

XVIII ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB 2017

GT-3 – Mediação, Circulação e Apropriação da Informação

PROPRIEDADES DO COMPARTILHAMENTO DA INFORMAÇÃO EM GRUPOS DE APOIO SOCIAL NO FACEBOOK: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA

Gustavo Miranda Caran

Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT/UFRJ)

Jorge Calmon de Almeida Biolchini

Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT/UFRJ)

PROPERTIES OF INFORMATION SHARING IN SOCIAL SUPPORT GROUPS ON FACEBOOK: A SYSTEMATIC REVIEW

Modalidade da Apresentação: Comunicação Oral

Resumo: As redes sociais são arranjos centrais para a promoção da saúde, destacadas suas importâncias para o apoio social. Os comportamentos saudáveis e de risco são influenciados pelas relações interpessoais dos indivíduos. Mídias sociais como o *Facebook* assumem uma função relevante nesse contexto. Conhecimentos, afetos e demais recursos tangíveis são mediados nessas plataformas, manifestados pelas ações de compartilhamento da informação. O presente trabalho tem como objetivo identificar quais são as propriedades do compartilhamento da informação em grupos de apoio no *Facebook*. Uma Revisão Sistemática da Literatura (RSL) foi realizada em 12 bases de dados das áreas de Ciência da Informação, Ciências da Saúde, Comunicação Social e Sistemas de Informação, com o intuito de identificar categorias e características do compartilhamento da informação em grupos e páginas do *Facebook*. Ao final do processo de seleção das pesquisas, foram analisados 19 trabalhos pertinentes. A síntese dos dados identificou 9 propriedades do conteúdo (função, assunto, tipologia, formato, objetividade da intenção, elaboração do discurso, estratégia para o engajamento, tonalidade/humor e tipo de impacto) e 6 propriedades da dinâmica (fluxo da informação, fluxo do apoio, turno, contexto de interlocução, desdobramento temático e ressonância). Uma relação de propriedades não interativas associadas à comunidade e aos usuários é apresentada neste trabalho. A relevância e os impactos das propriedades identificadas não foram contemplados, indicando esse foco para futuras pesquisas. Os resultados aqui apresentados demonstram a complexidade (multiplexos) da rede de interações constituída a partir do compartilhamento da informação em grupos de apoio na internet.

Palavras-Chave: Compartilhamento da Informação; Apoio Social; Facebook; Mídia Social; Rede Social.

Abstract: Social networks are central arrangements for health promotion, highlighted for their importance for social support, in which the network of individuals enables the quality of life

improvement. Social media such as Facebook assume a relevant role in this context, mediating information, affections and other tangible resources, manifested in the actions of information sharing. The present work aims to identify the properties of information sharing in support groups in Facebook. A Systematic Review of Literature (SRL) was carried out in 12 databases of the areas of Information Science, Health Sciences, Social Communication, and Information Systems, in order to identify categories and characteristics of information sharing in groups or pages of the Facebook. At the end of the selection process, 19 studies were analyzed, and 9 content properties were identified (function, subject, typology, format, intention objectivity, speech elaboration, engagement strategy, tone/mood, and type of impact) and 6 associated properties of dynamics (information flow, support flow, shift, interlocution context, thematic unfolding, and resonance). The present work also presents a relation of non-interactive properties, associated with community and users. The relevance and impacts of the identified properties were not contemplated, indicating future developments of this research. Results demonstrate the complexity (multiplexes) of the network of interactions constituted from information sharing in support groups in the internet.

Keywords: Information Sharing; Social Support; Facebook; Social Media; Social Network.

1 INTRODUÇÃO

Desde os primórdios da história, a vida dos seres humanos em sociedade é uma realidade fundamental. Indivíduos influenciam e são influenciados em uma complexa teia de relações mútuas. Essa rede social, também chamada de tecido social, é constituída pelos indivíduos e pelas múltiplas formas de laços sociais que os interligam – configurando a sociedade e os indivíduos desse contexto (ELIAS, 1994). Atualmente, essa rede social se torna cada vez mais perceptível, tendo em vista as novas tecnologias de informação e comunicação na internet¹. Tendo como fundamento a mediação da informação pelas redes de relacionamento dos usuários, as mídias sociais (*online*) representam e influenciam as redes sociais fora do contexto da internet (*off-line*).

Também chamada de mídias digitais, redes digitais, plataformas de redes sociais e *sites* de redes sociais, as mídias sociais têm sido empregadas para variadas formas de manifestações sociais. Sobretudo para as temáticas da saúde, o emprego do *Facebook*, *Twitter* e outras dessas ferramentas ganha força em número de grupos de apoio relacionados a patologias, estilos de vida e riscos à saúde (BENDER; JIMENEZ-MARROQUIN; JADAD, 2011; CARAN; ARRAIS, 2015; PATEL et al., 2015). Esses grupos de apoio são formados por pessoas que compartilham não apenas conhecimentos em saúde (informativos, instruções e boas práticas), mas também objetivos, experiências pessoais e emoções.

¹ Uma vez que tais tecnologias tornam visíveis e quantificáveis as relações entre seus usuários, uma representação estatística (sociometria) e gráfica (sociograma) de *quem se relaciona com quem* se torna mais facilmente perceptível e evidente.

**XVIII ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB 2017
23 a 27 de outubro de 2017 – Marília – SP**

Várias pesquisas vêm sendo desenvolvidas na temática do apoio social em comunidades nas mídias sociais. No entanto, as pesquisas parecem caminhar: de um lado, para as análises dos conteúdos (CARAN; BIOLCHINI, 2015) e; do outro lado, para a análise das redes sociais articuladas a partir das interações dos seus membros (CARAN; SANTINI; BIOLCHINI, 2016; SONG; SON; LIN, 2011). Porém, um olhar capaz de integrar o compartilhamento da informação nas dimensões do conteúdo, da estrutura social e das dinâmicas de troca aparenta ser uma questão ainda latente para as atuais pesquisas.

Com o objetivo de investigar quais as propriedades do compartilhamento da informação em grupos de apoio nas mídias sociais já estudadas pela literatura científica, o presente trabalho se propôs a revisar a literatura internacional, utilizando o método de Revisão Sistemática da Literatura (RSL). O *Facebook* foi selecionado para este trabalho, por ser considerada a mídia social mais utilizada para o apoio social no contexto da saúde (PATEL et al., 2015). Esta pesquisa pretendeu sintetizar as diversas evidências de propriedades do compartilhamento da informação existentes, para a posterior concepção de um modelo analítico capaz de conciliar o conteúdo, a estrutura social e as dinâmicas de interação (em trabalhos futuros).

Este trabalho adota a perspectiva do apoio em mídias sociais como uma dinâmica social (SONG; SON; LIN, 2011) e de comunicação (RECUERO, 2009, 2012). Além dos seus usuários e contextos sociais, a própria plataforma de rede social é entendida como um interagente não humano (LATOURET, 2012) na mediação da informação. Tais plataformas são dotadas de funcionalidades e interfaces capazes de intensificar, filtrar, ampliar, restringir, promover e interferir no compartilhamento da informação na rede social *online* e *offline* (JEANNERET, 2015; PARISER, 2012).

A mediação da informação investigada restringe-se aos aspectos comunicacionais nas interações dos grupos de apoio do *Facebook*. Conforme o conceito *Zonas de Mediação* (MARTELETO, 2010), tais aspectos compõem apenas uma primeira dimensão de entendimento das redes sociais, não incorporados os elementos linguísticos/discursivos e de produção de sentidos. Algumas propriedades identificadas na literatura representam elementos linguísticos e discursivos no compartilhamento da informação, porém, descolados dos processos cognitivos e contextos socioculturais inerentes ao fenômeno.

