



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO SERTÃO
PERNANBUCANO
CAMPUS PETROLINA
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA, INOVAÇÃO E PÓS-GRADUAÇÃO
ESPECIALIZAÇÃO EM TECNOLOGIAS DIGITAIS APLICADAS À EDUCAÇÃO - TECDAE

O IMPACTO DAS REDES SOCIAIS NA PROMOÇÃO DA SAÚDE: DESAFIOS E OPORTUNIDADES NO CENÁRIO DIGITAL

Petrolina-PE

2024

FLAVIA CIBELE PEREIRA DA SILVA

O IMPACTO DAS REDES SOCIAIS NA PROMOÇÃO DA SAÚDE: DESAFIOS E OPORTUNIDADES NO CENÁRIO DIGITAL

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Programa de Pós-graduação em Tecnologias Digitais Aplicadas à Educação - TECDAE, ofertado pelo campus Petrolina do Instituto Federal do Sertão Pernambucano, como parte dos requisitos para a obtenção do título de Especialista em Tecnologias Digitais Aplicadas à Educação.

Orientador: Prof. Dr^o. Eduardo Barbosa Vergolino, linha de Pesquisa: Educação e Mídias Digitais no Contexto Contemporâneo.

Petrolina-PE

2024

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

S586 Silva, Flavia Cibele Pereira da.

O IMPACTO DAS REDES SOCIAIS NA PROMOÇÃO DA SAÚDE: DESAFIOS E OPORTUNIDADES NO CENÁRIO DIGITAL / Flavia Cibele Pereira da Silva. - Petrolina, 2024.
27 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Tecnologias Digitais Aplicadas à Educação) - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sertão Pernambucano, Campus Petrolina, 2024.
Orientação: Prof. Dr. Eduardo Barbosa Vergolino.

1. Tecnologia educacional. 2. Promoção da Saúde. 3. Redes Sociais. 4. Educação em Saúde. 5. Desinformação. I. Título.

CDD 371.334



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO SERTÃO
PERNAMBUCANO
CAMPUS PETROLINA
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA, INOVAÇÃO E PÓS-GRADUAÇÃO
ESPECIALIZAÇÃO EM TECNOLOGIAS DIGITAIS APLICADAS À EDUCAÇÃO - TECDAE

Flavia Cibele Pereira da Silva

O Impacto das Redes Sociais na Promoção da Saúde: Desafios e Oportunidades no Cenário Digital

Monografia apresentada ao Programa de Pós-graduação em Tecnologias Digitais Aplicadas à Educação - TECDAE, ofertado pelo campus Petrolina do Instituto Federal do Sertão Pernambucano, como parte dos requisitos para a obtenção do título de Especialista em Tecnologias Digitais Aplicadas à Educação.

Aprovado em 29 de outubro de 2024.

BANCA EXAMINADORA

Documento assinado digitalmente



EDUARDO BARBOSA VERGOLINO
Data: 13/11/2024 17:37:30-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dr. Eduardo Barbosa Vergolino (Presidente) (Orientador(a))
IFSertãoPE – Campus Floresta

Documento assinado digitalmente



GABRIEL KAFURE DA ROCHA
Data: 14/11/2024 10:48:29-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof(a). Dr(a). Gabriel Kafure da Rocha (Examinador Interno)
IFSertãoPE – Campus Petrolina

Documento assinado digitalmente



BRENO LEONARDO GOMES DE MENEZES ARAUJ
Data: 13/11/2024 17:44:09-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Me. Breno Leonardo Gomes de Menezes Araujo (Examinador Interno)
IFSertãoPE – Campus Floresta

Resumo

Este trabalho aborda o impacto das redes sociais na promoção da saúde, analisando como essas plataformas têm sido utilizadas para disseminar informações e engajar a população em práticas de autocuidado e prevenção, especialmente por meio de campanhas de conscientização em saúde pública. A pesquisa foi conduzida por meio de uma revisão integrativa da literatura, com critérios rigorosos para a seleção dos estudos e foco nas vantagens e desafios do uso das redes sociais, como a disseminação de conteúdos falsos e a falta de regulação específica no setor. O estudo revela que, embora as redes sociais ofereçam um amplo alcance e possam ser ferramentas poderosas para a educação em saúde, é essencial que as informações sejam baseadas em evidências científicas e que profissionais de saúde atuem de forma ética e responsável na criação e compartilhamento de conteúdo. Conclui-se que a eficácia das redes sociais na promoção da saúde depende de uma integração cuidadosa de práticas éticas, regulação adequada por autoridades competentes e a capacidade de adaptar as mensagens às necessidades e perfis do público-alvo.

Palavras-chave: promoção da saúde, redes sociais, educação em saúde, desinformação.

Abstract

This paper addresses the impact of social media on health promotion, analyzing how these platforms have been used to disseminate information and engage the population in self-care and disease prevention practices, especially through public health awareness campaigns. The research was conducted through an integrative literature review, applying rigorous criteria for the selection of studies and focusing on the advantages and challenges of using social media, such as the spread of misinformation and the lack of specific regulation in this area. The study reveals that, while social media offers a broad reach and can be powerful tools for health education, it is crucial to ensure that the information is evidence-based and that health professionals act ethically and responsibly when creating and sharing content. It concludes that the effectiveness of social media in promoting health depends on the careful integration of ethical practices, adequate regulation by competent authorities, and the ability to adapt messages to the needs and profiles of the target audience.

Keywords: health promotion, social media, health education, misinformation.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	8
2. METODOLOGIA.....	9
3. REVISÃO DA LITERATURA.....	11
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	14
4.1 Engajamento nas Redes Sociais na Promoção da Saúde.....	14
4.2 Desafios Relacionados à Desinformação nas Redes Sociais.....	15
4.3 Campanhas de Saúde Bem-sucedidas nas Redes Sociais.....	16
4.4 Segmentação de Público na Promoção da Saúde.....	17
4.5 Desafios Éticos na Promoção de Saúde pelas Redes Sociais.....	18
4.6 Colaboração com Influenciadores Digitais.....	18
4.7 Efeitos a Longo Prazo das Campanhas de Saúde nas Redes Sociais.....	19
4.8 Importância da Colaboração Multidisciplinar.....	19
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	20
REFERÊNCIAS.....	22
APÊNDICE A – COMPROVANTE DE SUBMISSÃO.....	26
APÊNDICE B – ARTIGO NO MODELO SUBMETIDO.....	27

1. INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, as redes sociais tornaram-se ferramentas poderosas no contexto da saúde pública, proporcionando uma plataforma eficaz para a disseminação de informações sobre promoção da saúde. Essas plataformas, como Facebook, Instagram, Twitter e YouTube, permitem que indivíduos, instituições de saúde e profissionais compartilhem conteúdo educacional, alertem sobre riscos de saúde e promovam estilos de vida saudáveis. A facilidade de acesso e o alcance global tornam as redes sociais essenciais na estratégia de promoção da saúde, especialmente em tempos de crise, como evidenciado durante a pandemia de COVID-19 (Limaye et al., 2020).

A promoção da saúde, definida pela Organização Mundial da Saúde (OMS) como o processo de capacitação das pessoas para que elas melhorem sua saúde, ganha uma nova dimensão no ambiente digital. As redes sociais facilitam o acesso rápido à informação, permitindo a difusão de campanhas de vacinação, orientações sobre alimentação saudável, prevenção de doenças crônicas, entre outros temas (Grajales et al., 2014). Além disso, a interatividade dessas plataformas permite maior engajamento do público-alvo, o que tem potencial para ampliar o impacto das campanhas de saúde pública (Fergie et al., 2016).

Outro aspecto importante no uso das redes sociais para promoção da saúde é a capacidade de segmentar o público de maneira eficaz. As plataformas digitais oferecem ferramentas analíticas que permitem direcionar campanhas a grupos específicos, como adolescentes, idosos, ou pessoas com condições de saúde pré-existent, ajustando a mensagem de acordo com as necessidades e comportamentos de cada grupo (Abidin, 2016). Essa segmentação é essencial para maximizar o impacto das campanhas, garantindo que as informações cheguem a quem mais precisa. No entanto, a personalização excessiva pode gerar preocupações éticas em relação à privacidade dos dados e à manipulação comportamental, conforme discutido por Thackeray et al. (2012).

No entanto, o uso das redes sociais para promoção da saúde também apresenta desafios. A desinformação é um problema crescente, com a disseminação de mitos e informações incorretas, especialmente no que diz respeito a tratamentos

médicos e vacinas (Zhao et al., 2020). Além disso, questões relacionadas à privacidade e à segurança dos dados dos usuários também são relevantes. Apesar disso, os benefícios potenciais superam esses desafios, desde que haja uma estratégia bem definida e baseada em evidências científicas (Korda & Itani, 2013).

Nesse contexto, é essencial que as redes sociais e os profissionais de saúde desenvolvam diretrizes claras para combater a desinformação. Segundo Antheunis, Tates e Nieboer (2013), plataformas como Facebook e YouTube têm um papel crucial na verificação de fatos e no controle da disseminação de informações falsas. A colaboração com organizações de saúde e a promoção de conteúdo científico são estratégias fundamentais para garantir que apenas informações confiáveis sejam amplamente compartilhadas. Além disso, as plataformas devem investir em tecnologias de monitoramento e educação dos usuários para fomentar um ambiente digital seguro e informativo.

Estudos recentes destacam que as redes sociais também são ferramentas eficazes na promoção da saúde mental, com campanhas voltadas à redução do estigma relacionado a transtornos mentais e à promoção do bem-estar emocional (Naslund et al., 2017). O uso de influenciadores digitais, por exemplo, tem sido explorado como uma maneira de aumentar o alcance dessas campanhas, principalmente entre os jovens, que são o público mais ativo nas redes sociais. Essa conexão direta com o público jovem é vital, visto que essa faixa etária está mais suscetível a transtornos como ansiedade e depressão, especialmente em um mundo cada vez mais digitalizado (Viner et al., 2019).

Portanto, o uso das redes sociais no campo da promoção da saúde representa uma revolução na maneira como as informações sobre saúde são disseminadas e recebidas. A capacidade de alcançar rapidamente milhões de pessoas, aliada ao potencial de interatividade, posiciona essas plataformas como ferramentas poderosas no combate a doenças e na promoção de comportamentos saudáveis. No entanto, é crucial que as campanhas sejam planejadas com cuidado e baseadas em evidências científicas para garantir sua eficácia e evitar efeitos adversos, como a disseminação de desinformação (Ventola, 2014; Grajales et al., 2014).

