

Interatividade nas fanpages do Facebook de jornais cariocas: o caso das notícias de saúde

Tatiana Clébicar^I

Kátia Lerner^{II}

Resumo: Este trabalho analisa os indicadores de interatividade nas publicações sobre saúde nas fanpages do Facebook dos jornais cariocas *O Globo* e *O Dia*. O objetivo é comparar padrões de curtidas, compartilhamentos e comentários nas postagens sobre o tema. Diariamente, por uma semana, entre 3 e 9 de agosto de 2014, foram observadas as páginas dos periódicos na rede social. A média de publicação é de 28,5 posts por dia em *O Globo* e 7,7 em *O Dia*, sendo respectivamente 3,5 e 0,28 o número médio de postagens sobre saúde. Em *O Globo*, publicações sobre saúde são acompanhadas, em média, por 2.489 curtidas, 572 compartilhamentos e 217 comentários. Em *O Dia*, a saúde suscita menos interatividade com 63,5 curtidas, 68 compartilhamentos e 25,5 comentários. O levantamento sugere que o tema mobiliza leitores de notícias pelas redes sociais. É possível relacionar essas manifestações a processos de medicalização e emergência da noção de risco pelos quais a sociedade contemporânea vem passando.

Palavras-chave: Comunicação em saúde. Jornalismo médico. Internet.

Interactivity on Rio de Janeiro newspapers' Facebook fanpages: the case of health issues

Abstract: This paper consists of an analysis of the interactivity metrics of health publications on Brazilian newspaper *O Globo* and *O Dia*'s Facebook fanpages. It aims to compare the number of likes, shares and comments about this issue. Daily, for one week, from August the 3rd to the 9th 2014, those institutional pages were observed. The publications average found is 28,5 posts per day in *O Globo* and 7,7 in *O Dia*. On average, there were 3,5 and 0,28 health issues posts per day in each newspaper's fanpage. In *O Globo*, those publications were accompanied by 2489 likes, 572 shares and 217 comments on average. In *O Dia*, health raises less interactivity with 63,5 likes, 68 shares and 25,5 comments. This survey suggests the topic mobilizes attention and interactivity of news readers through social networks. It is possible to credit these results to such a new face of the medicalization process and emergence of the concept of risk, by which contemporary society is undergoing.

Keywords: Health communication. Medical journalism. Internet.

Artigo recebido em 27/02/2015 e aprovado em 29/03/2015.

Introdução

O crescente interesse que os temas ligados à saúde vêm despertando entre leitores e telespectadores de produtos jornalísticos nas últimas décadas tem sido

TATIANA CLÉBICAR E KÁTIA LERNER

observado em estudos de diferentes países^{III,IV,V}. Tendência semelhante pode ser observada em relação a páginas virtuais sobre o tema de maneira genérica ou a nichos específicos, traduzidas em sites ou perfis nas redes sociais dedicados a determinadas doenças que se configuram em ponto de encontro virtual para pacientes, familiares e médicos^{VI,VII,VIII}. Num estudo sobre o uso de informações sobre saúde disponíveis na internet, realizado na França, Marc Lemire^{IX} destaca que levantamentos dos anos 2007 e 2008 apontam que 59% dos internautas adultos franceses e 84% dos americanos recorrem à internet como fonte de informação sobre saúde.

A confluência desses tópicos – cobertura jornalística de saúde na internet, traduzida pelos descritores “jornalismo”, “saúde” e “internet” – parece ter sido menos explorada, porém, nos meios acadêmicos. Numa busca na Scientific Eletronic Library Online (SciELO), foi encontrado apenas um artigo que reúne os termos. Foram utilizadas ainda, sem sucesso, combinações com os descritores “jornalismo e saúde”; “jornalismo médico”; “comunicação em saúde”; “redes sociais”, extraídos do vocabulário estruturado Descritores em Ciências da Saúde (Decs). No Portal Capes de Periódicos, localizamos 35 trabalhos com os três descritores iniciais, em periódicos indexados nos últimos cinco anos. Entre eles, o de Vasconcellos-Silva, Castiel, Bagrichevsky e Harter Griep^X que tratam do mercado de ilusões em que as páginas de saúde na internet se transformaram ao oferecerem tratamentos terapêuticos fraudulentos. Na mesma base, ao substituímos o descritor “internet” por “fanpage” o resultado é nulo. Já o estudo da internet, tendo como objeto as redes sociais – não necessariamente vinculadas a um produto jornalístico – tem sido realizado por autoras como Hine^{XI}, Recuero^{XII} e Amaral^{XIII}, que adotam a metodologia da netnografia para observar, ao modo do campo etnográfico clássico, atores em interação em ambientes virtuais.

Mesmo um leitor desatento é capaz de perceber que a maioria dos meios de comunicação impressos de grande circulação – no Rio de Janeiro, pode-se falar de todos – estabelecem interface com a internet. Além das páginas virtuais, essas publicações mantêm perfis em redes sociais, como Facebook, Twitter, Instagram. Incentivam, nas edições impressas, o intercâmbio de informações nas páginas eletrônicas, com as quais travam relações num movimento de mão dupla, que lhes permitem receber sugestões de pauta e declarações de personagens, além de remeter os internautas para uma série de ofertas de produtos impressos, incluindo as do setor de assinaturas impressas.

