



Ministério da Educação – Brasil
Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri – UFVJM
Minas Gerais – Brasil
Revista Vozes dos Vales: Publicações Acadêmicas
Reg.: 120.2.095 – 2011 – UFVJM
ISSN: 2238-6424
QUALIS/CAPES – LATINDEX
Nº. 11 – Ano VI – 05/2017
<http://www.ufvjm.edu.br/vozes>

O uso de uma *fanpage* oficial do Ministério da Saúde como forma de diálogo com a população

Prof. Dr. Marcus Henrique Canuto
Universidade Federal de Minas Gerais - Brasil
Docente da Faculdade de Ciências Biológicas e da Saúde - UFVJM
Diamantina - Brasil
<http://lattes.cnpq.br/7621355940293798>
E-mail: marcus.canuto@ufvjm.edu.br

Denise Mourão Falci
Graduação Fisioterapia – UFVJM
Mestrado em Saúde Pública – UFMG
Doutoranda em Saúde Coletiva - Centro de Pesquisa René Rachou/ FIOcruz
<http://lattes.cnpq.br/4827729967657245>
E-mail: denisemfalci@yahoo.com.br

Núbia Virginia Cruz Costa
Aperfeiçoamento/Especialização em Comunicação e Saúde –
Escola de Saúde Pública de Minas Gerais.
E-mail: nubiajrn@yahoo.com.br

Resumo: Nas últimas duas décadas a internet revolucionou a forma com que as pessoas se relacionam umas com as outras e também com as instituições, sejam elas públicas ou privadas. Com a inserção das redes sociais as pessoas deixam o papel de mero receptor da mensagem e tornam-se também emissor. Nesse contexto, o que se observa é uma comunicação menos centralizada e mais interativa. A comunicação em saúde pode ser vista como uma estratégia que permite ao cidadão prevenir doenças e manter/promover sua saúde, bem como efetivar seus direitos, compreender o funcionamento do Sistema Único de Saúde (SUS), além de contribuir para que as fragilidades do sistema de saúde possam ser

identificadas e minimizadas/sanadas pelo poder público. Desta forma, na expectativa de observar a relação entre as áreas de comunicação e saúde, a proposta do presente artigo foi a de analisar o perfil das postagens publicadas na página oficial do Ministério da Saúde na rede social Facebook.

Palavras-chave: Internet, redes sociais, comunicação, saúde e Ministério da Saúde.

Introdução

No Brasil, desde o início do século XX a comunicação está vinculada à área da saúde. A “comunicação em saúde” surgiu em 1920 com a criação do Departamento Nacional de Saúde Pública, que se valia de propagandas e educação sanitária para combater as epidemias. Na década de 1940, Getúlio Vargas criou o Serviço Nacional de Educação Sanitária, que era responsável por divulgar informações sobre doenças e suas formas de prevenção, e o Serviço Especial de Saúde Pública, que era responsável por produzir matérias sobre educação em saúde que indicavam para a população boas práticas em saúde. O que se observava na época era uma comunicação que se articulava com a educação, mas tinha também um caráter publicitário (ARAÚJO, 2007).

Para o atual sistema público de saúde brasileiro – Sistema Único de Saúde (SUS), a comunicação desempenha um papel muito importante e deve ser desenvolvida de maneira que o cidadão tenha acesso às informações que o ajudem a compreender os serviços e ações de saúde pública. Mas para que esse diálogo ocorra devem ser utilizados canais que possibilitem o envolvimento das áreas – comunicação e saúde (DINIZ, 2011).

A *internet* pode contribuir para esse diálogo já que nas últimas décadas a sociedade tem presenciado e convivido amplamente com o advento dessa nova tecnologia. O surgimento da *internet* tem alterado profundamente as relações humanas, os processos de trabalho, os meios de comunicação e também a maneira como as pessoas se relacionam com as instituições, sejam elas públicas ou privadas (RECUERO, 2009). A inserção dessa nova tecnologia na sociedade possibilitou a criação de um novo espaço de interação, compartilhamento e produção de conhecimento. Segundo Castells (2004), o seu surgimento ampliou a interação entre

os indivíduos, eliminou barreiras físicas e ampliou o alcance das informações, sendo assim, não se trata apenas de tecnologia, mas de um meio de comunicação amplo e de organização social.

