

CAPÍTULO 9

COMUNICAÇÃO DE RISCO EM SAÚDE DA COVID-19 NA DIFUSÃO INSTITUCIONAL NA REDE SOCIAL DIGITAL FACEBOOK

*Health risk communication of COVID-19 at institutional diffusion on the
digital social network Facebook*

Autor principal. Janet García González (J. García-González)¹

Autor correspondente. Pedro Alejandro Luévano Flores (P. A. Luévano-Flores)²

1. Universidade Autónoma de Nuevo León, Faculdade de Ciências da Comunicação. ORCID: 0000-0002-7188-5331. E-mail: janet.garciagnz@uanl.edu.mx.

2. Universidade do Vale do México. ORCID: 0000-0001-8304-900X. E-mail: aluevanof@gmail.com

Resumo

Diante da situação de crise sanitária pela covid-19, sua cobertura midiática não tem precedentes. As redes sociais estão assumindo o controle da informação, por isso, existe a necessidade de identificar a abordagem da comunicação de risco em saúde da covid-19 na estratégia de difusão institucional na rede social digital Facebook. **Material e métodos:** análise da rede social Facebook da Prefeitura de Xalapa, Veracruz, no México, de 23 de março a 1º de maio de 2020. **Resultados:** a estratégia se resume em sensibilizar a construção da percepção de risco, tomando elementos da informação com um alcance de 2.334.240 nas publicações que fazem alusão à covid-19, e quanto à abordagem do valor simbólico, de um total de 30.150 “curtidas” em publicações e, destas, 11.204 compartilhamentos de publicações. **Conclusão:** a comunicação de riscos é uma parte fundamental para abordagem e controle de contingências; sua aplicação se fundamenta no diagnóstico da percepção de riscos, na influência no conteúdo, na imagem dos atores, nos meios de comunicação em massa e na sociedade para alcançar a sustentabilidade da comunicação de riscos.

Palavras-chave: Comunicação de risco. Covid-19. Redes sociais.

Abstract

Given the situation of the health crisis of COVID-19, the mediatic coverage has no precedent. Social Networks are taking control over the news and information. Therefore, the need to identify the approach health risk communication for COVID-19 in the Institutional dissemination strategy on the digital social network Facebook. Material and methods: Analysis of the social network Facebook of the City Council of Xalapa, Veracruz, Mexico from March 23 to May 1, 2020. Results: The strategy focused on raising awareness on the construction of the perception of risk, taking elements from the information with a reach of 2'334,240 in publications that refer to COVID-19 and regarding the approach of symbolic value, it gives a total of 30,150 publications with “Like” and of these 11,204 publications that they shared. Conclusion: Risks communication is a fundamental part for the approach and control of contingencies, its application is based on the diagnosis of the perception of risks, the influence on the content, the image of the actors, the mass media and the society in general to achieve sustainability of risks communication.

Keywords: Risk communication. Covid-19. Social Networks.

Introdução

A sociedade vai mudando, os estilos e a qualidade de vida determinam o risco de epidemias de doenças novas e emergentes; com isso, a potencialidade de ter eventos devastadores e imprevisíveis, que implica não só na saúde dos indivíduos, mas também na própria dinâmica social. Diante disso, as crises são, por definição, situações incertas, equívocas e, muitas vezes, caóticas. As condutas que o indivíduo decide adotar em relação a um determinado risco são orientadas por como o indivíduo percebe esse risco e as crenças que tem sobre este, de tal forma que essa percepção pode modificar essas mesmas condutas^{1,2}.

Por exemplo, o ataque de antraz em setembro de 2001 tem sido, possivelmente, uma das emergências de saúde pública mais perturbadoras da história recente – muito embora exista riscos de saúde muito maiores e generalizados, como a gripe aviária HN51, o aparecimento da Síndrome Respiratória Aguda Súbita (SRAS), o aumento do câncer de pele, os surtos do vírus do Nilo Ocidental³, os surtos de Salmonella Poona, de zika, Ebola (EVE), cólera, gripe A H1N1 e do recente coronavírus (SARS-CoV-2) detectado no final de janeiro de 2020. Todos esses são epidemias relacionadas com o comportamento social dos indivíduos, o que demonstra que a sociedade é dinâmica e requer mecanismos e ferramentas para seu controle.