Este trabalho se propõe, assim, a dar um pequeno passo nessa direção, tendo como objetivo tentar identificar padrões de interatividade das postagens sobre saúde nas fanpages do Facebook de dois jornais cariocas: *O Globo* e *O Dia*. As fanpages se caracterizam por perfis institucionais que o Facebook coloca à disposição de empresas, marcas, organizações com o objetivo de “construir uma relação mais próxima de seu público e seus clientes”^{XIV}. A questão que orientou a pesquisa foi a seguinte: com que frequência os posts sobre saúde são curtidos, compartilhados e comentados? Ela se sustenta na percepção de que esses indicadores sugerem maior ou menor apelo entre a população usuária desse produto midiático virtual. Para respondê-la, acompanhamos as publicações durante uma semana, em agosto de 2014. Nesse exercício, além de obter as respostas que buscávamos diretamente, foi possível observar que nem todos os assuntos de saúde publicados nas versões impressas são levados para as redes sociais. Identificamos alguns temas que parecem merecer o destaque do editor de mídias sociais, uma função, aliás, relativamente recente. Em *O Globo*, o cargo foi oficialmente criado

TATIANA CLÉBICAR E KÁTIA LERNER

em 2010, um ano após o *The New York Times* abrir essa nova vaga em seus quadros^{XV}. Em *O Dia*, o cargo não consta no expediente publicado em seu site, sendo mencionados apenas um gerente e um coordenador de internet.

A respeito do conceito de interatividade, acreditamos que as ferramentas ofertadas por esta rede social se aproximam da conceituação de Lévy^{XVI}, que elencou alguns eixos para sustentar o termo: personalização, reciprocidade, virtualidade, implicação da imagem e telepresença. Segundo o autor, o grau de interatividade de uma mídia pode ser aferido nesses diferentes eixos. A personalização trata da possibilidade de os atores se apropriarem das mensagens; a reciprocidade, dos modos de interação “um-um” ou “todos-todos” de cada dispositivo; a virtualidade, do sentido de cálculo computacional; a implicação da imagem, da maneira como o usuário pode controlar a representação de si; e a telepresença, da existência à distância.

Esses eixos parecem contemplados na rede social ainda que um usuário de Facebook não possa, tal qual nos perfis de pessoas físicas, publicar nestas linhas do tempo institucionais: a forma de se comunicar com os administradores das fanpages ocorre por mensagem privada ou nos comentários dos posts que as próprias elegeram publicar.

Opções metodológicas

Para este levantamento, acompanhamos as postagens nas fanpages do Facebook dos jornais *O Globo* e *O Dia* durante uma semana, após a conclusão da disciplina, ofertada no âmbito do Programa de Pós-graduação em Informação e Comunicação em Saúde da Fundação Oswaldo Cruz (PPGICS/Fiocruz), Internet, Saúde e Sociedade, entre 3, domingo, e 9 de agosto, sábado. Buscou-se, assim, acompanhar a lógica produtiva dos veículos impressos, razão de ser das páginas virtuais. De acordo com a lógica jornalística, a edição de domingo é a mais privilegiada, é aquela que inaugura a semana e os temas de maior destaque que, inclusive, poderão ser apresentados de forma seriada ao longo dos dias. Não por acaso, as edições dominicais são aquelas que auferem as maiores tiragens, de acordo com o Instituto Verificador de Circulação.

A fim de evitar quaisquer interações que não estivessem circunscritas no âmbito do trabalho foi descartado o uso da página pessoal das autoras, criando-se uma nova identidade na rede social: Pesquisa Saúde. Além deste perfil, foi criado um e-mail gratuito com o mesmo nome. O objetivo era armazenar nesta caixa de entrada informações relativas à movimentação da página, uma vez que no primeiro dia de trabalho foi adotada uma estratégia que, inicialmente parecia acertada, mas que não atendeu às expectativas. Referimo-nos à opção de compartilhar e comentar os post de saúde. A intenção era criar uma memória da pesquisa no perfil criado, além de receber por e-mail as notificações de comentários posteriores ao efetuado para o estudo. Cumpre registrar que os comentários eram sempre iguais: apenas a palavra “Compartilhado”. Por alguma configuração que não se conseguiu identificar as notificações nunca foram enviadas para o e-mail criado e a proposta perdeu sua validade. Talvez num próximo levantamento seja oportuno realizar testes desse tipo antes de efetivamente empreender-se a pesquisa.

TATIANA CLÉBICAR E KÁTIA LERNER

Além desse objetivo mais prático, a ideia de se publicarem comentários foi ao encontro de uma disposição ética de, à maneira dos relacionamentos virtuais, colocar-se como um ator no campo da pesquisa. Dito de modo mais explícito, ao curtir e comentar alguns dos posts com o nome Pesquisa Saúde, de alguma maneira foi dada a chance de os “nativos” identificarem um “estrangeiro” e fazer contato, se julgassem necessário. Apesar de o material utilizado no estudo estar abertamente disponível na rede, dispensando a necessidade de consentimento para seu acesso, a preocupação era encontrar uma forma de colocar-se em campo de maneira identificável, mas tão natural quanto possível a qualquer outro usuário da ferramenta. Essa preocupação com as potencialidades e as limitações que o estudo *da e na internet* impõem vem sendo apontada pelos que se lançam no desafio de estudar um campo novo^{XVII, XVIII}.

Diariamente, quase sempre no mesmo horário, foram coletados os posts publicados pelos dois veículos de comunicação nas páginas desta rede social, além do número de curtidas da página diariamente. Com o objetivo de compilar todos os posts do dia, a opção foi realizar a coleta do material entre 22h e meia-noite, quando a maior parte das publicações já havia sido feita. Essa opção, no entanto, não pode ser rigorosamente cumprida. Num dos dias da coleta, 9, sábado, o acesso à internet só foi possível num horário bem mais adiantado. De modo que, ao se desenhar um próximo levantamento, seria desejável contar com ao menos mais um pesquisador e ponto de coleta a fim de evitar que contratemplos desse tipo ponham todo o trabalho a perder. Não nos parece ter sido esse o caso já que, felizmente, o delay em relação aos demais dias da semana foi de pequenas proporções. Essa proposição só se justifica, naturalmente, pela nossa opção de observar a “movimentação” no site tal qual qualquer usuário do Facebook. Uma alternativa possível seria a solicitação das métricas, parâmetros que medem a audiência e o desempenho de uma página virtual, gerados pela própria ferramenta e fornecida aos administradores. Mas o acesso a esses números dependeria de negociação com os mantenedores das páginas. Embora muito mais ágil e graficamente atraente, essa possibilidade parece remota já que a tendência das empresas é trabalhar com esses dados no intuito de aumentar sua visibilidade no mercado, logo, é imaginável que desejem preservar para si este tipo de informação. Acreditamos, porém, que esses dados sejam também de interesse acadêmico e público. Foi o que motivou a observação.