2 MATERIAIS E MÉTODOS

**XVIII ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB 2017
23 a 27 de outubro de 2017 – Marília – SP**

O presente trabalho aplicou o método de Revisão Sistemática da Literatura, de acordo com a abordagem qualitativa das ciências sociais (PETTICREW; ROBERTS, 2006). O método contempla 6 etapas: 1) definição da questão de pesquisa; 2) seleção das pesquisas primárias; 3) avaliação da qualidade nas pesquisas primárias; 4) coleta dos dados; 5) síntese dos dados, e; 6) relato dos resultados. Este trabalho adotou refinamentos sucessivos nas etapas de coleta e seleção das pesquisas primárias, bem como na coleta e síntese dos dados (BIOLCHINI et al., 2007).

O objetivo da RSL foi identificar quais as propriedades qualitativas do compartilhamento da informação em grupos de apoio no *Facebook*. As propriedades retratam *quais são* as informações e *como* elas são compartilhadas. Conforme a estrutura conceitual PICO para desdobramento da questão de pesquisa em RSL², a população investigada compreendeu os usuários de grupos de apoio social no *Facebook*. A intervenção observada é a prática de compartilhamento da informação entre usuários, contemplando evidências de pesquisas primárias empíricas qualitativas ou mistas. Os desfechos pretendidos apontaram para categorias e características do compartilhamento da informação.

O recorte temático contemplou pesquisas de âmbito internacional, presentes nas Ciências da Saúde, Ciência da Informação, Sistemas de Informação e Comunicação Social. Na fase da coleta das pesquisas, foram elencadas 12 bases de dados: *Web of Science; Scopus; SAGE Journals Online; Pubmed Central; MEDLINE; PsycINFO; Library, Information Science & Technology Abstracts (LISTA); Library and Information Science Abstracts (LISA); Emerald Insight; Electronic & Communication; Computer and Information Systems; Applied Social Sciences Index and Abstracts (ASSIA)*.

A busca foi composta pelos eixos conceituais *Apoio Social, Compartilhamento da Informação e Facebook*. A definição do conceito apoio social e seus termos de busca foi realizada mediante vocabulário controlado do *Medical Subject Headline (MeSH)*³. Já para o eixo conceitual compartilhamento da informação, utilizou-se conceitos-chave que

² O PICO é o acrônimo de *Population, Intervention, Comparison e Outcomes*. Aplicado no desdobramento de objetivos de pesquisa, o PICO auxilia na estruturação de estratégias de busca e seleção das pesquisas primárias em uma revisão de literatura. O item *Comparison* é opcional, aplicado principalmente em revisões que visam comparar duas ou mais intervenções (PETTICREW; ROBERTS, 2006). Uma vez que o presente trabalho visa combinar evidências (e não comparar impactos/efetividade), apenas os itens P (população), I (intervenção) e O (desfechos) são considerados.

³ *Medical Subject Headline (MeSH)*. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/mesh>. Acesso em: 22 nov. 2016.

representam ações de interação entre usuários do *Facebook* (RECUERO, 2009). As buscas nas bases de dados selecionadas foram realizadas no mês de janeiro de 2017, em títulos e resumos que possuísem termos dos 3 eixos conceituais⁴. O Quadro 1 apresenta a expressão lógica utilizada.

Quadro 1: Expressão lógica de busca.

("social support*" OR "support* group*" OR "group* of support*" OR "self help group*" OR "group* of self help*" OR "psychosocial support* system*" OR "psycho social support* system*" OR "therapeutic* social club*") AND (comment* OR communicat* OR conversation* OR dialog* OR dynamic* OR engag* OR exchang* OR flow* OR interact* OR like* OR participat* OR post* OR publish* OR shar* OR talk* OR transfer*) AND (facebook*)

Fonte: Elaborado pelos autores - 2017.

A seleção das pesquisas primárias seguiu os critérios de inclusão: 1) pesquisas empíricas no idioma inglês, espanhol ou português (artigos de periódicos científicos, comunicações em eventos, livros e capítulos de livros); 2) que descrevessem categorias e características qualitativas de informações compartilhadas em grupos de apoio no *Facebook*; 3) em comunidades do *Facebook* voltadas para grupos de risco em saúde, bem como indivíduos em uma mesma condição patológica ou de limitação funcional severa (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE, 2003).

Os critérios de exclusão removeram do escopo as pesquisas cujos: 1) métodos de coleta e análise de dados não foram declarados; 2) cujo foco de investigação fosse as relações interpessoais não interativas (laços sociais como parentesco e amizade); 3) pesquisas sem definição de categorias no compartilhamento da informação, e; 4) pesquisas que investigassem comunidades do *Facebook* criadas especificamente para o propósito do estudo⁵.

A coleta das pesquisas foi realizada via *Mendeley Desktop*⁶ (versão 1.17.6 para Windows) e pela extensão *Mendeley Importer* (versão 1.6.10 para *Google Chrome*). As pesquisas primárias foram selecionadas conforme critérios de inclusão/exclusão no *Microsoft*

⁴ No caso da *Web of Science*, a expressão de busca foi aplicada no campo *Tópicos*, que inclui título, resumo e palavras-chave. As funcionalidades da ferramenta impossibilitaram as buscas (isoladamente) nos títulos e resumos.

⁵ Este critério de exclusão foi definido durante o processo de seleção das pesquisas, em que foram identificados casos de comunidades criadas especificamente para estudos científicos. O compartilhamento da informação nessas comunidades ocorre de maneira não espontânea. Ambientes controlados são desenvolvidos, com o compartilhamento de conteúdos previamente estabelecidos e (em alguns casos) com a seleção de quantidades e perfis de usuários.

⁶ *Mendeley Desktop*. Disponível em: <https://www.mendeley.com/>. Acesso em: 22 jan. 2017.

Excel 2010, com a leitura dos títulos, palavras-chave e resumos. A avaliação da qualidade das pesquisas e a coleta e síntese dos dados foram realizadas no *ATLAS.ti*⁷ (versão 8.0 para Windows), com a leitura dos textos completos. Trechos dos textos que descreviam categorias ou características do compartilhamento da informação foram destacados (*Quotations*) e classificados (*Coding*), utilizando o método de análise de conteúdo com categorização *a posteriori* (BARDIN, 2011).

3 RESULTADOS

Esta revisão coletou um total de 781 documentos, dos quais 280 eram duplicados. Segue a relação de documentos recuperados para cada base de dados: *Pubmed* (n=181; 23,8%), *Web of Science* (n=177; 23,3%), *Scopus* (n=158; 20,8%), *PsycINFO* (n=114; 15,0%), *Medline* (n=75; 9,9%), *Computer and Information Systems* (n=17; 2,2%), *LISTA* (n=16; 2,1%), *SAGE* (n=10; 1,3%), *LISA* (n=6; 0,8%), *ASSIA* (n=6; 0,8%) e *Emerald* (n=1; 0,1%). A *Electronic&Communication* não retornou resultados com a expressão de busca utilizada.

Após a remoção das duplicatas, foram excluídos: 120 documentos, por serem pesquisas secundárias ou terciárias; 274 documentos, por não investigarem grupos ou páginas do *Facebook*; 19 documentos, por investigarem grupos ou páginas fora do contexto da saúde; 2 documentos, por analisarem dados de compartilhamento da informação combinando outras mídias sociais; 27 documentos, por não analisarem as interações (apenas relações de amizade); 1 documento, por não apresentar categorias de interações ou conteúdos; 7 documentos, por serem teses e dissertações; 9 documentos, por investigarem grupos de apoio criados exclusivamente para a pesquisa e; 1 documento, por retratar resultados parciais de uma pesquisa já coletada na RSL.

