

Confiabilidade de informações sobre a covid-19 em grupos no Facebook

Reliability of information about covid-19 in Facebook groups

Confiabilidad de la información sobre covid-19 en grupos de Facebook

Luiza Opalinski Pacheco^{1,a}

luizaopalinski@gmail.com | <https://orcid.org/0000-0001-5404-2191>

Tiago Franklin Rodrigues Lucena^{2,b}

tfrlucena2@uem.br | <https://orcid.org/0000-0002-0154-7417>

Marcelo Picinin Bernuci^{3,4,c}

marcelo.bernuci@unicesumar.edu.br | <https://orcid.org/0000-0003-2201-5978>

¹ Universidade Cesumar, Centro de Ciências Biológicas e da Saúde. Maringá, PR, Brasil.

² Universidade Estadual de Maringá, Comunicação e Mídias. Maringá, PR, Brasil.

³ Universidade Cesumar, Instituto Cesumar de Ciência, Tecnologia e Inovação, Departamento de Promoção da Saúde. Maringá, PR, Brasil.

⁴ Universidade Federal do Paraná, Departamento de Fisiologia. Curitiba, PR, Brasil.

^a Graduação em Medicina pela Universidade Cesumar.

^b Doutorado em Artes pela Universidade de Brasília.

^c Doutorado em Ciências pela Universidade de São Paulo.

RESUMO

O estudo apresentado neste artigo analisou a confiabilidade das informações postadas nos principais grupos brasileiros de discussão sobre covid-19 encontrados no Facebook. Os grupos (abertos e fechados) foram identificados a partir dos descritores: “covid 19”; “covid 19 Brasil”; “coronavírus”; “coronavírus Brasil”. Os grupos com maior número de membros (n = 10) foram selecionados para o estudo, assim como as dez publicações mais recentes de cada um deles, desde que se referissem aos temas-chave relacionados à covid-19: prevenção, tratamento e contágio. Para verificar a confiabilidade da informação expressa no conteúdo disseminado, as postagens que continham notícias sobre a doença foram submetidas à inspeção e comparadas a fontes confiáveis (técnica *fact checking*), como guias e manuais referentes à covid-19. Dentre todas as publicações analisadas (n = 100) apenas quatro foram identificadas como notícias falsas, sendo duas sobre tratamento, uma sobre contágio e uma sobre sequelas. Todas as notícias consideradas inverídicas foram classificadas como notícias fabricadas, construídas com um título sensacionalista e apelativo para atrair a atenção dos usuários. No entanto, os conteúdos identificados como falsos promoveram poucas interações entre os membros dos grupos. No estudo, as informações de caráter noticioso encontradas em grupos no Facebook sobre covid-19 foram, em sua maioria, confiáveis, sugerindo que os filtros *online* das redes sociais para identificar e retirar notícias falsas de circulação podem ser uma ferramenta útil para o combate à disseminação de *fake news*.

Palavras-chave: Covid-19; Desinformação; Facebook; Redes Sociais; Saúde.

ABSTRACT

The study presented in this article analyzed the reliability of information posted in the main Brazilian discussion groups about covid-19 found in Facebook. The groups (open and closed) were identified from the descriptors: “covid 19”; “covid 19 Brazil”; “coronavirus”; “Coronavirus Brazil”. The groups with the highest number of members (n = 10) were selected for the study, as well as the ten most recent publications of each

of them as long as they referred to the key themes related to covid-19: prevention, treatment, and contagion. To verify the reliability of the information expressed in the disseminated content, the posts containing news about the disease were subjected to inspection and compared to reliable sources (fact checking technique), such as guides and manuals concerning covid-19. Among all the publications analyzed (n = 100) only four were identified as fake news, being two about treatment, one about contagion and one about sequelae. All the news considered untrue were classified as fabricated news, constructed with a sensationalist and appealing headline to attract the attention of users. However, the contents identified as false promoted few interactions among group members. In this study, the news-related information found in Facebook groups about covid-19 was mostly reliable, suggesting that online social media filters to identify and remove fake news from circulation can be a useful tool to combat the dissemination of fake news.

Keywords: Covid-19; Disinformation; Facebook; Social media; Health.