A captura dos posts, um a um, foi iniciada sempre pelo jornal *O Dia*, cujo volume de publicações era menor em comparação com o de *O Globo*. Além da captura e arquivamento dos posts com seus respectivos números de curtidas, compartilhamentos e comentários, foram registrados esses mesmos números 24 horas depois, ou seja, a partir do dia 4 de agosto e até o dia 10, também foram capturadas as interações efetuadas no dia seguinte à publicação do post. Esta estratégia foi uma tentativa de equilibrar a análise, uma vez que os primeiros posts publicados em um determinado dia teriam tido mais tempo de exposição e, conseqüentemente, maior chance de despertar a atenção dos leitores. Acreditamos que, dessa maneira, estaríamos permitindo uma exibição mínima de 24 horas a cada um dos posts. Após esse levantamento, foram geradas duas tabelas que comparam as atividades das duas fanpages com dados colhidos nos dias subsequentes às publicações dos posts.

Curtidas, compartilhamentos e comentários

TATIANA CLÉBICAR E KÁTIA LERNER

As fanpages no Facebook dos dois jornais impressos são administradas de maneiras distintas tanto no que concerne à frequência de atualização quanto aos temas mais recorrentes. Enquanto *O Globo* publica, em média, 28,5 posts por dia, variando de 26 a 32, *O Dia* põe no ar cerca de 8 publicações, variando de 3 a 12. O número de postagens em *O Globo* assegura atualizações, em média, a cada hora, de maneira que as primeiras postagens ocorrem logo nos minutos iniciais do dia e as últimas, já perto da meia-noite. Em *O Dia*, as publicações ficam concentradas nos horários comerciais. Em comum, os dois veículos adotam como rotina a reprodução da capa da edição impressa do dia nas primeiras horas da manhã.

Do total de posts publicados durante o período observado, 25 (12,5%) tratavam de temas ligados à saúde em *O Globo*. Em *O Dia*, suas duas únicas postagens relativas ao tema representam 3,7% do universo total de postagens.

A expressiva diferença na atualização dos posts também se observa nos demais indicadores das duas páginas: os números de curtidas gerais, médias e por post, compartilhamentos e comentários (ver Tabela 1). Na fanpage de *O Globo*, os posts de saúde motivaram, no total, mais de 62 mil curtidas, 14 mil compartilhamentos e 5 mil comentários. Em *O Dia*, os números giram em torno de poucas centenas, dezenas e unidades.

Esses resultados nos apontam ainda para os temas que despertaram maior interesse dos internautas à medida que interagiram mais com determinados temas. Os comentários que teceremos a seguir dizem respeito majoritariamente a *O Globo* uma vez que, diante de apenas duas publicações em *O Dia*, qualquer comparação se esgota muito rapidamente. Sobre elas, registramos apenas os temas de que tratam: a primeira notícia o suposto suicídio do suspeito de roubar o prontuário médico do piloto de fórmula-1 Michael Schumacher, hospitalizado desde o grave acidente que sofrera em dezembro de 2013; e a segunda traz uma informação inusitada: “Homem procura médico por dores no estômago e descobre que é mulher”. Enquanto a notícia sobre o corredor alemão suscitou apenas 22 curtidas, 3 compartilhamentos e 1 comentário, a matéria sobre o cidadão chinês que não se sabia hermafrodita teve 105 curtidas, 133 compartilhamentos e 50 comentários, quase todos jocosos em relação à condição do personagem em questão.

Em *O Globo*, entre os posts que motivaram o maior número de comentários, dois foram publicados na sexta-feira, dia 8, e tratavam do mesmo tema: a epidemia de ebola em países do continente africano. A publicação que narrava o envio de R\$ 1 milhão pelo governo brasileiro a título de ajuda aos esforços de organismos internacionais para tratar os doentes e conter a epidemia alcançou 14.300 curtidas, 2.220 compartilhamentos e 1.809 comentários. Esse número, alcançado aproximadamente 24 horas após a publicação, supera expressivamente a média diária de quase 9 mil curtidas e 800 comentários dos posts sobre saúde. Na figura 1, captada quando o post estava no ar havia cerca de uma hora, é possível notar mais de 2 mil curtidas. O segundo post que suscitou maior interação fora publicado poucas horas antes e trazia a informação de que a Organização Mundial de Saúde havia declarado que a epidemia, a mais grave em quatro décadas, conformava-se como emergência pública internacional. Ele se posicionou pouco abaixo da média diária e teve um padrão de interatividade mais parecido com o de outras postagens de saúde publicadas ao longo da semana. Cabe

TATIANA CLÉBICAR E KÁTIA LERNER

registrar que ainda na mesma data, entre os dois que acabamos de mencionar, um terceiro post sobre o assunto foi publicado: “Nigéria declara estado de emergência”. Este, no entanto, não atingiu sequer mil curtidas nem 50 comentários. O terceiro post que mais mobilizou os internautas foi o que obteve 5.293 curtidas, 1.917 compartilhamentos e 481 comentários; tratava de um estudo que associava o consumo diário de aspirinas com a incidência de câncer.

