO	out.-16	383.456	449.771	http://smsdc-csf-felippecardoso.blogspot.com.br/
Penha	CMS PARQUE ROYAL	set.-18	213.605	250.792	http://smsdc-cms-parquerooyal.blogspot.com.br/
Penha	CF VALTER FELISBINO DE SOUZA	nov.-16	136.515	143.696	http://cfvalterfelisbinodesouza.blogspot.com.br/
Penha	CF ALOYSIO AUGUSTO NOVIS	jun.-17	122.570	183.678	http://smsdc-cf-aloysoaugustonovis.blogspot.com.br/
Penha	CMS MARIA CRISTINA ROMA PAUGARTTEN	set.-17	116.541	159.722	http://smsdc-cms-mcristina.blogspot.com.br/
Penha	CF RODRIGO YAMAWAKI AGUILAR ROIG	out.-16	108.317	153.346	http://smsdc-cms-rodrigoig.blogspot.com.br/
Penha	CF ZILDA ARNS	ago.-16	105.979	117.776	http://smsdc-csf-zildaarns.blogspot.com.br/

(conclusão)

OTICS	Nome da unidade	Data de Atualização	Visualizações Até Jan/2017	Visualizações Até Dez/2018	URL
Penha	CF MARIA SEBASTIANA DE OLIVEIRA	ago.-18	88.844	113.039	http://smsdc-csf-mariasebastianadeoliveira.blogspot.com.br/
Penha	CF ASSIS VALENTE	dez.-16	85.817	85.817 ^{xiv}	http://smsdc-csf-assisvalente.blogspot.com.br/
Man-guinhos	CF EMYGDIO ALVES COSTA FILHO	maio-17	74.259	103.012	http://smsdc-cfemygdioalvescostafilho.blogspot.com.br/
Penha	CMS AMÉRICO VELOSO	out.-18	74.196	110.800	http://smsdc-cms-amicoveloso.blogspot.com.br/
Penha	CMS JOÃO CÂNDIDO	jun.-17	71.160	95.381	http://smsdc-cms-joaocandido.blogspot.com.br/
Man-guinhos	CF BARBARA STARFIELD	jun.-17	63.364	87.999	http://smsdc-barbarastarfield.blogspot.com.br/
Man-guinhos	CF ANTHIDIO DIAS DA SILVEIRA	out.-16	58.216	80.537	http://smsdc-anthidiodiasdasilveira.blogspot.com.br/
Penha	CMS SÃO GODOFREDO	mar.-18	50.612	74.637	http://cmssaogodofredo.blogspot.com.br/
Man-guinhos	CSE GERMANO SINVAL FARIA	out.-16	50.265	78.303	http://sms-cse-germanosinvalfaria.blogspot.com.br/
Man-guinhos	CF VICTOR VALLA	out.-16	49.203	59.351	http://smsdc-csf-victorvalla.blogspot.com.br/
Penha	CMS MADRE TERESA DE CALCUTÁ	nov.-16	46.091	61.346	http://smsdc-cms-mdteresacalcuta.blogspot.com.br/
Penha	CF PALMEIRAS	dez.-16	41.289	41.289 ^{xv}	http://cliniadafamiliapalmeiras.blogspot.com.br/
Penha	CMS NECKER PINTO	dez.-16	39.992	55.602	http://smsdc-cms-neckerpinto.blogspot.com.br/
Man-guinhos	CF SÉRGIO NICOLAU AMIN	mar.-18	28.264	50.587	http://smsdc-sergionicolauamin.blogspot.com.br/
Penha	CF WILMA COSTA	out.-16	1.924	13.408	http://cliniadafamiliawilmacosta.blogspot.com.br/
Man-guinhos	CF MINISTRO DR. ADIB JATENE	mar.-17	1.866	6.556	http://sms-cf-ministrodradibjatene.blogspot.com.br/
Penha	CMS PAULINO WERNECK	nov.-16	963	3.280	http://cmspaulinowerneck.blogspot.com.br/
Penha	CMS NEWTON ALVES CARDOZO	out.-16	767	4.828	http://cmsnewtonalvescardozo.blogspot.com.br/
Penha	CF KLEBEL DE OLIVEIRA ROCHA	nov.-16	710	7.502	http://cfklebeldeoliveiraroche.blogspot.com.br/

Fonte: Os autores (2019).

xiv O blog foi retirado do ar; por isso, foi contabilizado o mesmo número de acessos observado até janeiro de 2017.

xv Idem.

