

Comunicação Pública

Vol.15 nº 29 | 2020
Número com dossiê temático

Posicionamento digital das Unidades de Saúde Pública em Portugal Continental em 2019

Digital positioning of Public Health Units in Continental Portugal in 2019

Duarte Vital Brito* e Andreia Garcia**



Edição electrónica

URL: <http://journals.openedition.org/cp/11297>
ISSN: 2183-2269

Editora

Escola Superior de Comunicação Social

Edição impressa

ISBN: 2183-2269
ISSN: 16461479

Este documento foi criado de forma automática no dia 14 dezembro 2020.

Posicionamento digital das Unidades de Saúde Pública em Portugal Continental em 2019

Digital positioning of Public Health Units in Continental Portugal in 2019

Duarte Vital Brito* e Andreia Garcia**

NOTA DO EDITOR

Recebido: 14 de julho de 2020

Aceite para publicação: 8 de outubro de 2020

NOTA DO AUTOR

*Médico interno de formação específica em Saúde Pública. Responsável pela comunicação em diversos projetos e eventos na área da saúde. Pós-graduação em visualização de informação (ISCTE e Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa) e comunicação em saúde pública (Faculdade de Ciências Humanas – Universidade Católica Portuguesa).

**Licenciada em Comunicação Empresarial pela Escola Superior de Comunicação Social (ESCS) do Instituto Politécnico de Lisboa (IPL). Mestre em Comunicação em Saúde pela Faculdade de Medicina da Universidade de Lisboa. Doutoranda em Ciências da Comunicação pelo ISCTE-IUL. É Professora Adjunta Convidada na ESCS-IPL. Trabalha, há mais de 15 anos, em agências de comunicação como consultora especialista no setor da saúde. É fundadora e diretora-geral da empresa Miligrama Comunicação em Saúde.

AGRADECIMENTOS

Os investigadores agradecem à Prof. Doutora Mafalda Eiró-Gomes a orientação conceptual e a partilha de conhecimento.

Introdução

- 1 A comunicação pode ser definida como um processo simbólico de troca de mensagens, entre pelo menos duas pessoas (Seitel, 2017). No contexto da saúde, a sua noção engloba as estratégias que permitam informar e influenciar as decisões: “Communication, as it relates to health, encompasses the study and use of communication strategies to inform and influence decisions that enhance health” (Mancuso, 2008, p. 250).
- 2 A comunicação para a saúde pública inclui no âmbito da sua atuação a prevenção de doenças e a promoção da saúde. Pode ser descrita como Bernhardt (2004) sugere:
Public health communication is the scientific development, strategic dissemination, and critical evaluation of relevant, accurate, accessible, and understandable health information communicated to and from intended audiences to advance the health of the public (p. 2051).
- 3 Para este autor, a comunicação tem sido utilizada, em saúde pública, como um canal de disseminação de informação dirigido à sociedade, no sentido de proporcionar uma mudança no que toca à saúde da população.
- 4 Nos últimos anos, assistiu-se a um crescimento do interesse pela Internet enquanto plataforma para desenvolver intervenções de saúde pública, principalmente pelo seu potencial de disseminação para grandes populações a um custo muito reduzido (Bennet & Glasgow, 2009; Rychetnik et al., 2004; Strecher, 2007). Os utilizadores de Internet podem considerar os programas de intervenção em saúde pública mais atrativos através dos meios *online*, pela conveniência, disponibilidade, anonimato, expectativa de resultados positivos, utilização prévia de meios digitais e noção de autoeficácia (Mead, Varnam, Rogers, & Roland, 2003; Strecher, 2007).
- 5 Simultaneamente emergiram as redes sociais, como o Facebook®, enquanto plataforma para divulgar mensagens de saúde (Abramson, Keefe, & Chou, 2015). De acordo com os dados do relatório Hootsuite 2020, existem mais de 4,5 mil milhões de utilizadores de Internet e 3,8 mil milhões de utilizadores de redes sociais. Em Portugal, em janeiro de 2020, existiam 8,52 milhões de utilizadores da internet, um crescimento de 3% face ao ano anterior. Já nas redes sociais, Portugal regista sete milhões de utilizadores, um crescimento de 6,6%, entre abril de 2019 e janeiro de 2020. O Facebook® é uma das plataformas de comunicação mais populares (Fuchs, 2017).
- 6 As redes sociais têm demonstrado ser um canal de comunicação eficaz para promover a saúde, nomeadamente na vacinação (Glanz et al., 2017), na cessação tabágica (Ramo, Thrul, Chavez, Delucchi, & Prochaska, 2015) e no VIH-SIDA (Cao et al., 2017).
- 7 Até à data, é desconhecida a utilização dos meios *online* enquanto canais de comunicação por parte das Unidades de Saúde Pública (USP), serviços públicos integrados nos Agrupamentos de Centros de Saúde, na rede de cuidados de saúde primários, com a responsabilidade da gestão de programas de intervenção no âmbito da prevenção, promoção e proteção da saúde da população.
- 8 Este trabalho pretende identificar e analisar a presença *online* das USP, em Portugal Continental, em outubro de 2019, nomeadamente a utilização de *websites* e redes sociais, como o Facebook.

