

De que saúde falamos no Instagram do @sns_pt e do @minsaude?: estudo comparativo entre Portugal e Brasil

Pâmela A. Pinto¹, Ana Margarida Almeida², Maria João Antunes²

¹ Pós-Doutoramento em Comunicação e Saúde Pública, DigiMedia, Departamento de Comunicação e Arte, Universidade de Aveiro

² DigiMedia, Departamento de Comunicação e Arte, Universidade de Aveiro
pinpamela@gmail.com, [marga, mariajoao]@ua.pt

Resumo

Este artigo apresenta um mapeamento dos temas de promoção da saúde abordados nos perfis de Instagram do Serviço Nacional de Saúde de Portugal (SNS) e do Ministério da Saúde (MS) do Brasil, em 2019. Portugal e o Brasil têm semelhanças relevantes para um olhar comparado: a oferta de serviços de saúde universal, como um direito do cidadão, aliados a um cenário de saúde. Ambos oferecem serviços e informações em saúde, por meio de aplicações, websites e presença institucional nos social media. O crescimento da presença neste último contexto, em particular no Instagram, no qual prevalecem imagens publicadas por dispositivos móveis, revela uma grande capacidade de mobilização entre pares e um crescimento expressivo de utilizadores (Lewallen, 2016; Chung et al., 2017; Manovich, 2017). O Instagram tem sido usado pelos dois órgãos, com crescente adesão dos cidadãos. Para este estudo foi realizada uma pesquisa exploratória, com base numa recolha de dados sobre postagens nos meses de março, abril, setembro e novembro de 2019. Elegeram-se como instrumentos de recolha de dados: a) levantamento bibliográfico; b) monitoramento das publicações com auxílio da ferramenta Instabro e c) monitoramento das interações com utilizadores (Vassalo et al., 2018; Saboia et al., 2018). O estudo foi estruturado em três fases. Na primeira foi

explorada uma abordagem conceitual de promoção da saúde, com ênfase nas ações na Internet; na segunda foram discutidas as estratégias de comunicação institucional dos órgãos na Internet, enquanto que na terceira fase foram reunidos os dados da pesquisa e a análise dos perfis. O texto enfatiza esta terceira etapa.

Os resultados alcançados permitem observar que o SNS e o MS atuam nas redes sociais para promoção da saúde, seguindo uma agenda de temas promovidos pela World Health Organization (WHO), contudo, destacam ações institucionais em detrimento das informações aos cidadãos. No Brasil o MS realiza promoção na Internet desde 2008, no Facebook, e tem perfis no Twitter, no Youtube, no Instagram e o Blog da Saúde. O SNS atua nos social media desde 2016 com Youtube, Twitter, Facebook e Instagram.

O perfil @minsaude no Instagram tem 689 mil seguidores e explora todos os canais disponíveis na aplicação, usando cards (textos e imagens), vídeos, fotos, stories (conteúdo audiovisual disponível por 24 horas), IGTV e os destaques (stories fixos). Na amostra identificamos 424 posts, dos quais 128 foram vídeos. Juntos somam 1.003.665 gostos e 2.951.005 visualizações. Este conteúdo estimulou 24.819 comentários, com 208 respostas do MS. O

PALAVRAS-CHAVE:

promoção da saúde; e-saúde; social media; Instagram; comunicação institucional.

conteúdo dos posts foi dividido em institucional e promoção da saúde, este com 63 temáticas. Registaram-se 137 posts (32,3% da amostra) destacando ações do MS e do governo federal. Na promoção da saúde destacam-se: Vacina (14,8%); *Aedes aegypti* (8%); Infecções Sexualmente Transmissíveis (ISTs) (5,8%); Alimentação saudável (2,8%); Atividade física (2,3%); Tuberculose (2,1%) e depressão (2,1%); Obesidade (1,8%); Saúde da mulher (1,6%); Malária (1,4%); Tabagismo (1,4%).

Campanhas de saúde da WHO sobre sensibilização para causas foram usadas em posts únicos. Aleitamento materno, saúde do idoso e dos indígenas foram citados uma vez, cada. As imagens dos posts são de leitura fácil e boa resolução; A maior parte dos textos é longa e oferece um link para aprofundamento; as hashtags delimitam bem o conteúdo explorado. As marcações feitas nos posts citam membros do governo e entidades públicas; foi apenas registado um repost no perfil, feita pelo Ministro. Duas figuras públicas participaram de campanhas para alavancar temas. A imagem com mais alcance foi sobre a vacina da Dengue, com 30.780 gostos. Os comentários de seguidores são sobre dúvidas acerca do tema, marcações de amigos e queixas sobre atendimento. O MS respondeu a poucas mensagens, com textos automáticos.