Há nos *blogs* postagens com textos, fotos e vídeos de atividades nas unidades, o que caracteriza a multimídia dos ambientes. Em geral, não havia comentários nas postagens, que têm um caráter de registro e de divulgação de informações como ‘painel’ e não um convite à interação e participação, que configurariam a interatividade. Isso nos leva a inferir que o conteúdo das postagens é produzido por uma equipe de comunicação, sem que seja mobilizado o potencial de interação com os usuários a partir do ambiente.

Quanto aos conteúdos das postagens, cabe ressaltar a presença de saberes não vinculados à biomedicina e do registro de afeto entre os profissionais da equipe de saúde, o que pode ser entendido como um sentido do cuidado a ser comunicado, como no exemplo de postagem do *blog* Clínica da Família Felipe Cardoso, apresentado na Figura 2. O *post* cita a utilização da massagem Shantala no cuidado materno-infantil. Na fotografia, observa-se uma residente médica e uma agente comunitária (o que é explicitado no texto) em uma interação próxima e afetuosa. No entanto, o único comentário feito por uma usuária não foi respondido pela equipe.

Em outro exemplo, mas do *blog* da Clínica da Família Anithidio Dias da Silveira, é encontrado o mesmo padrão de textos curtos e de pouca interatividade. É interessante verificar o uso da #orgulhoCFADS#orgulhoSUS, linguagem característica das redes sociais.



Figura 2 – Prints de postagens e comentário no *blog* da CF Felipe Cardoso e da CF Anthídio Dias da Silveira
 Fonte: *Blog* CF Antidio dias da Silveira e CF Felipe Cardoso (2017).

Os *blogs* da rede Otics, dos Centros Municipais de Saúde e Clínicas da família tiveram suas atualização descontinuadas em 13 de novembro de 2017. A rede divulgou nas páginas do Facebook que as contas não seriam mais utilizadas, direcionando o usuário para a página @ASASRio e suas redes sociais. Os perfis de Facebook e outras redes sociais ainda são utilizadas pelas unidades.

Páginas e perfis no Facebook dos Otics

Para a análise das páginas e perfis do Facebook, inicialmente foi mapeada sua ligação com os *blogs* dos Otics e das unidades. Foram localizadas 21 páginas dos Otics, sendo 17 destas direcionadas pelos *blogs*. Das quatro restantes, localizadas via ferramenta de busca do Facebook, os Otics Bangu e Jardim América apresentavam páginas duplicadas, uma aparentemente desativada e a do Otics Rocinha que se referia a uma página na categoria 'local' do Facebook. Além disso, o Otics Lins não tem sua página referenciada e sim um perfil, sendo a única que o possui como referência oficial.

No que se refere ao Facebook, a interatividade entre equipe e usuários pôde ser analisada. Entre as páginas, a que possuía o maior número de curtidas (até fev./2017) foi a do Otics Penha (Tabela 3). O Otics Penha parecia manter a página do Facebook com o mesmo empenho que se observou nos *blogs*, sendo que os comentários dos usuários passaram a ser respondidos nesse outro ambiente, motivando a interatividade. Este Otics se destacou também no que se refere ao número de interações totais (curtidas, compartilhamentos e comentários) e ao número de comentários quando analisado isoladamente. Alguns Otics apresentam números bem inferiores aos do Otics Penha, com nenhum comentário e menos de 100 interações totais ao longo do ano de 2016. A página do Otics Pedra de Guaratiba, mesmo com grande número de curtidas, ficou sem atualização no mesmo período, o que pode ser o motivo do baixo número de comentários e, conseqüentemente, menor interatividade.

A Tabela 3 apresenta o número de curtidas na página, o total de *posts*, as interações totais e o volume de comentários em *posts*. Cabe destacar que, entre as interações realizadas nos *posts*, apenas os comentários foram apresentados isoladamente. Trata-se de um formato de interação em que o internauta produz um novo conteúdo e estabelece uma nova comunicação de forma mais direta.

Tabela 3 – Dados gerais e de acesso às páginas dos Otics no Facebook

(continua)

AP	Ref. oficial	Nome da página	Atualização	Curtidas	Posts	Comentários	Interações totais
3.1	S	Otics Penha	fev.-17	2007	3114	394	7018
Coordenação	S	Rede de Estações Otics-RIO	dez.-16	1337	59	16	233
3.3	S	Estação Otics-Rio AP3.3 Madureira	fev.-17	788	429	28	788
5.2	S	Estação Otics - Pedra de Guaratiba	maio-16	639	118	11	542
3.2	N	Estação Otics-RIO AP3.2 Lins	dez.-16	623	157	11	449
3.3	S	Otics IRAJÁ AP 3.3	fev.-17	546	405	186	2219
3.1	S	Otics Jardim América AP3.1	fev.-17	521	293	27	442
1	S	Estação Otics Centro	fev.-17	508	609	9	695
5.3	S	Estação Otics Santa Cruz	dez.-16	483	5	-	-
2.1	S	ESTACAO Otics-RIO ROCINHA AP 2.1	dez.-16	412	262	27	930