Uma comparação dessas métricas com a dos outros 175 posts que tratavam de assuntos alheios à saúde seria importante para medir o interesse que o tema desperta nas redes sociais dos jornais, mas foge ao alcance desse trabalho. Mas, para que não se perdesse essa dimensão que consideramos muito relevante e reveladora dos interesses que pautam os meios de comunicação social, mencionamos a seguir os dez posts mais curtidos, elaborando uma espécie de ranqueamento em que a saúde aparece em oitavo lugar: 1º., com 50.750, notícia sobre menina dada como morta e localizada com vida uma década após o tsunami na Indonésia; 2º., com 49.299, ex-catadora de lixo inicia curso de Direito, aos 55 anos; 3º., com 25.088, foto da lua com o Cristo Redentor, anunciando fenômeno astronômico conhecido como Super Lua; 4º., com 16.860, morte de rara lula gigante por pescadores que pensaram se tratar de “monstro marinho”; 5º., com 15.919, crítica de educadora ao foco que o ensino médio dá ao ingresso na universidade; 6º., com 15.626, notícia sobre adolescente indiana que cortou o pênis de estuprador; 7º. com 14.562, vitória de estudante brasileiro em competição sobre o software Excel; 9º., com 14.045, lançamento da nova campanha da marca de lingerie Victoria’s Secrets com modelo brasileira; 10º., com 12.736, início de bombardeios americanos no Iraque. Esse ranking sugere que notícias sobre educação e fatos extraordinários despertam o interesse dos leitores.

Em *O Dia*, nos limitamos aos cinco posts que obtiveram ao menos cem curtidas. Novamente, a saúde está contemplada entre eles, ocupando o quinto lugar com o post sobre hermafroditismo, com os números mencionados acima. Em 1º., com 158, prisão de pastor evangélico acusado de estupro e assassinato; em 2º., com 147, investigação contra família que fraudava programas de milhagens aéreas; em 3º., com 134, denúncia contra usuários do aplicativo Secret que permite publicação de mensagens anônimas; 4º., com 122, incêndio em ônibus na Avenida Brasil interdita trânsito.

Tabela 1: Totais e médias de posts em *O Globo* e *O Dia*

	O Globo	O Dia
Total de posts	200 (100%)	54 (100%)
Média de posts por dia	28,5	7,7
Total de posts de saúde	25 (12,5%)	2 (3,7%)
Média de posts de saúde por dia	3,5	0,28
Total de curtidas posts de saúde	62.245	127

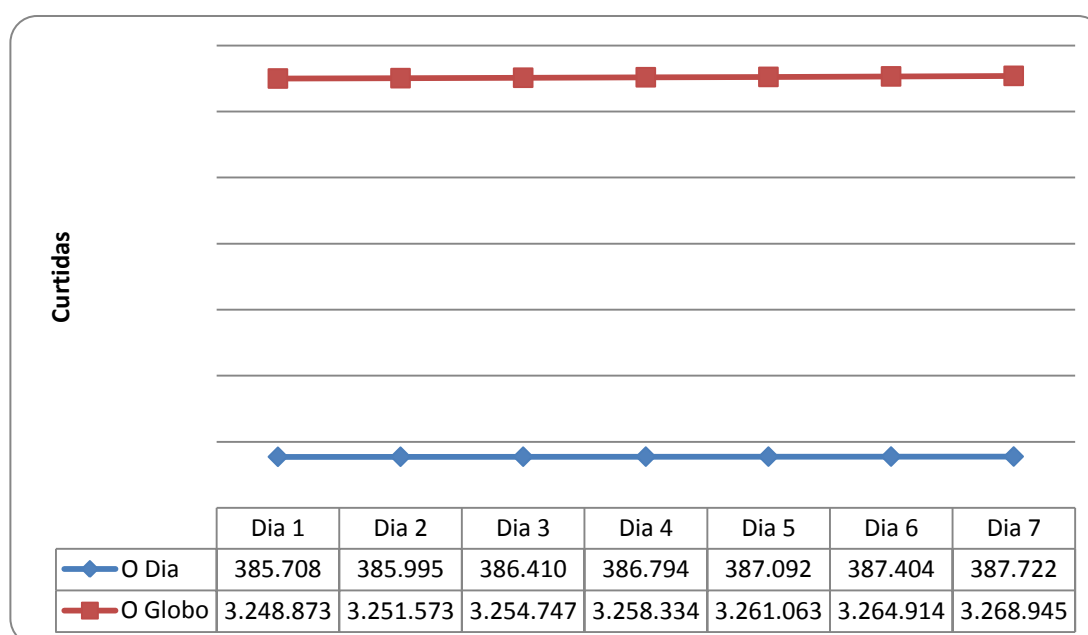
INTERATIVIDADE NAS FANPAGES DO FACEBOOK DE JORNAIS CARIOCAS: O CASO DAS NOTÍCIAS DE SAÚDE

TATIANA CLÉBICAR E KÁTIA LERNER

Média de curtidas posts de saúde por dia	8.892	18,1
Média de curtidas por post de saúde	2.489,8	63,5

Para finalizar, foram registrados os números de curtidas de cada uma das páginas dia a dia. As diferenças na gestão das fanpages parecem ser proporcionais ao número de curtidas recebidas (ver Tabela 2).

Tabela 2: Curtidas das fanpages dia a dia



Interatividade à moda antiga?