1. Unidades de Saúde Pública e os Espaços de Comunicação *Online*

- 9 A saúde pública é uma especialidade médica que tem como foco a promoção da saúde e a prevenção da doença. De acordo com o Colégio de Saúde Pública da Ordem dos Médicos, esta especialidade é responsável pelo “diagnóstico, prognóstico e intervenção populacional” (2013, p. 9).
- 10 Em Portugal, compete às Unidades de Saúde Pública (USP) “gerir programas de intervenção no âmbito da prevenção, promoção e proteção da saúde da população em geral ou de grupos específicos” (Decreto-Lei n.º 137-2013). Atualmente existem 55 Unidades de Saúde Pública em Portugal Continental.
- 11 A comunicação para a saúde é uma das dez Operações Essenciais de Saúde Pública (EPHO – Essential Public Health Operations) definidas pela Organização Mundial da Saúde. Esta área de intervenção está centrada na melhoria da literacia em saúde das populações, entendida, neste artigo, como:
 - o conjunto de crenças e conhecimentos sobre as diferentes doenças que permitem o seu reconhecimento e prevenção ao nível comunitário, mas também como a capacidade que temos de individualmente compreendermos e agirmos de acordo com as propostas e prescrições dos agentes de saúde – da nossa população. (Eiró-Gomes & Atouguia, 2012, p. 107)
- 12 A literacia em saúde é, assim, um conceito mais abrangente do que a “noção de literacia” relacionada, muitas vezes, com as habilidades mais elementares, como a leitura e o cálculo. É uma ferramenta crucial, se não mesmo a base que sustenta a participação plena das populações nas decisões de saúde (Norman & Skinner, 2006).
- 13 Eiró-Gomes e Atouguia (2012) destacam ainda que a literacia em saúde contribui para a obtenção de informação e conhecimento, que os autores consideram sinónimo de “poder”, ou seja:
 - poder para prevenir a doença, poder para procurar apoios, poder para esclarecer dúvidas, poder para ter ao seu dispor as ferramentas necessárias para o início de um processo de mudança. Se não houver conhecimento e, mais do que isso, se não houver um elevado nível de literacia em saúde, a população (ou o indivíduo enquanto cidadão autónomo) não saberá como prevenir -se de uma doença, como apoiar o seu tratamento, como procurar que apoios e ajudas estão disponíveis, entre outros aspetos (p. 107).
- 14 Desta forma, a melhoria contínua da literacia em saúde, através da comunicação para a saúde pública, pode conduzir a população, capacitada, em torno de uma mudança no âmbito dos conhecimentos, das atitudes e dos comportamentos (Schiavo, 2014) em diferentes áreas, como a alimentação saudável: “Public health communication about healthy living reinforces the assumption that it is a civic duty to engage in health and fitness regimes, eat and drink healthily, avoid risky behaviors, and selfmonitor for signs of potential illness” (Spoel, 2014, p. 566).
- 15 Josephine Mancuso (2008) coloca a capacidade, a compreensão e a comunicação como atributos para a obtenção de literacia em saúde, um processo que, para a autora, evolui ao longo da vida. Defende que, apesar da comunicação entre o profissional de saúde e o doente ser um aspeto essencial, existem outras formas de comunicação que devem ser contempladas, como a televisão ou a internet.