(conclusão)

AP	Ref. oficial	Nome da página	Atualização	Curtidas	Posts	Comentários	Interações totais
1	S	Otics Cidade Nova	fev.-17	386	100	-	68
3.1	S	Otics-Rio Manguinhos	fev.-17	363	425	79	1993
5.1	S	Otics-RIO Padre Miguel AP 5.1	fev.-17	363	1630	25	713
5.1	N	Otics-Rio AP5.1 Bangu	mar.-16	340	201	2	198
4	S	Estação Otics-Rio AP 4.0 Barra	dez.-16	289	122	7	183
2.1	S	Estação Otics-RIO AP 2.1 Catete	fev.-17	281	548	9	185
2.2	S	Estação Otics-RIO AP 2.2 Tijuca	fev.-17	269	598	3	104
2.1	S	Estação Otics-Rio AP 2.1 Copacabana	jan.-17	62	158	1	312
5.1	S	Otics-Rio AP5.1 Bangu	fev.-17	37	894	-	95
3.1	N	Otics Jardim América	jan.-16	10	18	-	-
2.1	N	Otics Rocinha	-	-	-	-	-
Total					10.145		17.167

Fonte: Adaptado de acordo com os dados estatísticos relativos ao período de 1/1/2016 a 31/12/2016 (2019).

Ainda em relação à atualização das páginas, o Otics Penha se destacou mais uma vez no período estudado, com o maior número de *posts* no ano de 2016, bem elevado comparado com as demais páginas, gerando uma média de mais de oito *posts* por dia. A média geral considerando-se todos os Otics foi de 1,46 *post* por dia, excluindo-se as duas páginas aparentemente desativadas desde a época.

De acordo com uma nova comparação ao estudo apresentado na Figura 1, conforme publicação da SMS, o número total de *posts* até fevereiro de 2017 permaneceu bem semelhante ao apresentado em 2015, mostrando uma estabilidade da produção de conteúdo nas páginas do Facebook. No entanto, além das páginas, em nossa pesquisa foram encontrados 11 perfis de Facebook dos Otics, alguns deles aparentemente ativos, mas não referenciados nos *blogs*.

Ao contrário das páginas, que possuem suas publicações visíveis, alguns perfis possuem conteúdos restritos aos ‘amigos’ do Facebook, além de existir uma restrição da plataforma para a obtenção de dados gerais e estatísticos, dificultando a análise quantitativa dos mesmos. Em alguns casos é necessária uma observação mais aprofundada para avaliá-los, e sua utilização como ambiente de comunicação com os usuários é prejudicada pela falta de sistematização dos serviços em sua utilização. Um exemplo foi o caso da Estação Otics Bangu, que possuía, além da página oficial (e mais uma página aparentemente desativada), três outros perfis, um deles totalmente bloqueado, sem qualquer informação visível.

Outro ponto de destaque foi um perfil de Otics que possui marcações de usuários em postagens particulares com finalidade comercial (Figura 3). O perfil, aparentemente inativo, estava sendo utilizado por terceiros para divulgação de comércio particular, através do recurso de marcação de pessoas, fazendo,

portanto, uso indevido. Não é possível afirmar se as postagens são de conhecimento dos responsáveis pelo Otics. Considera-se que a falta de monitoramento pode levar ao desconhecimento de um uso inadequado do ambiente, criado para a comunicação entre serviços de saúde e usuários.



Figura 3 – Prints de interações nas páginas das Estações Otics Penha e Irajá no Facebook e de postagem comercial que aparece em perfil supostamente da Estação Otics Barra Facebook
 Fonte: Facebook, perfil Otics Penha, Irajá e Barra (2017).

Quanto à multimídia, esta aparece vinculada à interatividade no Facebook, diferente do observado nos blogs. Como exemplo, num post no Otics Penha, apresenta-se um vídeo de uma encenação sobre saúde bucal, usado na resposta ao comentário de um usuário. O usuário posteriormente faz um comentário sobre o que achou do vídeo, como se observa na Figura 4. Cabe ressaltar a construção ampliada do sentido de saúde, em que o teatro é percebido pelo usuário como forma de cuidado.

