

Comunicação através das redes sociais digitais:

Contributos para a promoção da saúde

Communication through the digital social networks:

Contributions to the health promotion

Alexandre Morais Nunes

1. Introdução

Na última década, temos assistido a uma transformação na comunicação entre os cidadãos, associada a uma maior difusão do mundo digital que facilita a transmissão da mensagem, que antes era apenas passada pela palavra no discurso ao vivo, na televisão ou nos livros, artigos/periódicos (GARBIN e GUILAM NETO, 2008).

A comunicação através da internet cresceu dando origem a um novo canal de comunicação que é amplamente utilizado pela população (são exemplos os chats online e o messenger) (GARBIN e GUILAM NETO, 2008).

Acompanhando o desenvolvimento da comunicação interativa, surgiram as redes sociais que têm dominado a Internet através de postagens (texto, imagem ou vídeo) sobre vários assuntos em páginas pessoais, do governo e de outras organizações (ANTUNES et al, 2014).

As redes sociais digitais foram assunto de vários estudos de comunicação e de comportamento. Os pesquisadores deram importância a esse tema pelo fato de mobilizar milhões de usuários em todo o mundo e pelo crescimento do número de novos registros (SANTOS, 2009).

Como o uso de redes sociais pode moldar os comportamentos dos cidadãos tem sido ponderado. Por um lado, é verdade que as redes sociais podem levar à prática de maus exemplos e até crimes. Por outro lado, há aspectos positivos no uso das redes sociais, que contribuem para a felicidade, bem-estar e para a saúde. No entanto, para limitar os pontos negativos, as redes sociais têm equipes de apoio que verificam os posts, eliminando aqueles que vão contra os padrões e as regras de comportamento social.

Apesar do grande desenvolvimento das redes sociais, há poucas referências sobre os impactos que as postagens têm na promoção da saúde das pessoas em geral e nos grupos mais vulneráveis

(MARTINS e DAL SASSO, 2008). Neste artigo vamos descrever algumas das principais redes sociais e analisar a forma como elas podem intervir positivamente na melhoria do estado de saúde (LORENZETTI et al., 2012).

2. A comunicação: transformação e o futuro

A comunicação é a habilidade que cada um de nós tem para se conectar a outros. É um processo de troca de informações, ideias, sentimentos, pensamentos e emoções por meio de fala, escrita, comportamento, gestos, vídeo e/ou de uma imagem (que vale mais que mil palavras) (ANTOS, 2011; ZUCKERMAN, DEPAULO & ROSENTHAL, 1981). Essas formas de comunicação, de acordo com a literatura, podem ser agrupadas em dois grandes grupos: a comunicação verbal e a comunicação não-verbal.

Qualquer processo de comunicação deve ter um emissor (remetente) que codifica uma mensagem enviada a um receptor através de um canal (canal de comunicação). O receptor decodifica a mensagem e responde (*feedback*) (LUNENBURG, 2010).

A comunicação verbal é dividida entre comunicação oral ou escrita. A comunicação oral é aquela que é feita em pessoa (*face a face*), por telefone/celular, vídeo, rádio, televisão e voz pela Internet. A comunicação escrita é realizada através de cartas, memorandos, relatórios, artigos, jornais, revistas, periódicos, anúncios, folhetos, correio eletrônico, chat e websites (ANTOS, 2011; LUNENBURG, 2010).

A comunicação não-verbal não tem qualquer palavra no processo de envio ou recepção da mensagem. Essa comunicação é feita sem o uso de canais de escrita ou de transmissão oral. Como exemplos de comunicação não-verbal, temos: gestos, postura (linguagem corporal), expressões faciais e comportamento observado pelo receptor. Muitas vezes, são os sinais não-verbais que determinam a precisão das informações transmitidas e que testam a veracidade do discurso da linguagem verbal (ANTOS, 2011; LUNENBURG, 2010).