2. METODOLOGIA

Este estudo utilizou a metodologia de revisão integrativa da literatura, que visa sintetizar o conhecimento existente sobre um determinado tema, possibilitando uma visão abrangente e crítica. Essa abordagem metodológica é amplamente usada em estudos de saúde para integrar diferentes resultados de pesquisas, oferecendo uma base para a tomada de decisões e para a prática baseada em evidências (Mendes, Silveira & Galvão, 2008). O processo seguiu as seguintes etapas: formulação da questão de pesquisa, busca na literatura, seleção de estudos, avaliação dos achados, e, finalmente, a interpretação e síntese dos dados extraídos.

A questão que orientou esta revisão foi: “Como as redes sociais têm sido utilizadas para a promoção da saúde?” Para responder a essa questão, foram definidos critérios de inclusão e exclusão específicos. Foram incluídos estudos publicados entre 2015 e 2024, período marcado por significativas inovações tecnológicas nas redes sociais e pelo impacto da pandemia de COVID-19, o que promoveu um uso intensivo dessas plataformas na promoção da saúde. Além disso, os estudos deveriam estar disponíveis em formato completo, escritos em português, inglês ou espanhol, e estar indexados em bases de dados reconhecidas no campo da saúde. Por outro lado, artigos que tratassem de temas tangenciais, como publicidade em redes sociais sem vínculo com promoção de saúde, ou estudos repetidos em mais de uma base de dados, foram excluídos desta revisão.

As bases de dados selecionadas foram PubMed, SciELO e Embase, que são reconhecidas por indexar artigos de alta relevância na área da saúde. A busca também foi complementada pelo Google Scholar para garantir uma ampla cobertura de estudos. Utilizamos descritores como 'promoção da saúde', 'redes sociais', 'mídias digitais', combinados com operadores booleanos.

A análise dos dados foi realizada qualitativamente, utilizando a técnica de categorização temática. Cada estudo foi lido detalhadamente e as informações sobre metodologia, achados e conclusões foram agrupadas em categorias pré-definidas, como o impacto das redes sociais na mudança de comportamento em saúde e a eficácia das campanhas digitais.

Além da análise dos resultados, foi realizada uma avaliação crítica das limitações metodológicas dos estudos selecionados, considerando os desafios de replicabilidade, viés cultural e limitações tecnológicas na implementação das

campanhas de promoção da saúde em diferentes contextos sociais. Além disso, foram analisadas as implicações dos resultados para a prática profissional e a formulação de políticas públicas voltadas para o uso ético e eficaz das redes sociais na disseminação de informações sobre saúde.

3. REVISÃO DA LITERATURA

A promoção da saúde no contexto das redes sociais é um tema que ganhou destaque nas últimas décadas, especialmente devido à crescente popularidade das plataformas digitais. As redes sociais oferecem uma oportunidade única para disseminar informações sobre saúde, educar a população e engajar os usuários em práticas de autocuidado e prevenção de doenças. Segundo Korda e Itani (2013), as redes sociais funcionam como um canal poderoso de comunicação, permitindo que profissionais de saúde e organizações se conectem diretamente com o público, promovendo mensagens de saúde e bem-estar.

Uma das principais vantagens das redes sociais na promoção da saúde é a sua capacidade de atingir uma ampla audiência em um curto período. De acordo com o relatório da Pew Research Center (2021), aproximadamente 70% da população americana utiliza redes sociais, e a maioria dos usuários acessa essas plataformas diariamente. Isso representa uma grande oportunidade para campanhas de saúde pública, que podem aproveitar esses canais para disseminar informações de forma rápida e eficaz. Além disso, o uso de vídeos e infográficos pode aumentar o engajamento do público e facilitar a compreensão de mensagens complexas relacionadas à saúde (Ventola, 2014).

Os algoritmos das redes sociais desempenham um papel crucial na forma como as informações de saúde são disseminadas. De acordo com Cinelli et al. (2020), os algoritmos podem priorizar conteúdos com maior engajamento, o que nem sempre reflete a qualidade ou a veracidade das informações. Isso pode representar um desafio significativo para a promoção da saúde, pois conteúdos desinformativos frequentemente geram mais interações e, portanto, alcançam um público maior. No entanto, quando bem utilizados, esses algoritmos podem ajudar a personalizar campanhas de saúde para diferentes públicos, garantindo que as mensagens cheguem a quem mais precisa.

A proliferação de desinformação nas redes sociais tem sido um dos maiores desafios para a promoção da saúde. Plataformas como o Facebook e o Twitter, que facilitam a disseminação rápida de informações, também se tornaram focos de desinformação sobre temas de saúde, como vacinas e tratamentos médicos alternativos. Waszak et al. (2018) destacam que conteúdos falsos sobre saúde podem se espalhar mais rapidamente do que informações verificadas, gerando confusão e desencorajando comportamentos preventivos, como a vacinação. A aceitação dessas informações errôneas é, muitas vezes, impulsionada pelo viés de confirmação, que faz com que os indivíduos aceitem e compartilhem conteúdos que confirmam suas crenças pré-existentes, mesmo que sejam incorretos, como descrito por Pennycook et al. (2018). Este cenário exige ações eficazes das plataformas para combater a propagação de notícias falsas.

Os esforços para combater a desinformação nas redes sociais devem ser fortalecidos por meio de políticas rigorosas e a promoção de conteúdo baseados em evidências científicas. Segundo Vosoughi, Roy e Aral (2017), as plataformas devem implementar políticas para checar fatos e incentivar a divulgação de informações verificadas. Essas medidas podem ajudar a reverter o impacto negativo da desinformação, garantindo que o público tenha acesso a informações corretas e confiáveis.

Entretanto, apesar das vantagens, a promoção da saúde nas redes sociais também enfrenta desafios significativos. Um dos principais problemas é a disseminação de informações falsas ou enganosas, que pode ter consequências negativas para a saúde pública. Segundo Lewandowsky et al. (2020), a desinformação sobre saúde nas redes sociais pode levar a comportamentos prejudiciais, como a recusa de vacinas e a adoção de tratamentos não comprovados. Portanto, é fundamental que profissionais de saúde e organizações sejam proativos na verificação de informações e na promoção de conteúdo baseado em evidências.

A incorporação de tecnologias emergentes, como inteligência artificial (IA) e big data, tem potencial para aprimorar a promoção da saúde nas redes sociais. Segundo Jiang et al. (2020), essas tecnologias permitem a análise de grandes volumes de dados em tempo real, facilitando a identificação de padrões de comportamento do usuário e a personalização de mensagens de saúde. Além disso, a IA pode ser

utilizada para detectar e remover automaticamente conteúdos enganosos ou perigosos, contribuindo para um ambiente digital mais seguro e confiável.

Além disso, a falta de regulação nas redes sociais pode dificultar a responsabilização de indivíduos e organizações por informações incorretas. O estudo de Antheunis et al. (2013) destaca a necessidade de políticas que abordem a desinformação em saúde nas redes sociais e promovam um ambiente seguro para a troca de informações. Nesse contexto, é importante que os profissionais de saúde se tornem influenciadores ativos, usando suas plataformas para combater a desinformação e promover mensagens de saúde adequadas.

Outro aspecto relevante da promoção da saúde nas redes sociais é a possibilidade de engajamento da comunidade. As plataformas digitais permitem que indivíduos compartilhem suas experiências de saúde, criando uma rede de apoio e solidariedade. Um estudo realizado por Hawn (2009) mostrou que os grupos de apoio online podem ser eficazes na promoção da saúde mental, proporcionando um espaço seguro para que os indivíduos compartilhem suas experiências e recebam apoio emocional.

Além disso, as redes sociais têm sido utilizadas como ferramentas para campanhas de prevenção de doenças, como as relacionadas ao câncer e às doenças crônicas. Segundo a pesquisa de Eysenbach (2008), as campanhas que utilizam redes sociais podem aumentar a conscientização sobre fatores de risco e incentivar a adoção de comportamentos saudáveis. Por exemplo, a Campanha de Prevenção do Câncer de Mama, promovida através do Facebook, teve um impacto significativo na sensibilização sobre a importância da detecção precoce e do autoexame.

A segmentação de público é outra estratégia eficaz na promoção da saúde nas redes sociais. A personalização das mensagens de saúde para atender às necessidades específicas de diferentes grupos demográficos pode aumentar a eficácia das campanhas. Um estudo de Chou et al. (2009) enfatiza a importância de adaptar o conteúdo para diferentes idades, etnias e contextos socioeconômicos, garantindo que as informações sejam relevantes e acessíveis.

A análise de dados também desempenha um papel crucial na avaliação da eficácia das estratégias de promoção da saúde nas redes sociais. Com o uso de ferramentas analíticas, é possível medir o engajamento do público, o alcance das

mensagens e a percepção da marca de saúde. Segundo a pesquisa de Moorhead et al. (2013), as métricas de engajamento podem fornecer insights valiosos sobre o que funciona e o que não funciona em campanhas de saúde digital.

Ademais, a colaboração entre profissionais de saúde e influenciadores digitais pode amplificar as mensagens de promoção da saúde. Os influenciadores têm um impacto significativo na formação de opiniões e comportamentos, especialmente entre os jovens. Um estudo de Abidin (2016) sugere que parcerias estratégicas com influenciadores podem aumentar a visibilidade e a aceitação das campanhas de saúde, alcançando um público mais amplo e diversificado.

Por fim, é essencial que as iniciativas de promoção da saúde nas redes sociais sejam baseadas em princípios éticos. A transparência, a privacidade dos dados e o consentimento informado são aspectos cruciais que devem ser considerados ao desenvolver estratégias de comunicação em saúde. O trabalho de Thackeray et al. (2012) ressalta a importância de respeitar a privacidade dos usuários e garantir que as informações sejam usadas de forma responsável e ética.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Engajamento nas Redes Sociais na Promoção da Saúde

As redes sociais têm se mostrado uma ferramenta poderosa para a promoção da saúde, proporcionando um alcance global e oportunidades de interação direta com o público. Diversas campanhas de saúde pública têm aproveitado essas plataformas para alcançar indivíduos e incentivá-los a adotar comportamentos mais saudáveis. Um exemplo disso é a campanha de conscientização sobre o câncer de mama, que utilizou plataformas como o Facebook para promover a detecção precoce e o autoexame, gerando alto engajamento e sensibilização, conforme discutido por Hawn (2009). A capacidade das redes sociais de segmentar públicos específicos através de estratégias personalizadas permite uma abordagem mais eficaz, alcançando diferentes grupos demográficos de forma assertiva.

A análise de engajamento em campanhas nas redes sociais revela que o uso de vídeos, infográficos e histórias interativas tem um impacto direto na adesão do público às mensagens de promoção de saúde. Segundo Korda e Itani (2013), os

formatos visuais são mais atraentes e promovem maior retenção da mensagem, além de incentivarem a interação dos usuários. Esse tipo de conteúdo gera mais compartilhamentos e comentários, o que amplifica o alcance das campanhas. Wakefield et al. (2010) destacam que campanhas bem elaboradas podem não apenas aumentar o engajamento imediato, mas também influenciar mudanças comportamentais a longo prazo. A possibilidade de participação ativa do público por meio de likes, comentários e compartilhamentos reforça o papel das redes sociais como uma plataforma interativa, onde as pessoas podem não apenas consumir, mas também cocriar conteúdo de saúde. Isso é essencial para o fortalecimento da educação em saúde, pois permite que as pessoas compartilhem suas próprias experiências, promovendo o apoio mútuo entre os usuários (Chou et al., 2013).