- 16 O crescimento de utilizadores da internet e, em especial, das redes sociais levou instituições do setor da saúde a utilizar estes “espaços” de comunicação para se aproximarem da população (Thomas, 2006), principalmente pela sua capacidade de disponibilizar os meios para a capacitação da população: “The potential for online health information to educate patients about the prevention and treatment of disease is tremendous. A well-informed patient is equipped to play an active role in healthcare decisions and benefit by full participation in encounters with healthcare professionals.” (Lewieki, Rudolph, Kiebzak, Chavez, & Thorpe, 2006, p. 741).
- 17 Na literatura sobre este tema, está descrito que a internet e as redes sociais podem aumentar o número de pessoas alcançadas e a eficiência dos serviços de saúde pública (Capurro et al., 2014), a uma velocidade mais rápida e sem limitações geográficas (McNab, 2009).
- 18 Face a esta importância dos meios digitais na promoção da mudança em saúde, é fundamental que estes não sejam negligenciados pelas Unidades de Saúde Públicas. Tal como reforça Apker (2012): “Use of technology provides public health organizations with new opportunities to promote participation and inclusion in health issues within remote locales and/or medically underserved populations” (p. 233).
- 19 No entanto, a internet continua a apresentar diversas limitações, como a fraca qualidade e desorganização dos conteúdos (Cline & Haynes, 2001), e as redes sociais são utilizadas habitualmente apenas como um instrumento para disseminar informação, sem ter em conta qualquer interação com (entre) os seus utilizadores (Thackeray, Neiger, Smith, & Van Wagenen, 2012).
- 20 Kent (2013) recomenda que as instituições devem ter em consideração os seguintes fatores para transformarem os “novos” canais de comunicação tecnológicos num espaço de diálogo:
1. When we construct social spaces for individuals and publics, what we should talk about is what stakeholders and publics want to talk about. Serving the interests of our stakeholders actually serves our own interests.
 2. Social media needs to be genuinely social, or not at all. When all public relations professionals can envision for social media is social marketing, we have missed our calling.
 3. Public spaces and collective decision-making need to be revived. The best decisions are challenged, and are made through consultation with outsiders and experts.
 4. Taking the time to become more widely informed and acting as organizational counsels rather than corporate Tweeters should be a priority.
 5. The focus of communication professionals needs to be on the long-term and not the short term (pp. 342-343).
- 21 Até à data, não são do nosso conhecimento estudos que analisem a presença das Unidades de Saúde Pública no meio *online*, pelo que não é possível caracterizar a sua intervenção quer no que toca à presença com página institucional na internet, quer no que toca à presença com página institucional no Facebook.

2. Material e Métodos

- 22 Este estudo insere-se num paradigma de investigação pragmatista que representa a visão do mundo dos investigadores (Creswell, 2009). Considera-se este estudo exploratório, dado não conhecermos até ao momento nenhuma pesquisa que aborde a

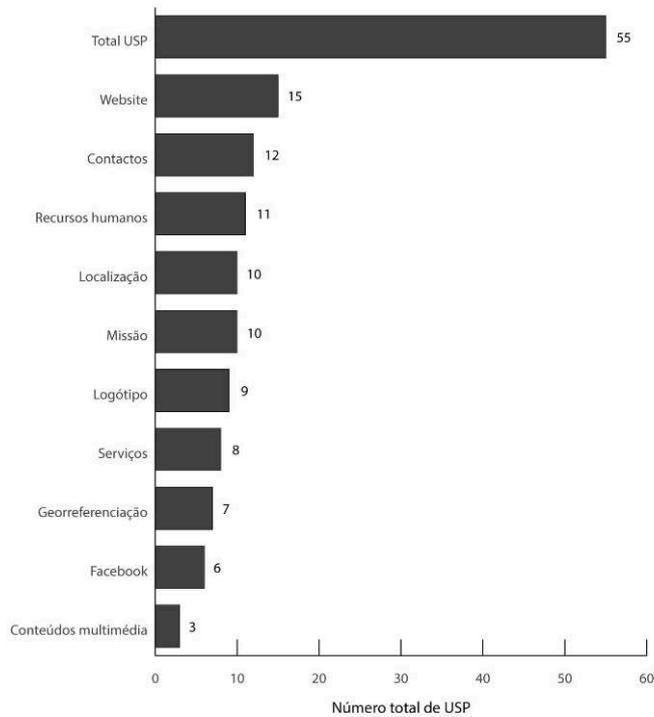
mesma temática, e descritivo, uma vez que se pretende caracterizar a presença das Unidades de Saúde Pública na maior rede social em Portugal, o Facebook (Hootsuite, 2020). Foi privilegiado o método de investigação quantitativo, que visa, sobretudo, “explicar e prever um fenómeno pela medida das variáveis e pela análise de dados numéricos” (Fortin, Côté, & Fillion, 2009, p. 27).