Entre as várias formas de comunicações apresentadas, cada vez há mais meios de comunicação entre a população com o desenvolvimento da internet e das tecnologias de informação (KOTLER, 2010). O futuro vai nesse sentido dada a elevada adesão das gerações mais novas aos novos modelos de comunicação (telefone celular, SMS e redes sociais digitais).

O número de utilizadores da Internet em todo o mundo tem aumentado significativamente. A importância da Internet é reconhecida por todos, consumidores e marcas que desenvolvem campanhas online para anunciar seus produtos / serviços (KOTLER, 2010).

Cada vez mais, nós damos nova conta do foco das comunicações na Internet. A cada segundo há novas publicações / publicidades, basta fazer uma atualização (*refresh*). Estamos diante de um mercado digital real e crescente. É um negócio que movimenta milhões de dólares e que tem cada vez mais população qualificada capaz de trabalhar com qualidade, rapidez, eficácia, criatividade, dinamismo e inovação.

Segundo as previsões da VentureBeat (com base em dados da Cisco System¹), na próxima década o número de usuários da Internet vai crescer exponencialmente, de tal modo que as mensagens enviadas por WhatsApp e Snapchat ultrapassarão em larga escala os SMS dos telefone celulares. Marck Zuckerberg (fundador do Facebook), no ano passado, durante uma visita à Colômbia, disse que, em todo o mundo, pelo número de mensagens trocadas, o seu aplicativo WhatsApp é já uma das principais formas de troca de mensagens de texto. Além disso, advertiu para o fato de o Snapchat ter já mais de 100 milhões de usuários registrados e uma tendência de crescimento pelo fato de as fotos e mensagens serem instantâneas e não ficarem armazenadas.

Entre as pesquisas mais usuais de meios de comunicação e transmissão de informação pela Internet, encontram-se as redes sociais digitais como o Facebook, que, após integração do WhatsApp, conta com mais de um bilhão de usuários em todo o mundo (We are social, 2016).

3. As Redes Sociais Digitais

As redes sociais são locais na web que permitem compartilhar conhecimentos, informações, ideias, aconselhar e criticar quando não se concorda. A adoção da palavra redes para definir essa forma de comunicar na Internet está relacionada, de forma metafórica, com a organização da sociedade e da administração que equaciona numa rede vários aspetos como a política, a cultura, a saúde, a educação (PRETTO e SILVEIRA, 2008).

¹ A Cisco Systems é uma empresa multinacional líder mundial em Tecnologia da Informação e redes de comunicação, que ajuda outras empresas a aproveitarem as oportunidades de desenvolvimento e a estarem ligadas ao mundo (<http://www.cisco.com.br>)

Alguns autores atribuem a terminologia de "redes sociais on-line" para se referir às redes sociais digitais. O termo "online" é defendido por Santana (2009) porque representa o sistema eletrônico associado à Internet que permite a comunicação através da interação entre as pessoas. Tomando essa associação de ideias, Machado e Tijiboy (2005) se referiram aos aplicativos das redes sociais como "software social".

Nas redes sociais, a comunicação verbal usa mensagens de texto via chat, postagens e compartilhamento de imagens e vídeo (RECUERO, 2009).

As redes sociais digitais são compartilhadas por indivíduos e organizações com interesses, pensamentos ou crenças semelhantes e compartilham informação, conhecimento e outros conteúdo entre si. Normalmente, as pessoas se conectam a redes sociais como um conjunto de interesses comuns, tais como ocupação, clubes, afinidades, entretenimento, refeições, relações públicas e outros assuntos para compartilhar e interagir. Assim, se criam comunidades (conjunto de grupos de interesse) que, embora não tenham um lugar físico e real, interagem na web (ANTUNES et al, 2014; BOYD e ELLISON, 2007; COSTA, 2005).

As redes sociais estão disponíveis em todos os lugares e em qualquer momento, desde que se esteja conectado à rede com uma conta registrada (RECUERO, 2009).