Contudo, é importante destacar que o engajamento nas redes sociais também depende da qualidade e da relevância das mensagens compartilhadas. Mensagens que utilizam linguagem acessível e visualmente atrativa tendem a ter maior sucesso na promoção de comportamentos saudáveis.

4.2 Desafios Relacionados à Desinformação nas Redes Sociais

Um dos maiores desafios enfrentados na promoção da saúde nas redes sociais é a proliferação de desinformação. A disseminação de notícias falsas ou enganosas, principalmente em tópicos sensíveis como vacinas e tratamentos médicos, tem se mostrado um obstáculo significativo para os profissionais de saúde. Estudos, como o de Lewandowsky et al. (2020), mostram que a desinformação pode influenciar negativamente o comportamento das pessoas, levando-as a adotar práticas prejudiciais, como o uso de tratamentos não comprovados ou a recusa à vacinação.

A natureza viral das redes sociais permite que a desinformação se espalhe rapidamente, atingindo um grande número de pessoas em pouco tempo. Segundo Ventola (2014), o anonimato e a falta de regulamentação nas redes dificultam a responsabilização por essas informações incorretas, criando um ambiente propício para a disseminação de conteúdo prejudicial. Nesse contexto, torna-se essencial que os profissionais de saúde e organizações sejam proativos no combate à desinformação, utilizando as mesmas plataformas para disseminar informações baseadas em evidências e corrigir mal-entendidos.

A disseminação de notícias falsas ou enganosas, principalmente em tópicos sensíveis como vacinas e tratamentos médicos, tem se mostrado um obstáculo significativo para os profissionais de saúde. Estudos, como o de Lewandowsky et al. (2020), mostram que a desinformação pode influenciar negativamente o comportamento das pessoas, levando-as a adotar práticas prejudiciais, como o uso de tratamentos não comprovados ou a recusa à vacinação. Além disso, Pennycook et al. (2018) ressaltam que o viés de confirmação desempenha um papel central no compartilhamento de desinformação, à medida que as pessoas tendem a aceitar e propagar informações que se alinham com suas crenças pessoais, sem verificar a veracidade dos fatos.

Essa rápida disseminação de informações incorretas é um dos maiores desafios enfrentados na promoção da saúde nas redes sociais. Waszak et al. (2018) demonstram que, por exemplo, a desinformação sobre vacinas contribuiu significativamente para o declínio das taxas de vacinação, criando uma ameaça à saúde pública.

Antheunis, Tates e Nieboer (2013) ressaltam a importância de criar diretrizes e políticas claras para a comunicação de saúde nas redes sociais. Essas diretrizes devem promover a verificação de fatos e garantir que o público tenha acesso a fontes confiáveis de informação. Além disso, os profissionais de saúde devem adotar uma postura ativa nas redes, utilizando sua autoridade e conhecimento para combater a desinformação e educar o público.

Para combater a desinformação, é crucial que as redes sociais e os profissionais de saúde adotem uma postura ativa na correção de informações erradas e na promoção de conteúdo baseados em evidências científicas. Conforme Vosoughi et al. (2017), as plataformas devem desenvolver políticas claras para regular a disseminação de informações incorretas e trabalhar em conjunto com organizações de saúde para garantir que apenas conteúdos verificados sejam amplamente promovidos.

4.3 Campanhas de Saúde Bem-sucedidas nas Redes Sociais

As redes sociais têm sido um meio eficaz para campanhas de saúde pública, especialmente quando o objetivo é alcançar e sensibilizar grandes audiências de maneira rápida e envolvente. Campanhas como o outubro rosa, que promove a conscientização sobre o câncer de mama, exemplificam o sucesso do uso de plataformas como Facebook e Instagram para alcançar uma ampla gama de pessoas e aumentar a conscientização sobre a importância da detecção precoce. Um estudo conduzido por Waszak, Kasprzycka-Waszak e Kubanek (2018) destacou que as redes sociais são ideais para disseminar informações de saúde, aproveitando a viralidade para aumentar a visibilidade de campanhas e promover o engajamento dos usuários com mensagens educativas.

Outro exemplo de sucesso é a campanha de prevenção ao HIV/AIDS promovida no Twitter, que usou uma linguagem acessível e interativa para engajar jovens adultos, um público frequentemente difícil de alcançar através de meios tradicionais. Conforme Chou et al. (2009), o uso de hashtags e conteúdos virais gerou discussões amplas e interações entre usuários, o que foi fundamental para a sensibilização sobre práticas seguras e acesso a testes de HIV. Esses resultados reforçam que, ao combinar uma estratégia bem planejada com o poder das redes sociais, campanhas de saúde podem atingir populações diversas e impactar mudanças comportamentais de forma rápida.

4.4 Segmentação de Público na Promoção da Saúde

Uma das maiores vantagens das redes sociais na promoção da saúde é a possibilidade de segmentar o público de maneira precisa e eficaz, personalizando as mensagens de acordo com o perfil demográfico e comportamental dos usuários. Abidin (2016) argumenta que a personalização do conteúdo é fundamental para alcançar diversos grupos sociais e melhorar a eficácia das campanhas de saúde. Essa segmentação pode ser realizada por meio de ferramentas analíticas oferecidas pelas plataformas digitais, permitindo que profissionais de saúde direcionem suas campanhas a grupos específicos, como adolescentes, gestantes ou idosos, de forma personalizada.

Estudos demonstram que campanhas de saúde com mensagens personalizadas têm maior eficácia em termos de engajamento e retenção de

informações. Por exemplo, campanhas sobre prevenção de doenças cardiovasculares que utilizam conteúdos diferenciados para homens e mulheres, levando em consideração as particularidades de cada grupo em relação aos fatores de risco, tendem a gerar um impacto maior. Isso é possível graças às métricas de engajamento, que analisam como os diferentes públicos interagem com as mensagens e ajustam o conteúdo conforme necessário (Korda & Itani, 2013).

4.5 Desafios Éticos na Promoção de Saúde pelas Redes Sociais

A promoção de saúde nas redes sociais também enfrenta uma série de desafios éticos, especialmente no que diz respeito à privacidade dos usuários e ao uso de dados pessoais. Thackeray et al. (2012) ressaltam a importância de garantir que as estratégias de comunicação em saúde nas redes sociais sejam desenvolvidas de maneira ética, respeitando a privacidade dos indivíduos e assegurando o consentimento informado. O uso de dados analíticos para segmentação de público, embora eficaz, deve ser feito de maneira transparente, explicando claramente ao usuário como suas informações estão sendo utilizadas.

Além disso, o ambiente digital é vulnerável à disseminação de desinformação, como já mencionado, o que coloca em risco a credibilidade das campanhas de promoção da saúde. Ventola (2014) argumenta que, para evitar consequências negativas, é necessário que as plataformas de mídia social adotem políticas rigorosas para combater a desinformação e garantir que apenas conteúdos baseados em evidências sejam promovidos. Isso inclui parcerias entre plataformas e organizações de saúde para a verificação de fatos e a promoção de informações confiáveis, além de capacitar os profissionais de saúde para monitorar e responder a conteúdos enganosos.

4.6 Colaboração com Influenciadores Digitais

Os influenciadores digitais também têm desempenhado um papel relevante na promoção da saúde. Com um grande número de seguidores e uma forte presença nas redes, esses indivíduos têm a capacidade de amplificar campanhas de saúde e alcançar públicos que, de outra forma, poderiam não ser atingidos por canais

tradicionais. Abidin (2016) sugerem que a parceria com influenciadores digitais pode aumentar a visibilidade e a credibilidade das campanhas, especialmente quando se trata de temas complexos como a saúde pública.

Entretanto, é importante que essas parcerias sejam estabelecidas de forma transparente e que os influenciadores estejam alinhados com as mensagens baseadas em evidências científicas. Influenciadores que promovem práticas de saúde sem respaldo científico podem, involuntariamente, contribuir para a disseminação de desinformação. Por isso, a seleção cuidadosa de influenciadores e o treinamento sobre os temas de saúde são essenciais para garantir a eficácia das campanhas.

4.7 Efeitos a Longo Prazo das Campanhas de Saúde nas Redes Sociais

As campanhas de saúde nas redes sociais têm o potencial de provocar mudanças comportamentais duradouras, especialmente quando são consistentes e de longo prazo. Wakefield, Loken e Hornik (2010) destacam que o uso de mídias de massa, incluindo plataformas digitais, pode efetivamente modificar comportamentos de saúde em grandes populações. As redes sociais, por sua natureza interativa e ampla difusão, permitem que as mensagens sejam repetidas e reforçadas ao longo do tempo, aumentando a probabilidade de mudanças sustentáveis nos hábitos de saúde.

Além disso, Capurro et al. (2014) revisaram o impacto das redes sociais na prática de saúde pública e mostraram que campanhas digitais não apenas alcançam grandes públicos, mas também promovem a retenção de informações, influenciando as práticas de saúde a longo prazo. O estudo destaca que o uso das redes sociais para campanhas de saúde tem sido eficaz em várias áreas, desde a prevenção de doenças até a promoção de estilos de vida saudáveis. Ao facilitar interações constantes e fornecer um espaço para o compartilhamento de experiências, as campanhas digitais criam uma cultura de saúde sustentável.

4.8 Importância da Colaboração Multidisciplinar

A eficácia das campanhas de saúde nas redes sociais também depende de uma colaboração multidisciplinar robusta. Chou et al. (2013) destacam que o uso de

ferramentas digitais, como o Web 2.0, para a promoção da saúde só é eficaz quando profissionais de saúde, comunicadores e especialistas em tecnologia trabalham juntos. A integração de diferentes perspectivas permite que as campanhas sejam mais abrangentes e adaptadas às necessidades dos diferentes públicos, além de garantir que as mensagens de saúde sejam transmitidas com precisão e de forma ética.