O perfil @sns_pt agrega 50,7 mil seguidores e valoriza posts com cards. Não usa a IGTV e tem apenas um destaque. A sua amostra trouxe 208 posts (19 são vídeos), que registraram 73.791 gostos, 29.216 visualizações e 561 comentários. Não se observa qualquer resposta a comentários feitos no sentido de dialogar com o SNS. Dos temas abordados, verifica-se um predomínio do conteúdo institucional, com 19,2% de posts sobre ações do SNS e orientando sobre o uso de serviços digitais.

Foram identificados 53 temas de promoção da saúde, com os seguintes temas principais: alimentação saudável (16,8%); doação de sangue (9,6%); incêndio florestal (6,7%); violência contra a mulher (4,3%); atividade física (3,3%); clima (2,8%); saúde infantil (2,4%); saúde oral (1,9%); saúde do idoso (1,9%) e medicamentos (1,9%). Temas como o Cancro, Acidente Vascular Cerebral e suicídio foram citados uma única vez (cada). Notou-se uma falta de planeamento na comunicação pelo canal: em março e abril os posts eram publicados com a diferença de segundos; a falta de diálogo do perfil com os seguidores deixou questões importantes sem respostas; imagens com excesso de texto no card, que geram uma dificuldade de leitura; o texto das legendas era resumido e não direcionava para espaços com mais informações; as hashtags não geram uma marcação do conteúdo para procura facilitada na rede. As parcerias para promover temas foram internas - apenas atores institucionais ganharam visibilidade. O post com maior visibilidade foi sobre violência contra os idosos, com 1.477 gostos. Os comentários dos seguidores também apresentavam críticas ao cenário da saúde e aos conteúdos.

Comparando as temáticas, identificamos o predomínio do uso institucional dos dois perfis. Houve convergência nos temas alimentação saudável e atividade física. A alimentação foi o tema de promoção da saúde mais abordado em Portugal e o quarto no Brasil. O estímulo à atividade foi o quinto assunto mais usado pelo MS e o sexto pelo SNS. Os conteúdos partilhados no contexto do Brasil priorizaram a vacinação e o combate ao *Aedes aegypti*. Em Portugal destacaram-se a doação de sangue e os incêndios florestais.

Em síntese, observou-se a necessidade de ampliar o diálogo com a população nesses canais, a fim de potencializar ações de promoção da saúde. Há necessidade de refinar as estratégias de comunicação para ampliar o alcance dos perfis. Este monitoramento é piloto para um estudo comparativo sobre os dois países, em desenvolvimento.

Referências

- Araujo, I.S. de, & Cardoso, J. M. (2007). *Comunicação e Saúde*. Rio de Janeiro, Brasil: Editora Fiocruz.
- Araujo, I.S. (2014) Comunicação, Saúde e Cidadania no Brasil. In: Gonçalves, G., & Felippi, A. (Eds.). *Comunicação, Desenvolvimento e Sustentabilidade* (pp. 111 - 122). 1ed. Covilhã, Portugal: Livros Labcom Books.
- Brasil (2014). *PORTARIA Nº 2.446, DE 11 DE NOVEMBRO DE 2014 Redefine a Política Nacional de Promoção da Saúde (PNPS)*. Disponível em: http://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/gm/2014/prt2446_11_11_2014.html
- Bustamante, J. (2010). *Cidadania e redes digitais*. São Paulo, Brasil: Comitê Gestor da Internet no Brasil; Maracá - Educação e Tecnologias.
- Buss, P. M., & Carvalho, A. I. (2009). Desenvolvimento da promoção da saúde no Brasil nos últimos vinte anos (1988- 2008). *Revista Ciência & Saúde Coletiva*, 14(6), 2305-16. doi: <https://doi.org/10.1590/S1413-81232009000600039>
- Chung, C.-F., Agapie, E., Schroeder, J., Mishra, S., Fogarty, J., & Munson, S. A. (2017). When Personal Tracking Becomes Social: Examining the Use of Instagram for Healthy Eating. *Conference on Human Factors in Computing Systems*, Denver (USA), 1674-1687. doi: <https://doi.org/10.1145/3025453.3025747>
- Coutinho, S. C. F. (2017). *Contributo dos novos media para a promoção de causas sociais* (Dissertação de Mestrado, Universidade de Aveiro). Disponível em: <https://ria.ua.pt/handle/10773/19162>
- Every, E. K. (2006). eHealth Promotion: The Use of the Internet for Health Promotion. *American Journal of Health Promotion*, 20(4), 1-14. doi: <https://doi.org/10.4278/0890-1171-20.4.1>
- Eysenbach G. (2001). What is e-health? *J Med Internet Res*, 3(2):e20. doi: <https://doi.org/10.2196/jmir.3.2.e20>
- InstaBro (2019). Aplicação desenvolvida por Boris Karulin. Available from: <https://instabro.app>
- Lemos, A. De Sena, C. (2018). Mais livre publicar: efemeridade da imagem nos modos galeria e stories do Instagram. *Mídia e Cotidiano*, 12 (2), 6 - 26. Disponível em: <http://periodicos.uff.br/midiaecotidiano/article/view/10035/8493>
- Levy, I. (2013). *Práticas de Comunicação e Saúde no Ciberespaço: uma*

análise a partir da Campanha Nacional de Combate à Dengue 2011/2012 (Tese de mestrado, Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação em Saúde, Fundação Oswaldo Cruz). Disponível em: <https://www.arca.fiocruz.br/handle/icict/7132>