RESUMEN

El estudio presentado en este artículo analizó la fiabilidad de la información publicada en los principales grupos de discusión brasileños sobre covid-19 encontrados en Facebook. Los grupos (abiertos y cerrados) se identificaron a partir de los descriptores: “covid 19”; “covid 19 Brasil”; “coronavirus”; “Coronavirus Brasil”. Se seleccionaron para el estudio los grupos con mayor número de integrantes (n = 10), así como las diez publicaciones más recientes de cada uno de ellos, siempre que se refiriesen a los temas clave relacionados con el covid-19: prevención, tratamiento y contagio. Para verificar la fiabilidad de la información expresada en el contenido difundido, se sometieron las publicaciones que contenían noticias sobre la enfermedad a inspección y se compararon con fuentes fiables (técnica de verificación de hechos), como guías y manuales concernientes al covid-19. Entre todas las publicaciones analizadas (n = 100) solo cuatro fueron identificadas como noticias falsas, siendo dos sobre tratamiento, una sobre contagio y una sobre secuelas. Todas las noticias consideradas falsas fueron clasificadas como noticias fabricadas, construidas con un título sensacionalista y atractivo para llamar la atención de los usuarios. Sin embargo, los contenidos identificados como falsos promovieron pocas interacciones entre los miembros de los grupos. En el estudio, las informaciones que tenían carácter de noticias encontradas en los grupos de Facebook sobre covid-19 eran en su mayoría fiables, lo que sugiere que los filtros en línea de las redes sociales para identificar y retirar de la circulación las noticias falsas pueden ser una herramienta útil para combatir la propagación de noticias falsas.

Palabras clave: Covid-19; Desinformación; Facebook; Redes sociales; Salud.

INFORMAÇÕES DO ARTIGO

Contribuição dos autores:

Concepção e desenho do estudo: Marcelo Picinin Bernuci.

Aquisição, análise ou interpretação dos dados: Luiza Opalinski Pacheco e Marcelo Picinin Bernuci.

Redação do manuscrito: Luiza Opalinski Pacheco e Marcelo Picinin Bernuci.

Revisão crítica do conteúdo intelectual: Tiago Franklin Rodrigues Lucena.

Declaração de conflito de interesses: não há.

Fontes de financiamento: não houve.

Considerações éticas: não há.

Agradecimentos/Contribuições adicionais: não há.

Histórico do artigo: submetido: 23 abr. 2022 | aceito: 19 dez. 2022 | publicado: 17 mar. 2023.

Apresentação anterior: não houve.

Licença CC BY-NC atribuição não comercial. Com essa licença é permitido acessar, baixar (*download*), copiar, imprimir, compartilhar, reutilizar e distribuir os artigos, desde que para uso não comercial e com a citação da fonte, conferindo os devidos créditos de autoria e menção à Reciis. Nesses casos, nenhuma permissão é necessária por parte dos autores ou dos editores.

INTRODUÇÃO

No cenário da nova pandemia da doença causada pelo coronavírus (covid-19), houve um aumento da busca de informações na área da saúde utilizando-se da internet como principal ferramenta, especialmente durante as situações de isolamento e distanciamento social (BADELL-GRAU *et al.*, 2020; KLAK *et al.*, 2022). Nesse período, foi constatado um aumento no uso de redes sociais *online* (RSO) em todo o mundo (CHENG *et al.*, 2021), especialmente para a disseminação de conteúdos informativos sobre a pandemia da covid-19 (AGGARWAL *et al.*, 2020; CINELLI *et al.*, 2020; NEELY *et al.*, 2021). A estratégia mais comum para o acesso à informação sobre a pandemia no ambiente digital foi o uso de busca de palavras-chave (PARASKEVI; GAROUFALLOU, 2021). Esse comportamento promoveu um aumento no compartilhamento de informações online sobre o tema, o que levou a Organização Mundial da Saúde (OMS) a advertir, em fevereiro de 2020, que o surto de covid-19 foi acompanhado por uma infodemia (ROVETTA; BHAGAVATHULA, 2020).