As “redes sociais” permitiram a criação de conexões e mobilização de pessoas no ambiente virtual da *internet*. De acordo com Raquel Recuero (2009), as redes sociais são formadas pelas representações dos atores sociais e por suas conexões, as quais se tratam de elementos que vão criar a estrutura na qual as representações formam as redes sociais, no sistema *online*. Essa autora também destaca a difusão das informações como uma das características marcantes dessas redes.

Hoje, uma das redes sociais com maior base de usuários no mundo é o *Facebook*. O *Facebook* é um sistema de interação social criado em 2004, pelo americano Mark Zuckerberg. De acordo com um levantamento realizado pelo *Facebook* no último trimestre de 2014, observou-se que a presença dos brasileiros na plataforma não para de crescer. A rede social possui 89 milhões de brasileiros que acessam o site todos os dias, o número corresponde a oito de cada dez *internautas*, sendo que o número total de *internautas* no país chega a 107,7 milhões, segundo a eMarketer (2015).

Com todas essas mudanças ocorrendo, as instituições privadas e públicas tiveram que inserir e criar ferramentas de comunicação e diálogo com seu público. As redes sociais foram introduzidas como mais um canal de relacionamento, divulgação de informações e comunicação entre sociedade e instituições. Da mesma forma tem ocorrido com a área da saúde, que nos últimos anos, tem utilizado cada vez mais a comunicação como estratégia para a promoção da saúde ou controle de enfermidades.

O Ministério da Saúde (MS) também utiliza a comunicação mediada pelo computador como estratégia de saúde. O MS tem a função de oferecer condições para a promoção, proteção e recuperação da saúde da população, reduzindo as enfermidades, controlando as doenças endêmicas e parasitárias e melhorando a vigilância à saúde, possibilitando uma maior qualidade de vida ao brasileiro. O Ministério tem o desafio de garantir o direito do cidadão à saúde e dar condições para que esse direito esteja ao alcance de todos (PORTAL SAÚDE, 2015).

Desde 2008, o MS construiu uma página oficial no *Facebook* (www.facebook.com.br/ministeriodasaude) e, de acordo com a descrição apresentada na página, esse canal de comunicação tem como missão a “qualificação do SUS por meio do diálogo com a população” e tem a função de se relacionar com os usuários, realizar atendimento à população e divulgar campanhas, programas e ações da saúde pública. Atualmente, mais de um milhão e trezentas pessoas “curtem” a página do órgão.

Fontes oficiais de informação do governo, como a página do MS no *Facebook*, estão diretamente relacionadas com a relação pública, pois essa acontece no espaço formado pela interação de agentes públicos e atores sociais. Para Duarte (2007), a comunicação pública envolve temas de interesse coletivo e viabiliza o direito social coletivo e individual do acesso ao diálogo e à informação. Sendo assim, torna-se necessário conhecer o perfil das informações veiculadas à população, desta forma, o objetivo desse trabalho foi analisar o perfil das postagens publicados na página oficial do Ministério da Saúde na rede social *Facebook*.

Metodologia

Trata-se de um estudo qualitativo do tipo pesquisa documental. Neste artigo, foram analisadas as postagens, publicadas pelo Ministério da Saúde (MS) em sua página – *fanpage*- oficial no *facebook* (www.facebook.com/minsaude). O período selecionado para análise foi de dois meses (junho - julho/2015), sendo que a primeira publicação analisada foi postada no dia 1º de junho e a última no dia 31 de julho. Todas as postagens neste período foram analisadas, o que totalizou 140 postagens, sendo 63 em junho e 77 em julho. Para a análise dos dados foi utilizada a técnica de Análise de Conteúdo proposta por Bardin (2011).

Para o desenvolvimento desse método de análise, Bardin (2011) apresenta três etapas de organização, sendo elas: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados (inferência e interpretação). A primeira etapa consiste na fase de organização do material, tornando-o operacional e sistematizando as ideias iniciais. Na segunda etapa os dados são codificados a partir das unidades de registro e na última etapa se faz a categorização, que consiste na classificação dos elementos, com posterior reagrupamento em função das características comuns (BARDIN, 2011).