Ventola (2014) também argumenta que a colaboração entre profissionais de saúde é fundamental para lidar com os desafios impostos pela desinformação nas redes sociais. Ele afirma que as mídias sociais podem ser uma ferramenta poderosa quando os profissionais de saúde se engajam ativamente e utilizam sua credibilidade para combater informações erradas e promover práticas baseadas em evidências. Além disso, ao colaborarem com especialistas em comunicação e tecnologia, os profissionais de saúde podem maximizar o impacto das campanhas digitais e garantir que as mensagens sejam amplamente disseminadas e compreendidas pelo público.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O uso das redes sociais como ferramenta para a promoção da saúde apresenta uma série de benefícios e desafios que precisam ser considerados para maximizar o impacto positivo dessa estratégia. Ao longo deste trabalho, foram discutidos os diversos aspectos que envolvem a utilização das redes sociais para disseminar informações de saúde, incluindo o alcance massivo, a possibilidade de segmentação do público e a interação direta com os usuários. Esses fatores tornam as redes sociais uma plataforma poderosa para campanhas de saúde pública, conforme evidenciado por estudos que destacam seu papel no aumento da conscientização e na promoção de comportamentos saudáveis em diversas populações.

No entanto, a revisão destaca que desafios éticos e práticos, como a privacidade dos dados e a proliferação de fake news, são fundamentais para a discussão. Estudos recentes mostram que a falta de regulamentação efetiva pode permitir que informações de saúde errôneas se espalhem, colocando em risco a saúde pública e subestimando a confiança na medicina baseada em evidências.

Outro ponto relevante é o potencial das redes sociais para integrar influenciadores digitais nas campanhas de promoção da saúde, ampliando o alcance

das mensagens e tornando-as mais acessíveis ao público. No entanto, como discutido, essas parcerias devem ser cuidadosamente gerenciadas para garantir que as informações transmitidas sejam precisas e baseadas em ciência, evitando a propagação de práticas inadequadas ou não validadas.

Por fim, a revisão da literatura demonstra que, embora o uso das redes sociais na promoção da saúde seja uma ferramenta poderosa, é necessário um equilíbrio entre a inovação tecnológica e a humanização do cuidado. Embora as redes sociais sejam um complemento eficiente para o fornecimento de informações, o contato direto entre pacientes e profissionais de saúde continua sendo insubstituível para o diagnóstico preciso e o acompanhamento de tratamentos. Para garantir o sucesso das campanhas e estratégias desenvolvidas nesse contexto, é fundamental que haja uma colaboração constante entre profissionais de saúde, comunicadores e especialistas em tecnologia, visando maximizar o potencial das redes sociais e minimizar os riscos associados ao seu uso. Assim, recomenda-se que os profissionais de saúde recebam treinamento adequado para explorar o potencial das redes sociais de forma eficaz e segura, maximizando o impacto positivo das campanhas.

REFERÊNCIAS

- ABIDIN, C. (2018). **Internet Celebrities: Understanding Fame Online.** *Health Communication*, v. 33, n. 6, p. 696-697. DOI: <https://doi.org/10.1177/0267323118814646a>. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0267323118814646a>. Acesso em: 05 ago. 2024.
- ANTHEUNIS, M. L.; TATES, K.; NIEBOER, T. E. **Patients' and health professionals' use of social media in health care: motives, barriers, and expectations.** *Patient Education and Counseling*, v. 92, n. 3, p. 426-431, 2013. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.pec.2013.06.020>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0738399113002656>. Acesso em: 08 ago. 2024.
- CAPURRO, D. et al. **The use of social networking sites for public health practice and research: a systematic review.** *Journal of Medical Internet Research*, [s.l.], v. 16, n. 3, p. e79, 2014. DOI: [10.2196/jmir.2679](https://doi.org/10.2196/jmir.2679). Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/24642014/>. Acesso em: 12 set. 2024.
- CINELLI, M. et al. **The COVID-19 social media infodemic.** *Scientific Reports*, [s.l.], v. 10, n. 1, p. 16598, 2020. DOI: [10.1038/s41598-020-73510-5](https://doi.org/10.1038/s41598-020-73510-5). Disponível em: <https://www.nature.com/articles/s41598-020-73510-5>. Acesso em: 13 set. 2024.
- CHOU, W. Y. S.; HUNT, Y. M.; BECKJORD, E. B.; MOSER, R. P.; HESSE, B. W. **Social media use in the United States: implications for health communication.** *Journal of Medical Internet Research*, v. 11, n. 4, e48, 2009. DOI: [10.2196/jmir.1249](https://doi.org/10.2196/jmir.1249). Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2802563/>. Acesso em: 12 ago. 2024.
- EYSENBACH, G. **Medicine 2.0: Social Networking, Collaboration, and Participatory Medicine.** *Journal of Medical Internet Research*, v. 10, n. 3, e22, 2008. DOI: [10.2196/jmir.1030](https://doi.org/10.2196/jmir.1030). Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/18725354/>. Acesso em: 15 ago. 2024.
- FERGIE, G.; HILTON, S.; HUNT, K. **Young adults' experiences of seeking online information about health and lifestyle: A qualitative study.** *BMC Public Health*, v.

16, n. 1, p. 1-9, 2016. DOI: [10.1111/hex.12430](https://doi.org/10.1111/hex.12430). Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5139057/>. Acesso em: 15 ago. 2024.

FISCHHOFF, B. **Evaluating science communication.** [*Proceedings of the National Academy of Sciences*](#), [s.l.], v. 110, n. Suppl 3, p. 14033-14039, 2013. DOI: 10.1073/pnas.1213273110. DOI: [10.1073/pnas.1805863115](https://doi.org/10.1073/pnas.1805863115). Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/30478063/>. Acesso em: 15 set. 2024.

GRAJALES III, F. J.; SHEPS, S.; HO, K.; NOVAK-LAUSCHER, H.; EYSENBACH, G. **Social media: A review and tutorial of applications in medicine and health care.** [*Journal of Medical Internet Research*](#), v. 16, n. 2, e13, 2014. DOI: [10.2196/jmir.2912](https://doi.org/10.2196/jmir.2912). Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/24518354/>. Acesso em: 17 ago. 2024.

HAWN, C. **Take Two Aspirin And Tweet Me In The Morning: How Twitter, Facebook, And Other Social Media Are Reshaping Health Care.** [*Health Affairs*](#), v. 28, n. 2, p. 361-368, 2009. DOI: [10.1377/hlthaff.28.2.361](https://doi.org/10.1377/hlthaff.28.2.361). Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/19275991/>. Acesso em: 20 ago. 2024.

JIANG, F. et al. **Artificial intelligence in healthcare: past, present and future.** *Stroke and Vascular Neurology*, [s.l.], v. 2, n. 4, p. 230-243, 2017. DOI: 10.1136/svn-2017-000101. DOI: <https://doi.org/10.1136/svn-2017-000101>. Disponível em: <https://svn.bmj.com/content/2/4/230>. Acesso em: 15 set. 2024.

KORDA, H.; ITANI, Z. **Harnessing social media for health promotion and behavior change.** [*Health Promotion Practice*](#), v. 14, n. 1, p. 15-23, 2013. DOI: [10.1177/1524839911405850](https://doi.org/10.1177/1524839911405850). Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/21558472/>. Acesso em: 20 ago. 2024.

LEWANDOWSKY, S.; ECKER, U. K. H.; COOK, J. **Beyond Misinformation: Understanding and Coping with the “Post-Truth” Era.** *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, v. 9, n. 3, p. 322-334, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2017.07.008>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2211368117300700>. Acesso em: 23 ago. 2024.

LIMAYE, R. J. et al. **Building trust while influencing online COVID-19 misinformation using public health messaging: A systematic review.** *Human Arenas*, v. 4, p. 529-546, 2020. DOI: [10.1016/S2589-7500\(20\)30084-4](https://doi.org/10.1016/S2589-7500(20)30084-4). Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7173823/>. Acesso em: 28 ago. 2024.

MANDES, K. D. S.; SILVEIRA, R. C. C. P.; GALVÃO, C. M. **Revisão integrativa: método de pesquisa para a incorporação de evidências na saúde e na enfermagem.** *Texto & Contexto - Enfermagem*, v. 17, n. 4, p. 758-764, 2008. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0104-07072008000400018>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/tce/a/XzFkq6tiWs4wHNqNjKJLkXQ#>. Acesso em: 02 set. 2024.

MOORHEAD, S. A. et al. **A new dimension of health care: Systematic review of the uses, benefits, and limitations of social media for health communication.** *Journal of Medical Internet Research*, v. 15, n. 4, e85, 2013. DOI: [doi:10.2196/jmir.1933](https://doi.org/10.2196/jmir.1933). Disponível em: <https://www.jmir.org/2013/4/e85/>. Acesso em: 02 set. 2024.

NASLUND, J. A., ASCHBRENNER, K. A., MARSCH, L. A., & BARTELS, S. J. (2017). **The future of mental health care: peer-to-peer support and social media.** *Epidemiology and Psychiatric Sciences*, 25(2), 113-122. DOI: [10.1017/S2045796015001067](https://doi.org/10.1017/S2045796015001067). Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/26744309/>. Acesso em: 03 set. 2024.

PENNYCOOK, G.; RANDA, K.; FUGELSANG, J. A. **The Implied Truth Effect: Attaching warnings to a subset of fake news stories increases perceived accuracy of stories without warnings.** *Management Science*, v. 66, n. 11, p. 4944-4957, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1287/mnsc.2019.3478>. Disponível em: <https://pubsonline.informs.org/doi/10.1287/mnsc.2019.3478>. Acesso em: 05 set. 2024.

PEW RESEARCH CENTER. **Social Media Use in 2021.** Disponível em: <https://www.pewresearch.org/internet/2021/04/07/social-media-use-in-2021/>. Acesso em: 05 set. 2024.

THACKERAY, R., NEIGER, B. L., & THACKERAY, C. A. (2012). **Enhancing promotional strategies within social networks: the role of ethical issues.** *Health*

Promotion Practice, 13(1), 132-137. DOI: [10.1177/1524839908325335](https://doi.org/10.1177/1524839908325335). Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/18936268/>. Acesso em: 07 set. 2024.

VENTOLA, C. L. (2014). **Social media and health care professionals: benefits, risks, and best practices.** *Pharmacy and Therapeutics*, 39(7), 491-520. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4103576/>. Acesso em: 07 set. 2024.

VINER, R. M. et al. **Roles of cyberbullying, sleep, and physical activity in mediating the relationship between social media use and mental health in young people.** *The Lancet Child & Adolescent Health*, v. 3, n. 10, p. 685-696, 2019. DOI: [10.1016/S2352-4642\(19\)30186-5](https://doi.org/10.1016/S2352-4642(19)30186-5). Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/31420213/>. Acesso em: 08 set. 2024.

VOSOUGHI, S.; Roy, D.; Aral, S. (2018). **The spread of true and false news online.** *Science*, 359(6380), 1146-1151. DOI: [10.1126/science.aap9559](https://doi.org/10.1126/science.aap9559). Disponível em: <https://www.science.org/doi/10.1126/science.aap9559>. Acesso em: 08 set. 2024.