Assim, durante a pandemia de covid-19 ocorreu a primeira infodemia digital marcada pela ampliação do número de alegações falsas e teorias conspiratórias, provocando a proliferação de terapias de saúde pseudocientíficas voltadas para o diagnóstico, tratamento, prevenção, origem e propagação do vírus da doença (NAEEM; BHATTI; KHAN, 2020; ATEHORTUA; PATINO, 2021). Dentre as RSO mais utilizadas para a disseminação de informações e compartilhamento de experiências, durante um determinado período da covid-19, destaca-se o Facebook (AHMED *et al.*, 2020; AYERS *et al.*, 2021; MOUSING; SØRENSEN, 2021). Além de subsidiar condições para criação e divulgação de conteúdos (fotos, imagens, texto e vídeos), a plataforma permite também a interação entre usuários (via *likes*, *dislikes*, comentários e compartilhamentos), bem como fóruns de discussão sobre temas de interesse comum aos usuários, os reconhecidos “grupos de discussão”. Criados pelos próprios usuários da rede, os grupos destinados à discussão da pandemia de covid-19 são inúmeros e apresentam milhares de membros.

Embora o debate sobre a covid-19 seja importante, esses grupos possuem características que podem favorecer a disseminação em massa de notícias falsas, fenômeno que se denomina como “amplificação” e que ocorre quando conteúdos desse tipo ganham grande número de acessos (KANEKAR; THOMBRE, 2019; ZHANG; LU; HALLMAN, 2021). Em um dos casos mais graves, houve uma declaração de que o consumo de metanol (álcool) poderia ajudar a curar a covid-19, informação que resultou na morte de centenas de iranianos (NAEEM; BHATTI; KHAN, 2020). Apesar dessas notícias serem, em sua maioria, compartilhadas por adultos e idosos (BRASHIER; SCHACTER, 2020), esse efeito tem impacto significativo na disseminação do pânico relacionado à doença nos jovens, inclusive afetando a saúde mental e o bem-estar psicológico (AHMAD; MURAD, 2020).

De maneira geral, a propagação de notícias falsas é responsável por instaurar medo, ansiedade e pânico em meio a uma crise mundial de saúde pública, agravando ainda mais a situação. Os gestores das plataformas de RSO foram chamados à responsabilidade e iniciaram um processo de desenvolvimento de estratégias para controlar a circulação desse tipo de informação (ROGERS, 2021; BRONIATOWSKI *et al.*, 2022). No entanto, ainda não há evidências dos efeitos dessa iniciativa na dinâmica da disseminação de notícias falsas entre os grupos de discussão no Facebook. Desse modo, o presente estudo analisou a confiabilidade das informações publicadas nos principais grupos do Facebook do Brasil criados com o intuito de discutir a pandemia de covid-19.

METODOLOGIA

Delineamento experimental

Trata-se de um estudo descritivo, realizado com base na análise de conteúdo, como a definida por Bardin (2016), de publicações online em plataforma de rede sociais. Teve como foco analisar o conteúdo das postagens de caráter noticioso sobre o tema da covid-19 em grupos da plataforma de RSO – Facebook –, seguindo recomendações de estudos prévios (KORDZADEH; YOUNG, 2018; STELLEFSON *et al.*, 2019).

Pela natureza do conteúdo não houve necessidade de identificação dos usuários e, por isso, não se buscou a autorização dos participantes, obtendo assim dispensa da avaliação ética. Todos os dados que identificam os usuários, mesmo em postagens abertas no ambiente online, tiveram suas identificações ocultadas para garantir o anonimato dos participantes.

Seleção de grupos

Para acessar os grupos no Facebook, os autores criaram uma conta na plataforma. A identificação dos grupos (fechados e abertos) foi realizada no dia 23 de abril de 2021 com auxílio da ferramenta de pesquisa do próprio Facebook, com o filtro aplicado para grupos a partir dos buscadores “covid-19”; “coronavírus”; “coronavírus Brasil” e “covid-19 Brasil”. Foram selecionados, para análise, os dez grupos com maior número de membros.

Coleta das postagens

Foram selecionadas as dez publicações mais recentes de cada um dos respectivos grupos entre os dias 23 e 27 de abril de 2021, totalizando 100 postagens. Sua coleta se deu por meio de cópias da tela (*screenshots*) do computador e, após nominadas com dia e identificação do grupo, foram arquivadas em formato .jpg para serem analisadas posteriormente.