A partir desse quadro, o manejo tanto das emergências de saúde pública como dos desastres naturais sempre implicou de maneira significativa a comunicação sob a forma de avisos, mensagens de risco, notificações de evacuação, mensagens sobre autoeficácia, informação sobre sintomas e tratamento médico, entre outros, de acordo com as exigências de comunicação próprias da contingência. No processo, a ampla difusão midiática teve um papel fundamental, visto que a disseminação global do risco se destacou nos meios de comunicação massiva transcendendo a informação de publicações especializadas⁴.

O risco se estabelece em relação aos comportamentos saudáveis e protetores de uma determinada doença; como também se assume ao expor-se à doença. Diante disso, é importante o manejo da informação e comunicação dado que repercutirá na adoção de condutas de autoproteção e, ao mesmo tempo, no aumento do temor e da ansiedade, o que provocará dificuldades na adoção dessas condutas de acordo com sua estrutura psicológica, social e cultural. Nesse contexto, intensificou-se a importância de aumentar os mecanismos de prevenção e controle a partir da comunicação em saúde e da comunicação de risco⁵.

Comunicação de risco e suas implicações

A comunicação de riscos pode ser usada para influenciar a opinião pública ou a escolha, para despertar ou aliviar as preocupações públicas sobre um problema de risco^{6,7}. Isso porque o tema da comunicação de riscos é altamente suscetível aos argumentos baseados em achados científicos e à mediação de mensagens por meio da comunicação simbólica. Alguns fatores que incrementam o estudo na comunicação de risco são:

- Temas de interesse público como saúde, segurança, meio ambiente e sua cobertura midiática.
- Demanda pela informação gerada pela preocupação pública sobre os riscos, e não apenas para ter atividades nas contingências, que vão desde o passado, presente ou atividades futuras. É necessário fornecer informações sobre o que pode vir no futuro considerando as consequências da contingência atual. Acima de tudo, pela mudança da dinâmica social.
- Identificar o direito da informação e o seu âmbito relacionado com a exposição a agentes de risco. Sobretudo, relacionado nos dois sentidos, na saturação da informação que pode provocar efeitos colaterais como o medo; ou, se for o caso, na mínima informação para não provocar o caos social que implica o risco.
- Desconfiança das autoridades sobre a gestão de risco e demandas públicas, pelo direito de participar nas fases de avaliação e gestão de riscos.
- Durante a fase pré-crise, as noções tradicionais de promoção da saúde e comunicação de riscos são apropriadas para educar o público sobre possíveis ameaças e incentivar a preparação adequada e comportamentos de redução de riscos³.
- A forma como as informações sobre o risco são apresentadas também pode afetar o modo como esse risco é percebido em termos de sua magnitude ou aceitabilidade

Um dos principais objetivos da comunicação de riscos é informar melhor o público em geral e aqueles que tomam decisões públicas, e comunicar os riscos de forma eficaz é um componente essencial da gestão de riscos tanto no setor público quanto no privado⁸. Existem diferentes abordagens para a aplicação da comunicação de risco em saúde, como bem se apontou anteriormente, e implementam-se modelos teórico-metodológicos conforme os objetivos que se pretende seguir. Para isso, é importante determinar a percepção de risco dos indivíduos antes do evento.

O método de abordagem do risco na saúde pública⁹ especifica as etapas para o desenvolvimento de uma estratégia de comunicação de risco em saúde:

- a. avaliação do risco para a saúde;
- b. estabelecimento de objetivos;
- c. avaliação do público alvo;
- d. avaliação do contexto sociocultural;
- e. seleção da enfoque;
- f. construção das comunicações;
- g. implementação do Programa de Comunicação de Risco (existem modelos teórico-metodológicos para sua abordagem);
- h. avaliação dos efeitos.

O método de abordagem é determinante a partir da percepção de risco do próprio evento epidemiológico, ou seja, segundo as estatísticas sobre a mortalidade anual esperada e a classificação dos mesmos perigos de acordo com o incômodo que ele produz; por exemplo, existem muitos riscos que enfurecem as pessoas apesar de causarem pouco dano, e outros que matam muitos, mas sem irritar ninguém, como é o caso da obesidade.

Problemática: risco de saúde pela desinformação em tempos de pandemia

Esta situação de crise sanitária pela covid-19 dá o tom de mudanças radicais nos estilos de vida, organização do trabalho, isolamento e modo de interação social. Diante disso, o fluxo de informações de diferentes abordagens políticas, religiosas, científicas, entre outras, juntamente com a propagação das *fake news*, dificulta a capacidade de selecionar, organizar e estruturar a informação e, conseqüentemente, aumenta a incerteza e confusão entre a população.