- 23 A recolha de dados foi efetuada através de pesquisa no motor de busca Google® e na rede social Facebook® pelo nome de todas as USP existentes em Portugal Continental (n=55). Esta pesquisa foi realizada, no mês de outubro de 2019, por dois computadores e duas contas de Facebook distintas, uma vez que, tanto no Google® como no Facebook®, as pesquisas de informação são adaptadas consoante pesquisas anteriores.
- 24 O nome de cada USP foi obtido através da listagem existente de ACeS e Unidades Locais de Saúde (ULS) disponível na área institucional do Portal do Serviço Nacional de Saúde.
- 25 A pesquisa foi efetuada pelo nome da USP (quando disponível) ou pelo nome do ACeS, precedido do texto “USP” ou “Unidade de Saúde Pública”. Foram recolhidos dados para a caracterização geral dos *websites*, nomeadamente: presença de logótipo da unidade; identificação do propósito do *website*/unidade; informações de contacto, localização, equipa de profissionais, serviços prestados, fase de acreditação, existência de elementos multimédia como vídeos e áudios, verificação da acessibilidade. Os *websites* foram ainda analisados de acordo com a posição indexada em motor de busca e presença de georreferenciação em Google Maps®. Não foram consideradas páginas padronizadas dos ACeS, que apenas continham uma apresentação da unidade funcional e contactos. Os dados recolhidos referentes à rede social Facebook® incluíram a presença de uma página própria na rede social e o registo de publicações efetuadas. Foram excluídos da pesquisa perfis pessoais criados em nome da USP.
- 26 Foi realizada uma análise univariada simples dos vários campos de caracterização de *websites* e redes sociais das USP, durante o mês de outubro de 2019, sendo os resultados apresentados através de frequências absolutas e relativas.

3. Resultados

- 27 Entre as 55 USP analisadas, apenas em 15 (27,3%) foram identificados *websites* específicos, estando oito destes integrados em *websites* de ACeS/ULS. Quanto à informação disponibilizada nos *websites*: nove unidades apresentam logótipo (60%); 10 têm disponível o seu propósito ou o do *website* (66,7%); 12 (80%) têm contactos, 10 (66,7%) têm a localização, 11 (73,3%) apresentam os seus recursos humanos; oito (53,3%) referem que serviços prestavam; três (20%) disponibilizam vídeos ou conteúdos áudio e apenas uma menciona questões relacionadas com a acessibilidade. Observa-se também que apenas sete USP (12,7%) apresentam resultados pesquisáveis através da aplicação Google Maps®.

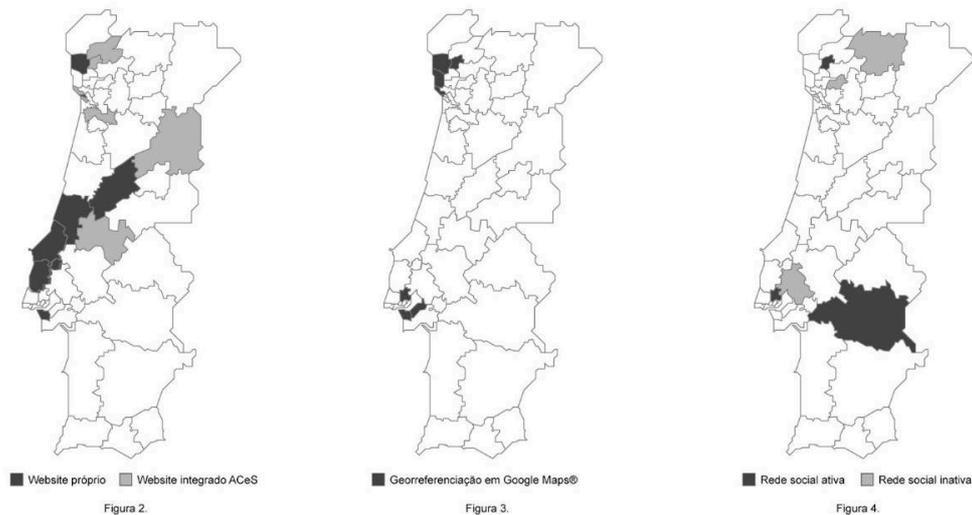
Figura 1: Análise univariada de características identificadas relativamente a *websites*, redes sociais e georreferenciação dos meios *online* das USP, em Portugal Continental



Fonte: Elaboração dos autores

- 28 Três unidades (5,4%) têm página na rede social Facebook® ativa (com publicações datadas de 2019), mas apenas uma regista atividade todos os meses. Apenas uma USP tem, simultaneamente, conta nas redes sociais e *website*. As duas USP acreditadas apresentam *website*, sem presença nas redes sociais.