3.1. Fenômeno global

As redes sociais estão presentes em todos os países do mundo. Do Brasil ao Japão, a maioria das pessoas com acesso à Internet está cadastrada em uma ou outra rede social. Além do elevado número de participações, existem usuários de todas as idades, desde os jovens aos idosos (BROWN, 2008).

De acordo com dados recentes da consultoria We are social (2016):

- 43% da população mundial tem acesso à internet;
- O Facebook domina as preferências dos usuários no mundo (mais de 1,5 mil milhões de contas);
- O WhatsApp, cresceu no ano de 2015 aproximadamente 50% (já registrados estão mais de um bilhão de usuários, 10% deles (100 milhões) do Brasil).

Além do Facebook, existem outras redes sociais que contam já com milhões de usuários como: Twitter, Instagram, Foursquare, LinkedIn e Youtube (direcionado para partilha de vídeos).

3.2. Funcionalidades/ Interação

Para desenvolver essas funcionalidades, as redes sociais dispõem de um conjunto de características/funções que se apresentam em seguida.

- Conexões: representam a ligação entre usuários. Por exemplo, seguir os amigos, acompanhando a sua atividade na rede e enviando novos pedidos de amizade (que devem ser aceitos);
- Redes: Grupos de usuários que partilham interesses em comum dos mais variados temas. Como exemplos, podem ser criadas redes de clubes, escolas, cidades, universidades.
- Feed de notícias: apresentação das principais novidades de cada ligação ou rede.
- Página inicial ou mural: é onde o usuário se apresenta e onde aparece a sua cronologia de publicações. As publicações que aparecem no mural por norma vão direto para o feed de notícias. É através do mural que muitas empresas de marketing estudam o perfil de cada usuário.
- Compartilha: distribuição e transmissão (comunicação em si) de informação através de texto (notícias), fotos, voz, vídeos ou imagens.
- Like/Gosto: é uma maneira dos usuários se manifestarem relativamente a algo que foi partilhado por outro ou publicado numa rede.
- Nível de acesso: pode limitar a partilha dos conteúdos para um grupo específico (ANTUNES et al., 2014; SARTRE, 2002; TORRES, 2009).

3.3. Benefícios de estar registrado em rede social

Há muitos benefícios para a participação em redes sociais digitais. Por esse meio, é possível:

- Divulgar produtos e melhorá-los;
- Promover anúncios;
- Partilhar conhecimentos;
- Aprender novos conceitos;
- Reforçar a capacidade de aprendizagem;
- Manter-se atualizado com o mundo.

4. Contribuições das redes sociais na promoção da saúde

Por norma, as redes sociais estão muito associadas aos negócios (comentar produtos, divulgar serviços), vida privada (dar nota do que faz), criatividade (divulgar ideias) e lazer (divulgação de fotos e turismo). No entanto, existem muitas publicações que incidem sobre o setor da saúde e que poderiam ser ainda mais desenvolvidas.

Os desenvolvimentos e a inovação médica e de saúde são questões de interesse comum, compartilhadas pelas pessoas que desejam atingir uma esperança de vida maior, vivendo por muitos anos com qualidade de vida (GIANOTTI, PELLEGRINO e WADA, 2009). A falta de saúde, por outro lado, afeta a maneira como vivemos hoje e pode terminar em morte.

O homem é um ser social e, como tal, está sempre aprendendo com cada comunicação / interação (BRANCO e MATSUZAKI, 2009). As redes sociais como Facebook, Twitter e Instagram,

quer através do mural, cronologia, fotos ou vídeos, podem melhorar os comportamentos saudáveis que irão ter efeitos positivos na população. Portanto, através de redes sociais é possível aumentar o conhecimento das pessoas e promover a saúde, mas de que modo?