No capítulo que abre a seção *Jornalismo digital: um novo acontecimento*, acrescida na terceira edição do já canônico *O jornal: da forma ao sentido*, organizado por Maurice Mouillaud e Sergio Dayrell Porto, Luiz Martins da Silva^{XIX} observa que as novas tecnologias de comunicação tiveram impacto na maneira como os veículos se relacionam com seus leitores e espectadores, o que tem efeitos nas condições de produção de seus produtos midiáticos. A descrição que Silva faz a respeito da relação que os veículos foram impelidos a estabelecer com as novas tecnologias de comunicação é útil para compreender as bases do que se está a discutir:

A imprensa já não está só. Tanto já não se isola num pedestal monológico unidirecional, quanto tem de se render – por vezes até trazer para dentro de seus muros – os olhares, senão da sociedade, por certo de alguns de seus segmentos. A visibilidade dos fatos não é um privilégio apenas da imprensa, mas de todos os que podem testemunhar. A visibilidade discursiva dos fatos é a sua versão pública sob a forma de enunciados, nem sempre pertinentes como o que atestam as testemunhas. Vencidas tecnicamente as

TATIANA CLÉBICAR E KÁTIA LERNER

barreiras do tempo e do espaço, os leitores-testemunhas podem, em hipótese, levar às últimas consequências a visibilidade sobre os fatos, participando destes, não apenas *a posteriori*, como leitores passivos, mas no momento mesmo da sua produção enquanto discurso. O pluralismo já não será tão somente uma concessão dadivosa e conforme princípios autoadotados pelas empresas de comunicação. A cobertura e a edição plural dos acontecimentos podem torna-se uma exigência e uma prática, da sociedade sobre a mídia, a ponto de leitores e telespectadores poderem se organizar, exigir participação, representação e mais engajamento dos veículos nas campanhas públicas^{XX}.

Como os resultados nos sugerem, os leitores – adotaremos definitivamente essa nomenclatura já que nosso objeto é o jornal impresso em sua interface nas redes sociais – estão dispostos a interagir com uma infinidade de temas, em datas e horários absolutamente arbitrados apenas pela sua conveniência. Lévy^{XXI} sugere “uma cartografia fina” para que se compreendam os novos modos de comunicação nesse ambiente em que a interatividade, estruturada em personalização, reciprocidade, virtualidade, entre outros eixos, constitui-se, mais do que uma característica, condição para as práticas comunicacionais contemporâneas. Assim não chega a ser surpresa constatar que, mesmo sem dialogar diretamente com seus “fãs” — os jornais apenas inauguram a “conversa” ao publicar o post; eles próprios não curtem, compartilham ou comentam as postagens — o veículo que faz uso mais intenso e regular de sua fanpage obtém retorno expressivamente maior em termos de audiência (curtidas gerais da página) e interatividade. Essa percepção endossa a exigência de que tratava Silva: interagir com o leitor não parece ser mais questão de escolha, é premissa para quem lida com jornalismo.

A questão que gostaríamos de iluminar, porém, circunscreve-se de maneira mais objetiva às notícias de saúde publicadas nas redes sociais. Seria prematuro fazer qualquer inferência sobre o que motiva o leitor a curtir, compartilhar ou comentar um post noticioso sobre saúde. Para isso, seriam necessários outros aportes conceituais e metodológicos que não caberiam neste estudo. Por outro lado, os dados numéricos nos dão pistas que poderão ser úteis a estudos qualitativos na área.

O primeiro ponto é que, tal como ocorre na sociedade contemporânea de modo geral, a medicalização é um fator a ser considerado tanto pelo fato de saúde ser um assunto que mereça destaque do jornal que o elege como tema a ser priorizado – não necessariamente aprofundado – entre tantos outros, quanto pelo padrão de interatividade que é capaz de suscitar. Explicando de outro modo: dos dois lados da tela e nos muitos pontos da rede há agentes midiáticos interessados no tema saúde. Lerner^{XXII} destaca que esse interesse decorre de uma crescente valorização das ações de autocuidado marcada pelo redimensionamento da subjetividade. Nesse sentido, é útil destacar que os posts que tiveram o maior nível de interatividade foram aqueles que de alguma maneira têm impacto, ainda que indireto, na vida dos sujeitos. E daí deriva uma segunda característica que marca nosso tempo: a ideia de risco.

De modo muito crítico e contumaz, Castiel, Guilam e Ferreira^{XXIII} observam que a emergência da noção de risco, um conceito que ganhou relevância diante das descobertas da epidemiologia, contribuiu para um panorama social no qual a responsabilidade pelo cuidado passa a ser cobrada do indivíduo, que deve se informar, em fontes confiáveis, a fim de adotar as melhores práticas para a manutenção de sua saúde. Dessa forma, os autores convocam para esse debate os meios de comunicação e seus agentes, que estimulam uma responsabilização que beira a culpabilização.

TATIANA CLÉBICAR E KÁTIA LERNER

Essa ideia parece fazer sentido se considerarmos que os três posts de saúde mais curtidos tratam de uma epidemia internacional e de um agravo, o câncer, cuja conceituação em *lato sensu* tornou-se tão corriqueira que dispensa qualquer contextualização técnica sobre a doença. É possível que um especialista em oncologia ou mesmo um leitor mais detalhista fizesse uma questão que poderia ser tomada como básica: de que câncer, entre as inúmeras neoplasias pesquisadas atualmente, se está falando? No primeiro caso, esse aspecto fica ainda mais evidente quando observamos que a publicação que motivou mais interação foi justamente a que a aproximou a doença do Brasil. Em relação ao estudo que associa o uso de aspirina ao câncer, a imagem de um blíster de um dos comprimidos mais populares no país pode ter gerado a identificação necessária para que os leitores vissem a necessidade de compartilhar esse risco que comungam.

Apesar de não nos determos nos comentários, o que poderia confirmar a anuência com este tipo de abordagem, é possível considerar que as inúmeras curtidas recebidas e compartilhamentos efetuados estejam em acordo com o que foi observado por Tiago Quiroga^{XXIV}, que percebeu no uso das novas tecnologias aspectos que, de certo modo, alinham-se com os modos de operar as antigas. Ele afirma:

Aqui os sujeitos se definem pela velocidade de responder prontamente sempre que orientados por um dado estímulo. Paisagem que aponta para uma crise de interioridade, crise de um sujeito que se pensa e é sempre resultado de sua ação em comunidade, constituído na ordem do tempo. Problemática que, enfim, envolve a questão da alteridade, uma vez que sob a égide de uma cultura centrada nos processos de autorreferencialidade, o que está em jogo, em última instância, é o esquecimento da experiência do outro, o que significa dizer do próprio fundamento da atividade jornalística (...)^{XXV}.