Os critérios de inclusão/exclusão resultaram na seleção de 21 pesquisas primárias. No entanto, 2 documentos não puderam ter seus conteúdos acessados na íntegra: um por ter apenas seu resumo publicado nos anais do evento (CROW; JONES, 2014), e; outro por ter o *link* para o seu documento completo indisponível durante o período de coleta (LU et al., 2014). Ao final do processo de seleção, a RSL elegeu 19 pesquisas primárias, o que corresponde a 2,5% do total de documentos coletados (AHMED et al., 2010, 2016; CARAN; SANTINI; BIOLCHINI, 2016; COLE-LEWIS et al., 2016; DE LA PEÑA; QUINTANILLA, 2015; FROHLICH; ZMYSLINSKI-SEELIG, 2016; GAGE-BOUCHARD et al., 2016a, 2016b; GAJARIA et al., 2011;

⁷ ATLAS.ti. Disponível em: <http://atlasti.com/>. Acesso em: 10 jan. 2017.

XVIII ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB 2017
23 a 27 de outubro de 2017 – Marília – SP

GREENE et al., 2011; MUSTAFA; SHORT; FAN, 2015; PLODERER et al., 2013; ROFFEEI; ABDULLAH; BASAR, 2015; RUS; CAMERON, 2016; STREKALOVA; DAMIANI, 2016; STRUIK; BASKERVILLE, 2014; THOREN et al., 2013; WALKER, 2015; ZHANG; HE; SANG, 2013).

A grande maioria das pesquisas selecionadas (17 de 19) utilizaram a Análise de Conteúdo ou a Análise Temática como método - seja pelo seu uso exclusivo, ou associado a outros métodos. As pesquisas restantes (2 de 19) utilizaram a Netnografia (DE LA PEÑA; QUINTANILLA, 2015) e a Análise do Discurso (GAJARIA et al., 2011). Apenas 3 pesquisas não trouxeram dados quantitativos das categorias de compartilhamento da informação (DE LA PEÑA; QUINTANILLA, 2015; GAGE-BOUCHARD et al., 2016a, 2016b). Uma única pesquisa trouxe dados quantitativos incompletos, informando apenas as frequências de categorias relevantes para a discussão dos seus resultados (FROHLICH; ZMYSLINSKI-SEELIG, 2016). O Quadro 2 traz os 12 contextos em saúde dos grupos de apoio retratados nas pesquisas selecionadas.

Quadro 2: Contextos da saúde das pesquisas selecionadas.

Contextos da saúde	Referências
Antitabagismo	(COLE-LEWIS et al., 2016; PLODERER et al., 2013; STREKALOVA; DAMIANI, 2016; STRUIK; BASKERVILLE, 2014)
Diabetes	(GREENE et al., 2011; RUS; CAMERON, 2016; WALKER, 2015; ZHANG; HE; SANG, 2013)
Câncer infantil	(GAGE-BOUCHARD et al., 2016a, 2016b)
Espectro de autismo	(MUSTAFA; SHORT; FAN, 2015; ROFFEEI; ABDULLAH; BASAR, 2015)
Acidentes com contusão	(AHMED et al., 2010)
Díalise e doenças renais crônicas	(AHMED et al., 2016)
Obesidade e educação alimentar	(DE LA PEÑA; QUINTANILLA, 2015)
Ostomia	(FROHLICH; ZMYSLINSKI-SEELIG, 2016)
Transtorno do déficit de atenção/hiperatividade	(GAJARIA et al., 2011)
Cuidados maternos com bebês prematuros	(THOREN et al., 2013)
Doenças vasculares	(WALKER, 2015)
Baixa visão	(CARAN; SANTINI; BIOLCHINI, 2016)

Fonte: Elaborado pelos autores - 2017.

Do total de 19 pesquisas, 10 realizaram estudos em 2 ou mais páginas ou grupos de apoio no *Facebook* (média = 8, máximo = 25). Em relação ao tipo de grupo de apoio, 10 pesquisas analisaram apenas grupos do *Facebook*, 7 pesquisas analisaram apenas páginas e 1 pesquisa analisou páginas e grupos. Todas as análises classificaram *posts* e comentários individualmente, sendo que 6 pesquisas consideraram apenas os *posts* na análise. As 19

XVIII ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB 2017
23 a 27 de outubro de 2017 – Marília – SP

pesquisas cobriram um total de 128 comunidades e 27.689 *posts* e comentários⁸ (mínimo de 145 e máximo de 15.852). Foi identificado um total de 327 categorias de conteúdos definidas pelos autores das pesquisas selecionadas. A seção a seguir apresenta a síntese dos resultados, baseada na análise das categorias e características de compartilhamento da informação coletadas.

4 DISCUSSÃO

Antes da discussão dos resultados sobre as propriedades do compartilhamento da informação em grupos de apoio no *Facebook*, alguns conceitos-chave são apresentados. Durante o processo de síntese dos dados, foi necessária a definição desses conceitos que, apesar de não serem consideradas propriedades do compartilhamento da informação, servem de suporte para melhor compreendê-los. O Quadro 3 apresenta os 6 conceitos-chave. Organizados em 2 colunas, permite a comparação entre: Página/Grupo do *Facebook* e Comunidade do *Facebook*; Atividade e Interação; Mensagem (Unidade Analítico) e Nível Analítico.

Quadro 3: Conceitos-chave no compartilhamento da informação.

Página/Grupo do Facebook: Dimensão tecnológica do ambiente colaborativo. Consiste nos aspectos inerentes às funcionalidades e às interfaces entre os usuários e a plataforma <i>Facebook</i> . Componentes da <i>Mídia Social</i> (JEANNERET, 2015; MARTELETO, 2010; RECUERO, 2009).	Comunidade do Facebook: Dimensão social do ambiente colaborativo. Compreende os laços, papéis e posições sociais entre os usuários de páginas e grupos do <i>Facebook</i> . Componentes da <i>Rede Social</i> (JEANNERET, 2015; MARTELETO, 2010; RECUERO, 2009).
Atividade: (Usuário -> Plataforma) Ação do usuário do <i>Facebook</i> de acordo com a funcionalidade disponível pela página ou grupo da ferramenta. Implica na relação entre o usuário e a plataforma (STRUİK; BASKERVILLE, 2014; ZHANG; HE; SANG, 2013). As atividades são: publicar (<i>post</i>); comentar (<i>comment</i>); curtir (<i>like</i>); compartilhar (<i>share</i>); etiquetar usuário (<i>user tag</i>); ler (<i>read</i>); seguir (<i>follow</i>).	Interação: (Usuário -> Plataforma -> Usuário) Ação dialógica entre usuários em uma comunidade do <i>Facebook</i> . Representa uma relação intersubjetiva estabelecida entre dois ou mais membros, mediante processo de comunicação (RECUERO, 2009; ZHANG; HE; SANG, 2013). A atividade é uma instância da interação, que compreende aspectos da relação entre usuário e plataforma.
Mensagem (Unidade Analítica): Unidade básica de comunicação na mídia social. Corresponde à: atividade do usuário + conteúdo compartilhado. Conceito empregado para distinguir entre atividade e interação (ZHANG; HE; SANG, 2013). Envolve necessariamente a geração/distribuição de conteúdo objetivo ou simbólico (comunicação ativa). Em todas as metodologias das pesquisas	Nível Analítico: Nível de granularidade empregado para análise do compartilhamento da informação. No <i>nível das interações</i> , algumas pesquisas analisam cada mensagem individualmente – todos os tipos ou apenas tipos específicos de mensagem (AHMED et al., 2010). Outras pesquisas analisam <i>no nível conversacional</i> , agrupando um conjunto de

⁸ Esta revisão considerou apenas *posts* e comentários analisados qualitativamente pelas pesquisas. Ou seja, interações que foram categorizadas ou caracterizadas pelas pesquisas primárias.