Figura 2, 3 e 4: Distribuição geográfica de USP com *website*, georreferenciação em Google Maps® e presença na rede social Facebook®, em Portugal Continental



Fonte: Elaboração dos autores

4. Discussão

- 29 A comunicação, quando devidamente integrada nas intervenções de saúde pública, pode contribuir para a capacitação da população ao melhorar os níveis de literacia para a saúde (Schiavo, 2014). Neste estudo pretendeu-se reproduzir a procura de informação realizada pela população, não tendo sido contactadas diretamente quaisquer unidades funcionais. Como tal, poderão existir canais de comunicação não identificados neste estudo que tenham sido elaborados pelas USP.
- 30 A internet e as redes sociais revolucionaram o processo de comunicação para a saúde, sendo canais de fácil acesso e de baixo custo que alcançam rapidamente um grande número de pessoas ou grupos específicos de risco, por exemplo. Podem apresentar também limitações na qualidade da informação disponível e na sua precisão (Moorhead et al., 2013; Patel & Jermacane, 2015), enquanto, por outro lado, não apresentam a identificação dos autores (Vance, Howe, & Dellavalle, 2009), pelo que é importante assegurar, no meio *online*, a presença de fontes de informação credíveis e atualizadas que possam proporcionar aos utentes mensagens, no sentido de promoverem a saúde e prevenirem a doença. Apesar da evolução das redes sociais, os *websites* continuam a ser instrumentos de comunicação relevantes (Taylor, Kent, & Xiong, 2019). As USP, devidamente apoiadas pelo nível regional e nacional, poderão ser um parceiro ativo responsável pela liderança na utilização destes canais de comunicação.
- 31 Apesar de não terem sido identificadas razões para a reduzida utilização de meios *online* pelas USP, esta poderá dever-se à ausência de capacidade técnica ou recursos humanos suficientes, falta de tempo e/ou priorização de tarefas de comunicação para a saúde ou estratégias de comunicação definidas por um nível hierárquico superior.
- 32 Contudo, a utilização de intervenções baseadas em meios de comunicação *online* pode facilitar a disseminação de evidência científica e programas de intervenção, num período inferior às intervenções tradicionais (De Angelis et al., 2018), sem restrições relacionadas com a distância (Thackeray et al., 2012).
- 33 A reduzida evidência científica produzida sobre a utilização de meios *online* para a promoção da saúde pública em Portugal e os resultados comprovados da sua eficácia demonstram que esta é uma área que requer investimento na sua investigação e intervenção.
- 34 No futuro, para assegurar uma presença eficaz no meio *online*, as Unidades de Saúde Pública devem recorrer a boas práticas de comunicação, algumas das quais já se encontram descritas na bibliografia da especialidade médica publicada há mais de duas décadas (Winker et al., 2000; Eysenbach & Diepgen, 1998).
- 35 Mais recentemente, o *Centers for Disease Control and Prevention* publicou dois manuais com recomendações práticas para apoiar o planeamento, o desenvolvimento e a implementação de atividades nas redes sociais (CDC, 2011, 2012). No Canadá, foi disponibilizado um guia específico para as Unidades de Saúde Pública (Davies et al., 2014).
- 36 Muitas sociedades científicas divulgaram, nos últimos anos, boas práticas para a utilização das redes sociais (Ventola, 2014). Em 2020, a **Australian Medical Association** publicou um guia com recomendações sobre o uso das redes sociais, dirigido especificamente a médicos e estudantes de medicina.¹

- 37 Até à data, não é do conhecimento dos investigadores a existência de diretrizes nacionais para a utilização de *websites* ou de redes sociais pelas Unidades de Saúde Pública, ou por qualquer outra instituição de saúde. Considera-se pertinente, também, equacionar a possibilidade de existirem sítios *online* para cada Unidade de Saúde Pública que agreguem a informação relevante para profissionais e utentes, apresentando a mesma linha gráfica, formato e tipologia de conteúdos.