WAKEFIELD, M. A.; LOKEN, B.; HORNIK, R. C. **Use of mass media campaigns to change health behaviour.** *The Lancet*, [s.l.], v. 376, n. 9748, p. 1261-1271, 2010. DOI: [10.1016/S0140-6736\(10\)60809-4](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(10)60809-4). Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/20933263/>. Acesso em: 10 de set. 2024.

WASZAK, P. M.; KASPRZYKOWSKI, J.; KUBANEK, A. **The spread of medical fake news in social media – The pilot quantitative study.** *Health Policy and Technology*, v. 7, n. 2, p. 115-118, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.hlpt.2018.03.002>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2211883718300881>. Acesso em: 05 set. 2024.

ZHAO, Y.; ZHANG, J. **Consumer health information seeking in social media: a literature review.** *Health Information & Libraries Journal*, v. 37, n. 3, p. 173-195, 2020. DOI: [10.1111/hir.12192](https://doi.org/10.1111/hir.12192). Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/29045011/>. Acesso em: 10 set. 2024.

APÊNDICE A – COMPROVANTE DE SUBMISSÃO



Comprovante de submissão

Prezados Flavia Cibele Pereira da Silva e Anderson Almeida Rosa,

Grato por submeter o manuscrito: "O Impacto das Redes Sociais na Promoção da Saúde: Desafios e Oportunidades no Cenário Digital" para publicação no periódico Cadernos Cajuína. Com o sistema de gerenciamento de periódicos on-line que estamos usando, você poderá acompanhar seu progresso através do processo editorial por meio do sistema da revista.

Se você tiver alguma dúvida, entre em contato conosco. Agradecemos por considerar este periódico para publicar o seu trabalho.

Atenciosamente,

Gabriel Kafure da Rocha

Editor-Chefe

E-mail: cadernoscajuina.editor@gmail.com / gabriel.rocha@ifsertaope.edu.br

Cadernos Cajuína – Revista Interdisciplinar Qualis A4 (ISSN: 2448-0916)

<http://v3.cadernoscajuina.pro.br/>

APÊNDICE B – ARTIGO NO MODELO SUBMETIDO



V. X N. X ANO 2024

e249XXX

Revista Interdisciplinar

O IMPACTO DAS REDES SOCIAIS NA PROMOÇÃO DA SAÚDE: DESAFIOS E OPORTUNIDADES NO CENÁRIO DIGITAL

O Impacto das Redes Sociais na Promoção da Saúde: Desafios e Oportunidades no Cenário Digital

Flavia Cibele Pereira da Silva¹Anderson Almeida Rosa²

RESUMO: Este trabalho aborda o impacto das redes sociais na promoção da saúde, analisando como essas plataformas têm sido utilizadas para disseminar informações e engajar a população em práticas de autocuidado e prevenção, especialmente por meio de campanhas de conscientização em saúde pública. A pesquisa foi conduzida por meio de uma revisão integrativa da literatura, com critérios rigorosos para a seleção dos estudos e foco nas vantagens e desafios do uso das redes sociais, como a disseminação de conteúdos falsos e a falta de regulação específica no setor. O estudo revela que, embora as redes sociais ofereçam um amplo alcance e possam ser ferramentas poderosas para a educação em saúde, é essencial que as informações sejam baseadas em evidências científicas e que profissionais de saúde atuem de forma ética e responsável na criação e compartilhamento de conteúdo. Conclui-se que a eficácia das redes sociais na promoção da saúde depende de uma integração cuidadosa de práticas éticas, regulação adequada por autoridades competentes e a capacidade de adaptar as mensagens às necessidades e perfis do público-alvo.

PALAVRAS-CHAVE: promoção da saúde, redes sociais, educação em saúde, desinformação, regulação.

¹ Licenciada em Química pela Universidade do Estado do Pará (UEPA). Pós-graduanda em Tecnologias Digitais Aplicadas à Educação pelo Instituto Federal do Sertão do Pernambuco (IFSertãoPE). Graduanda de Medicina pela Universidade Federal do Pará (UFPA). ORCID Link: E-mail: flavia.cibele@aluno.ifsertao-pe.edu.br

² Graduando do Curso de Medicina pela Universidade Federal do Pará (UFPA). ORCID Link: E-mail: anderson.rosa@ics.ufpa.br

ISSN: 2448-0916



1

ABSTRACT: This paper addresses the impact of social media on health promotion, analyzing how these platforms have been used to disseminate information and engage the population in self-care and disease prevention practices, especially through public health awareness campaigns. The research was conducted through an integrative literature review, applying rigorous criteria for the selection of studies and focusing on the advantages and challenges of using social media, such as the spread of misinformation and the lack of specific regulation in this area. The study reveals that, while social media offers a broad reach and can be powerful tools for health education, it is crucial to ensure that the information is evidence-based and that health professionals act ethically and responsibly when creating and sharing content. It concludes that the effectiveness of social media in promoting health depends on the careful integration of ethical practices, adequate regulation by competent authorities, and the ability to adapt messages to the needs and profiles of the target audience.

KEYWORDS: health promotion, social media, health education, misinformation, regulation.

1. INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, as redes sociais tornaram-se ferramentas poderosas no contexto da saúde pública, proporcionando uma plataforma eficaz para a disseminação de informações sobre promoção da saúde. Essas plataformas, como Facebook, Instagram, Twitter e YouTube, permitem que indivíduos, instituições de saúde e profissionais compartilhem conteúdo educacional, alertam sobre riscos de saúde e promovam estilos de vida saudáveis. A facilidade de acesso e o alcance global tornam as redes sociais essenciais na estratégia de promoção da saúde, especialmente em tempos de crise, como evidenciado durante a pandemia de COVID-19 (Limaye et al., 2020).

A promoção da saúde, definida pela Organização Mundial da Saúde (OMS) como o processo de capacitação das pessoas para que elas melhorem sua saúde, ganha uma nova dimensão no ambiente digital. As redes sociais facilitam o acesso rápido à informação, permitindo a difusão de campanhas de vacinação, orientações sobre alimentação saudável, prevenção de doenças crônicas, entre outros temas (Grajales et al., 2014). Além disso, a interatividade dessas plataformas permite maior

engajamento do público-alvo, o que tem potencial para ampliar o impacto das campanhas de saúde pública (Fergie et al., 2016).

Outro aspecto importante no uso das redes sociais para promoção da saúde é a capacidade de segmentar o público de maneira eficaz. As plataformas digitais oferecem ferramentas analíticas que permitem direcionar campanhas a grupos específicos, como adolescentes, idosos, ou pessoas com condições de saúde pré-existent, ajustando a mensagem de acordo com as necessidades e comportamentos de cada grupo (Abidin, 2016). Essa segmentação é essencial para maximizar o impacto das campanhas, garantindo que as informações cheguem a quem mais precisa. No entanto, a personalização excessiva pode gerar preocupações éticas em relação à privacidade dos dados e à manipulação comportamental, conforme discutido por Thackeray et al. (2012).

No entanto, o uso das redes sociais para promoção da saúde também apresenta desafios. A desinformação é um problema crescente, com a disseminação de mitos e informações incorretas, especialmente no que diz respeito a tratamentos médicos e vacinas (Zhao et al., 2020). Além disso, questões relacionadas à privacidade e à segurança dos dados dos usuários também são relevantes. Apesar disso, os benefícios potenciais superam esses desafios, desde que haja uma estratégia bem definida e baseada em evidências científicas (Korda & Itani, 2013).

Nesse contexto, é essencial que as redes sociais e os profissionais de saúde desenvolvam diretrizes claras para combater a desinformação. Segundo Antheunis, Tates e Nieboer (2013), plataformas como Facebook e YouTube têm um papel crucial na verificação de fatos e no controle da disseminação de informações falsas. A colaboração com organizações de saúde e a promoção de conteúdo científico são estratégias fundamentais para garantir que apenas informações confiáveis sejam amplamente compartilhadas. Além disso, as plataformas devem investir em tecnologias de monitoramento e educação dos usuários para fomentar um ambiente digital seguro e informativo.

Estudos recentes destacam que as redes sociais também são ferramentas eficazes na promoção da saúde mental, com campanhas voltadas à redução do estigma relacionado a transtornos mentais e à promoção do bem-estar emocional (Naslund et al., 2017). O uso de influenciadores digitais, por exemplo, tem sido explorado como uma maneira de aumentar o alcance dessas campanhas, principalmente entre os jovens, que são o público mais ativo nas redes sociais. Essa conexão direta com o público jovem é vital, visto que essa faixa etária está mais suscetível a transtornos como ansiedade e depressão, especialmente em um mundo cada vez mais digitalizado (Viner et al., 2019).

Portanto, o uso das redes sociais no campo da promoção da saúde representa uma revolução na maneira como as informações sobre saúde são disseminadas e recebidas. A capacidade de alcançar rapidamente milhões de pessoas, aliada ao potencial de interatividade, posiciona essas plataformas como ferramentas poderosas no combate a doenças e na promoção de comportamentos saudáveis. No entanto, é crucial que as campanhas sejam planejadas com cuidado e baseadas em evidências científicas para garantir sua eficácia e evitar efeitos adversos, como a disseminação de desinformação (Ventola, 2014; Grajales et al., 2014).

2. METODOLOGIA

Este estudo utilizou a metodologia de revisão integrativa da literatura, que visa sintetizar o conhecimento existente sobre um determinado tema, possibilitando uma visão abrangente e crítica. Essa abordagem metodológica é amplamente usada em estudos de saúde para integrar diferentes resultados de pesquisas, oferecendo uma base para a tomada de decisões e para a prática baseada em evidências (Mendes, Silveira & Galvão, 2008). O processo seguiu as seguintes etapas: formulação da questão de pesquisa, busca na literatura, seleção de estudos, avaliação dos achados, e, finalmente, a interpretação e síntese dos dados extraídos.

A questão que orientou esta revisão foi: "Como as redes sociais têm sido utilizadas para a promoção da saúde?" Para responder a essa questão, foram definidos critérios de inclusão e exclusão específicos. Foram incluídos estudos publicados entre 2015 e 2024, período marcado por significativas inovações tecnológicas nas redes sociais e pelo impacto da pandemia de COVID-19, o que promoveu um uso intensivo dessas plataformas na promoção da saúde. Além disso, os estudos deveriam estar disponíveis em formato completo, escritos em português, inglês ou espanhol, e estar indexados em bases de dados reconhecidas no campo da saúde. Por outro lado, artigos que tratassem de temas tangenciais, como publicidade em redes sociais sem vínculo com promoção de saúde, ou estudos repetidos em mais de uma base de dados, foram excluídos desta revisão.

As bases de dados selecionadas foram PubMed, SciELO e Embase, que são reconhecidas por indexar artigos de alta relevância na área da saúde. A busca também foi complementada pelo Google Scholar para garantir uma ampla cobertura de estudos. Utilizamos descritores como 'promoção da saúde', 'redes sociais', 'mídias digitais', combinados com operadores booleanos.