XVIII ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB 2017
23 a 27 de outubro de 2017 – Marília – SP

selecionadas, a mensagem é a unidade básica de análise.	mensagens em temáticas ou recortes temporais específicos (GAJARIA et al., 2011).
---	--

Fonte: Elaborado pelos autores - 2017.

Enquanto uma página/grupo do *Facebook* diz respeito aos seus aspectos técnico-tecnológicos (funcionalidades e interfaces), a comunidade do *Facebook* corresponde aos aspectos sociais (laços, papéis e posições sociais). Cada um deles está associado, respectivamente, aos conceitos mídia social e rede social. Atividade e interação, de maneira análoga à comparação dos conceitos anteriores, também refletem aspectos tecnológicos e sociais. O escopo da atividade se restringe à relação entre o usuário e a plataforma *Facebook* (usuário -> plataforma), enquanto o escopo da interação contempla, necessariamente, a relação entre dois ou mais usuários, mediada por uma atividade (usuário -> plataforma -> usuário).

Já os conceitos mensagem e nível analítico se diferem, pois: enquanto o primeiro representa a menor unidade de análise do compartilhamento da informação; o segundo representa a sua perspectiva de análise. A mensagem (unidade analítica) é associada a uma atividade e a um conteúdo (objetivo ou simbólico). O nível analítico pode construir sua linha interpretativa no nível das mensagens, ou agrupá-las e analisá-las conjuntamente (cronologicamente, tematicamente etc.).

Na identificação das propriedades do compartilhamento da informação, as 19 pesquisas selecionadas foram analisadas de acordo com as categorias definidas pelos próprios autores. Durante esse processo, foram definidos 2 *clusters* de acordo com a lógica classificatórias. No primeiro *cluster*, as mensagens das comunidades do *Facebook* foram entendidas a partir dos seus conteúdos. Todas as pesquisas apresentaram propriedades relacionadas ao teor/forma dos conteúdos ou à sua função para a saúde. No segundo *cluster*, 13 pesquisas atribuíram padrões associados a tipologias das dinâmicas (AHMED et al., 2010, 2016; CARAN; SANTINI; BIOLCHINI, 2016; COLE-LEWIS et al., 2016; DE LA PEÑA; QUINTANILLA, 2015; FROHLICH; ZMYSLINSKI-SEELIG, 2016; GAGE-BOUCHARD et al., 2016a; GAJARIA et al., 2011; GREENE et al., 2011; PLODERER et al., 2013; STRUIK; BASKERVILLE, 2014; WALKER, 2015; ZHANG; HE; SANG, 2013).

De um lado, as propriedades dos conteúdos (*intra* mensagem) analisavam aspectos relativos ao teor e à forma do que foi compartilhado. Do outro lado, as propriedades da dinâmica (*inter* mensagens) analisavam aspectos inerentes às relações estabelecidas entre

uma mensagem e outra(s) mensagen(s), bem como entre uma mensagem e seus interlocutores (os autores e os outros). O Quadro 4 apresenta as duas *macro* tipologias identificadas pelo presente trabalho.

Quadro 4 Tipologias das propriedades identificadas.

Propriedades do Conteúdo (<i>Inter</i>)	Propriedades da Dinâmica (<i>Inter</i>)
Padrões associados ao teor e à forma do compartilhamento. Incorpora propriedades inerentes à análise das mensagens de maneira desarticulada umas das outras e dos seus interlocutores. Representa <i>o que, como e para que</i> (função da saúde).	Padrões associados ao fluxo das mensagens. Enfoca aspectos das relações entre: as mensagens trocadas (modos de encadeamento), e; os interlocutores do processo de comunicação, articulando autores (<i>ego</i>) e demais interlocutores (<i>alter</i>).

Fonte: Elaborado pelos autores - 2017.

As *macro* categorias serão apresentadas nas subseções seguintes, desdobradas de acordo com as propriedades identificadas em cada uma delas. Apesar de demonstradas separadamente, alguns trabalhos combinaram padrões *intra* (conteúdo) e *inter* (dinâmica) em suas análises (AHMED et al., 2010, 2016; CARAN; SANTINI; BIOLCHINI, 2016; GAGE-BOUCHARD et al., 2016a; GREENE et al., 2011; PLODERER et al., 2013; STRUIK; BASKERVILLE, 2014).

4.1 Propriedades dos conteúdos

A síntese dos dados identificou 9 propriedades associadas ao conteúdo. Essas propriedades refletem características *intra* mensagem, sendo elas: função; assunto; tipologia; formato; objetividade da intenção; elaboração do discurso; tonalidade/humor; estratégia para o engajamento, e; tipo de impacto.

A *função* é a propriedade que, tendo em vista o teor do conteúdo compartilhado, indica o potencial ou efetivo efeito do apoio social para a saúde física, cognitiva e emocional dos seus interlocutores (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE, 2003). No contexto do apoio social, a dimensão funcional das trocas humanas (incluindo o compartilhamento da informação no *Facebook*) é um dos aspectos centrais da literatura científica. Corresponde à corrente funcionalista do apoio social (SONG; SON; LIN, 2011). Presente em diversas pesquisas, a sua maioria defende uma dicotomia entre a função informacional/cognitiva e emocional/afetiva (AHMED et al., 2016; CARAN; SANTINI; BIOLCHINI, 2016; DE LA PEÑA; QUINTANILLA, 2015; GAGE-BOUCHARD et al., 2016b; MUSTAFA; SHORT; FAN, 2015; ROFFEEI; ABDULLAH; BASAR, 2015; THOREN et al., 2013; WALKER, 2015; ZHANG; HE; SANG, 2013).

Alguns trabalhos incluem outras modalidades funcionais, como: avaliativa (DE LA PEÑA; QUINTANILLA, 2015), estima (ROFFEEI; ABDULLAH; BASAR, 2015) e

instrumental/tangível/assistencial (DE LA PEÑA; QUINTANILLA, 2015; MUSTAFA; SHORT; FAN, 2015; ROFFEEI; ABDULLAH; BASAR, 2015). A presente revisão entende haver, em síntese, 3 modos fundamentais (cognitiva, afetiva e tangível), diretamente associadas às dimensões cognitiva, emocional e física da saúde. O afeto pode ser entendido como uma emoção associada a algo ou alguém⁹ (SAVOLAINEN, 2014). No caso do compartilhamento da informação, associado a elementos evidentes em seu próprio conteúdo ou aos demais interlocutores. A função tangível representa um apoio baseado na troca de produtos, serviços ou mão-de-obra¹⁰ (ROFFEEI; ABDULLAH; BASAR, 2015).

As propriedades *assunto* e *tipologia* foram aspectos indicados na revisão (ZHANG; HE; SANG, 2013). Enquanto o assunto remete *sobre o que é compartilhado*, a tipologia compreende *o que é compartilhado*. Exemplo: conselho sobre tratamento para a diabetes, ou opinião sobre como dar conforto para crianças prematuras. Distinções entre conteúdos relevantes e irrelevantes foram identificadas, com base nos assuntos das mensagens (AHMED et al., 2010, 2016; FROHLICH; ZMYSLINSKI-SEELIG, 2016). A temática do assunto, a cobertura temática (recorte mais específico ou mais generalizado) e a profundidade temática (detalhado/especializado ou superficial/leigo) são propriedades associadas ao assunto (GAGE-BOUCHARD et al., 2016b; GAJARIA et al., 2011; PLODERER et al., 2013; WALKER, 2015).