Na reavaliação das páginas após a instalação do projeto Asas, observa-se pouca ou nenhuma atualização no período de fevereiro a novembro de 2017. Não foram notadas alterações relevantes no total de curtidas nas páginas ou na frequência de postagens e interações totais. A única alteração relevante no período foi a criação de uma nova página do Otics Barra, que possuía apenas 289 curtidas e que, após a mudança, chegou a mais de 1.200, com postagens realizadas até setembro de 2017.

Apenas cinco das 21 páginas encontradas relataram a sua desativação a partir de novembro de 2017, com a instalação do Projeto Asas, divulgando a imagem abaixo. Foram elas as dos Otics Madureira, Lins, Manguinhos, Catete e Copacabana.



Figura 4 – Postagem de desativação da página do Facebook da Estação Otics-Rio AP3.3 Madureira
Fonte: Facebook, *post* Estação Otics-Rio AP3.3 Madureira (2017).

Com a mudança, as páginas do Otics Penha e do Otics Barra foram excluídas e não puderam mais ser acessadas na busca realizada em janeiro de 2019. Deste modo, registra-se uma perda em relação à característica da memória com a exclusão da página, que era a que possuía o maior número de *posts* e interações dos usuários. Também não está mais disponível, desde então, a página Estação Otics-Rio AP 4.0 Barra, que foi substituída por outra página em maio de 2017, como já relatado. As demais páginas se mantêm, apesar de não serem mais atualizadas, possuindo seus conteúdos preservados.

Páginas e perfis no Facebook dos Centros Municipais de Saúde e Clínicas da Família

No período observado, a maioria das unidades de saúde utilizava perfis, diferentemente das Estações Otics. São apenas cinco os *blogs* com *links* para páginas de unidades no Facebook.

Foi encontrado um total de 11 páginas de Facebook das unidades de saúde (Tabela 4). Destas, quatro estavam aparentemente desativadas (incluindo as duas únicas páginas localizadas de unidades vinculadas ao Otics Manguinhos). Apenas duas páginas foram atualizadas em 2017.

Assim, entre as páginas restantes, todas da área da Estação Otics Penha, destacou-se a do Centro Municipal de Saúde Américo Veloso, que é uma página verificada pelo Facebook, a única nessa situação entre todas as analisadas^{xvi}. Esse investimento se reverteu no maior número de curtidas entre as páginas, e também provocou o maior número de interações totais no ano de 2016 (Tabela 4). No entanto, a página não foi a que apresentou o maior número de postagens, sendo superada pela Clínica da Família Aloysio Augusto Novis. Entre as páginas com atualização, a média de *posts* no ano de 2016 foi de 142 *posts* por página, ou cerca de um *post* a cada três dias.

xvi Uma página verificada possui uma sinalização indicando que o Facebook garante que aquela página é de propriedade da instituição que ali se apresenta, evitando a criação de páginas falsas. Em geral, essa indicação é utilizada para perfis de pessoas públicas e grandes empresas, o que nos leva a destacar o cuidado dessa unidade com seu ambiente *online*.

Tabela 4 – Dados gerais e estatísticos das páginas das unidades de saúde no Facebook

Otics	Ref. oficial	Nome da página	Atualização	Curtidas	Posts	Comentários	Interações totais
Penha	S	Cms Americo Veloso	Fev.-17	1761	190	264	2,626
Penha	N	Clínica da Família Aloysio Augusto Novis/OFICIAL	Fev.-17	1174	621	194	2,405
Penha	N	Clínica da Família Assis Valente	-	382	1	0	4
Penha	S	CF Palmeiras	Dez.-16	364	88	85	1,026
Penha	N	Preceptoría MFC Clinica da Família Zilda Arns	Ago.-16	178	11	52	362
Manguinhos	S	Clínica da Família Victor Valla	Jun.-13	135	2	-	-
Penha	N	Rap da Saúde da CF Zilda Arns	Dez.-16	133	54	17	218
Manguinhos	N	CMS Gustavo Capanema	Fev.-13	80	-	-	-
Penha	S	CMS Newton Alves Cardozo	Out.-16	15	4	2	26
Penha	N	Comissão de Festas dos Agentes Comunitários de Saúde - CMS São Godofredo	Dez.-16	8	29	24	27
Penha	S	CMS José Paranhos Fontenelle	-	-	-	-	-

Fonte: Os autores (2019).

Em relação aos perfis das unidades no Facebook, a CF Zilda Arns possuía o maior número de amigos, seguida pelo CMS Alemão e pela CF Felipe Cardoso. A CF Zilda Arns aparentemente não foi atualizada desde maio de 2016, e o CMS Alemão teve seu nome alterado para CF Valter Felisbino de Souza, embora tenha sido mantido no perfil, possivelmente porque o nome anterior ainda é adotado pelos usuários.