Conclusão

- 38 A presença das USP nos canais de comunicação *online*, quer através de *websites* próprios, quer através de georreferenciação, quer através de redes sociais, é bastante reduzida. Este resultado está em linha com estudos anteriores realizados a instituições dos cuidados de saúde primários (Garcia & Eiró-Gomes, 2020).
- 39 A comunicação é uma função crítica para as USP, pelo seu potencial no cumprimento da missão destas instituições de saúde, nomeadamente na prevenção da doença e na promoção e proteção da saúde das populações. As redes sociais e os *websites* são uma forma efetiva de envolver a comunidade e estabelecer parcerias que visem responder a problemas de saúde pública, informar diversos grupos-alvo, disseminar programas de intervenção e promover políticas de saúde pública (Patel & Jermacane, 2015; Vance, Howe & Dellavalle, 2009).
- 40 Os benefícios e a limitação da utilização dos meios de comunicação *online* estão descritos na bibliografia da especialidade. Seria negligente não reconhecer as suas potencialidades para a comunicação para a saúde e assegurar que esses canais não são prejudiciais para a população (Abroms, 2019).
- 41 Considera-se importante compreender os motivos dessa ausência e capacitar estas unidades de recursos humanos, materiais e financeiros que permitam uma adequada utilização destes canais de comunicação *online*, investindo na formação contínua dos profissionais responsáveis pela sua gestão.

BIBLIOGRAFIA

- Abramson, K., Keefe, B., & Chou, W. Y. S. (2015). Communicating about cancer through Facebook: A qualitative analysis of a breast cancer awareness page. *Journal of Health Communication*, 20(2), 237-243. doi: <https://doi.org/10.1080/10810730.2014.927034>
- Abroms, L. C. (2019). Public health in the era of social media. *American Journal of Public Health*, 109, S130-S131. doi: <https://doi.org/10.2105/AJPH.2018.304947>
- Apker, J. (2012). *Communication in health organizations*. Cambridge: Polity Press.
- Bernhardt, J. M. (2004). Communication at the core of effective public health. *American Journal of Public Health*, 94(12), 2051-2053. doi: <https://doi.org/10.2105/ajph.94.12.2051>

- Bennett, G. G., & Glasgow, R. E. (2009). The delivery of public health interventions via the Internet: Actualizing their potential. *Annual Review of Public Health, 30*, 273-292. doi: <https://doi.org/10.1146/annurev.publhealth.031308.100235>
- Cao, B., Gupta, S., Wang, J., Hightow-Weidman, L. B., Muessig, K. E., Tang, W., Pan, S., Pendse, R., & Tucker, J. D. (2017). Social media interventions to promote HIV testing, linkage, adherence, and retention: Systematic review and meta-analysis. *Journal of Medical Internet Research, 19*(11), e394. doi: <https://doi.org/10.2196/jmir.7997>
- Capurro, D., Cole, K., Echavarría, M. I., Joe, J., Neogi, T., & Turner, A. M. (2014). The use of social networking sites for public health practice and research: A systematic review. *Journal of Medical Internet Research, 16*(3), e79. doi: <https://doi.org/10.2196/jmir.2679>
- Centers for Disease Control and Prevention (CDC) (2011). *The health communicator's social media toolkit*. Atlanta: U.S. Department of Health and Human Services. Disponível em: https://www.cdc.gov/healthcommunication/ToolsTemplates/SocialMediaToolkit_BM.pdf
- Centers for Disease Control and Prevention (CDC) (2012). *Guide to writing for social media*. Atlanta: U.S. Department of Health and Human Services Disponível em: <https://www.cdc.gov/socialmedia/tools/guidelines/pdf/GuidetoWritingforSocialMedia.pdf>
- Cline, R. J., & Haynes, K. M. (2001). Consumer health information seeking on the Internet: The state of the art. *Health Education Research, 16*(6), 671-692. doi: <https://doi.org/10.1093/her/16.6.671>
- Creswell, J. (2009). *Research design - qualitative, quantitative and mixed methods approaches* (3ª ed.). London: Sage.
- Davies, J., Dhaliwal, M., Brankley, L., McColl, K., Mai, D., & Williams, M. (2014). *Social media toolkit for Ontario public health units*. Guelph: Wellington-Dufferin-Guelph Public Health. Disponível em: <https://www.publichealthontario.ca/-/media/documents/L/2014/lhcp-social-media-toolkit.pdf?la=en>
- De Angelis, G., Wells, G. A., Davies, B., King, J., Shallwani, S. M., McEwan, J., ...& Brosseau, L. (2018). The use of social media among health professionals to facilitate chronic disease self-management with their patients: A systematic review. *Digital Health, 4*, 1-13 doi: <https://doi.org/10.1177/2055207618771416>
- Decreto-Lei n.º 137-2013, de 7 de Outubro de 2013. Disponível em: <https://dre.pt/home/-/dre/500071/details/maximized>
- Eiró-Gomes, M., & Atouguia, J. (2012). Consulta do Viajante, ou onde a Comunicação para a saúde se encontra com a comunicação “na” saúde. *Anais do Instituto de Higiene e Medicina Tropical, 11*, 106-109.
- Eysenbach, G., & Diepgen, T. L. (1998). Towards quality management of medical information on the internet: evaluation, labelling, and filtering of information. *BMJ (Clinical research ed.)*, 317(7171), 1496-1500. doi: <https://doi.org/10.1136/bmj.317.7171.1496>
- Fortin, M. F., Côté, J., & Filion, F. (2009). *Fundamentos e etapas do processo de investigação*. Loures: Lusodidacta
- Fuchs, C. (2017). *Social media: A critical introduction*. London: Sage.
- Garcia, A., & Eiró-Gomes, M. (2020). O papel da comunicação: A utilização das redes sociais nos cuidados de saúde primários. *Comunicação E Sociedade, 197-217*. doi: [https://doi.org/10.17231/comsoc.0\(2020\).2747](https://doi.org/10.17231/comsoc.0(2020).2747)