A tipologia permite inferir o grau de pessoalidade do autor para com o assunto retratado. No modo *conscientização*, a informação é compartilhada sem elemento de pessoalidade evidente. No modo *experiência pessoal*, o assunto é combinado com percepções pessoais inerentes às experiências vividas. Em uma *opinião*, o juízo de valor pessoal é atribuído ao assunto. Já no *conselho*, o juízo de valor pessoal sobre um assunto é direcionado para a condição/experiência de vida do outro. A tipologia também foi identificada em 6 outras pesquisas (AHMED et al., 2010, 2016; CARAN; SANTINI; BIOLCHINI, 2016; DE LA PEÑA; QUINTANILLA, 2015; GAGE-BOUCHARD et al., 2016a, 2016b).

⁹ Como o próprio nome indica, é um fenômeno em que algo ou alguém afeta um sujeito. A emoção é a dimensão afetada, implicando na manutenção, fortalecimento, enfraquecimento, criação ou ruptura de um laço emocional entre atores (humano com humano ou humano com não humano). O afeto pode implicar não apenas em sentimentos para aquele que recebe a ação, mas também para aquele que realiza a ação. Abraçar uma pessoa (por exemplo) pode promover sentimentos em quem o oferece e em quem o recebe.

¹⁰ O termo *tangível* representa a materialização resultante de um processo comunicativo. A função tangível surge quando (por exemplo) um *post* com um pedido para contribuição voluntária no tratamento de um paciente com câncer leva ao engajamento de membros da comunidade. Alguns membros oferecem: apoio financeiro (produto); consultas com médicos de sua confiança (serviços); ou até mesmo se oferecer como cuidador por um dia (mão-de-obra).

O *formato* é uma propriedade relativa à forma do conteúdo, apresentando impactos significativos nos acessos e nas interações entre os membros da comunidade (AHMED et al., 2016; ZHANG; HE; SANG, 2013). Conteúdos imagéticos, por exemplo, tendem a promover maior engajamento (RUS; CAMERON, 2016; STRUIK; BASKERVILLE, 2014). A *objetividade da intenção*, por sua vez, indica o grau de explicitação do conteúdo. Em um extremo, o conteúdo pode ser fortemente simbólico, como *emoticons* e curtidas (CARAN; SANTINI; BIOLCHINI, 2016; ROFFEEI; ABDULLAH; BASAR, 2015). Na outra ponta, o conteúdo pode ser objetivo, explícito e claro (AHMED et al., 2010). Quanto mais subjetivo o conteúdo (e sua intenção), mais sujeito a variações interpretativas pelos seus interlocutores¹¹.

No aspecto discursivo da mensagem, a *elaboração do discurso* e a *estratégia para o engajamento* indicam a forma com que o conteúdo é articulado. A elaboração do discurso representa o grau de premeditação e formalidade adotado pelos autores das mensagens. A literatura investigada (AHMED et al., 2016; THOREN et al., 2013) apontou para evidências de que os propósitos e a forma de condução das comunidades do *Facebook* afetam diretamente o discurso dos seus membros. Comunidades conduzidas por instituições tendem a promoverem conteúdos mais formais e elaborados. Já aquelas conduzidas por pacientes tendem a promover conteúdos mais informais e espontâneos (propriedades da comunidade, apresentadas na seção 4.3).

A *estratégia para o engajamento* é um enquadramento (*frame*) do conteúdo relevante, sobretudo, para o contexto de comportamentos de risco à saúde (STREKALOVA; DAMIANI, 2016). Em mensagens com o intuito de convencer a comunidade (engajar para o processo de mudança de comportamentos), podem ser adotadas 2 estratégias diferentes. A primeira (dominação/submissão) consiste no uso do imperativo e na geração de impacto, como as mensagens nas embalagens de cigarro. O estímulo para o desconforto (negativo) é empregado para induzir a um julgamento e mudança comportamental desejada. A segunda (filiação/desfiliação) implica no convencimento pelo convite, adotando uma estratégia de estímulo à simpatia e a demais elementos positivos (como o encorajamento). O convite

¹¹ Por exemplo: *posts* contendo a frase “alguém pode me ajudar...” explicita um pedido de apoio. No entanto, *posts* contendo a frase “estou com uma grande dificuldade...” expressa um relato de experiência que, implicitamente, pode levar à interpretação de que o autor está desabafando e (ao mesmo tempo) necessitando de apoio. Enquanto no primeiro caso está explícita uma solicitação, no segundo caso está explícito um relato de experiência e implícito um pedido de ajuda. O pesquisador, ao analisar conteúdos compartilhados, deve estar ciente quanto a nuance interpretativa a ser considerada na classificação das mensagens (AHMED et al., 2010).

amigável para ingressar em um grupo de apoio para fumantes é um exemplo de filiação/desfiliação¹².

Por fim, a *tonalidade/humor* e o *tipo de impacto* remetem a um juízo moral¹³ aplicado (respectivamente) ao assunto da mensagem e ao seu impacto para a saúde. A tonalidade/humor pode se referir à aceção sobre o assunto da mensagem, no que diz respeito à função cognitiva (GAJARIA et al., 2011; RUS; CAMERON, 2016). Também pode remeter ao humor dos sentimentos evidenciados pelos conteúdos das mensagens (RUS; CAMERON, 2016; ZHANG; HE; SANG, 2013). O tipo de impacto orienta o juízo moral para os benefícios ou prejuízos do conteúdo compartilhado para a saúde dos membros da comunidade (AHMED et al., 2016; RUS; CAMERON, 2016). O impacto na saúde pode ser decorrente da qualidade da informação em saúde (conteúdos imprecisos ou duvidosos).

4.2 Propriedades da dinâmica

A síntese dos dados identificou um total de 6 propriedades associadas à dinâmica do compartilhamento da informação: fluxo da informação; fluxo do apoio social; turno; contexto de interlocução; desdobramento temático e; ressonância.

O *fluxo da informação* e o *fluxo do apoio social* são duas perspectivas possíveis para compreender a orientação (*de quem, para quem*) dos processos de troca. O fluxo da informação tem sua orientação ancorada nos processos de comunicação. Ou seja, do emissor/produtor para o receptor/usuário da informação (BARRETO, 2002; HAYTHORNTHWAITE, 2009; TOMAÉL; MARTELETO, 2006; VER STEEG; GALSTYAN, 2012). No caso das mídias sociais, o fluxo da informação pode assumir 3 modos: *prover informação*, em que o sujeito é o emissor (*ego ->alter*); *buscar informação*, em que o sujeito é o receptor (*alter -> ego*), e; *compartilhar informação*, em que o sujeito pode assumir ambos os papéis¹⁴ (*ego <-> alter*).

¹² As estratégias para o engajamento, na perspectiva da mudança/modificação do comportamento, podem explicadas pela analogia “cenoura ou bastão”. Um coelho pode ser estimulado a um determinado comportamento mediante a oferta de uma cenoura (recompensa desejada) ou a ação de apresentar um bastão (recompensa indesejada). O adestramento de animais se baseia (dentre outros aspectos) nos estímulos positivos e negativos em mecanismos de deíxa e de recompensa nos hábitos (DUHIGG, 2012).

¹³ O juízo moral enquanto julgamento entre os polos benéfico/positivo e prejudicial/negativo. Esse julgamento pode assumir um caráter binário (exemplo: ou positivo, ou negativo) ou gradiente (exemplo: totalmente positivo, muito positivo, muito negativo etc.).