Análise das postagens

As postagens foram transcritas na íntegra para compor o corpus de análise seguindo as recomendações da técnica de análise de conteúdo temática (BARDIN, 2016), procedendo-se a leitura repetitiva do texto, explorando o material de modo a identificar os temas mais recorrentes, possibilitando assim a análise de significados para a elaboração de categorias temáticas. Os temas identificados foram agrupados com base no objetivo do estudo, permitindo a organização de três categorias temáticas relacionadas à covid-19: “prevenção”, “tratamento” e “contágio”. Das 100 postagens extraídas para análise, 28 não abordavam questões pertinentes ao tema e não apresentavam caráter noticioso, sendo basicamente relatos pessoais sobre questões diversas. Essas postagens de cunho pessoal foram, então, excluídas da checagem de veracidade e, conseqüentemente, do estudo. Portanto, 72 postagens foram checadas quanto à veracidade e, destas, 9 versavam sobre prevenção, 31 sobre contágio e 32 sobre tratamento.

A checagem de veracidade das postagens foi realizada por meio da técnica de verificação dos fatos (*fact-checking*) como proposto em outros estudos (LÓPEZ-GARCÍA; COSTA-SÁNCHEZ; VIZOSO, 2021; SHAHI; DIRKSON; MAJCHRZAK, 2021). De forma geral, a confiabilidade da informação contida no conteúdo disseminado foi verificada a partir da comparação entre o conteúdo de cada postagem e as informações disponibilizadas pela Organização Mundial da Saúde (WHO REACT WORKING GROUP, 2020, 2021) ou encontradas em artigos científicos publicados em revistas renomadas na área da saúde (SIEMIENIUK *et al.*, 2020; KRAUSE *et al.*, 2021; CARTER *et al.*, 2022; SHOOK *et al.*, 2022), específicas para cada tema abordado.

Para caracterizar o engajamento dos usuários com as publicações, foi quantificado o número de *likes*, comentários e compartilhamentos de cada uma das postagens.

RESULTADOS

Os dados sobre a seleção dos grupos de discussão estão apresentados no Quadro 1. Os dez grupos variaram quanto à quantidade de usuários, tendo o menor cerca de 6 mil participantes e o maior 850 mil. Sete grupos eram fechados e três abertos. Os grupos fechados aprovaram a inserção do nosso perfil.

Quadro 1 – Caracterização dos grupos de discussão no Facebook dedicados à troca de informações sobre a pandemia de covid-19

NOME DO GRUPO	NÚMERO DE MEMBROS	BUSCADORES	PÚBLICO OU PRIVADO
PsicoJurídico: Covid19 Uma Nova Realidade	850 mil	"covid 19"	Público
COVID-19 dúvidas respondidas por profissionais da saúde	630,8 mil	"covid 19"	Privado
Coronavírus Brasil COVID-19	82,5 mil	"coronavírus Brasil"	Privado
Coronavírus Brasil COVID-19	65,3 mil	"covid 19"	Público
Pós-Covid-19 (sintomas persistentes por 30 dias ou mais)	28,4 mil	"covid19 Brasil"	Privado
COVID-19 sintomático e assintomático	15,7 mil	"coronavírus"	Privado
Coronavírus Araraquara e Região Covid-19.	14,9 mil	"covid 19 Brasil"	Privado
PÓS-COVID-19- QUEM TEM SEQUELAS?	13,5 mil	"covid 19 Brasil"	Privado
CORONA VÍRUS, COVID 19	12 mil	"coronavírus"	Público
COVID-19 – Grupo de apoio	6,4 mil	"coronavírus"	Privado

Fonte: Elaborada pelos autores.

Como mencionado anteriormente, das 100 postagens extraídas para análise, 28 estavam associadas a relatos pessoais sobre a doença e suas sequelas (dentre as mais citadas: queda de cabelo, perda de apetite, indisposição), e não foram analisadas quanto à veracidade das informações. Das 72 publicações de caráter noticioso incluídas para checagem de veracidade, 9 estavam relacionadas à prevenção, 31 ao contágio e 32 ao tratamento. Dentre elas, quatro postagens foram identificadas como notícias falsas, sendo duas sobre tratamento, uma sobre contágio e uma sobre sequelas da covid-19. As notícias identificadas como falsas publicadas nos grupos estão reunidas na Tabela 2. Todas as notícias consideradas falsas se utilizaram de estratégia de *"clickbait"*, ou seja, foram construídas com um título sensacionalista e apelativo para atrair usuários e continham um *link* para acesso, exceto a publicação "COVID-19 Vacinados podem transmitir o vírus, adoecer e morrer" que não apresentava *link* anexo.