Para responder a essa pergunta e reforçar a pertinência do tema, foi realizada uma pesquisa sobre o perfil da produção científica em redes sociais digitais e a promoção da saúde em revistas científicas entre 2010 e 2016. Foram consultadas as bases de dados Lilacs, IBECs, Scielo e Medline Biblioteca Virtual em Saúde e foram apenas encontradas 6 referências que correspondiam a estudos. Em outras palavras, os resultados não são significativos. Estendendo a investigação aos efeitos indiretos que as redes sociais digitais podem ter sobre a saúde, os resultados não foram os desejados, encontrando-se, também, poucas referências. Com isso, conclui-se que não existem estudos sobre esse assunto, o que valoriza e dá relevância a esta pesquisa.

Para responder à questão anterior, foram analisados vários perfis de utilizadores. A amostra incluiu páginas pessoais, institucionais, de organizações e de profissionais de saúde em países como o Brasil, Estados Unidos, Portugal, França, Rússia, República Checa, Austrália, Japão e China. Nos pontos seguintes se apresentam e caracterizam os principais resultados obtidos.

4.1. Promover a nutrição equilibrada

Uma das contribuições das redes sociais digitais para a promoção da saúde é o compartilhamento de hábitos alimentares saudáveis, que incluem:

- Informações sobre o número correto de refeições por dia;
- Conhecimento sobre os alimentos;
- Identificação dos alimentos com melhor qualidade nutricional;
- Informação sobre as consequências do consumo excessivo de determinados alimentos (açúcar e gordura, por exemplo);
- Preparação de alimentos das maneiras mais saudáveis;

- Transmissão de informação e conhecimento de profissionais de saúde dirigida à alimentação das crianças.

4.2. Promoção do exercício físico e estilo de vida saudáveis

Em segundo lugar, é importante a promoção de um estilo de vida saudável. Como exemplos, existem *posts* e publicações com o objetivo de:

- Promover a atividade física;
- Divulgar atividades físicas adequadas às idades;
- Informar precauções e riscos da prática de alguns exercícios;
- Combinar o exercício com as boas práticas de nutrição;
- Aprender a lidar com o estresse;
- Divulgar práticas que podem ensinar as pessoas a gerir melhor o seu tempo.

4.3. Divulgação de alertas de saúde (saúde pública)

Com o elevado número de usuários, as redes sociais podem também atuar como um canal de informação sobre a saúde por parte das autoridades de saúde locais, regionais e nacionais. Exemplos:

- Alertar para o vírus zica, como prevenir;
- Alertar para os sinais e sintomas de algumas doenças;

- Alertar para as alterações do clima e como se proteger.

4.4. Prevenção de doenças

No seguimento da função anterior, também é importante alertar a população para a prevenção da doença, como por exemplo:

- AIDS;
- Tuberculose;
- Hepatite;
- Obesidade;
- Diabetes.

4.5. Como usar os serviços de saúde (informar a população)

É importante informar a população sobre como proceder e quando ir aos serviços de saúde.

5. Meios de transmissão e aprendizagem

A informação nas redes sociais pode ser transmitida por vários meios: mural, cronologia, foto, vídeo, mas para que a informação entre é importante o contributo e a participação da sociedade. Como comunicar para promover a saúde de uma forma rápida e global? Para responder a essa questão, apresentam-se em seguida alguns pontos que surgiram na pesquisa efetuada.

5.1. Posts de figuras públicas (atores, músicos, artistas) e profissionais de saúde (médicos, enfermeiros)

A divulgação de informações por pessoas com uma reputação no país e muitos seguidores em redes sociais é essencial para que os usuários sigam seu exemplo e tomem as mesmas práticas. A imitação na sociedade ainda é uma realidade. Um exemplo desse modelo ocorre no mundo da moda, onde se assiste a vendas em grande escala quando uma personalidade usa determinada peça de vestuário (por exemplo). Portanto, a adaptação ao setor da saúde e, nomeadamente, às práticas esportivas e à alimentação pode ser uma maneira positiva para induzir hábitos saudáveis para a promoção da saúde.