A análise dos dados foi realizada qualitativamente, utilizando a técnica de categorização temática. Cada estudo foi lido detalhadamente e as informações sobre metodologia, achados e conclusões foram agrupadas em categorias pré-definidas, como o impacto das redes sociais na mudança de comportamento em saúde e a eficácia das campanhas digitais.

Além da análise dos resultados, foi realizada uma avaliação crítica das limitações metodológicas dos estudos selecionados, considerando os desafios de replicabilidade, viés cultural e limitações tecnológicas na implementação das campanhas de promoção da saúde em diferentes contextos sociais. Além disso, foram analisadas as implicações dos resultados para a prática profissional e a formulação de políticas públicas voltadas para o uso ético e eficaz das redes sociais na disseminação de informações sobre saúde.

3. REVISÃO DA LITERATURA

A promoção da saúde no contexto das redes sociais é um tema que ganhou destaque nas últimas décadas, especialmente devido à crescente popularidade das plataformas digitais. As redes sociais oferecem uma oportunidade única para disseminar informações sobre saúde, educar a população e engajar os usuários em práticas de autocuidado e prevenção de doenças. Segundo Korda e Itani (2013), as redes sociais funcionam como um canal poderoso de comunicação, permitindo que profissionais de saúde e organizações se conectem diretamente com o público, promovendo mensagens de saúde e bem-estar.

Uma das principais vantagens das redes sociais na promoção da saúde é a sua capacidade de atingir uma ampla audiência em um curto período. De acordo com o relatório da Pew Research Center (2021), aproximadamente 70% da população americana utiliza redes sociais, e a maioria dos usuários acessa essas plataformas diariamente. Isso representa uma grande oportunidade para campanhas de saúde pública, que podem aproveitar esses canais para disseminar informações de forma rápida e eficaz. Além disso, o uso de vídeos e infográficos pode aumentar o engajamento do público e facilitar a compreensão de mensagens complexas relacionadas à saúde (Ventola, 2014).

Os algoritmos das redes sociais desempenham um papel crucial na forma como as informações de saúde são disseminadas. De acordo com Cinelli et al. (2020), os algoritmos podem priorizar conteúdos com maior engajamento, o que nem sempre reflete a qualidade ou a veracidade das informações. Isso pode representar um desafio significativo para a promoção da saúde, pois conteúdos desinformativos frequentemente geram mais interação e, portanto, alcançam um público maior. No entanto, quando bem utilizados, esses algoritmos podem ajudar a personalizar campanhas de saúde para diferentes públicos, garantindo que as mensagens cheguem a quem mais precisa.

A proliferação de desinformação nas redes sociais tem sido um dos maiores desafios para a promoção da saúde. Plataformas como o Facebook e o Twitter, que facilitam a disseminação rápida de informações, também se tornaram focos de desinformação sobre temas de saúde, como vacinas e tratamentos médicos alternativos. Waszak et al. (2018) destacam que conteúdos falsos sobre saúde podem se espalhar mais rapidamente do que informações verificadas, gerando confusão e desencorajando comportamentos preventivos, como a vacinação. A aceitação dessas informações errôneas é, muitas vezes, impulsionada pelo viés de confirmação, que faz com que os indivíduos aceitem e compartilhem conteúdos que confirmam suas crenças pré-existentes, mesmo que sejam incorretos, como descrito por Pennycook et al. (2018). Este cenário exige ações eficazes das plataformas para combater a propagação de notícias falsas.

Os esforços para combater a desinformação nas redes sociais devem ser fortalecidos por meio de políticas rigorosas e a promoção de conteúdo baseado em evidências científicas. Segundo Vosoughi, Roy e Aral (2017), as plataformas devem implementar políticas para checar fatos e incentivar a divulgação de informações verificadas. Essas medidas podem ajudar a reverter o impacto negativo da desinformação, garantindo que o público tenha acesso a informações corretas e confiáveis.

Entretanto, apesar das vantagens, a promoção da saúde nas redes sociais também enfrenta desafios significativos. Um dos principais problemas é a disseminação de informações falsas ou enganosas, que pode ter consequências negativas para a saúde pública. Segundo Lewandowsky et al. (2020), a desinformação sobre saúde nas redes sociais pode levar a comportamentos prejudiciais, como a recusa de vacinas e a adoção de tratamentos não comprovados. Portanto, é fundamental que profissionais de saúde e organizações sejam proativos na verificação de informações e na promoção de conteúdo baseado em evidências.

A incorporação de tecnologias emergentes, como inteligência artificial (IA) e big data, tem potencial para aprimorar a promoção da saúde nas redes sociais. Segundo Jiang et al. (2020), essas tecnologias permitem a análise de grandes volumes de dados em tempo real, facilitando a identificação de padrões de comportamento do usuário e a personalização de mensagens de saúde. Além disso, a IA pode ser utilizada para detectar e remover automaticamente conteúdos enganosos ou perigosos, contribuindo para um ambiente digital mais seguro e confiável.

Além disso, a falta de regulação nas redes sociais pode dificultar a responsabilização de indivíduos e organizações por informações incorretas. O estudo de Antheunis et al. (2013) destaca a necessidade de políticas que abordem a desinformação em saúde nas redes sociais e promovam um ambiente seguro para a troca de informações. Nesse contexto, é importante que os profissionais de saúde se tornem influenciadores ativos, usando suas plataformas para combater a desinformação e promover mensagens de saúde adequadas.

Outro aspecto relevante da promoção da saúde nas redes sociais é a possibilidade de engajamento da comunidade. As plataformas digitais permitem que indivíduos compartilhem suas experiências de saúde, criando uma rede de apoio e solidariedade. Um estudo realizado por Hawn (2009) mostrou que os grupos de apoio online podem ser eficazes na promoção da saúde mental, proporcionando um espaço seguro para que os indivíduos compartilhem suas experiências e recebam apoio emocional.

Além disso, as redes sociais têm sido utilizadas como ferramentas para campanhas de prevenção de doenças, como as relacionadas ao câncer e às doenças crônicas. Segundo a pesquisa de Eysenbach (2008), as campanhas que utilizam redes sociais podem aumentar a conscientização sobre fatores de risco e incentivar a adoção de comportamentos saudáveis. Por exemplo, a Campanha de Prevenção do Câncer de Mama, promovida através do Facebook, teve um impacto significativo na sensibilização sobre a importância da detecção precoce e do autoexame.



A segmentação de público é outra estratégia eficaz na promoção da saúde nas redes sociais. A personalização das mensagens de saúde para atender às necessidades específicas de diferentes grupos demográficos pode aumentar a eficácia das campanhas. Um estudo de Chou et al. (2009) enfatiza a importância de adaptar o conteúdo para diferentes idades, etnias e contextos socioeconômicos, garantindo que as informações sejam relevantes e acessíveis.

A análise de dados também desempenha um papel crucial na avaliação da eficácia das estratégias de promoção da saúde nas redes sociais. Com o uso de ferramentas analíticas, é possível medir o engajamento do público, o alcance das mensagens e a percepção da marca de saúde. Segundo a pesquisa de Moorhead et al. (2013), as métricas de engajamento podem fornecer insights valiosos sobre o que funciona e o que não funciona em campanhas de saúde digital.

Ademais, a colaboração entre profissionais de saúde e influenciadores digitais pode amplificar as mensagens de promoção da saúde. Os influenciadores têm um impacto significativo na formação de opiniões e comportamentos, especialmente entre os jovens. Um estudo de Abidin (2016) sugere que parcerias estratégicas com influenciadores podem aumentar a visibilidade e a aceitação das campanhas de saúde, alcançando um público mais amplo e diversificado.

Por fim, é essencial que as iniciativas de promoção da saúde nas redes sociais sejam baseadas em princípios éticos. A transparência, a privacidade dos dados e o consentimento informado são aspectos cruciais que devem ser considerados ao desenvolver estratégias de comunicação em saúde. O trabalho de Thackeray et al. (2012) ressalta a importância de respeitar a privacidade dos usuários e garantir que as informações sejam usadas de forma responsável e ética.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Engajamento nas Redes Sociais na Promoção da Saúde

As redes sociais têm se mostrado uma ferramenta poderosa para a promoção da saúde, proporcionando um alcance global e oportunidades de interação direta com o público. Diversas campanhas de saúde pública têm aproveitado essas plataformas para alcançar indivíduos e incentivá-los a adotar comportamentos mais saudáveis. Um exemplo disso é a campanha de conscientização sobre o câncer de mama, que utilizou plataformas como o Facebook para promover a detecção precoce e o autoexame, gerando alto engajamento e sensibilização, conforme discutido por Hawn (2009). A capacidade das redes sociais de segmentar públicos específicos através de estratégias personalizadas permite uma abordagem mais eficaz, alcançando diferentes grupos demográficos de forma assertiva.

A análise de engajamento em campanhas nas redes sociais revela que o uso de vídeos, infográficos e histórias interativas tem um impacto direto na adesão do público às mensagens de promoção de saúde. Segundo Korda e Itani (2013), os formatos visuais são mais atraentes e promovem maior retenção da mensagem, além de incentivarem a interação dos usuários. Esse tipo de conteúdo gera mais compartilhamentos e comentários, o que amplifica o alcance das campanhas. Wakefield et al. (2010) destacam que campanhas bem elaboradas podem não apenas aumentar o engajamento imediato, mas também influenciar mudanças comportamentais a longo prazo. A possibilidade de participação ativa do público por meio de likes, comentários e compartilhamentos reforça o papel das redes sociais como uma plataforma interativa, onde as pessoas podem não apenas consumir, mas também cocriar conteúdo de saúde. Isso é essencial para o fortalecimento da educação em saúde, pois permite que as pessoas compartilhem suas próprias experiências, promovendo o apoio mútuo entre os usuários (Chou et al., 2013).

Contudo, é importante destacar que o engajamento nas redes sociais também depende da qualidade e da relevância das mensagens compartilhadas. Mensagens

que utilizam linguagem acessível e visualmente atrativa tendem a ter maior sucesso na promoção de comportamentos saudáveis.

Desafios Relacionados à Desinformação nas Redes Sociais

Um dos maiores desafios enfrentados na promoção da saúde nas redes sociais é a proliferação de desinformação. A disseminação de notícias falsas ou enganosas, principalmente em tópicos sensíveis como vacinas e tratamentos médicos, tem se mostrado um obstáculo significativo para os profissionais de saúde. Estudos, como o de Lewandowsky et al. (2020), mostram que a desinformação pode influenciar negativamente o comportamento das pessoas, levando-as a adotar práticas prejudiciais, como o uso de tratamentos não comprovados ou a recusa à vacinação.