Lewallen, J. (2016). When imagens isn't everything: the effects of Instagram frames on social comparison. *J Soc Media Soc*, 5(2),108–33. Available from: <http://thejsms.org/index.php/TSMRI/article/view/159>.

Lindgren, I., & Jansson, G. (2013). Electronic services in the public sector: A conceptual framework. *Government Information Quarterly*, 30, 163–172. doi: <https://doi.org/10.1016/j.giq.2012.10.005>

Lupton, D. (2015). Health promotion in the digital era: a critical commentary. *Health Promotion International*, 30(1), 174–183. doi: <https://doi.org/10.1093/heapro/dau091>.

Manovich, L. (2017). *Instagram and Contemporary Image*. 2017. Available from: <http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image>.

Ministério da Saúde (2010). *Política Nacional de Promoção da Saúde / Ministério da Saúde, Secretaria de Vigilância em Saúde, Secretaria de Atenção à Saúde*. 3. ed. Brasília, Brasil: Ministério da Saúde.

Ministério da Saúde (2018). *Política Nacional de Promoção da Saúde: PNPS: Anexo I da Portaria de Consolidação nº 2, de 28 de setembro de 2017, que consolida as normas sobre as políticas nacionais de saúde do SUS/ Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde, Secretaria de Atenção à Saúde.* – Brasília, Brasil: Ministério da Saúde.

Moorhead S. A., Hazlett, D. E., Harrison, L., Carroll, J.K., Irwin, A., Hoving C. (2013). A New Dimension of Health Care: Systematic Review of the Uses, Benefits, and Limitations of Social Media for Health Communication. *J Med Internet Res*, 15(4), e85. doi: <https://doi.org/10.2196/jmir.1933>.

Neiger, B. L., Thackeray, R., Van Wagenen, S. A., Hanson, C. L., West, J. H, Barnes, M. D., Fagen, M. C. (2012). Use of Social Media in Health Promotion: Purposes, Key Performance Indicators, and Evaluation Metrics. *Health Promotion Practice*, 13(2), 159–164. doi: <https://doi.org/10.1177/1524839911433467>.

Norman, C. D. (2012). Social media and health promotion. *Global Health Promotion*, 19(4), 3–6. doi: <https://doi.org/10.1177/1757975912464593>.

Saboia, I., Almeida, A. M. P., Sousa, P., & Pernencar, C. (2018). I am with you: a netnographic analysis of the Instagram opinion leaders on eating behavior change. *Procedia computer science*, 138, 97–104.

Serviço Nacional de Saúde (2019). Site Direção-Geral da Saúde/SNS para a Promoção da Saúde. Disponível em: <https://www.dgs.pt/paginas-de-sistema/saude-de-a-a-z/promocao-da-saude.aspx>

Serviço Nacional de Saúde (2015). *Plano Nacional de Saúde Revisão e Extensão a 2020*. Site do Plano Nacional de Saúde. Disponível em: <https://pns.dgs.pt/files/2015/06/Plano-Nacional-de-Saude-Revisao-e-Extensao-a-2020.pdf>

Torquato, G. (2015). *Comunicação nas organizações: empresas privadas, instituições e setor público*. São Paulo, Brasil: Summus.

Vassallo, A. J., Kelly, B., Zhang, L., Wang, Z., Young, S., & Freeman, B. (2018). Junk Food Marketing on Instagram: Content Analysis. *JMIR public health and surveillance*, 4(2), e54. doi: <https://doi.org/10.2196/publichealth.9594>.

Vidigal, L. (2010). Por uma Revolução Digital na Administração Pública Portuguesa, in *E-Government (O Estado da Arte em Portugal)* – Edição iGOV, ISSN 1647-3302.

World Health Organization (2017). *Organização Pan-Americana da Saúde 2017. Saúde nas Américas+*. Resumo do panorama regional e perfil do Brasil.

_____ (2016). *Global diffusion of eHealth: making universal health coverage achievable*. Report of the third global survey on eHealth. Geneva: World Health Organization.

_____ (2013). *Health 2020 A European policy framework and strategy for the 21st century*. Geneva: World Health Organization. Disponível em: http://www.euro.who.int/_data/assets/pdf_file/0011/199532/Health2020-Long.pdf?ua=1.