5.2. Posts oficiais de entidades associadas ao Ministério da saúde

As indicações sobre a saúde dadas pelo ministério ou pela direção geral da saúde são uma prática que pode ter efeitos na promoção da saúde da população. Um exemplo inovador é o de Portugal, que criou o Portal do Serviço Nacional de Saúde, que é divulgado nas redes sociais (Twitter) pelo Ministério da Saúde e alerta com todas as notícias que surgem em serviços de saúde no acesso, desempenho e o tempo de espera.

5.3. Compartilha de noticiais (canais de informação da TV e mídia)

Notícias transmitidas pela mídias podem ser reforçadas através das redes sociais, pois, sendo compartilhadas milhares de vezes, acabam por atingir muitos dos usuários pelas suas conexões particulares ou redes de interesses (networks).

5.4. Através dos colegas de classe (grupos de pares)

Esse é o caso dos jovens. A disseminação de notícias e vídeos na adolescência pode ser crucial para evitar comportamentos de risco e evitar ter práticas inadequadas que põem em perigo a sua saúde ou a integridade física.

5.5. Compartilha de experiências pessoais (em páginas de grupo ou na própria página)

A partilha do discurso na primeira pessoa de casos reais que se passaram é muito importante especialmente nos grupos de pessoas que estão enfrentando os mesmos problemas e/ou situações. Como exemplos, partilha de experiência de ex-alcoólatras ou ex-viciados em drogas.

6. Considerações finais

Ao longo dos últimos quinze anos, foram vários os avanços tecnológicos e da comunicação verbal e não verbal. O desenvolvimento da Internet e o número crescente de usuários em todo o mundo têm levado ao aparecimento e desenvolvimento de redes sociais digitais.

Apesar da evolução do conceito das redes sociais e da multiplicidade de temas disponíveis nas suas redes e partilhas, não há estudos significativos sobre os efeitos no comportamento da população na promoção de estilos de vida saudáveis. No entanto, com este artigo, vimos que é possível, pelas redes sociais, promover a saúde através de posts, publicações, relato de experiências, imagens e vídeos e difundir assim boas práticas entre a população. Como exemplos de boas práticas, destacamos a alimentação saudável, o exercício físico, os alertas de saúde pública e a prevenção da saúde com ações informativas e preventivas sobre a infecção da AIDS, Hepatite C e outras doenças infecciosas e sexualmente transmissíveis.

Assim, com a publicação e a partilha de informação sobre a saúde nas redes sociais, estamos contribuindo para uma menor taxa de incidência da doença, menos infecções com HIV, mais eficiência dos serviços de saúde, menos hospitalização, menos urgências hospitalares e maior auto-gestão da saúde e da doença.

Alexandre Morais Nunes

Doutor em Administração da Saúde, Universidade de Lisboa

Coordenador-Adjunto da Escola de Administração e Gestão de Saúde da Universidade de Lisboa

Recebido em: 01 de abril de 2019

Aprovado em: 14 de abril de 2019

Referências

ANTOS, Gerd; VENTOLA, Eija (ed.). **Handbook of interpersonal communication**. The Hague, The Netherlands: Mouton De Gruyter, 2011.

ANTUNES, Michele; SILVA, Cícera; GUIMARÃES, Maria Cristina; RABAÇO, Marcelo. Monitoramento de informação em mídias sociais: o e-Monitor Dengue. **TransInformação**, Campinas, 26(1):9-18, jan./abr., 2014

BOYD, Danah & ELLISON, Nicole. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. **Journal of computer-mediated communication**, 2007.

BRANCO, Cláudia; MATSUZAKI, Luciano. **Olhares da rede**. São Paulo: Momento, 2009.

BROWN, James. From Friday to Sunday: The Hacker Ethic and Shifting Notions of Labour, Leisure and Intellectual Property. **Leisure Studies**, 27, 395-409, 2008.