O que nos parece claro, a partir desse extrato, é que, apesar de o dispositivo comunicacional ser distinto, há algo conhecido e comum que atravessa a práxis jornalística qualquer que seja o meio. Ironicamente, os veículos, como *O Dia*, parecem desprezar justamente o que as redes sociais trazem como principal potencialidade. Isso não significa, contudo, que *O Globo* explore plenamente essas potencialidades, mas parece fazer um uso mais intenso, ao menos quantitativamente, do que a ferramenta tem a oferecer. Fica no ar a questão: em que medida a enxurrada de comentários não se assemelha à tradicional seção Cartas dos Leitores com espaço ilimitado? A reduzida interatividade nos moldes delimitados por Lévy, à qual já nos referimos anteriormente, não é exclusiva dos jornais de grande circulação. Sobreira^{XXVI}, ao estudar as práticas de comunicação do Ministério da Saúde durante a campanha de combate à dengue em 2011 e 2012 no ciberespaço, optou por chamar as ferramentas utilizadas de mídias digitais em vez de redes sociais on-line numa estratégia taxonômica para demonstrar que o uso efetivo das ferramentas não está dado.

Nesse sentido, a ideia de uma coexistência que tire partido da complementaridade que as diferenças entre o jornal impresso e suas possíveis identidades virtuais parece ser um caminho a ser explorado de modo especial pelos agentes do campo da Comunicação e Saúde. Do cenário que nos foi possível enxergar, acreditamos ser possível afirmar que “o velho e o novo coabitam nossas vidas durante algum tempo, com momentos de tensão e distensão. O jornal de papel convive com a televisão, o rádio e o informativo digital. As formas anteriores não morrem – aqui entendemos que elas estão *mutando*”^{XXVII}.

TATIANA CLÉBICAR E KÁTIA LERNER

Considerações finais

Ao acompanhar as postagens nos perfis institucionais no Facebook de dois jornais cariocas, constatamos que o tema saúde é um dos priorizados pelos administradores das fanpages e desperta o interesse dos internautas, que regularmente curtem, compartilham e comentam esses tópicos. Apesar de os dois veículos se comportarem de maneira muito diferente em relação à quantidade e frequência das publicações, o que se traduz por padrões de interatividade distintos, o tema saúde teve uma exposição proporcional nos dois casos. Essa constatação parece estar em consonância com trabalhos interdisciplinares que apontam para um processo de medicalização da sociedade, com todos os desdobramentos que esse fenômeno tem, incluindo a emergência da centralidade na saúde e da noção de risco.

Como limitação, o trabalho apresenta uma quantidade de material reduzida em função do tempo disponível para a pesquisa. Repetir o exercício em outros períodos com a mesma duração poderia ser uma estratégia para se validarem os resultados encontrados. De todo modo, parece ter como mérito ter conseguido desenhar uma estratégia para a observação sistemática desse objeto tão volátil que é o jornalismo nas redes sociais.

Se assumirmos a relevância do que esses dados nos indicam, um segundo passo seria estudar qualitativamente a relação que os administradores e os usuários dessa rede social estabelecem com os temas de saúde a partir dos assuntos que elegem para serem publicados em seus espaços e dos comentários que trocam sobre cada tópico, além dos sentidos sobre saúde construídos nesses espaços.

Como apontado por Lemire^{xxviii}, Silva^{xxix}, Quiroga^{xxx}, as relações entre jornalismo impresso e jornalismo digital estão em permanente diálogo e mutação.

Notas

^I Jornalista; mestranda do Programa de Pós-graduação em Informação e Comunicação em Saúde do Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde da Fundação Oswaldo Cruz (PPGICS/ICICT/FIOCRUZ).

^{II} Doutora em Sociologia e Antropologia (UFRJ), pesquisadora do Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde da Fundação Oswaldo Cruz (ICICT/FIOCRUZ) e coordenadora do Observatório Saúde na Mídia. Atualmente desenvolve pós-doutorado na ECO/UFRJ.

^{III} SCHWITZER, G. How do US journalists cover treatments, tests, products, and procedures? An evaluation of 500 stories. **Plos Med**, v. 5, n. 5, p.700-704, 27 maio 2008. E95. Disponível em: <<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2689661/pdf/pmed.0050095.pdf>>. Acesso em: 20 maio 2014.

^{IV} ROMEYER, Hélène (Org.). **La santé dans l'espace public**. Rennes Cedex: Presses de l'ehesp, 2010. 213 p.

^V LERNER, K. **Doença, mídia e subjetividade: algumas aproximações teóricas**. XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Manaus, 2013. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0555-1.pdf>>. Acesso em: 1 Jul 2014.

INTERATIVIDADE NAS FANPAGES DO FACEBOOK DE JORNAIS CARIOCAS: O CASO DAS
NOTÍCIAS DE SAÚDE

TATIANA CLÉBICAR E KÁTIA LERNER

^{VI} EYSENBACH, G. et al. Empirical studies assessing the quality of health information for consumers on the World Wide Web: a systematic review. **Journal Of The American Medical Association**, v. 287, n. 20, p.2691-2700, 22 maio 2008.

^{VII} GARBIN, H. ; PEREIRA NETO, A. F. ; GUILAM, M. C. R. . A internet, o *paciente expert* e a prática médica: uma análise bibliográfica. **Interface: Comunicação, Saúde e Educação**, v. 12, p. 579-588, 2008.