Na nova atualização, após a implementação do projeto Asas, observou-se que as unidades de saúde apresentaram estratégias diversas em relação aos seus ambientes *online*. É importante ressaltar, aqui, que algumas unidades mantiveram sua comunicação por meio de suas páginas e perfis, especialmente por esses últimos. Cabe destacar também a exclusão da página do CMS Americo Veloso, que detinha o maior número de curtidas e interações, assim como a ampliação do círculo de amigades no perfil da CF Anthidio Dias da Silveira, que passou de cerca de 1.500 amigos para mais de 4 mil. Os dados foram verificados manualmente, já que as mudanças realizadas não permitiam a atualização via ferramenta Netvizz. Assim as tabelas 3, 4 e 5 não foram atualizadas em relação ao segundo período de observação, mas as alterações mais significativas observadas são aqui destacadas.

Tabela 5 – Dados gerais dos perfis das unidades de saúde no Facebook

Otics	Ref. Oficial	Nome do Perfil	Última Atualização	Amigos
Penha	S	CF Zilda Arns	maio-16	2333
Penha	N	Cms Alemão	dez.-16	2191
Penha	S	Cf Felipe Cardoso	fev.-17	1868
Penha	S	Csf Maria Sebastiana	jan.-17	1758
Manguinhos	S	CF Anthídio Dias da Silveira	fev.-17	1527
Penha	S	Cms JC João Cândido	fev.-17	1481
Penha	S	CF Assis Valente	jan.-17	1359
Penha	S	CF Rodrigo Roig	-	1333
Manguinhos	N	CF Adib Jatene	jan.-17	1281
Penha	S	Cms Madre Teresa de Calcutá	-	1136
Penha	S	Cms Necker Pinto	fev.-17	1070
Penha	S	Cms Pq Royal	fev.-17	1051
Penha	S	Cms Mcristina	-	648
Manguinhos	S	CF Sergio Nicolau Amin	jan.-17	622
Manguinhos	S	CF Barbara Starfield	fev.-17	589
Penha	N	Cms Maria Cristina Paugartten	fev.-17	430
Penha	S	Cms Paulino Werneck	jan.-17	396
Manguinhos	N	Cse Germano Sinalva Faria	jul.-15	174
Penha	N	Cms Madre Teresa de Calcuta	-	111
Penha	S	Klebel Oliveira	-	6
Penha	S	Csf Aloysio Augusto Novis	fev.-17	-
Penha	S	CF Wilma Costa	-	-
Manguinhos	S	CF Emygdio Alves Costa Filho	dez.-16	-

Fonte: Os autores (2019).

Comparando blogs e Facebook

Nesta seção serão destacadas algumas diferenças e semelhanças entre o uso do Facebook e o uso dos blogs, e também entre os perfis das unidades entre si.

No Facebook, o padrão gráfico é estabelecido pelo ambiente: nas páginas iniciais há escolha na foto de capa e perfil. Cabe destacar a presença, nos perfis das unidades, dos links dos patrocinadores do ambiente na lateral direita, como se vê nas na parte inferior da Figura 4. Há semelhanças entre a padronização nas páginas dos Otics nos blogs e no Facebook, que mostram nas imagens de capa (dos perfis e páginas do Facebook) a logomarca atual da Prefeitura postada no mês de janeiro de 2017.

Uma importante diferença nos perfis de Facebook é que as postagens podem ser feitas por membros da equipe, usuários ou outros membros da rede que sejam aceitos como amigos. Isto resulta em uma maior personificação e interatividade, neste caso, possibilitando inclusive a produção de conteúdos por parte de usuários.



Figura 5 – Prints com imagens de capas de blogs de Otics e de unidades, de perfis dos Otics e das unidades no Facebook respectivamente

Fonte: Blog Otics Penha e Otics Barra e Facebook, perfil Rede Otics Penha e Rede Otics Irajá (2017).

Não foi objetivo da pesquisa em pauta analisar a diversidade de conteúdos ou categorizar tipos mais frequentes de postagens, o que pode levar a um interessante prosseguimento da análise em futuras pesquisas. No entanto, ressaltam-se sentidos vinculados à atenção primária no conteúdo de postagens tomadas como exemplares, de forma semelhante ao que foi apresentado nos *blogs*. No caso do Facebook, diferentemente dos *blogs*, utiliza-se um número maior de imagens e de elementos como metáforas nos textos, devido à personificação.