Quadro 2 – Caracterização das notícias identificadas como falsas postadas nos grupos de discussão no Facebook dedicados à troca de informação sobre a pandemia de covid-19

PUBLICAÇÃO	ERRO	CORREÇÃO	GRUPO DE DISCUSSÃO
“Esses medicamentos matam o coronavírus”	“Bromexina e N-Acetilcisteína matam o corona vírus”	A N-Acetilcisteína em altas doses não afetou a evolução da covid-19 na forma grave. A bromexina não apresenta evidências específicas para a covid-19.	Coronavírus Brasil Covid-19
“Descubra o melhor remédio contra COVID”	“Os corticoide são os melhores medicamentos contra a COVID”	O uso do corticoide dexametasona na dose de 6mg por dia, durante a fase inflamatória da doença, apresenta evidência na redução da mortalidade. Outros medicamentos corticoides e outras doses não apresentam respaldo de evidência científica.	Coronavírus Brasil Covid-19
“Infecções por COVID-19 podem causar problemas no sistema nervoso de bebês”	“A infecção pela doença pode ser gatilho para o desenvolvimento de autismo, esquizofrenia, ansiedade e depressão.”	Até o momento, não há evidências científicas que comprovem essa afirmação	Coronavírus Brasil Covid-19
“COVID-19: Vacinados podem transmitir o vírus, adoecer e morrer”	“As vacinas contra COVID-19 podem gerar transmissão e replicação viral.”	Até o momento, não há evidências científicas que comprovem essa afirmação	Coronavírus COVID-19

Fonte: Elaborada pelos autores.

Os dados sobre a caracterização da dinâmica de interação dos membros dos grupos com as notícias falsas estão apresentados na Tabela 1. Nota-se que os conteúdos identificados como falsos possuíram uma interação baixa entre os membros, representados apenas por alguns comentários e apreciações.

Tabela 1 – Caracterização da dinâmica de interação dos membros com as notícias falsas postadas nos grupos de discussão no Facebook dedicados à troca de informações sobre a pandemia de covid-19

NOTÍCIA FALSA	GRUPO	LIKES	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS
“Esses medicamentos matam o coronavírus”	Coronavírus Brasil Covid-19	0	0	6
“Descubra o melhor remédio contra COVID”	Coronavírus Brasil Covid-19	0	0	0
“Infecções por COVID-19 podem causar problemas no sistema nervoso de bebês”	Coronavírus Brasil Covid-19	0	0	0
“COVID-19: Vacinados podem transmitir o vírus, adoecer e morrer”	Coronavírus COVID-19	3	0	1

Fonte: Elaborada pelos autores.

DISCUSSÃO

As *fake news* – notícias falsas – são informações inventadas (HUCKLE; WHITE, 2017), que imitam o formato do conteúdo midiático de notícias (PULIDO *et al.*, 2020). A intenção dessas narrativas ilegítimas é enganar deliberadamente o público a fim de prejudicar uma organização ou um indivíduo (KANEKAR; THOMBRE, 2019). Apesar de denominadas falsas, as alegações não precisam ser necessariamente inverdades para se tornarem uma arma de manipulação em massa, pois a eficácia da estratégia se mantém com informações oportunistas e factualmente corretas (SAMPLE *et al.*, 2020). Nos grupos de discussão sobre a covid-19 no Brasil no Facebook, verificamos um baixo número de notícias falsas - ou parcialmente verdadeiras - que, quando presentes, apresentaram baixo engajamento na rede social. Hipoteticamente, esse resultado pode representar um efeito das estratégias e dos filtros de informação para o combate das *fake news* anunciado em 2017 pelo Facebook, em resposta às demandas de instituições públicas no Brasil e no mundo, que passaram a requerer maior controle dos conteúdos pelas plataformas de RSO.

Outro fator que pode ter também contribuído é o crescente senso crítico nos comentários das publicações por parte dos usuários, que solicitaram as fontes dos estudos e apontaram notícias sensacionalistas como fabricadas e com raciocínios simplistas sobre um tema incerto e ainda complexo. Isso se deve ao fato de os participantes desses grupos estarem mais inclinados ao debate (a inserção no grupo se dá pela ação e interesse voluntário do próprio usuário) e, por essa razão, podem estar mais atentos à propagação de informações. Isto é visível, quando comparado aos conteúdos que circulam no *feed* de notícias postadas por outras pessoas integrantes dessa rede social.