Em cada postagem do MS foi analisado o texto da imagem e seu comentário, definindo-se as seguintes categorias: 1) educação em saúde, 2) serviço e ação em saúde, 3) campanha, 4) controle social 5) inovação e pesquisa e 6) comunicado. Apesar, das campanhas também serem ações de saúde, optou-se por separá-la em uma nova categoria devido ao volume de postagens que apresentaram esse tipo de conteúdo.

Resultados e discussão

Ao analisar as postagens, observou-se que as informações compartilhadas não se aprofundam nos temas abordados. Em alguns casos elas são acompanhadas de um *link* que direciona o usuário para um texto mais detalhado, mas, caso o cidadão não o acesse, permanecerá com um conteúdo que o agregará pouco ciência. No entanto, essa estratégia pode ter sido adotada como um atrativo para o leitor, favorecendo que as postagens sejam lidas por um maior número de indivíduos que foram atraídos pela a imagem ou palavras em destaque, assim, pequenos conteúdos serão incutidos frequentemente ao usuário seguidor da página oficial do MS no *Facebook*.

A maioria das postagens se enquadrou na categoria “Educação em Saúde”, a qual se trata de um conjunto de atividades que sofrem influência e modificação de conhecimentos, atitudes, religiões e comportamentos, sempre em prol da melhoria da qualidade de vida e de saúde do indivíduo (SANTOS, 1999). Com isso, a educação em saúde pode ser entendida como uma forma de abordagem que proporciona a construção de um espaço importante na veiculação de conhecimentos e práticas relacionadas ao tema saúde.

O conteúdo das postagens analisadas e categorizadas como de “Educação em Saúde” variaram entre: dicas de alimentação saudável, importância da prática de exercícios físicos, informações sobre doenças e suas formas de prevenção, dicas para viajantes, conscientização dos malefícios da junção álcool e direção, além de outras informações de autocuidado e prevenção.

Nos exemplos acima (Figura 1 e 2), as postagens instruem a população a terem hábitos saudáveis de alimentação. Assim como nesses dois casos, a maior parte das postagens tem o cidadão como o ator central, como o responsável pela ação para a manutenção de sua saúde e prevenção de doenças, ou seja, ele é

chamado a assumir o papel de “zelador” de sua saúde, ao mesmo tempo em que se percebe a ausência da participação do Estado nesse processo. Uma das principais críticas à “comunicação em saúde” nas décadas seguintes a 1820 foi o fato dela se apresentar apenas com um papel informativo-publicitário, em que as instituições governamentais funcionavam como meras produtoras e divulgadoras de informações em saúde. Somente na década de 1980, com a 8ª Conferência Nacional de Saúde, que se começou a discutir sobre a necessidade de canais de comunicação em saúde que dialogassem com a população e não apenas reproduzissem informações (ARAÚJO, 2007). No entanto, após três décadas, ainda pode-se conferir uma comunicação em saúde que ainda presa por reproduzir conteúdos informativos, desconsiderando o seu interlocutor e, portanto, o seu contexto.



(FIGURA 1: Alimentação saudável – temperos)

Fonte: <https://www.facebook.com/minsaude/photos/a.205936522758305.51623.175330465818911/1051357858216163/?type=3&theater> Acesso em: 01 de nov. de 2015.



(FIGURA 2: Alimentação saudável – fast-food)

Fonte: <https://www.facebook.com/minsaude/videos/1043765388975410/?fallback=1> Acesso em: 01 de nov. de 2015

A segunda categoria mais amplamente abordada foi a de “Serviços e Ações em Saúde”, sendo que os principais conteúdos dessa categoria estão relacionados às portarias e acordos assinados pelo MS, criação de protocolos e manuais e incorporação de novos medicamentos ao SUS.

Em relação às postagens dessa categoria notou-se que além de relevantes para a população de forma geral, muitas delas são importantes para o conhecimento dos profissionais de saúde, outro público que está presente na *fanpage* oficial do MS. Todavia, em muitos casos as postagens não estavam acompanhadas de *link* que direcionasse o cidadão a mais informações, ficando o tema abordado de modo superficial.