COSTA, Rogério da. Por um novo conceito de comunidade: redes sociais, comunidades pessoais, inteligência coletiva. **Interface: Comunicação, Saúde, Educação**, Botucatu, v. 9, n. 17, p. 235-48, mar./ago. 2005

ENFERMAGEM (editorial). **Texto Contexto Enferm.** 2008; 17(1): 11-2.

GARBIN Helena Beatriz da Rocha; PEREIRA NETO, André de Faria; GUILAM, Maria Cristina Rodrigues. A internet, o paciente expert e a prática médica: uma análise bibliográfica. **Interface: Comunicação, Saúde, Educação**, 2008, jul./set.; 12(26): 579-88.

GIANOTTI, Priscila; GIANOTTI, Helio; WADA, Elizabeth. Globalização e serviços médicos: impulsionando o turismo de saúde. **Turydes**, 2, nº4,

KOTLER, Philip. **Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

LORENZETTI Jorge. et al. Tecnologia, inovação tecnológica e saúde: uma reflexão necessária. **Texto Contexto Enferm.**, 2012; 21(2): 432-39.

LUNENBURG, Fred. **Communication: The Process, Barriers, And Improving Effectiveness**. Schooling, 1, 1-6, 2010.

MARTINS, Cleusa Rios; DAL SASSO, Grace Teresinha Marcon. Tecnologia: definições e reflexões para a prática em saúde e enfermagem. **Texto Contexto Enferm**, Florianópolis, 2008 Jan-Mar; 17(1): 11-2.

ZUCKERMAN, Miron; DEPAULO, Bella M.; ROSENTHAL, Robert. Verbal and Nonverbal Communication. **Advances in experimental Social Psychology**, 14, 1-59, 1981.

PRETTO, Nelson de Luca; SILVEIRA, Sérgio Amadeu (Org.). **Além das redes de colaboração: internet, diversidade cultural e tecnologias do poder**. Salvador: Edufb a, 2008.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. (Coleção Cibercultura).

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. 4. ed. 5ª. reimpr. São Paulo: Edusp, 2009. (Coleção Milton Santos)

SARTRE, Jean-Paul. **Crítica da razão dialética**: precedido por questões de método. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

TORRES, Cláudio. **A bíblia do marketing digital**. São Paulo: Editora Novatec, 2009.

WE ARE SOCIAL (2016). Disponível em <http://wearesocial.com/br/>. Consultado em 1 de outubro de 2016.

Resumo

A comunicação no século XXI ganhou novo terreno com o desenvolvimento da internet e com a propagação exponencial das redes sociais que ligam pessoas em todo o mundo, cruzando oceanos e continentes. Entre os muitos benefícios das redes sociais se destaca a importância da comunicação estabelecida entre os usuários (por mensagem, post, foto ou vídeo) com o objetivo de promover bons hábitos de saúde, prevenir doenças e outros comportamentos nocivos que podem pôr a própria vida em risco. É importante utilizar o enorme potencial das redes sociais digitais (por exemplo: Facebook, Instagram e twitter) para promover a saúde e a conscientização dos cidadãos, especialmente os mais vulneráveis. Neste artigo, se apresenta algumas estratégias já utilizadas e outras que poderão ser implementadas para alcançar este objetivo.

Palavras-chave: Internet; Redes Sociais Digitais; Promoção da saúde; Prevenção da doença.

Abstract

Communication in the XXI century gained new horizons with the development of the internet and the exponential spread of social networks over the world, crossing oceans and continents. Among the numerous advantages of social networks, the most important is the communication between users (by message, post, photo or video) to promote good health habits, prevent diseases and preserve their lives. With the tremendous growth of users of online social networks like facebook, instagram and the twitter is appropriate to take advantage of these resources to promote health and raise awareness of the population, especially the people with literacy deficit (more vulnerable). This article presents some strategies already used and others, that could be implemented, to promote a better health status.

Keywords: Internet; Digital Social Networks; Health Promotion; Prevention of disease