As 28 postagens a respeito da covid-19 que não foram incluídas na checagem de veracidade, por não discursarem sobre aspectos relativos à prevenção, ao contágio e tratamento, foram destacadas pelo Facebook entre as mais relevantes. Essas postagens estavam associadas a relatos pessoais sobre a doença e suas sequelas (dentre as mais citadas: queda de cabelo, perda de apetite, indisposição), sugerindo a importância dessas questões para a população que participa dos grupos de discussões. De fato, vários estudos têm demonstrado que grupos desse tipo nas RSO podem se comportar como espaços para acolhimento mútuo,

de desabafo e de compartilhamento de experiências entre os usuários (GIOIA *et al.*, 2021; MOUSING; SØRENSEN, 2021; ZUO *et al.*, 2021), o que deve, portanto, ser considerado quando se planejam estratégias de comunicação em saúde veiculadas pelas RSO.

Dentre as 72 publicações analisadas para checagem de veracidade, a maior parte fazia referência ao tratamento da covid-19, seguida pelo tema de contágio e, em menor número, de prevenção. Esses dados dizem respeito à forma de organização da comunicação em saúde. O maior número de postagens sobre o tratamento reflete a preocupação dos usuários no nível terciário de promoção da saúde, que é referente à reabilitação e ao cuidado de uma doença já estabelecida. O segundo nicho mais identificado nas postagens, o contágio, evidencia a tentativa de controle da população de estimar qual o grau de crescimento da doença no Brasil, dado que traduz a relevância das medidas protetivas contra a covid-19.

Por fim, o tema menos encontrado, a prevenção, equivale à prevenção primária promovida por profissionais da área de saúde, que corresponde a medidas gerais e educativas para prevenir o alastramento da doença, tais como as medidas higiênicas e sanitárias que foram amplamente difundidas desde o início da pandemia. Devido ao maior número de postagens referentes ao tratamento da doença, deve-se questionar a efetividade das estratégias de comunicação em saúde, em todos os seus níveis, quando inserida no sistema público. Enquanto o roteiro dos profissionais da saúde normalmente questiona a sintomatologia, o que reflete no diagnóstico e define uma conduta terapêutica, as indagações da população em geral consistem em tentar entender o porquê da doença, quais as consequências em suas atividades diárias e o significado do processo tanto no âmbito da vida pessoal quanto no da família e no do trabalho de cada um. Caso esses receios não sejam sanados por intermédio de uma comunicação clara, concisa e efetiva, isso pode afetar a percepção do indivíduo em relação à doença, além da aderência às recomendações médicas e o uso das informações sobre saúde, inclusive no ambiente virtual das RSO (NGAI *et al.*, 2020).

Em relação às notícias compartilhadas, utilizam-se legendas curtas e apelativas nas postagens, geralmente anexadas a uma reportagem ou vídeo, com a intenção de ganhar mais acessos (estratégia de *clickbait* ou “isca de cliques”) (CAMPBELL; RUDAN, 2020). Nas notícias classificadas como falsas neste estudo, o próprio material anexado (vídeos ou artigos) explica os detalhes da notícia, de forma a refutar a própria manchete. Ao se depararem com essas publicações, os usuários tornam-se suscetíveis a lhes conferir credibilidade. Seja pela sensação de acolhimento fornecida pelos grupos das RSO ou pela exposição prévia às informações imprecisas, o impacto dessas publicações é notório.

Duas das notícias falsas analisadas referentes ao tratamento da covid-19 indicavam medicamentos que, se utilizados numa fase errada do tratamento, poderiam agravar o quadro da doença, como observado em um estudo de meta-análise e alertado pela OMS (SIEMIENIUK *et al.*, 2020; WHO REACT WORKING GROUP, 2020, 2021). Nas outras duas notícias classificadas como falsas, observamos o uso de inverdades para propagar informações: uma delas continha a afirmação da ocorrência de danos neurológicos como sequelas da covid-19, como confirmado em estudos científicos publicados em revistas renomadas (CARTER *et al.*, 2022; SHOOK *et al.*, 2022); ademais, o artigo citado como base de referência da própria manchete explicitava que se tratava apenas de uma perspectiva científica ainda em estudo. A outra notícia escandalizou ao atribuir uma ínfima eficácia das vacinas disponíveis, incitando o descrédito dos usuários na melhor arma, naquele momento, de combate à doença viabilizada pelo sistema de saúde. A notícia incitava a população a não se vacinar, alegando que a própria vacina poderia levar à infecção viral, o que até o momento, ainda não foi comprovado cientificamente (KRAUSE *et al.*, 2021).