Em exemplo de postagem da CF Anthídio Dias da Silveira indica-se a referência ao conceito de territorialidade, na Figura 6. É possível observar no *post* uma atividade do consultório na rua manifestando um sentido de pertencimento ao território, ou seja, o entendimento de quem mora na rua deve ser acompanhado pela unidade de saúde de referência, mesmo que em condições adversas. Há também o sentido do forte vínculo dos trabalhadores com o SUS que aparece no texto com a expressão ‘SUS na VEIA’, que pode ser entendida como antítese de ‘DROGA na VEIA’, já que o consultório na rua inclui intervenções que envolvem o cuidado com usuários de drogas.

Outra postagem também na Figura 6 mostra diferença dos *blogs* na busca de interatividade entre equipe e usuários, presente no texto, em que há uma convocação para a atividade antitabagismo através do ambiente virtual. Novamente, por meio de uma imagem de numa relação afetuosa (agora entre médica

e usuárias) se fortalece o sentido da humanização do cuidado e o chamado à participação no grupo, em convergência com o texto que comenta o sucesso de pessoas que participaram.

A interatividade se amplia na troca de *emoticons* e comentários entre equipe envolvida e participantes do grupo, comunicação que também acentua o sucesso terapêutico.



Figura 6 – Prints de posts e comentários no perfil da CF Anthidio D. Silveira no Facebook
 Fonte: Facebook, perfil CF Anthidio Dias da Silveira (2017).

A partir de 13 de novembro de 2017, como dito anteriormente, a página da rede Asas centralizou em um só ambiente postagens referentes a atividades desenvolvidas pela SMS, interrompendo a atualização dos *blogs*. Os textos das postagens guardam semelhança com o dos *blogs*, mas não há comentários ou respostas aos mesmos, como se pode observar na Figura 7.



Figura 7 – Prints de post da página da rede Asas Rio
 Fonte: Facebook, Rede Asas Rio (2017).

Discussão

Algumas características dos ambientes virtuais estão presentes tanto nos *blogs* quanto nas páginas e perfis de Facebook das unidades de saúde analisadas. Todos os *blogs* possuíam uma área com *links* para outros *blogs* da rede e para as demais redes sociais *online* como Twitter, Facebook e Youtube, utilizando-se ainda de recursos para associação de diversos recursos textuais e visuais como fotos e vídeos, integrando essas redes e recursos. Essas características revelam a multimidialidade e convergência presente nos *blogs*.

No que diz respeito ao conteúdo, nos dois ambientes foram utilizados fotos e textos curtos, relatando brevemente as atividades, sem maiores explicações acerca das mesmas. Foram utilizadas como um registro resumido, mas geravam uma memória das atividades de cada Otics e das unidades. Nos *blogs*, observou-se uma padronização gráfica entendida como uso de “boas práticas de comunicação e informação”⁹. Isto indicou uma divergência com a característica da personalização, que leva em conta as especificidades da unidade de saúde. Já nas páginas e perfis do Facebook foi possível assinalar a personalização, visto que possuem características individuais de cada Estação Otics ou unidade, passíveis de gerar identificação e proximidade com os usuários das mesmas.

Mesmo considerando o número de visualizações nos *blogs* como índice de interesse dos usuários nos novos ambientes comunicacionais, é entendido que para, de fato, serem interlocutores e participantes ativos na comunicação, é preciso que os ambientes propiciem múltiplos contextos e linguagens. No entanto, é preciso ponderar que as plataformas que hospedam os ambientes virtuais dos serviços agregam diversos usos além da comunicação organizacional, o que as torna vulneráveis. O

uso de ambientes virtuais na comunicação torna as instituições mais propensas às críticas, às formas desrespeitosas de comunicação e, se não monitorados, a usos indevidos (como foi observado neste estudo), aspectos que geram resistência das instituições a implementá-los²³. Apesar disso, existem meios para propiciarem um ambiente de confiabilidade e respeitabilidade, coordenando seu uso sem perder as características próprias de seu contexto.

Verificou-se que muitos *blogs* não possuíam atualização constante, o que mostra que não conseguiam acompanhar a instantaneidade característica dos ambientes virtuais. Observaram-se pouquíssimos comentários nas postagens e, ainda, que não havia respostas aos mesmos, o que caracteriza falta de interatividade e indica, como já mencionado, um caráter de registro, de divulgação de informações. A utilização dos *blogs* nas unidades de saúde da cidade do Rio de Janeiro pelos usuários se traduziu em visualizações das postagens.

O envolvimento das equipes na criação dos novos ambientes de comunicação pode ter sido incentivados em sua implementação, processo que inicialmente teve grande investimento por parte da SMS, como o Concurso, realizado em 2011, de Premiação dos *blogs* da Saúde da Família⁹. No entanto, fatores como a padronização, a falta de comentários nas postagens e a diminuição do número de visualizações e compartilhamentos ao longo do tempo nos sugerem que a comunicação estabelecida com os usuários teve uma tendência mais difusionista.