A cobertura desta pandemia, tanto nos meios de comunicação habituais (Rádio, TV, jornais) como em todas as redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram), é sem precedentes. As redes sociais estão assumindo o controle da informação sobre a covid-19¹⁰.

A difusão nas redes sociais e na televisão, na percepção da população sobre a pandemia, está voltada para o exagero e o medo¹¹. Não se pode perder de vista que, atualmente, a televisão continua a ser o meio mais importante para a transmissão de

informação^{13,14}, e as redes sociais estão se tornando o meio pelo qual se prefere receber a informação¹⁵.

Especificamente, no México, o primeiro caso confirmado de covid-19 foi registrado em 27 de fevereiro de 2020; e em 24 de março, o governo, por meio da Secretaria de Saúde, decretou a Fase 2 que compreendia uma série de medidas (em concordância com as medidas prescritas a nível mundial) para prevenir e controlar os contágios no país, tais como: a suspensão de certas atividades econômicas e laborais, a restrição de congregações massivas e a recomendação de resguardo domiciliar à população.

Nesse contexto, uma grande quantidade de informações está surgindo a cada minuto, saturando a sociedade e fazendo com que ela perca a capacidade de diferenciar informações verdadeiras de informações falsas. A esse respeito, a Organização Mundial da Saúde (OMS) advertiu sobre “outra ameaça igualmente perigosa como a COVID-19” e refere-se à infodemia ou à superabundância de informação. Ademais, a OMS¹⁶ identificou a infodemia como um problema global estrutural, caracterizada pela desinformação no campo da medicina. Outrossim, os impactos da infodemia na saúde das pessoas são agravados pela ressonância própria de um ecossistema comunicativo no qual a informação é um recurso superabundante, embora provenha de todo tipo de fontes¹⁷.

No México, mais da metade de sua população tem acesso ao ciberespaço, especificamente 80 milhões de usuários acessam de seus celulares e estão ativos diariamente. Facebook é a plataforma que registra maior atividade, seguida por YouTube, Instagram, Twitter e Google. WhatsApp e Skype também têm uma atividade importante. No geral, os mexicanos passam, em média, de 3 a 6 horas por dia lendo e compartilhando informações por meio de uma dessas redes¹⁸.

Nesse contexto, a função da alfabetização midiática reconhece o papel fundamental da informação e dos meios de comunicação na vida cotidiana, que é o centro da liberdade de expressão e de informação e estabelece ações que permitem aos cidadãos compreender as funções dos meios de comunicação e de informação, avaliar criticamente os conteúdos e tomar decisões fundamentadas como usuários e produtores de informação e de conteúdo mediático¹⁹. Além disso, os governos devem projetar e implementar uma estratégia de alfabetização midiática que promova nos cidadãos (na sua qualidade de audiência) conhecimentos, habilidades e atitudes.

Diante disso, o objetivo da presente proposta é identificar a abordagem da comunicação de risco em saúde da covid-19 na estratégia de difusão institucional na rede social digital Facebook do município de Xalapa, Veracruz, no México.

Material e métodos

Realizou-se um estudo de tipo observacional transversal-analítico, visando à análise da rede social institucional Facebook da Coordenação de Comunicação Social do município de Xalapa, Veracruz.

Realizou-se uma análise quantitativa considerando a estratégia, os objetivos e os indicadores de difusão na rede social digital Facebook, assim como mensagens (vídeos, infográficos, memes, anúncios) alusivas à comunicação de risco, tomando como base suas funções: propiciar a participação de todos os setores envolvidos; promover o conhecimento e a compreensão dos riscos conhecidos e desconhecidos; integrar a população no processo de manejo do risco e ajudar a estabelecer confiança pública nas instituições encarregadas de tomar decisões; assim como colaborar na concepção de atividades que desenvolvam capacidades na população para que se prepare, participe da minimização e prevenção do risco. Entre as palavras-chave usadas para coletar informações no Facebook, estão “COVID”, “VÍRUS”, “CORONAVÍRUS”.

A temporalidade foi o período compreendido de 23 de março a 1º de maio de 2020; primeiro período de início da estratégia de difusão institucional desse município. De acordo com os dados do Censo Populacional e de Moradia 2010 do INEGI, Xalapa é o segundo município mais populoso do estado de Veracruz, com um total de 457.928 habitantes.