A natureza viral das redes sociais permite que a desinformação se espalhe rapidamente, atingindo um grande número de pessoas em pouco tempo. Segundo Ventola (2014), o anonimato e a falta de regulamentação nas redes dificultam a responsabilização por essas informações incorretas, criando um ambiente propício para a disseminação de conteúdo prejudicial. Nesse contexto, torna-se essencial que os profissionais de saúde e organizações sejam proativos no combate à desinformação, utilizando as mesmas plataformas para disseminar informações baseadas em evidências e corrigir mal-entendidos.

A disseminação de notícias falsas ou enganosas, principalmente em tópicos sensíveis como vacinas e tratamentos médicos, tem se mostrado um obstáculo significativo para os profissionais de saúde. Estudos, como o de Lewandowsky et al. (2020), mostram que a desinformação pode influenciar negativamente o comportamento das pessoas, levando-as a adotar práticas prejudiciais, como o uso de tratamentos não comprovados ou a recusa à vacinação. Além disso, Pennycook et al. (2018) ressaltam que o viés de confirmação desempenha um papel central no compartilhamento de desinformação, à medida que as pessoas tendem a aceitar e

propagar informações que se alinham com suas crenças pessoais, sem verificar a veracidade dos fatos.

Essa rápida disseminação de informações incorretas é um dos maiores desafios enfrentados na promoção da saúde nas redes sociais. Waszak et al. (2018) demonstram que, por exemplo, a desinformação sobre vacinas contribuiu significativamente para o declínio das taxas de vacinação, criando uma ameaça à saúde pública.

Antheunis, Tates e Nieboer (2013) ressaltam a importância de criar diretrizes e políticas claras para a comunicação de saúde nas redes sociais. Essas diretrizes devem promover a verificação de fatos e garantir que o público tenha acesso a fontes confiáveis de informação. Além disso, os profissionais de saúde devem adotar uma postura ativa nas redes, utilizando sua autoridade e conhecimento para combater a desinformação e educar o público.

Para combater a desinformação, é crucial que as redes sociais e os profissionais de saúde adotem uma postura ativa na correção de informações erradas e na promoção de conteúdo baseado em evidências científicas. Conforme **Vosoughi et al. (2017)**, as plataformas devem desenvolver políticas claras para regular a disseminação de informações incorretas e trabalhar em conjunto com organizações de saúde para garantir que apenas conteúdos verificados sejam amplamente promovidos.

Campanhas de Saúde Bem-sucedidas nas Redes Sociais

As redes sociais têm sido um meio eficaz para campanhas de saúde pública, especialmente quando o objetivo é alcançar e sensibilizar grandes audiências de maneira rápida e envolvente. Campanhas como o outubro rosa, que promove a conscientização sobre o câncer de mama, exemplificam o sucesso do uso de plataformas como Facebook e Instagram para alcançar uma ampla gama de pessoas e aumentar a conscientização sobre a importância da detecção precoce. Um estudo

conduzido por Waszak, Kasprzycka-Waszak e Kubanek (2018) destacou que as redes sociais são ideais para disseminar informações de saúde, aproveitando a viralidade para aumentar a visibilidade de campanhas e promover o engajamento dos usuários com mensagens educativas.

Outro exemplo de sucesso é a campanha de prevenção ao HIV/AIDS promovida no Twitter, que usou uma linguagem acessível e interativa para engajar jovens adultos, um público frequentemente difícil de alcançar através de meios tradicionais. Conforme Chou et al. (2009), o uso de hashtags e conteúdos virais gerou discussões amplas e interações entre usuários, o que foi fundamental para a sensibilização sobre práticas seguras e acesso a testes de HIV. Esses resultados reforçam que, ao combinar uma estratégia bem planejada com o poder das redes sociais, campanhas de saúde podem atingir populações diversas e impactar mudanças comportamentais de forma rápida.

Segmentação de Público na Promoção da Saúde

Uma das maiores vantagens das redes sociais na promoção da saúde é a possibilidade de segmentar o público de maneira precisa e eficaz, personalizando as mensagens de acordo com o perfil demográfico e comportamental dos usuários. Abidin (2016) argumenta que a personalização do conteúdo é fundamental para alcançar diversos grupos sociais e melhorar a eficácia das campanhas de saúde. Essa segmentação pode ser realizada por meio de ferramentas analíticas oferecidas pelas plataformas digitais, permitindo que profissionais de saúde direcionem suas campanhas a grupos específicos, como adolescentes, gestantes ou idosos, de forma personalizada.

Estudos demonstram que campanhas de saúde com mensagens personalizadas têm maior eficácia em termos de engajamento e retenção de informações. Por exemplo, campanhas sobre prevenção de doenças cardiovasculares que utilizam conteúdos diferenciados para homens e mulheres, levando em

consideração as particularidades de cada grupo em relação aos fatores de risco, tendem a gerar um impacto maior. Isso é possível graças às métricas de engajamento, que analisam como os diferentes públicos interagem com as mensagens e ajustam o conteúdo conforme necessário (Korda & Itani, 2013).

Desafios Éticos na Promoção de Saúde pelas Redes Sociais

A promoção de saúde nas redes sociais também enfrenta uma série de desafios éticos, especialmente no que diz respeito à privacidade dos usuários e ao uso de dados pessoais. Thackeray et al. (2012) ressalta a importância de garantir que as estratégias de comunicação em saúde nas redes sociais sejam desenvolvidas de maneira ética, respeitando a privacidade dos indivíduos e assegurando o consentimento informado. O uso de dados analíticos para segmentação de público, embora eficaz, deve ser feito de maneira transparente, explicando claramente ao usuário como suas informações estão sendo utilizadas.

Além disso, o ambiente digital é vulnerável à disseminação de desinformação, como já mencionado, o que coloca em risco a credibilidade das campanhas de promoção da saúde. Ventola (2014) argumenta que, para evitar consequências negativas, é necessário que as plataformas de mídia social adotem políticas rigorosas para combater a desinformação e garantir que apenas conteúdos baseados em evidências sejam promovidos. Isso inclui parcerias entre plataformas e organizações de saúde para a verificação de fatos e a promoção de informações confiáveis, além de capacitar os profissionais de saúde para monitorar e responder a conteúdos enganosos.

Colaboração com Influenciadores Digitais

Os influenciadores digitais também têm desempenhado um papel relevante na promoção da saúde. Com um grande número de seguidores e uma forte presença nas redes, esses indivíduos têm a capacidade de amplificar campanhas de saúde e alcançar públicos que, de outra forma, poderiam não ser atingidos por canais

Revista Interdisciplinar

tradicionais. Abidin (2016) sugerem que a parceria com influenciadores digitais pode aumentar a visibilidade e a credibilidade das campanhas, especialmente quando se trata de temas complexos como a saúde pública.

Entretanto, é importante que essas parcerias sejam estabelecidas de forma transparente e que os influenciadores estejam alinhados com as mensagens baseadas em evidências científicas. Influenciadores que promovem práticas de saúde sem respaldo científico podem, involuntariamente, contribuir para a disseminação de desinformação. Por isso, a seleção cuidadosa de influenciadores e o treinamento sobre os temas de saúde são essenciais para garantir a eficácia das campanhas.

Efeitos a Longo Prazo das Campanhas de Saúde nas Redes Sociais

As campanhas de saúde nas redes sociais têm o potencial de provocar mudanças comportamentais duradouras, especialmente quando são consistentes e de longo prazo. Wakefield, Loken e Hornik (2010) destacam que o uso de mídias de massa, incluindo plataformas digitais, pode efetivamente modificar comportamentos de saúde em grandes populações. As redes sociais, por sua natureza interativa e ampla difusão, permitem que as mensagens sejam repetidas e reforçadas ao longo do tempo, aumentando a probabilidade de mudanças sustentáveis nos hábitos de saúde.

Além disso, Capurro et al. (2014) revisaram o impacto das redes sociais na prática de saúde pública e mostraram que campanhas digitais não apenas alcançam grandes públicos, mas também promovem a retenção de informações, influenciando as práticas de saúde a longo prazo. O estudo destaca que o uso das redes sociais para campanhas de saúde tem sido eficaz em várias áreas, desde a prevenção de doenças até a promoção de estilos de vida saudáveis. Ao facilitar interações constantes e fornecer um espaço para o compartilhamento de experiências, as campanhas digitais criam uma cultura de saúde sustentável.

Importância da Colaboração Multidisciplinar

ISSN: 2448-0916



A eficácia das campanhas de saúde nas redes sociais também depende de uma colaboração multidisciplinar robusta. Chou et al. (2013) destacam que o uso de ferramentas digitais, como o Web 2.0, para a promoção da saúde só é eficaz quando profissionais de saúde, comunicadores e especialistas em tecnologia trabalham juntos. A integração de diferentes perspectivas permite que as campanhas sejam mais abrangentes e adaptadas às necessidades dos diferentes públicos, além de garantir que as mensagens de saúde sejam transmitidas com precisão e de forma ética.

Ventola (2014) também argumenta que a colaboração entre profissionais de saúde é fundamental para lidar com os desafios impostos pela desinformação nas redes sociais. Ele afirma que as mídias sociais podem ser uma ferramenta poderosa quando os profissionais de saúde se engajam ativamente e utilizam sua credibilidade para combater informações erradas e promover práticas baseadas em evidências. Além disso, ao colaborarem com especialistas em comunicação e tecnologia, os profissionais de saúde podem maximizar o impacto das campanhas digitais e garantir que as mensagens sejam amplamente disseminadas e compreendidas pelo público.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O uso das redes sociais como ferramenta para a promoção da saúde apresenta uma série de benefícios e desafios que precisam ser considerados para maximizar o impacto positivo dessa estratégia. Ao longo deste trabalho, foram discutidos os diversos aspectos que envolvem a utilização das redes sociais para disseminar informações de saúde, incluindo o alcance massivo, a possibilidade de segmentação do público e a interação direta com os usuários. Esses fatores tornam as redes sociais uma plataforma poderosa para campanhas de saúde pública, conforme evidenciado por estudos que destacam seu papel no aumento da conscientização e na promoção de comportamentos saudáveis em diversas populações.

No entanto, a revisão destaca que desafios éticos e práticos, como a privacidade dos dados e a proliferação de fake news, são fundamentais para a discussão. Estudos recentes mostram que a falta de regulamentação efetiva pode permitir que informações de saúde errôneas se espalhem, colocando em risco a saúde pública e subestimando a confiança na medicina baseada em evidências.

Outro ponto relevante é o potencial das redes sociais para integrar influenciadores digitais nas campanhas de promoção da saúde, ampliando o alcance das mensagens e tornando-as mais acessíveis ao público. No entanto, como discutido, essas parcerias devem ser cuidadosamente gerenciadas para garantir que as informações transmitidas sejam precisas e baseadas em ciência, evitando a propagação de práticas inadequadas ou não validadas.