No mapeamento dos *blogs* observou-se uma grande variação em relação ao número de acessos entre as unidades. Contudo, muitos *blogs* continuaram a ser visualizados durante o ano de 2018, possivelmente por usuários em busca de informações, mesmo sem atualização recente, o que pode inclusive gerar enganos quanto aos horários de atividades, por exemplo.

No caso das páginas e perfis de Facebook, a mesma variação entre as unidades pode ser observada, seja no número de curtidas da página ou de amigos vinculados ao perfil, mas a maioria permaneceu ativa em 2019.

Cabe ressaltar a utilização de *links* e *hashtags*, especialmente no Facebook, utilizando a hipertextualidade das redes *online*. O Facebook se mostrou mais condizente com o esperado em redes sociais *online*: maior interatividade avaliada no número de curtidas, comentários e respostas aos mesmos, além de compartilhamentos, sendo a sua maior personalização um dos fatores motivadores.

No Quadro 1, é apresentado um resumo da análise comparativa entre o uso dos *blogs* e Facebook pelas estações e unidades de saúde da Rede Otics-Rio.

Quadro 1 – Resumo das características da comunicação online nos *blogs* e Facebook da Rede Otics-Rio

Característica	<i>Blogs</i>	Facebook
Interatividade	Não contemplada	Contemplada, embora de forma variada entre as unidades
Hipertextualidade	Contemplada	Contemplada
Personalização	Pouco contemplada	Contemplada, embora de forma variada entre as unidades
Multimedialidade/Convergência	Contemplada	Contemplada
Memória	Contemplada, mas não nas unidades desativadas	Contemplada
Instantaneidade/Atualização	Contemplada de forma variada entre as unidades	Contemplada, embora de forma variada entre as unidades

Fonte: Os autores (2019).

Quanto aos conteúdos, foram observados tanto nos *blogs* e quanto no Facebook alguns sentidos vinculados aos conceitos da atenção primária à saúde, alternativos ao modelo biomédico hospitalocêntrico, condizentes com as propostas de trabalho desenvolvidas nas Clínicas da Família. Um *post* que recebeu comentários bastante elogiosos sobre o consultório na rua sugere que o ambiente *online* pode ser utilizado para promover trocas sobre esta atividade, e sobre conceitos de saúde e propostas relacionadas à APS. Contudo, para um aprofundamento deste aspecto na análise, seria necessário um estudo que considerasse a diversidade de conteúdos que as postagens apresentam, categorizasse tipos mais frequentes, especialmente nas unidades com maior investimento na proposta que, atualmente, se volta mais para o Facebook e outras redes.

Considerações finais

O monitoramento das redes *online* é um processo que exige investimento financeiro, de tempo e aprendizado constante de novas formas quantitativas e qualitativas de investigá-las. Deste modo, é possível avaliar se estão cumprindo os objetivos de mudança na comunicação.

Algumas unidades de saúde analisadas neste estudo manifestaram maior investimento, centralizando sua comunicação em alguns ambientes, mobilizando ou, ao menos, permitindo a participação de suas equipes de cuidado, o que se refletiu em uma utilização mais interativa, buscando aproximação com os usuários dos serviços.

De forma geral, contudo, a utilização dos *blogs* pelos serviços de atenção primária no Rio de Janeiro indicou uma tendência mais difusionista da comunicação, preocupada com o registro de atividades mas não com as trocas comunicacionais, “pelo aspecto relacionado à transmissão de dados e informação por meio de tecnologias [...] numa visão funcionalista de suas práticas, com pouca ou nenhuma participação dos sujeitos envolvidos na sua constituição”¹⁴. As páginas e perfis de Facebook avaliados, apesar de guardarem semelhanças com as formas de registro dos *blogs*, apresentam maior diversidade, participação de equipes e dos usuários na produção de conteúdos e interações desenvolvidas nesses ambientes.

A pesquisa ora apresentada exemplifica algumas das inúmeras possibilidades e vantagens do monitoramento de redes *online* por parte de instituições que as utilizam. Do mesmo modo, exalta a importância de que, especialmente considerando a atenção primária à saúde, os profissionais dessa área constituem um grupo que pode problematizar seu papel como mediadores na comunicação e motivar novas formas de participação na produção de sentidos para o processo de saúde-doença. Nas redes sociais *online*, eles podem colaborar para a construção de interações mais dialógicas, que abranjam os diferentes componentes do processo saúde-doença-cuidado.