¹⁴ Pesquisas que analisam isoladamente cada uma das mensagens assumem apenas os modos *receber* e *oferecer*. O modo *compartilhar* esteve evidente quando um conjunto de mensagens em um determinado tema é analisado em bloco (nível analítico por agrupamento de mensagens). Exemplo: em se tratando da construção de uma identidade sobre o transtorno do déficit de atenção/hiperatividade, os membros da comunidade

O fluxo do apoio social não necessariamente segue o fluxo do processo de comunicação. Este fluxo está ancorado nas intenções presentes nos processo de trocas entre *aquele que apoia e aquele que é apoiado* (CARAN; SANTINI; BIOLCHINI, 2016; SONG; SON; LIN, 2011). Além de *oferecer apoio* (*ego* -> *alter*), *receber apoio* (*alter* -> *ego*) e *compartilhar apoio* (*ego* <-> *alter*), o fluxo do apoio social inclui o modo *solicitar apoio* (*ego* <- *alter*), em que o fluxo do apoio é oposto ao fluxo da informação. O sujeito provê (publica) informação, porém com a intenção de receber apoio.

Pesquisas que analisam a dinâmica com base nas *atividades* adotam o fluxo da informação como perspectiva (GAGE-BOUCHARD et al., 2016b; GAJARIA et al., 2011; RUS; CAMERON, 2016). Pesquisas que analisam as intenções (objetiva ou subjetivamente) nos conteúdos adotam a perspectiva do fluxo do apoio social (AHMED et al., 2010, 2016; CARAN; SANTINI; BIOLCHINI, 2016; DE LA PEÑA; QUINTANILLA, 2015). Zhang, He e Sang retratam ambas as perspectivas, ao destacarem os resultados de acordo com as atividades e com as intenções de apoio (ZHANG; HE; SANG, 2013).

O *turno* define a posição de uma mensagem (iteração) em relação à outra mensagem ou encadeamento de mensagens. A dinâmica pode ser entendida a partir de uma *ação iniciativa* e de *ações reativas*¹⁵ (WALKER, 2015). A ação iniciativa (T_0) representa a mensagem de início em um processo comunicativo. As ações reativas ($T_{n>0}$) representam os seus desdobramentos (mensagens). Especificamente na oferta de apoio, a ação pode ser: em resposta a uma solicitação de apoio prévia, na forma de ação reativa ($T_{n-1} <- T_n$), ou; um relato voluntário ($T_n \rightarrow T_{n+1}$), enquanto uma ação iniciativa ou uma ação reativa (ZHANG; HE; SANG, 2013). Uma ação reativa pode ser classificada como resposta primária (T^{n1} , comentário de um *post*) ou uma resposta secundária (T^{n2} , comentário de um comentário) (STRUICK; BASKERVILLE, 2014),

O *contexto de interlocução* indica *para quem* o conteúdo é direcionado. Evidências da revisão trazem duas modalidades para o público-alvo no compartilhamento da informação

compartilharam informações; oferecendo e recebendo impressões sobre o que é ser um portador desse distúrbio (GAJARIA et al., 2011).

¹⁵ Uma vez que a maioria das pesquisas analisadas adota *posts* como nível analítico (em alguns casos, incluindo seus comentários), o turno iniciativo é definido como o *post*; e o turno reativo como seus engajamentos. Conforme a noção de dinâmica conversacional de Raquel Recuero (no entanto) é possível analisar os *posts* como turnos reativos uns dos outros. Nesse sentido, um *post* pode desencadear uma reação em seus interlocutores, promovendo um encadeamento de conversas composto por uma sequência de *posts* – ou até mesmo extrapolando os limites da comunidade de apoio ou do próprio *Facebook* (RECUERO, 2012).

XVIII ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB 2017
23 a 27 de outubro de 2017 – Marília – SP

(GREENE et al., 2011; PLODERER et al., 2013). A primeira modalidade diz respeito ao compartilhamento da informação para a comunidade como um todo. O conteúdo é compartilhado para o *contexto geral*, sem público-alvo específico (*um para todos*, 1-N). A segunda modalidade de compartilhamento é direcionada para um *contexto específico*, seja pela identificação de um diálogo construído entre membros, ou pela etiquetagem de usuários em um conteúdo (*um para alguns*, 1-n; *um para um*, 1-1). *Posts* de solicitações de apoio são exemplos de contextos gerais (chamado de ajuda para qualquer um da comunidade). *Posts* ou comentários e agradecimento são exemplos de contextos específicos (gradidão a alguém por algo) (WALKER, 2015).

As propriedades *desdobramento temático* e *ressonância* dizem respeito aos temas e juízos de valores atribuídos a mensagens (iterações) pregressas. O desdobramento temático indica se o assunto das mensagens anteriores permanece (*continuidade temática*, $S_a = S_b$) ou foi alterado (*desvio temático*). O desvio temático pode manter a pertinência do discurso precedente ($S_a \approx S_b$) ou seguir por um tema não relacionado ($S_a \neq S_b$) (STRUJIK; BASKERVILLE, 2014). A ressonância demonstra a reação de um interlocutor em relação a uma mensagem anterior. Confere uma *posição convergente* [$P_1 \approx P_2$] ou uma *posição divergente* ($P_1 \neq P_2$) à que foi anteriormente compartilhada (GAJARIA et al., 2011). A ressonância é similar às relações colaborativas e competitivas estabelecidas a partir dos conteúdos compartilhados pelos usuários das redes sociais na internet¹⁶ (RECUERO, 2009).

O Quadro 5 sintetiza todas as 15 propriedades do compartilhamento da informação identificadas na RSL. Uma breve descrição e os modos das 9 propriedades do conteúdo e das 6 propriedades da dinâmica estão indicadas no quadro.

Quadro 5: Relação das propriedades do conteúdo e da dinâmica.

PROPRIEDADES DO CONTEÚDO	DESCRIÇÃO	MODOS
Função	Efeitos dos conteúdos compartilhados para a saúde física, cognitiva e emocional.	Cognitiva; Afetiva; Tangível.
Assunto	Indica <i>sobre o que</i> é dito na mensagem – sujeitos, objetos ou situações referenciadas.	Temática; Cobertura temática; Profundidade temática.

¹⁶ Vale ressaltar que as relações colaborativas e competitivas trazidas por Raquel Recuero estão inseridas (conforme exemplos trazidos pela autora) no contexto dos movimentos sociais e da política. As relações entre informação e poder ganham tónus, evidenciando distinções entre grupos sociais, classes sociais, movimentos ideológicos, associações e filiações políticas. No contexto do apoio social, as relações se estabelecem pela empatia e pela solidariedade, enfatizando as similaridades entre pessoas (CANESQUI; BARSAGLINI, 2012). Portanto, as compreensões de colaboração e de competição assumem outras nuances. As definições trazidas por Recuero serviram apenas para ilustrar (analogia) as posições de convergente/similaridade e de divergente/antagonismo.