Quadro 1. Estratégia, objetivos e indicadores de difusão na rede social Digital Facebook

Estratégia	Objetivo	Indicadores do Facebook
Audiência ou comunidade	Identificar o aumento dos seguidores	Curtidas Alcance total Alcance da publicação
Engajamento	Identificar as ações e reações em geral do conteúdo na audiência	Publicações com curtidas Comentários e sentimentos (positivos, negativos ou neutros)
Viralização	Identificar o conteúdo compartilhado na rede	Compartilhamento (Share)

Fonte: elaboração própria.

Resultados

Entre 23 de março e 1º de maio de 2020, houve um total de 447 publicações (n=447), das quais 170 não fazem alusão à covid-19 (38%) e 277 (62%) fazem alusão a essa doença (Tabela 1).

Quanto ao alcance das publicações, o total foi de 3.367.165 (n=3.367.165), nas quais o alcance das que não fazem referência à covid-19 foi de 1.032.925 (30,1%); e para as que fazem, foi de 2.334.240 (69,9%) (Tabela 1)

O total de curtidas das publicações, nesse mesmo período, foi de 42.341 (n=42.341). As curtidas para as publicações que não se referem à covid-19 foram 12.191 (30,3%), enquanto para aquelas que faziam referência foi de 30.150 (69,7%) (Tabela 1)

As publicações foram compartilhadas um total de 14.663 vezes (n=14.663). As publicações que não fazem referência à covid-19 foram compartilhadas 3.459 vezes (23,6%); e as que faziam referência, foram 11.204 vezes (76,4) (Tabela 1).

Nas publicações desse período, houve 5.154 comentários (n=5.154), dos quais 2.018 (41,1%) foram em publicações que não se referiam à covid-19; enquanto nas que faziam referência, foram 3.036 comentários (58,9%) (Tabela 1).

Tabela 1. Estatísticas de publicações na página da Prefeitura de Xalapa, México, no Facebook, durante o período de 23 de março à 1º de maio de 2020

Indicadores do Facebook	Frequência	Porcentagem
Total de publicações	447	100
Publicações sem referência à covid-19	170	38
Publicações que fazem referência à covid-19	277	62
Alcance total	3.367.165	100
Publicações sem referência à covid-19	1.032.925	30,1
Alcance das publicações que fazem referência à covid-19	2.334.240	69,9
Total de curtidas nas publicações	42.341	100
Curtidas em <i>posts</i> sem referência à covid-19	12.191	30,3
Curtidas em <i>posts</i> com referência à covid-19	30.150	69,7
Total de publicações compartilhadas	14.663	100
Publicações compartilhadas sem referência à covid-19	3.459	23,6
Publicações compartilhadas que fazem referência à covid-19	11.204	76,4
Total dos comentários	5.154	100
Comentários em publicações sem referência à covid-19	2.018	41,1
Curtidas em publicações que fazem referência à COVID-19	3.036	58,9

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados obtidos no Facebook da Prefeitura de Xalapa, Veracruz, no México.

A publicação com mais alcance foi divulgada em 29 de março de 2020 (alcance: 230.045). Essa publicação faz referência a como se transmite a covid-19 entre a população xalapenha, baseada nos hábitos e costumes da cidade.

A publicação com mais curtidas foi divulgada em 3 de abril de 2020 (total de curtidas: 2.038) (Figura 1).

A publicação que foi compartilhada mais vezes foi divulgada em 21 de abril de 2020.

(total de compartilhamentos: 415 vezes – fonte: Página da Prefeitura de Xalapa, México no Facebook).

A Publicação com mais alcance foi divulgada em 29 de março de 2020 (total de comentários: 115) (Figura 1).