- Glanz, J. M., Wagner, N. M., Narwaney, K. J., Kraus, C. R., Shoup, J. A., Xu, S., ... & Daley, M. F. (2017). Web-based social media intervention to increase vaccine acceptance: a randomized controlled trial. *Pediatrics*, 140(6), e20171117. doi: <https://doi.org/10.1542/peds.2017-1117>
- Gold, J., Pedrana, A. E., Sacks-Davis, R., Hellard, M. E., Chang, S., Howard, S., ... & Stooze, M. A. (2011). A systematic examination of the use of online social networking sites for sexual health promotion. *BMC Public Health*, 11(1), 583. doi: <https://doi.org/10.1186/1471-2458-11-583>
- Kent, M. L. (2013). Using social media dialogically: Public relations role in reviving democracy. *Public Relations Review*, 39, 337-345. doi: <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2013.07.024>
- Kemp, S. (2020). *Digital 2020: Portugal. 2020*. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-portugal>
<https://datareportal.com/about>
- Lewicki, E., Rudolph, L., Kiebzak, G., Chavez, J., & Thorpe, B. (2006). Assessment of osteoporosis-website quality. *Osteoporosis International*, 17(5), 741-752. doi: <https://doi.org/10.1007/s00198-005-0042-5>
- Mancuso, J. M. (2008). Health literacy: A concept/dimensional analysis. *Nursing & Health Sciences*, 10(3), 248-255. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1442-2018.2008.00394.x>
- McNab, C. (2009). *What social media offers to health professionals and citizens*. Disponível em: <http://www.who.int/bulletin/volumes/87/8/09-066712/en/index.html>
- Mead, N., Varnam, R., Rogers, A., & Roland, M. (2003). What predicts patients' interest in the Internet as a health resource in primary care in England?. *Journal of Health Services Research & Policy*, 8(1), 33-39. doi: <https://doi.org/10.1177/135581960300800108>
- 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. *Journal of Medical Internet Research*, 15(4), e85. doi: <https://doi.org/10.2196/jmir.1933>
- Norman, C. D., & Skinner, H. A. (2006). eHealth literacy: Essential skills for consumer health in a networked world. *Journal of Medical Internet Research*, 8(2), e9. doi: <https://doi.org/10.2196/jmir.8.2.e9>
- Ordem dos Médicos (2013). *Competências essenciais ao exercício do médico especialista em saúde pública*. Disponível em: <https://ordemdosmedicos.pt/wp-content/uploads/2017/09/Compete%CC%82ncias-Essenciais-ao-Exerci%CC%81cio-do-Me%CC%81dico-Especialista-em-Sau%CC%81de-Pu%CC%81blica.pdf>
- Patel, D., & Jermacane, D. (2015). Social media in travel medicine: A review. *Travel Medicine and Infectious Disease*, 13, 135-142. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tmaid.2015.03.006>
- Ramo, D. E., Thrul, J., Chavez, K., Delucchi, K. L., & Prochaska, J. J. (2015). Feasibility and quit rates of the tobacco status project: A Facebook smoking cessation intervention for young adults. *Journal of Medical Internet Research*, 17(12), e291. doi: <https://doi.org/10.2196/jmir.5209>
- Rychetnik, L., Hawe, P., Waters, E., Barratt, A., & Frommer, M. (2004). A glossary for evidence based public health. *Journal of Epidemiology & Community Health*, 58 (7), 538-545. doi: <http://dx.doi.org/10.1136/jech.2003.011585>
- Schiavo, R. (2014). *Health communication: From theory to practice* (2ª ed.). São Francisco: Jossey Bass.
- Seitel, F. (2017). *The practice of public relations* (13ª ed.). Harlow: Pearson Education.