Novas pesquisas sobre o tema deverão considerar a percepção dos usuários sobre os ambientes virtuais dos serviços e a sua influência na melhoria dos resultados relativos à saúde.

Referências

1. Sodré M. A Ciência do comum: notas para o método comunicacional. Vozes: Petrópolis; 2014.
2. Bauman Z. Globalização: as consequências humanas. Rio de Janeiro: Zahar; 2001.
3. Bauman Z. Modernidade líquida. Rio de Janeiro: Zahar; 2000.
4. Sodré M. Antropologia do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede. Ed. Vozes: Petrópolis, Rio de Janeiro, 2011.
5. Couldry N. Mediatization or mediation? Alternative understandings of the emergent space of digital storytelling. *New Media Soc* 2008;10:373–91.
6. Martin Barbero J. Dos meios às mediações. Rio de Janeiro: UFRJ; 2006.
7. Lupton D. *Medicine as culture*. London: Sage Publications; 2012.

8. Sacramento I. *Mediações comunicativas da saúde*. Multifoco: Rio de Janeiro, 2017.
9. Pinto LF, Rocha CMF. Inovações na atenção primária em saúde: o uso de ferramentas de tecnologia de comunicação e informação para apoio à gestão local. *Ciê Saúde Coletiva*. 2016;21:1433–49.
10. Scroferneker CMA, Falavigna FB, Silva TG da. As mídias sociais e a (re)significação das 'ouvidorias virtuais' nos hospitais universitários brasileiros. In: Lopes V de SC; Farias LA de; Scroferneker CMA, organizadores. *Anais do 9º Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas*; 2015 maio 12-15; Porto Alegre: EdipucRS; 2015. p. 1154-66.
11. Palacios M. Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo online: o lugar da memória. In: Machado E., Palacios M., organizadores. *Modelos do jornalismo digital*. Salvador: Editora Calandra; 2003. p.1–17.
12. Araújo IS, Cardoso JM. Comunicação e saúde: os princípios do SUS como ponto de vista. In: Pinheiro, R, Mattos RA, organizadores. *Cuidar do cuidado: responsabilidade com a integralidade das ações em saúde*. Rio de Janeiro: Cepesc-IMS/Uerj-Abrasco; 2008, p.61-78.
13. Araújo IS. Contextos, mediações e produção de sentidos: uma abordagem conceitual e metodológica em comunicação e saúde. *Reciis [Internet]*. 2009 [citado em 2020 jan. 13];3(3):42–50. Disponível em: <https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/755>.
14. Lofego J, Pinheiro R. Diálogo e vínculo: as práticas comunicacionais de mediação na garantia do direito à saúde. In: Sacramento I. *Mediações comunicativas na saúde*. Rio de Janeiro: Multifoco; 2017. p. 191-218.
15. Campos CEA, Cohn A, Brandão AL. Trajetória histórica da organização sanitária da cidade do Rio de Janeiro: 1916-2015. Cem anos de inovações e conquistas. *Ciê Saúde Coletiva*. 2016; 21(6):1351–64
16. Freelon D. On the interpretation of digital trace data in communication and social computing research. *J Broadcast Electron Media [Internet]* 2014 [cited 2020 Jan 13];58: p.59–75. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/08838151.2013.875018>
17. Howison J, Wiggins A, Crowston K. Validity issues in the use of social network analysis with digital trace data. *J Assoc Inf Syst* 2011;12:p.767–97.
18. Karpf D. Social science research methods in internet time. *Inf Commun Soc* 2012;15: p.639–61.
19. Fragoso S, Recuero R, Amaral A. *Métodos de pesquisa para Internet*. Porto Alegre: Sulina; 2011.
20. Canavilhas J., organizador. *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. Covilhã: Labcom books; 2014.
21. Rieder B, Abdulla R, Poell T, Woltering R, Zack L. Data critique and analytical opportunities for very large Facebook pages: lessons learned from exploring "we are all Khaled Said". *Big Data Soc* 2015;2: doi:1-22. doi: 10.1177/2053951715614980
22. Secretaria Municipal de Saúde do Rio de Janeiro. *Rede de Estações Observatório de Tecnologias de Informação e Comunicação em Serviços de Saúde: a (re)evolução da educação permanente no SUS da cidade do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Secretaria Municipal de Saúde; 2015.
23. Stasiak D, Mendonça RF. A Fan page da Universidade Federal de Goiás: uma análise comparativa. In: Lopes V de SC; Farias LA de; Scroferneker CMA, organizadores. *Anais do 9º Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas*; 2015 maio 12-15; Porto Alegre: EdipucRS; 2015. p. 273-291.