Figura 1. Exemplo dos comentários da publicação mais comentada



Fonte: Página da Prefeitura de Xalapa, México no Facebook

Discussão

Nos primeiros meses do ano de 2020, surgiu uma emergência sanitária sem precedentes. Nesse marco da mundialização de doenças infectocontagiosas, no qual a responsabilidade em matéria sanitária transcende o âmbito nacional, aliado ao acelerado e considerável fluxo de informação – bem como à constante busca de legitimidade da política de saúde –, sucedeu uma crescente sofisticação do discurso utilizado pelos integrantes das instituições do Estado. Diante disso, a medida imediata executada pelos Estados em meio às pandemias é, além do fechamento das fronteiras, o isolamento social. Além disso, os cidadãos são obrigados a tomar medidas extremas de higiene. Passa-se

da negação à minimização, posteriormente, à legitimação das medidas. Para tanto, é necessário influenciar as crenças e as ações dos cidadãos. Portanto, todos os indivíduos expostos a tal estrutura são levados a assimilar esse conteúdo. Deve-se notar que essas mensagens são formuladas sob o pressuposto de que existe um conhecimento compartilhado, e mais ainda em redes sociais, no qual todos os participantes estão cientes do tipo de informação que é usada e seu tratamento, o modo de interpretação e suas implicações. No entanto, como é que os receptores assimilam essa mensagem? Que tipo de reações desperta? Como o conteúdo é apreendido ou assumido? Que ideias e comportamentos se desencadeiam no meio da pandemia de covid-19 no México?

Assim, enquanto os representantes das instituições têm meios e estratégias para transmitir a sua mensagem e alcançar a sua finalidade, os receptores possuem outros meios e outras estratégias para alcançar os seus fins. É por isso que a Prefeitura de Xalapa, Veracruz, no México, em sua estratégia de comunicação, concentrou-se em sensibilizar a construção da percepção de risco, tomando elementos da informação, a qual era identificada e compartilhada tendo um alcance de 2.334.240 nas publicações que fazem referência à covid-19, quanto à abordagem do valor simbólico que dá um total de 30.150 publicações com “curtidas”; e, destas, 11.204 publicações que foram compartilhadas. Essas mensagens são baseadas nas funções de comunicação de risco, como educação, psicologia e informação; assim como a partir da construção do objeto de risco quanto à semiótica e perspectiva do objeto de risco.

O manejo tanto das emergências de saúde pública como dos desastres naturais sempre implicou de maneira significativa a comunicação sob a forma de avisos, mensagens de risco, notificações de evacuação, mensagens sobre autoeficácia, informação sobre sintomas e tratamento médico, entre outros, de acordo com as exigências de comunicação próprias da contingência.

Conclusões

É importante determinar os obstáculos da comunicação de risco em saúde para a aplicação adequada dos modelos teóricos-metodológicos, dado que, a partir deles, fundamenta-se o seu sucesso. Alguns são: a incerteza; a complexidade; a incompletude de dados; as fontes de desconfiança (que incluem desacordos entre especialistas); a falta de coordenação entre as organizações de gestão de riscos; a inadequada capacitação de especialistas e porta-vozes em habilidades de comunicação de riscos; a insensibilidade aos requisitos para uma comunicação efetiva, participação pública, diálogo e alcance comunitário; a má administração e a negligência; e uma história de distorção

frequente, exagero e sigilo que é a pior parte de muitos provedores de informações sobre riscos.

Por outro lado, os relatórios seletivos dos meios de comunicação social constituem um obstáculo a essa eficácia da comunicação de riscos. A mídia é crítica para a entrega do risco, já que a informação para o público é gerada a partir dos jornalistas – estes são muito seletivos ao informar sobre o risco e se inclinam particularmente para histórias que envolvem pessoas em situações incomuns, dramáticas, de confronto, negativas ou sensacionalistas. Eles tendem a concentrar sua atenção em tópicos que jogam com os mesmos “fatores de indignação” que o público usa para avaliar os riscos. No entanto, o principal obstáculo para a comunicação efetiva de riscos deriva do psicológico e social. As pessoas podem fazer julgamentos tendenciosos ou usar apenas uma pequena quantidade de informações disponíveis para tomar decisões de risco. Elas tendem a atribuir maior probabilidade a eventos que são fáceis de lembrar ou imaginar por meio de exemplos concretos ou imagens dramáticas. Um segundo fator psicológico que afeta nosso processamento de informações de risco é a apatia. Em muitos casos, as pessoas simplesmente não têm motivação nem estão interessadas em aprender sobre um risco. A apatia pode indicar verdadeira falta de interesse, servir como mecanismo de defesa psicológica ou basear-se em uma experiência negativa anterior.