XVIII ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB 2017
23 a 27 de outubro de 2017 – Marília – SP

Tipologia	Indica <i>o que é</i> compartilhado. A forma de expressão do assunto e sua personalidade.	Conscientização; Experiência pessoal; Opinião; Conselho.
Formato	Formato multimídia empregado na mensagem.	Texto; Imagem; Vídeo; Links/Anexos.
Objetividade da intenção	Grau de explicitação da intenção do autor na mensagem.	Explícito/Declarado; Implícito/Percebido.
Elaboração do discurso	Representa o grau de elaboração e de uso da linguagem formal.	Espontâneo/ Informal; Elaborado/Formal.
Estratégia para o engajamento	Estratégia adotada pelo autor para engajar (convencer) os demais interlocutores.	Dominação/Submissão; Filiação/Desfiliação.
Tonalidade / Humor	Indica o juízo moral ou sentimento expressos pelo autor da mensagem.	Positivo/Favorável; Neutro/Imparcial; Negativo/Desfavorável.
Tipo de impacto	Tom do impacto para a saúde dos usuários, a partir da mensagem compartilhada.	Benéfico; Prejudicial.
PROPRIEDADES DA DINÂMICA	DESCRIÇÃO	MODOS
Fluxo da informação	Direcionamento do processo de transferência da informação, na relação emissor-receptor.	Prover informação (<i>ego</i> -> <i>alter</i>); Acessar informação (<i>alter</i> -> <i>ego</i>); Compartilhar informação (<i>ego</i> <-> <i>alter</i>).
Fluxo do apoio social	Direcionamento do processo de apoio social, na relação apoiador-apoiado.	Oferecer apoio (<i>ego</i> -> <i>alter</i>); Solicitar apoio (<i>ego</i> <- <i>alter</i>); Receber apoio (<i>alter</i> -> <i>ego</i>); Compartilhar apoio (<i>ego</i> <-> <i>alter</i>).
Turno	Posição da interação (iteração) em relação a uma determinada sequência de mensagens.	Ação iniciativa (T_0); Ação reativa ($T_{m>0}$). Relato voluntário ($T_n \rightarrow T_{n+1}$); Resposta a uma solicitação ($T_{n-1} \leftarrow T_n$). Resposta primária (T^{11}); Resposta secundária (T^{12}).
Contexto de interlocução	Refere-se a <i>quem são os interlocutores</i> de uma dada interação.	Contexto específico (1-1; 1-n); Contexto geral (1-N).
Desdobramento temático	Desdobramento dos assuntos de uma interação em uma sequência de mensagens.	Continuidade temática ($S_a \rightarrow S_a$); Desvio temático ($S_a \approx S_b; S_a \neq S_b$).
Ressonância	Comparações nos julgamentos e aspectos identitários de membros em uma dinâmica de interação.	Posições convergentes ($P_1 \approx P_2$); Posições divergentes ($P_1 \neq P_2$).

Fonte: Elaborado pelos autores - 2017.

4.3 Outras propriedades

Além das propriedades do compartilhamento da informação associadas ao conteúdo e à dinâmica, a literatura trouxe um conjunto de propriedades associadas à comunidade e aos usuários. Apesar de não serem aspectos centrais para os objetivos do presente trabalho, evidências indicam influência (diretas e indiretas) dessas propriedades nos conteúdos e nas dinâmicas de compartilhamento da informação. As propriedades da comunidade trazem elementos contextuais da rede social. Tais propriedades são estruturas (sociais, culturais, tecnológicas etc.) que permitem uma perspectiva *top-down*. As propriedades dos usuários atribuem características *bottom-up*, inerentes aos atores da rede.

XVIII ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB 2017
23 a 27 de outubro de 2017 – Marília – SP

Cabe aqui mencioná-los, indicando-as para eventuais discussões em trabalhos futuros. O Quadro 6 apresenta as propriedades da comunidade e do usuário.

Quadro 6: Relação das propriedades da comunidade e do usuário.

PROPRIEDADES DA COMUNIDADE	MODOS E REFERÊNCIAS
Tipo de comunidade	Página do <i>Facebook</i> ; Grupo do <i>Facebook</i> (AHMED et al., 2016; GAGE-BOUCHARD et al., 2016a).
Privacidade	Público; Privado; Secreto (AHMED et al., 2016).
Condução	Condução pelos usuários/pacientes; Condução pelas instituições/profissionais de saúde (AHMED et al., 2016).
Propósito	Conscientização; Financiamento; Apoio social; Marketing (THOREN et al., 2013b).
Moderação	Colaboração mediante aprovação; Colaboração livre (COLE-LEWIS et al., 2016; GAJARIA et al., 2011).
Liderança	Administrador; Membro do núcleo; Membro protagonista (PLODERER et al., 2013).
Tema	Tema geral; Espectro temático; Grau de especialidade (WALKER, 2015).
Tipo de similaridade	Similaridade pela condição de saúde; Similaridade pelos objetivos em saúde (DE LA PEÑA; QUINTANILLA, 2015).
PROPRIEDADES DO USUÁRIO	MODOS E REFERÊNCIAS
Perfil	Paciente; Cuidador/Parente; Profissional de Saúde/Instituição (AHMED et al., 2016; DE LA PEÑA; QUINTANILLA, 2015; GAGE-BOUCHARD et al., 2016b).
Demográfico/Etnográfico	Gênero; Idade; Localidade; Etnia et. (AHMED et al., 2010, 2016).
Estágio em saúde	Não diagnosticado; Recém diagnosticada; Em tratamento; Em remissão; Pós-Operado; Ex-usuário etc. (PLODERER et al., 2013; STREKALOVA; DAMIANI, 2016; WALKER, 2015).
Experiência no uso do <i>Facebook</i>	Usuário experiente; Usuário recente etc. (PLODERER et al., 2013).
Intensidade de uso do <i>Facebook</i>	Uso diário; Uso semanal; Uso 2 horas diárias etc. (PLODERER et al., 2013).

Fonte: Elaborado pelos autores - 2017.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A revisão sistemática trouxe uma variedade de aspectos relativos às propriedades do compartilhamento da informação em grupos de apoio no *Facebook*. Cabe ressaltar que as propriedades aqui relatadas são resultados de um processo de síntese das evidências coletadas nas pesquisas primárias. Trata-se de uma interpretação (qualitativa) dos dados, buscando congregá-los por aproximações e diferenciações. Os resultados estão passíveis de releituras e futuras discussões acerca da relevância e do impacto de cada propriedade para o processo de comunicação e para o apoio social são recomendados.

O presente trabalho não aprofundou na discussão teórica sobre a temática. Devido ao seu caráter exploratório, optou-se por apresentar da maneira mais ampla possível os métodos aplicados e a discussão dos resultados encontrados. As propriedades da

XVIII ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB 2017
23 a 27 de outubro de 2017 – Marília – SP

comunidade e do usuário também carecem de uma discussão mais ampla, sobretudo para compreender os potenciais impactos de cada uma delas no compartilhamento da informação. As propriedades do usuário e da comunidade podem ser exploradas futuramente, desdobrando elementos importantes das dimensões linguística/discursiva e de produção de sentidos das redes sociais. Este trabalho é um esforço no sentido de descortinar a complexidade (multiplexo) de aspectos tecnológicos, sociais, culturais, informacionais e cognitivos envolvidos no compartilhamento da informação em grupos de apoio na internet.