O tema “Campanha” foi o terceiro mais explorado pelo MS. As postagens dessa categoria de modo recorrente fazem um convite para que o cidadão seja participativo, com objetivo de prevenir os eventos relacionados à saúde, além de preservá-la e promovê-la. Houve divulgação para as seguintes campanhas: Doação de Órgãos, diagnóstico da hepatite C, Doação de Leite

Materno, Combate e Prevenção à Dengue e Chikungunya, Vacinação contra a Gripe e Doação de Sangue. Sendo que a Campanha contra a Dengue e Chikungunya foi o conteúdo que mais se repetiu nessa categoria ao longo do período estudado, e, além disso, a forma de abordagem do tema foi a recorrente nas postagens: o indivíduo como o responsável pelo combate à infecção (Figura 3).



(FIGURA 3: Prevenção à Dengue e Chikungunya)

Fonte: <https://www.facebook.com/minsaude/photos/a.205936522758305.51623.175330465818911/1041435209208428/?type=3&theater> Acesso em: 01 de nov. de 2015.

O Brasil desenvolveu uma abordagem de educação em saúde que privilegia conselhos e normas de modo individualizado, fazendo com que o acesso à saúde seja um esforço individual e, conseqüentemente, uma responsabilidade individual. No entanto, considerando as condições de vida e trabalho do indivíduo, ao avaliar a relação saúde-doença torna-se necessário que sejam apontadas políticas sociais desenvolvidas pelo governo, pois grande parte dos condicionantes de saúde está relacionado ao acesso e à qualidade dos serviços básicos que estão sendo oferecidos à população (VALLA, 1992).

É inegável a importância das campanhas, já que a falta de esclarecimento pode ser considerada um dos principais obstáculos à prevenção de doenças e de complicações decorrentes das mesmas, e muitas vezes essa falta de informação resulta em gastos para a saúde pública. Sendo assim, as informações divulgadas nas campanhas podem contribuir para o processo de construção do conhecimento

da população a respeito dos temas de saúde. Além disso, as campanhas contribuem com Política Nacional de Promoção da Saúde que tem como objetivo fazer com que o cidadão se torne um agente de saúde. Porém, as campanhas produzidas para a área da saúde possuem seus desafios, afinal, não basta somente transmitir a informação, na maioria das vezes é preciso que o cidadão compreenda a mensagem e culturalmente mude hábitos, desafio esse que se amplifica ao considerar que as campanhas são feitas para um público-alvo muitas vezes com características geográficas, sociais e culturais diferentes (SOCCI, 2009).

Durante a análise da categoria “Campanha”, observou-se que as mesmas apresentavam informações que poderiam ser utilizadas pelos cidadãos em sua rotina de usuário do SUS, facilitando o funcionamento do serviço ou da ação em saúde (Figura 4).



(FIGURA 4: Doação de órgãos)

Fonte: <https://www.facebook.com/minsaude/photos/a.205936522758305.51623.175330465818911/1038984906120125/?type=3&theater> Acesso em: 01 de nov. de 2015.

Por outro lado, também foi possível identificar postagens que simplesmente apresentavam a campanha com suas imagens e *slogans*, mas não traziam ao cidadão nenhuma informação que ele realmente pudesse introduzir em seu cotidiano de usuário do SUS. Por exemplo, a postagem sobre a campanha “Doe Leite

Materno”, apenas apresenta o texto “Uma doação de leite materno pode salvar a vida de vários bebês”, não sendo disponibilizado nenhum texto complementar. Assim, por meio dessa postagem não é possível identificar informações, tais como, a forma com que a coleta deve ser feita, o seu acondicionamento e armazenamento, e os postos de recolhimento. Sendo assim, caso o cidadão queira contribuir com a campanha ele precisará buscar essas informações por conta própria.

A categoria “Controle Social” foi a quarta mais explorada e foi constituída por postagens em que a população pode manifestar suas críticas e sugestões sobre o SUS. Sendo que todas essas postagens eram compostas por vídeos, em que o cidadão se tornou o ator principal. As postagens que foram inseridas nessa categoria eram vídeos utilizados na divulgação do Dialoga Brasil, uma iniciativa do Governo Federal que visa a construção das políticas públicas focadas nas necessidades da população. O foco da plataforma é estimular o diálogo entre sociedade e governo (blog.saude.gov.br, 2015), tendo como vantagem a inserção de um canal de participação não apenas para a sociedade civil organizada, mas incorporando novos sujeitos, novas gerações, novas linguagens, cidadãos e cidadãs que têm na internet o seu espaço de expressão e atuação (POSSAMAI, 2011). Ao fazer as postagens com esse tema o MS permite que o cidadão de diferentes segmentos da sociedade se manifeste apresentando suas demandas, o que é uma maneira de promover a participação popular e, conseqüentemente, o controle social.