Fica claro que a comunicação de riscos é parte fundamental para abordagem e controle de contingências tanto de saúde quanto ambientais e sociais. Para isso, sua aplicação se fundamenta no diagnóstico da percepção de riscos dos indivíduos desde a parte sociocultural e simbólica, a influência do conteúdo, a imagem dos atores públicos e privados, os meios massivos e a sociedade. Dessa forma, provêm-se os elementos necessários para alcançar a sustentabilidade da comunicação de riscos.

Referências

1. Renn, O. (1991). Risk communication and the social amplification of risk. En R.E. Kasperson y P.J.M. Stallen (Eds.), *Communicating risks to the public* (287-323). Dordrecht: Kluwer.
2. Frewer, L.J. (1999). Risk perception, social trust, and public participation into strategic decision-making. Implications for emerging technologies. *Ambio*, 28, 569-574.
3. Reynolds, B. y W. Seeger, M. (2005). Comunicación de riesgos de crisis y emergencias como modelo integrador. *Revista de comunicación de la salud*, 10 (1), 43-55.

4. Moreno-Montoya, J. (2020). El desafío de comunicar y controlar la epidemia por coronavirus. *Biomédica*, 40(1), 11-13.
5. Vega-Casanova, J., Vega-Estarita, L., y Arroyave-Cabrera, J. (2016). Lecciones aprendidas en la comunicación en salud y de riesgo en el manejo del virus del Chikungunya y otras enfermedades transmitidas por el mismo vector. *Revista Salud Uninorte*, 32(1), 35-55.
6. Farré, C.J. (2005). Comunicación de riesgo y espirales del miedo. *Comunicación y sociedad*, (3), 95-119.
7. Fischhoff, B. (1995). Risk perception and communication unplugged: twenty years of process 1. *Risk analysis*, 15(2), 137-145.
8. Covello, V., y Sandman, P.M. (2001). Risk communication: evolution and revolution. *Solutions to an Environment in Peril*, 164, 178.
9. Williams, P.R. (2004). Health risk communication using comparative risk analyses. *Journal of Exposure Science and Environmental Epidemiology*, 14(7), 498-515.
10. Covello, V. (1992). Comunicación de riesgos: un área emergente de investigación en comunicación de salud. En SA Deetz (Ed.), *Communication yearbook 15*: 359-373). Newbury Park, CA: Sabio.
11. McComas, K.A. (2006). Defining moments in risk communication research: 1996–2005. *Journal of health communication*, 11(1), 75-91.
12. Kasperson, R.E., Renn, O., Slovic, P., Brown, H.S., Emel, J., Goble, R., Kasperson J.X., y Ratick, S. (1988). The social amplification of risk: A conceptual framework. *Risk analysis*, 8(2), 177-187.
13. Sandman, P.M. (1993). Responding to community outrage: Strategies for effective risk communication. AIHA.
14. Plough, A., y Krimsky, S. (1987). The emergence of risk communication studies: social and political context. *Science, Technology, and Human Values*, 12(3/4), 4-10.
15. Sedda, L., Morley, D.W., Braks, M.A.H., De Simone, L., Benz, D., y Rogers, D.J. (2014). Risk assessment of vector-borne diseases for public health governance. *Public health*, 128(12), 1049-1058.
16. Maurice, M. F., Di Tommaso, F., & Baranchuk, A. (2020). Efecto de una intervención en las redes sociales en tiempos del COVID-19. *Medicina (Buenos Aires)*, 80(2), 310.

17. Mejia, C. R., Rodriguez-Alarcon, J. F., Garay-Rios, L., Enriquez-Anco, M. D. G., Moreno, A., Huaytan-Rojas, K., ... & Curioso, W. H. (2020). Percepción de miedo o exageración que transmiten los medios de comunicación en la población peruana durante la pandemia de la COVID-19. *Revista cubana de investigaciones biomédicas*, 39(2).
18. Misra AK, Rai RK, Takeuchi Y. Modeling the control of infectious diseases: Effects of TV and social media advertisements. *Mathematical Biosciences and Engineering*. 2018;15(6):1315.
19. López Vidales N, Gómez Rubio L, Medina de la Viña E. (2019). Los formatos de televisión más consumidos por los jóvenes: telerrealidad y empoderamiento de la audiencia. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*; (46):10-27. DOI: 10.12795/Ambitos.2019.i46.02

Acesse a **Biblioteca Digital do Conass** e baixe esta publicação
e os demais volumes da Linha Editorial Internacional de
Apoio aos Sistemas de Saúde (LEIASS) e muito mais!

www.conass.org.br/biblioteca