^{VIII} SOBREIRA, I. L. **Práticas de comunicação e saúde no ciberespaço**: uma análise a partir da campanha nacional de combate à dengue 2011/2012. 2013. 87 f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação em Informação e Comunicação em Saúde, Fiocruz, Rio de Janeiro, 2013. Disponível em: <[http://www.arca.fiocruz.br/bitstream/icict/7132/1/Isabel Levy.pdf](http://www.arca.fiocruz.br/bitstream/icict/7132/1/Isabel%20Levy.pdf)>. Acesso em: 20 ago. 2014

^{IX} LEMIRE M. L'appropriation de l'information de santé dans un contexte de transformation des modalités de diffusion et d'accès: une étude des usages grand public de l'Internet. In: Romeyer H. **La santé dans l'espace public**. Rennes Cedex: Presses de l'ehesp, 2010.

^X VASCONCELLOS-SILVA PR, CASTIEL LD, BAGRICHEVSKY M, GRIEP RH. As novas tecnologias da informação e o consumismo em saúde. **Cad. Saúde Pública**, v. 26, n. 8, ago. 2010, p.1473-1482. Disponível em:< http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-311X2010000800002&lng=en. >. Acesso em: 1 dez 2014.

^{XI} HINE C. **Virtual Ethnography**. Londres: Sage, 2000.

^{XII} RECUERO R. Adicionar um comentário: mecanismos de conversação em weblogs e fotologs brasileiros. **Revista brasileira de linguística Aplicada**, v. 9, n.1, dez. 2009, p. 151-175. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-63982009000100008&lng=en&tlng=pt. 10.1590/S1984-63982009000100008. Acesso em 20 ago. 2014.

^{XIII} AMARAL A, NATAL, G.M.G.; VIANA L. Apontamentos metodológicos iniciais sobre a netnografia no contexto pesquisa em comunicação digital e cibercultura. **Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Curitiba, 2009. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2611-1.pdf>. Acesso em 1 dez 2014.

^{XIV} FACEBOOK. **Criar uma página**. Disponível em: <<https://www.facebook.com/pages/create/>>. Acesso em: 20 ago. 2014.

^{XV} OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA. **Cargo de mídias sociais em alta**. 2011. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/cargo_de_editor_de_midias_sociais_em_alta>. Acesso em: 20 ago. 2014.

^{XVI} LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999. 250 p. Tradução de Carlos Irineu da Costa.

^{XVII} VARGAS, E. P. Saúde, razão prática e dimensão simbólica dos usos da internet: notas etnográficas sobre os sentidos da reprodução. **Saude e sociedade.**, São Paulo , v. 19, n. 1, mar. 2010 . Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-12902010000100011&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 20 ago. 2014.

^{XVIII} RAMOS, J.S.; PEREIRA NETO, A. F.; BAGRICHEVSKY, M. Cultura Identitária pró-anorexia: características de um estilo de vida em uma comunidade virtual. **Interface (Botucatu)**, Botucatu , v. 15, n. 37, June 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-32832011000200010&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 20 ago. 2014. Epub jun. 10, 2011. <http://dx.doi.org/10.1590/S1414-32832011005000018>.

^{XIX} SILVA, Luiz Martins da. Imprensa, discurso e interatividade. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell. **O jornal: Da forma ao sentido**. 3. ed. Brasília: Unb, 2012. Cap. 17. p. 341-358.

^{XX} SILVA, Luiz Martins da. Imprensa, discurso e interatividade. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell. **O jornal: Da forma ao sentido**. 3. ed. Brasília: Unb, 2012. Cap. 17. p. 341-358.

^{XXI} LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999. 250 p. Tradução de Carlos Irineu da Costa.

INTERATIVIDADE NAS FANPAGES DO FACEBOOK DE JORNAIS CARIOCAS: O CASO DAS
NOTÍCIAS DE SAÚDE

TATIANA CLÉBICAR E KÁTIA LERNER

- ^{XXII} LERNER, K. **Doença, mídia e subjetividade: algumas aproximações teóricas.** XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Manaus, 2013. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0555-1.pdf>>. Acesso em: 1 Jul 2014.
- ^{XXIII} CASTIEL, L.D.; GUILLAN, M.C. R.; FERREIRA, M. S. **Correndo riscos: uma introdução aos riscos em saúde.** Rio de Janeiro: Ed. Fiocruz, 2010.
- ^{XXIV} QUIROGA, Tiago. Prospecções ontológicas: notícia, acontecimento e o lugar do outro no jornalismo digital. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell. **O jornal: Da forma ao sentido.** 3. ed. Brasília: Unb, 2102. Cap. 19. p. 369-392.
- ^{XXV} QUIROGA, Tiago. Prospecções ontológicas: notícia, acontecimento e o lugar do outro no jornalismo digital. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell. **O jornal: Da forma ao sentido.** 3. ed. Brasília: Unb, 2102. Cap. 19. p. 369-392.
- ^{XXVI} SOBREIRA, I. L. **Práticas de comunicação e saúde no ciberespaço: uma análise a partir da campanha nacional de combate à dengue 2011/2012.** 2013. 87 f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação em Informação e Comunicação em Saúde, Fiocruz, Rio de Janeiro, 2013. Disponível em: <[http://www.arca.fiocruz.br/bitstream/icict/7132/1/Isabel Levy.pdf](http://www.arca.fiocruz.br/bitstream/icict/7132/1/Isabel%20Levy.pdf)>. Acesso em: 20 ago. 2014
- ^{XXVII} JORGE, Thaís de Mendonça. Três hipóteses sobre a mutação do relato noticioso. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell. **O jornal: Da forma ao sentido.** 3. ed. Brasília: Unb, 2012. Cap. 21. p. 411-428.
- ^{XXVIII} LEMIRE M. L'appropriation de l'information de santé dans un contexte de transformation des modalités de diffusion et d'accès: une étude des usages grand public de l'Internet. In: Romeyer H. **La santé dans l'espace public.** Rennes Cedex: Presses de l'ehesp, 2010.
- ^{XXIX} SILVA, Luiz Martins da. Imprensa, discurso e interatividade. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell. **O jornal: Da forma ao sentido.** 3. ed. Brasília: Unb, 2012. Cap. 17. p. 341-358.
- ^{XXX} QUIROGA, Tiago. Prospecções ontológicas: notícia, acontecimento e o lugar do outro no jornalismo digital. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell. **O jornal: Da forma ao sentido.** 3. ed. Brasília: Unb, 2102. Cap. 19. p. 369-392.