A participação popular foi um fator importante para a criação do SUS, sendo o controle social assegurado na Constituição Federal e nas Leis Orgânicas da Saúde (Lei 8.080/90 e 8.142/90). Na Lei 8.142/90, o controle social é considerado um marco que regulamenta a participação da comunidade na gestão do sistema de saúde. Com a criação dessa lei foram criados os Conselhos e as Conferências de Saúde como espaços de suma importância para o exercício do controle social. De acordo com a definição apresentada pelo Dicionário da Educação Profissional em Saúde (2006), o controle social permite a interferência social na gestão pública, orientando as ações do Estado e os gastos estatais na direção dos seus interesses de classe.

Divulgar postagens que têm o controle social como tema é muito importante, pois promovem a democratização da saúde e permite a participação da sociedade, garantindo assim direitos adquiridos constitucionalmente. Por isso, permitir o acesso

à informação faz com que a população saiba seus direitos e possa assim exigí-los, pois somente dessa forma a sociedade civil ocupará seu espaço de modo efetivo e pleno (ROLIM, CRUZ E SAMPAIO, 2013).

Democratizar o acesso à informação e possibilitar a efetiva participação popular no processo de debate e decisão das políticas públicas são desafios muito grandes diante da concentração do campo da comunicação no Brasil e no mundo hoje. É preciso estabelecer uma nova forma de comunicação mais universal, horizontal e cidadã, mais semelhante aos preceitos defendidos pelo SUS. As novas mídias parecem estar no lugar certo, no momento ideal de serem utilizadas pelo SUS como ponto de partida em mais uma investida pioneira da democratização (Marcelo Pereira Garcia, 2009).

Na amostragem a categoria “Inovação e Pesquisa” foi a quinta mais explorada pelo MS. O conteúdo das postagens apresentaram informações sobre pesquisas e ações que agregam inovação e tecnologia aos serviços oferecidos pelo SUS. Foram constatadas publicações sobre transferência de tecnologia, parcerias para produção de medicamentos, instalação de fábricas e pesquisas sobre medicamentos. A divulgação de postagens que abordam esse tema é importante para a população visto que a saúde aliada com pesquisas e a introdução de inovações podem contribuir com a melhoria dos serviços oferecidos pelo SUS. A Constituição Federal, em seu artigo 200, inciso VI, inclui como atribuições do SUS o incremento do desenvolvimento científico e tecnológico em sua área de abrangência, assim como a Lei 9.639/98, que determina que uma das áreas de competência do MS seja a pesquisa científica e tecnologia em saúde. Sendo assim, pode-se afirmar que a ciência, nesse caso representada por pesquisas e técnicas inovadoras, são fundamentais para o desenvolvimento e melhorias à saúde dos cidadãos brasileiros (QUILICI E STADLER, 2015).

A categoria “Comunicado” foi a que apresentou menor representatividade no material analisado. Postagens relacionadas a investimentos no setor, bem como estatísticas em saúde foram os temas mais abarcados nessa categoria.

Baseando-se na premissa de que “informar não é educar e que a aprendizagem, elemento central do processo de educação, envolve a compreensão, elaboração e domínio do conhecimento para seu uso potencial ou efetivo” (ALVES E

MELO, 2015), torna-se importante que novos estudos sejam realizados com a intenção de avaliar os comentários dos usuários às postagens e, com isso, avaliar a compreensão dos mesmos quanto ao conteúdo veiculado.

Considerações finais

Com a implementação de uma página do Ministério da Saúde no *facebook*, instrumento interativo de comunicação tão em voga na atualidade, já se percebe um esforço positivo do ministério em estabelecer um canal de comunicação com a população. Observou-se um número de postagens de aproximadamente duas por dia com conteúdos variados abrangendo seis categorias, no entanto, nota-se a necessidade de um maior cuidado com a forma com que a informação é veiculada, levando-se em conta o seu interlocutor, seu contexto e necessidades, e não culpando ou responsabilizando o indivíduo, mas sim demonstrando parceria. Sendo também importante sempre a existência de links que direcionem o leitor para páginas com informações mais detalhadas sobre o tema, se assim for de sua vontade.