- Spoel, P. (2014). Health citizenship. In T.L. Thompson (ed.), *Encyclopedia of health communication* (pp. 565–567). Thousand Oaks: SAGE.
- Strecher, V. (2007). Internet methods for delivering behavioral and health-related interventions (eHealth). *Annual Review of Clinical Psychology*, 3, 53-76. doi: <http://dx.doi.org/10.1146/annurev.clinpsy.3.022806.091428>
- Thackeray, R., Neiger, B. L., Smith, A. K., & Van Wagenen, S. B. (2012). Adoption and use of social media among public health departments. *BMC Public Health*, 12(1), 1-6. doi: <https://doi.org/10.1186/1471-2458-12-242>.
- Thomas, R. K. (2006). *Health communication*. Boston: Springer Science & Business Media.
- Taylor, M., Kent, M., & Xiong, Y. (2019). Dialogue and organization – Public relationships. In B.R. Brunner (ed.), *Public relations theory: Application and understanding* (pp. 79-96). Hoboken: John Wiley & Sons.
- Vance, K., Howe, W., & Dellavalle, R. P. (2009). Social internet sites as a source of public health information. *Dermatologic Clinics*, 27(2), 133-136. doi: 10.1016/j.det.2008.11.010
- Ventola, C. L. (2014). Social media and health care professionals: Benefits, risks, and best practices. *P & T: a peer-reviewed journal for formulary management*, 39(7), 491-520.
- Viswanath, K. (2008). Health communication. In W. Donsbach (ed.) *The international encyclopedia of communication* (pp. 2073-2087). Malden: Blackwell Publishing.
- Winker, M. A., Flanagan, A., Chi-Lum, B., White, J., Andrews, K., Kennett, R. L., ... & Musacchio, R. A. (2000). Guidelines for medical and health information sites on the internet: principles governing AMA web sites. *American Medical Association. JAMA*, 283(12), 1600–1606. doi: <https://doi.org/10.1001/jama.283.12.1600>

NOTAS

1. <https://ama.com.au/article/social-media-and-medical-profession>

RESUMOS

O crescimento de utilizadores da Internet e das redes sociais obrigou muitas instituições do setor da saúde a utilizar estes canais de comunicação para uma aproximação aos doentes. Em Portugal, é responsabilidade das Unidades de Saúde Pública (USP), unidades funcionais dos Agrupamentos de Centros de Saúde, a gestão de programas de intervenção no âmbito da prevenção, promoção e proteção da saúde da população. Com este trabalho pretendeu-se identificar e analisar a presença *online* das USP, em Portugal Continental, nomeadamente a utilização de *websites* e redes sociais, como o Facebook, para o cumprimento das suas responsabilidades. Entre as 55 Unidades de Saúde Públicas analisadas, apenas em 15 (27,3%) foram identificados *websites* específicos, e em apenas três (5,4%) se observou a presença no Facebook.

The growth of Internet and social networks' users has forced many healthcare institutions to use these channels of communication to reach out to patients. In Portugal, it is the responsibility of the Public Health Units (USP), functional units of the Healthcare Centre Groups, to manage intervention programmes within the scope of prevention, promotion and protection of the population's health. This work aimed to identify and analyse the online presence of USP in mainland Portugal, namely the use of websites and social networks, such as Facebook, to fulfil their responsibilities. Among the 55 Public Health Units analysed, only in 15 (27.3%) specific websites were identified, and in only three (5.4%) was there a presence on Facebook.

ÍNDICE

Palavras-chave: saúde pública, comunicação, redes sociais, facebook

Keywords: public health, communication, social networks sites, facebook

AUTORES

DUARTE VITAL BRITO*

Unidade de Saúde Pública ACeS Lisboa Central

Rua de São Ciro, n.36

1200-830 - Lisboa

iferreira@escs.ipl.pt

ANDREIA GARCIA**

Escola Superior de Comunicação Social

Instituto Politécnico de Lisboa

Campus de Benfica do IPL

1549-014, Lisboa

agarcia@escs-ipl.pt