Por fim, a revisão da literatura demonstra que, embora o uso das redes sociais na promoção da saúde seja uma ferramenta poderosa, é necessário um equilíbrio entre a inovação tecnológica e a humanização do cuidado. Embora as redes sociais sejam um complemento eficiente para o fornecimento de informações, o contato direto entre pacientes e profissionais de saúde continua sendo insubstituível para o diagnóstico preciso e o acompanhamento de tratamentos. Para garantir o sucesso das campanhas e estratégias desenvolvidas nesse contexto, é fundamental que haja uma colaboração constante entre profissionais de saúde, comunicadores e especialistas em tecnologia, visando maximizar o potencial das redes sociais e minimizar os riscos associados ao seu uso. Assim, recomenda-se que os profissionais de saúde recebam treinamento adequado para explorar o potencial das redes sociais de forma eficaz e segura, maximizando o impacto positivo das campanhas.

REFERÊNCIAS

ABIDIN, C. (2018). **Internet Celebrities: Understanding Fame Online**. *Health Communication*, v. 33, n. 6, p. 696-697. DOI:





V. X N. X ANO 2024

e249XXX

Revista Interdisciplinar

<https://doi.org/10.1177/0267323118814646a>. Disponível em:
<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0267323118814646a>. Acesso em: 05 ago. 2024.

ANTHEUNIS, M. L.; TATES, K.; NIEBOER, T. E. **Patients' and health professionals' use of social media in health care: motives, barriers, and expectations.** *Patient Education and Counseling*, v. 92, n. 3, p. 426-431, 2013. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.pec.2013.06.020>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0738399113002656>. Acesso em: 08 ago. 2024.

CAPURRO, D. et al. **The use of social networking sites for public health practice and research: a systematic review.** *Journal of Medical Internet Research*, [s.l.], v. 16, n. 3, p. e79, 2014. DOI: [10.2196/jmir.2679](https://doi.org/10.2196/jmir.2679). Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/24642014/>. Acesso em: 12 set. 2024.

CINELLI, M. et al. **The COVID-19 social media infodemic.** *Scientific Reports*, [s.l.], v. 10, n. 1, p. 16598, 2020. DOI: [10.1038/s41598-020-73510-5](https://doi.org/10.1038/s41598-020-73510-5). Disponível em: <https://www.nature.com/articles/s41598-020-73510-5>. Acesso em: 13 set. 2024.

CHOU, W. Y. S.; HUNT, Y. M.; BECKJORD, E. B.; MOSER, R. P.; HESSE, B. W. **Social media use in the United States: implications for health communication.** *Journal of Medical Internet Research*, v. 11, n. 4, e48, 2009. DOI: [10.2196/jmir.1249](https://doi.org/10.2196/jmir.1249). Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2802563/>. Acesso em: 12 ago. 2024.

ISSN: 2448-0916



18



V. X N. X ANO 2024

e249XXX

Revista Interdisciplinar

EYSENBACH, G. **Medicine 2.0: Social Networking, Collaboration, and Participatory Medicine.** *Journal of Medical Internet Research*, v. 10, n. 3, e22, 2008. DOI: [10.2196/jmir.1030](https://doi.org/10.2196/jmir.1030). Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/18725354/>. Acesso em: 15 ago. 2024.

FERGIE, G.; HILTON, S.; HUNT, K. **Young adults' experiences of seeking online information about health and lifestyle: A qualitative study.** *BMC Public Health*, v. 16, n. 1, p. 1-9, 2016. DOI: [10.1111/hex.12430](https://doi.org/10.1111/hex.12430). Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5139057/>. Acesso em: 15 ago. 2024.

FISCHHOFF, B. **Evaluating science communication.** *Proceedings of the National Academy of Sciences*, [s.l.], v. 110, n. Suppl 3, p. 14033-14039, 2013. DOI: [10.1073/pnas.1213273110](https://doi.org/10.1073/pnas.1213273110). DOI: [10.1073/pnas.1805863115](https://doi.org/10.1073/pnas.1805863115). Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/30478063/>. Acesso em: 15 set. 2024.

GRAJALES III, F. J.; SHEPS, S.; HO, K.; NOVAK-LAUSCHER, H.; EYSENBACH, G. **Social media: A review and tutorial of applications in medicine and health care.** *Journal of Medical Internet Research*, v. 16, n. 2, e13, 2014. DOI: [10.2196/jmir.2912](https://doi.org/10.2196/jmir.2912). Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/24518354/>. Acesso em: 17 ago. 2024.

HAWN, C. **Take Two Aspirin And Tweet Me In The Morning: How Twitter, Facebook, And Other Social Media Are Reshaping Health Care.** *Health Affairs*, v. 28, n. 2, p. 361-368, 2009. DOI: [10.1377/hlthaff.28.2.361](https://doi.org/10.1377/hlthaff.28.2.361). Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/19275991/>. Acesso em: 20 ago. 2024.

ISSN: 2448-0916



19



V. X N. X ANO 2024

e249XXX

Revista Interdisciplinar

JIANG, F. et al. **Artificial intelligence in healthcare: past, present and future.** *Stroke and Vascular Neurology*, [s.l.], v. 2, n. 4, p. 230-243, 2017. DOI: 10.1136/svn-2017-000101. DOI: <https://doi.org/10.1136/svn-2017-000101>. Disponível em: <https://svn.bmj.com/content/2/4/230>. Acesso em: 15 set. 2024.

KORDA, H.; ITANI, Z. **Harnessing social media for health promotion and behavior change.** *Health Promotion Practice*, v. 14, n. 1, p. 15-23, 2013. DOI: [10.1177/1524839911405850](https://doi.org/10.1177/1524839911405850). Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/21558472/>. Acesso em: 20 ago. 2024.

LEWANDOWSKY, S.; ECKER, U. K. H.; COOK, J. **Beyond Misinformation: Understanding and Coping with the "Post-Truth" Era.** *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, v. 9, n. 3, p. 322-334, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2017.07.008>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2211368117300700>. Acesso em: 23 ago. 2024.

LIMAYE, R. J. et al. **Building trust while influencing online COVID-19 misinformation using public health messaging: A systematic review.** *Human Arenas*, v. 4, p. 529-546, 2020. DOI: [10.1016/S2589-7500\(20\)30084-4](https://doi.org/10.1016/S2589-7500(20)30084-4). Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7173823/>. Acesso em: 28 ago. 2024.

MANDES, K. D. S.; SILVEIRA, R. C. C. P.; GALVÃO, C. M. **Revisão integrativa: método de pesquisa para a incorporação de evidências na saúde e na enfermagem.** *Texto & Contexto - Enfermagem*, v. 17, n. 4, p. 758-764, 2008. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0104-07072008000400018>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/tce/a/XzFkq6tjWs4wHNqNjKJLkXQ#>. Acesso em: 02 set. 2024.

ISSN: 2448-0916



20

MOORHEAD, S. A. et al. **A new dimension of health care: Systematic review of the uses, benefits, and limitations of social media for health communication.** *Journal of Medical Internet Research*, v. 15, n. 4, e85, 2013. DOI: [doi:10.2196/jmir.1933](https://doi.org/10.2196/jmir.1933). Disponível em: <https://www.jmir.org/2013/4/e85/>. Acesso em: 02 set. 2024.

NASLUND, J. A., ASCHBRENNER, K. A., MARSCH, L. A., & BARTELS, S. J. (2017). **The future of mental health care: peer-to-peer support and social media.** *Epidemiology and Psychiatric Sciences*, 25(2), 113-122. DOI: [10.1017/S2045796015001067](https://doi.org/10.1017/S2045796015001067). Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/26744309/>. Acesso em: 03 set. 2024.

PENNYCOOK, G.; RANDA, K.; FUGELANG, J. A. **The Implied Truth Effect: Attaching warnings to a subset of fake news stories increases perceived accuracy of stories without warnings.** *Management Science*, v. 66, n. 11, p. 4944-4957, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1287/mnsc.2019.3478>. Disponível em: <https://pubsonline.informs.org/doi/10.1287/mnsc.2019.3478>. Acesso em: 05 set. 2024.

PEW RESEARCH CENTER. **Social Media Use in 2021.** Disponível em: <https://www.pewresearch.org/internet/2021/04/07/social-media-use-in-2021/>. Acesso em: 05 set. 2024.

THACKERAY, R., NEIGER, B. L., & THACKERAY, C. A. (2012). **Enhancing promotional strategies within social networks: the role of ethical issues.** *Health Promotion Practice*, 13(1), 132-137. DOI: [10.1177/1524839908325335](https://doi.org/10.1177/1524839908325335). Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/18936268/>. Acesso em: 07 set. 2024.



VENTOLA, C. L. (2014). **Social media and health care professionals: benefits, risks, and best practices.** *Pharmacy and Therapeutics*, 39(7), 491-520.
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4103576/>. Acesso em: 07 set. 2024.

VINER, R. M. et al. **Roles of cyberbullying, sleep, and physical activity in mediating the relationship between social media use and mental health in young people.** *The Lancet Child & Adolescent Health*, v. 3, n. 10, p. 685-696, 2019.
 DOI: [10.1016/S2352-4642\(19\)30186-5](https://doi.org/10.1016/S2352-4642(19)30186-5). Disponível em:
<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/31420213/>. Acesso em: 08 set. 2024.

VOSOUGHI, S.; Roy, D.; Aral, S. (2018). **The spread of true and false news online.** *Science*, 359(6380), 1146-1151. DOI: [10.1126/science.aap9559](https://doi.org/10.1126/science.aap9559). Disponível em: <https://www.science.org/doi/10.1126/science.aap9559>. Acesso em: 08 set. 2024.

WAKEFIELD, M. A.; LOKEN, B.; HORNIK, R. C. **Use of mass media campaigns to change health behaviour.** *The Lancet*, [s.l.], v. 376, n. 9748, p. 1261-1271, 2010.
 DOI: [10.1016/S0140-6736\(10\)60809-4](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(10)60809-4). DOI: [10.1016/S0140-6736\(10\)60809-4](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(10)60809-4). Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/20933263/>. Acesso em: 10 de set. 2024.

WASZAK, P. M.; KASPRZYKOWSKI, J.; KUBANEK, A. **The spread of medical fake news in social media – The pilot quantitative study.** *Health Policy and Technology*, v. 7, n. 2, p. 115-118, 2018. DOI:
<https://doi.org/10.1016/j.hlpt.2018.03.002>. Disponível em:
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2211883718300881>. Acesso em: 05 set. 2024.





V. X N. X ANO 2024

e249XXX

Revista Interdisciplinar

ZHAO, Y.; ZHANG, J. **Consumer health information seeking in social media: a literature review.** *Health Information & Libraries Journal*, v. 37, n. 3, p. 173-195, 2020. DOI: [10.1111/hir.12192](https://doi.org/10.1111/hir.12192). Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/29045011/>. Acesso em: 10 set. 2024.

ISSN: 2448-0916



23