Referências

ALVES, M. R. A. B.; MELO, M. C. B. . Educação e campanhas em saúde: informar, conscientizar ou mudar comportamentos?. In: Comunicon 2012, São Paulo/SP. Anais do Evento, 2012. p. 05-12.

ARAÚJO, I. S.; CARDOSO, J. M. Comunicação e Saúde. Rio de Janeiro: Ed. Fiocruz, 2007.

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. São Paulo: Edições 70, 2011.

CASTELLS, M. A Galáxia Internet: reflexões sobre internet, negócios e sociedade. Fundação Calouste Gulbenkian, 2004.

Dicionário da educação profissional em saúde / Organizado pela Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio e Estação de Trabalho Observatório de Técnicos em Saúde. – Rio de Janeiro: EPSJV, P. 308, 2006.

DINIZ, B. D. F. COMUNICAÇÃO, INFORMAÇÃO E CONTROLE SOCIAL NO SISTEMA ÚNICO DE SAÚDE: Um estudo em dois municípios da Região Metropolitana de Belo Horizonte-MG. 2011. Dissertação (Mestre). Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde (ICICT), Fundação Oswaldo Cruz, Rio de Janeiro, 2011.

DUARTE, J. Instrumento de comunicação pública. In: Duarte, Jorge (Org.) Comunicação Pública: estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo. Atlas, 2007.

EMARKETER. Mobile Internet Access in Brazil to Drive Social Usage Smartphone owners in the country favor social media apps Disponível em: <<https://www.emarketer.com/Article/Mobile-Internet-Access-Brazil-Drive-Social-Usage/1011198>> Acesso em: 01 Nov. 2015.

PORTAL SAÚDE. Estrutura e Competências. Disponível em: <<http://portalsaude.saude.gov.br/index.php/o-ministerio/estrutura-e-competencias>> Acesso em: 01 Nov. 2015.

POSSAMAI, A. J. Democratização do Estado na era digital: e-participação no ciclo de políticas públicas. 2011. Dissertação (Mestre). Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Programa de Pós-Graduação em Ciência Política. Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

QUILICI, R. F. M.; STADLER, C. C. A importância da ciência e tecnologia de inovação na saúde pública brasileira: Novos conceitos e diretrizes. Disponível em: <<http://www.pg.utfpr.edu.br/ppgep/Ebook/ARTIGOS/65.pdf>>. Acesso em: 01 Nov. 2015.

RECUERO, R. Redes Sociais na internet. Porto Alegre. Sulina, 2009.

ROLIM, L. B.; CRUZ, R. D. S. B. L. C.; SAMPAIO, K. J. A. D. J. Participação popular e o controle social como diretriz do SUS: uma revisão narrativa. *Saúde em Debate*, 37, 139-147, 2013.

SANTOS, J. L. F.; WESTPHAL, M. F. Práticas emergentes de um novo paradigma de saúde: o papel da universidade. *Estudos Avançados*, 13, 71-88, 1999.

SOCCI, Bianca Colepicolo. Campanhas de saúde pública: interfaces com a comunicação televisiva. 2009. Dissertação (Mestrado em Comunicação contemporânea) - Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2009.

VALLA, V. V. Educação, saúde e cidadania: investigação científica e assessoria popular. *Cadernos de Saúde Pública*, 8, 30-40, 1992.

Processo de Avaliação por Pares: (*Blind Review* - Análise do Texto Anônimo)

Publicado na Revista Vozes dos Vales - www.ufvjm.edu.br/vozes em: 05/2017

Revista Científica Vozes dos Vales - UFVJM - Minas Gerais - Brasil

www.ufvjm.edu.br/vozes

www.facebook.com/revistavozesdosvales

UFVJM: 120.2.095-2011 - QUALIS/CAPES - LATINDEX: 22524 - ISSN: 2238-6424

Periódico Científico Eletrônico divulgado nos programas brasileiros *Stricto Sensu*

(Mestrados e Doutorados) e em universidades de 38 países,

em diversas áreas do conhecimento.