REFERÊNCIAS

- AHMED, O. H. et al. iSupport: do social networking sites have a role to play in concussion awareness? **Disability and Rehabilitation**, v. 32, n. 22, p. 1877–1883, 2010.
- AHMED, S. et al. User-driven conversations about dialysis through Facebook: a qualitative thematic analysis. **Nephrology (Carlton, Vic.)**, 22 mar. 2016.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 2. ed. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BARRETO, A. D. A. A condição da informação. **São Paulo em Perspectiva**, v. 16, n. 3, p. 67–74, 2002.
- BENDER, J. L.; JIMENEZ-MARROQUIN, M. C.; JADAD, A. R. Seeking support on facebook: a content analysis of breast cancer groups. **Journal of Medical Internet Research**, v. 13, n. 1, 2011.
- BIOLCHINI, J. C. DE A. et al. Scientific research ontology to support systematic review in software engineering. **Advanced Engineering Informatics**, v. 21, n. 2, p. 133–151, 2007.
- CANESQUI, A. M.; BARSAGLINI, R. A. Apoio social e saúde: pontos de vista das ciências sociais e humanas. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 17, n. 5, p. 1103–1114, 2012.
- CARAN, G. M.; ARRAIS, M. Grupos do Facebook para o suporte social de pessoas com baixa visão: uma análise de redes sociais baseada nas relações de amizade. **Ciência da Informação em Revista**, v. 2, n. 1, p. 34–43, 2015.
- CARAN, G. M.; BIOLCHINI, J. C. A. **Suporte social informacional mediado por grupos no facebook: um estudo de caso**. Encontro Nacional de Pesquisa em Pós-Graduação em Ciência da Informação. **Anais...João Pessoa: 2015** Disponível em: <<http://www.ufpb.br/evento/lti/ocs/index.php/enancib2015/enancib2015/paper/view/3040>>. Acesso em: 12 jul. 2016
- CARAN, G. M.; SANTINI, R. M.; BIOLCHINI, J. C. A. Use of social network to support visually impaired people : a Facebook case study. **Transinformação**, v. 28, n. 2, p. 173–180, 2016.
- COLE-LEWIS, H. et al. Social network behavior and engagement within a smoking cessation facebook page. **Journal of Medical Internet Research**, v. 18, n. 8, 2016.
- CROW, C.; JONES, K. From social support to information sharing, how are persons with rheumatoid arthritis using disease-specific facebook communities? A content analysis. **Arthritis and Rheumatology**, v. 66, p. S585, 2014.
- DE LA PEÑA, A.; QUINTANILLA, C. Share, like and achieve: the power of Facebook to reach

XVIII ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB 2017
23 a 27 de outubro de 2017 – Marília – SP

health-related goals. **International Journal of Consumer Studies**, v. 39, n. 5, p. 495–505, 2015.

DUHIGG, C. **O poder do hábito: por que fazemos o que fazemos na vida e nos negócios**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.

ELIAS, N. **A sociedade dos indivíduos**. Rio de Janeiro: Zahar, 1994.

FROHLICH, D. O.; ZMYSLINSKI-SEELIG, A. N. How Uncover Ostomy challenges ostomy stigma, and encourages others to do the same. **New Media & Society**, v. 18, n. 2, p. 220–238, 2016.

GAGE-BOUCHARD, E. A. et al. Cancer communication on social media. **Cancer Nursing**, v. 0, n. 0, p. 1, 2016a.

GAGE-BOUCHARD, E. A. et al. Communication and exchange of specialized health-related support among people with experiential similarity on Facebook. **Health Communication**, v. 236, n. September, p. 1–8, 2016b.

GAJARIA, A. et al. Beliefs about attention-deficit/hyperactivity disorder and response to stereotypes: Youth postings in facebook groups. **Journal of Adolescent Health**, v. 49, n. 1, p. 15–20, 2011.

GREENE, J. A. et al. Online social networking by patients with diabetes: a qualitative evaluation of communication with Facebook. **Journal of General Internal Medicine**, v. 26, n. 3, p. 287–292, 2011.

HAYTHORNTHWAITTE, C. Social networks and information transfer. In: BATES, M.; MAACK, M. (Eds.). **The Enciclopedia of Library and Information Science**. New York: Taylor & Francis, 2009. v. 1.

JEANNERET, Y. Analisar as “redes sociais” como dispositivos infocomunicacionais: uma problemática. In: TOMAÉL, M. I.; MARTELETO, R. M. (Eds.). **Informação e Redes Sociais: interface de teorias, métodos e objetos**. Londrina: Eduel, 2015. p. 11–31.

LATOURE, B. **Reagregando o social: uma introdução à Teoria do Ator-Rede**. Salvador: Edufba, 2012.

LU, X. et al. Thematic comparison of information shared by spanish- and chinese-speaking users of dementia- caregiving online communities. **Gerontechnology**, v. 13, n. 2, 3 jun. 2014.

MARTELETO, R. M. Redes sociais, mediação e apropriação de informações: situando campos, objetos e conceitos na pesquisa em ciência da informação. **Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**, v. 3, n. 1, p. 27–46, 2010.

MUSTAFA, H. R.; SHORT, M.; FAN, S. Social support exchanges in Facebook social support group. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, v. 185, p. 346–351, 2015.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. **CIF: classificação internacional da funcionalidade, incapacidade e saúde**. São Paulo: EDUSP, 2003.

PARISER, E. C. N. **O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

PATEL, R. et al. Social media use in chronic disease: a systematic review and novel taxonomy. **The American Journal of Medicine**, v. 128, n. 12, p. 1335–1350, 2015.

PETTICREW, M.; ROBERTS, H. **Systematic reviews in the social sciences: a practical guide**.

XVIII ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB 2017
23 a 27 de outubro de 2017 – Marília – SP

[s.l.] Blackwell Pub, 2006.

PLODERER, B. et al. Patterns of support in an online community for smoking cessation. **Proc. Intl. Conf. on Communities and Technologies (C&T)**, p. 26–35, 2013.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RECUERO, R. **A conversação em rede: a comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

ROFFEEI, S. H.; ABDULLAH, N.; BASAR, S. K. R. Seeking social support on Facebook for children with Autism Spectrum Disorders (ASDs). **International Journal of Medical Informatics**, v. 84, n. 5, p. 375–385, 2015.

RUS, H. M.; CAMERON, L. D. Health communication in social media: message features predicting user engagement on diabetes-related Facebook pages. **Annals of Behavioral Medicine**, v. 50, n. 5, p. 678–689, 2016.

SAVOLAINEN, R. Emotions as motivators for information seeking: a conceptual analysis. **Library & Information Science Research**, v. 36, n. 1, p. 59–65, 2014.

SONG; SON, J.; LIN, N. Social support. In: SCOTT, J.; CARINGTON, P. (Eds.). . **The Sage Handbook of Social Network Analysis**. London: Sage Publications, 2011. p. 116–128.

STREKALOVA, Y. A.; DAMIANI, R. E. Message design and audience engagement with tobacco prevention posts on social media. **Journal of Cancer Education**, 2016.

STRUIK, L. L.; BASKERVILLE, N. B. The role of facebook in crush the crave, a mobile-and social media-based smoking cessation intervention: qualitative framework analysis of posts. **Journal of Medical Internet Research**, v. 16, n. 7, 2014.

THOREN, E. M. et al. Online support for parents of preterm infants: a qualitative and content analysis of Facebook 'preemie' groups. **Archives of Disease in Childhood-Fetal and Neonatal Edicion**, v. 98, n. 6, p. F534–F538, nov. 2013.

TOMAÉL, M. I.; MARTELETO, R. M. Redes sociais: posição dos atores no fluxo da informação. **Encontros Bibli - Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, v. 1, n. Especial, p. 75–91, 2006.

VER STEEG, G.; GALSTYAN, A. **Information transfer in social media**. Proceedings of the 21st international conference on World Wide Web - WWW '12. **Anais...**New York, New York, USA: ACM Press, 2012Disponível em: <<http://dl.acm.org/citation.cfm?doid=2187836.2187906>>. Acesso em: 31 maio. 2017

WALKER, K. K. A content analysis of cognitive and affective uses of patient support groups for rare and uncommon vascular diseases: comparisons of may thurner, thoracic outlet, and superior mesenteric artery Syndrome. **Health Communication**, v. 30, n. 9, p. 859–871, 2015.

ZHANG, Y.; HE, D.; SANG, Y. Facebook as a platform for health information and communication: A case study of a diabetes group. **Journal of Medical Systems**, v. 37, n. 3, 2013.