Referências bibliográficas

AMARAL A; NATAL, G.M.G.; VIANA L. Apontamentos metodológicos iniciais sobre a netnografia no contexto pesquisa em comunicação digital e cibercultura. **Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Curitiba, 2009. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2611-1.pdf>. Acesso em 1 dez 2014.

CASTIEL, L.D.; GUILLAN, M.C. R.; FERREIRA, M. S. **Correndo riscos: uma introdução aos riscos em saúde.** Rio de Janeiro: Ed. Fiocruz, 2010.

EYSENBACH, G et al. Empirical studies assessing the quality of health information for consumers on the World Wide Web: a systematic review. **Journal Of The American Medical Association**, v. 287, n. 20, p.2691-2700, 22 maio 2008.

FACEBOOK. **Criar uma página.** Disponível em: <<https://www.facebook.com/pages/create/>>. Acesso em: 20 ago. 2014.

INTERATIVIDADE NAS FANPAGES DO FACEBOOK DE JORNAIS CARIOCAS: O CASO DAS
NOTÍCIAS DE SAÚDE

TATIANA CLÉBICAR E KÁTIA LERNER

GARBIN, H. ; PEREIRA NETO, A. F. ; GUILAM, M. C. R. A internet, o *paciente expert* e a prática médica: uma análise bibliográfica. **Interface: Comunicação, Saúde e Educação**, v. 12, p. 579-588, 2008.

HINE C. **Virtual Ethnography**. Londres: Sage, 2000.

JORGE, Thaís de Mendonça. Três hipóteses sobre a mutação do relato noticioso. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell. **O jornal: Da forma ao sentido**. 3. ed. Brasília: Unb, 2012. Cap. 21. p. 411-428.

LEMIRE M. L'appropriation de l'information de santé dans un contexte de transformation des modalités de diffusion et d'accès: une étude des usages grand public de l'Internet. In: Romeyer H. **La santé dans l'espace public**. Rennes Cedex: Presses de l'ehesp, 2010.

LERNER, K. **Doença, mídia e subjetividade: algumas aproximações teóricas**. XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Manaus, 2013. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0555-1.pdf>>. Acesso em 1 Jul 2014.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999. 250 p.

OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA. **Cargo de mídias sociais em alta**. 2011. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/cargo_de_editor_de_midias_sociais_em_alta>. Acesso em: 20 ago. 2014.

QUIROGA, Tiago. Prospecções ontológicas: notícia, acontecimento e o lugar do outro no jornalismo digital. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell. **O jornal: Da forma ao sentido**. 3. ed. Brasília: Unb, 2102. Cap. 19. p. 369-392.

RAMOS, J.S.; PEREIRA NETO, A. F.; BAGRICHEVSKY, M. Cultura Identitária pró-anorexia: características de um estilo de vida em uma comunidade virtual. **Interface (Botucatu)**, Botucatu, v. 15, n. 37, June 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-32832011000200010&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 20 ago. 2014. Epub jun. 10, 2011. <http://dx.doi.org/10.1590/S1414-32832011005000018>.

RECUERO R. Adicionar um comentário: mecanismos de conversação em weblogs e fotologs brasileiros. **Revista brasileira de linguística Aplicada**, v. 9, n.1, dez. 2009, p. 151-175. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-63982009000100008&lng=en&tlng=pt. 10.1590/S1984-63982009000100008. Acesso em 20 ago. 2014.

INTERATIVIDADE NAS FANPAGES DO FACEBOOK DE JORNAIS CARIOCAS: O CASO DAS
NOTÍCIAS DE SAÚDE

TATIANA CLÉBICAR E KÁTIA LERNER

ROMEYER, H. (Org.). **La santé dans l'espace public**. Rennes Cedex: Presses de l'Ehesp, 2010. 213 p.

SOBREIRA, I. L. **Práticas de comunicação e saúde no ciberespaço**: uma análise a partir da campanha nacional de combate à dengue 2011/2012. 2013. 87 f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação em Informação e Comunicação em Saúde, Fiocruz, Rio de Janeiro, 2013. Disponível em: <http://www.arca.fiocruz.br/bitstream/icict/7132/1/Isabel_Levy.pdf>. Acesso em: 20 ago. 2014

SCHWITZER, G. How do US journalists cover treatments, tests, products, and procedures? An evaluation of 500 stories. **Plos Med**, v. 5, n. 5, p.700-704, 27 maio 2008. E95. Disponível em: <<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2689661/pdf/pmed.0050095.pdf>>. Acesso em: 20 maio 2014.

SILVA, Luiz Martins da. Imprensa, discurso e interatividade. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell. **O jornal**: Da forma ao sentido. 3. ed. Brasília: Unb, 2012. Cap. 17. p. 341-358.

VARGAS, E. P. Saúde, razão prática e dimensão simbólica dos usos da internet: notas etnográficas sobre os sentidos da reprodução. **Saude e sociedade**. São Paulo, v. 19, n. 1, mar. 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-12902010000100011&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 20 ago. 2014. <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-12902010000100011>.

VASCONCELLOS-SILVA P.R., CASTIEL L.D., BAGRICHEVSKY M., GRIEP R.H. As novas tecnologias da informação e o consumismo em saúde. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 26, n. 8, ago. 2010, p.1473-1482. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-311X2010000800002&lng=en>. Acesso em: 1 dez 2014.