Ao analisar a interação dos usuários com as notícias falsas analisadas, verificamos um menor engajamento com essas notícias em comparação aos relatos pessoais encontrados, o que sinaliza predisposição a um maior número de *likes*, compartilhamentos e repercussão, de forma geral, quando há conexão emocional de um interlocutor. Além das características de adesão ao grupo, que podem ter contribuído para que um

grupo composto por pessoas mais curiosas e interessadas se aprofundassem no tema, também se reconhece que, após alguns anos de enfrentamento de notícias falsas em outros temas, as pessoas possam ter adquirido uma alfabetização midiática, como já apontado previamente (JENKINS, 2006), ou seja, tenham passado a reconhecer que nem tudo que está na rede social é verídico ou verdadeiro.

A necessidade que têm os usuários de se identificarem com algum elemento da publicação, ou até mesmo com o próprio autor, se reflete no foco dessas postagens que compreendem, em grande parte, relatos da doença, descrição de sintomas e troca de experiências sobre situações semelhantes, inclusive de conduta médica, como recomendações de tratamento. Tem sido apontado que, quando usuários se deparam com publicações de natureza semelhante às suas, eles são capazes de se conectar com o conteúdo em um nível pessoal e se envolver com ele (MARTIN; MACDONALD, 2020). Mesmo em relatos com foco na ciência, as postagens com sentimento ou mensagem pessoal podem superar as postagens científicas em termos de envolvimento, como já demonstrado anteriormente (DUONG, 2017). De todo modo, pode-se inferir que esses grupos de discussão fornecem um senso de comunidade ao usuário que se faz necessário frente à solidão física e psicológica causada pela pandemia e pelo *lockdown* subsequente.

LIMITAÇÕES

A despeito dos resultados identificados neste estudo, é preciso ponderar que o mesmo possui limitações. A primeira delas se refere ao fato de alguns dos grupos selecionados serem focados em conselhos jurídicos ou grupos de apoio pós-covid, o que pressupõe conteúdos não noticiosos e, portanto, impossíveis de análise de confiabilidade. Além disso, os grupos de discussão são formados por usuários interessados no debate sobre a doença, elevando a criticidade em relação às informações compartilhadas.

Ademais, o Facebook implantou um sistema de combate às *fake news* desde 2017, o que interfere na quantificação de notícias falsas compartilhadas. Estudos comparativos abordando redes sociais com filtros menores ou mais recentes, como TikTok, ou aplicativos como WhatsApp ou Telegram, poderiam nos mostrar um panorama melhor de quais canais circulam mais notícias falsas. Ainda assim, o presente estudo buscou analisar não só a confiabilidade das notícias e a presença de desinformação, mas também a forma como os usuários das RSO discutem sobre a pandemia de covid-19. Por fim, sugere-se a realização de mais estudos que enfoquem a confiabilidade de informações em outras plataformas, contribuindo para a compreensão do papel das RSO na comunicação em saúde.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da análise dos resultados deste estudo, conclui-se que as informações de caráter noticioso advindas de grupos da RSO Facebook sobre a covid-19 são, em sua maioria, confiáveis. Apesar disso, o número de notícias encontradas foi relativamente baixo, se comparado aos enredos individuais descritos nas postagens, além de possuírem baixo engajamento dos usuários (*likes*, compartilhamentos e comentários). Os relatos pessoais de experiência abordavam tanto a doença quanto sequelas da covid-19, o que denota a necessidade do reforço da educação em saúde, não apenas no momento do diagnóstico ou do tratamento, mas para acompanhar a evolução da saúde do indivíduo inclusive após a doença, tanto no que diz respeito aos aspectos físicos quanto aos psicológicos. Dessa forma, o presente estudo contribui para a compreensão das necessidades da educação em saúde dos usuários do Facebook durante a pandemia da covid-19 e sugere que filtros para identificar e retirar notícias falsas de circulação possam, de fato, ser usados como ferramentas para a efetivação de uma estratégia profícua de controle da desinformação propagada pelas RSO.

REFERÊNCIAS

- AGGARWAL, Niti R.; ALASNAG, Mirvat; MAMAS, Mamas A. Social media in the era of covid-19. **Open Heart**, Londres, v. 7, n. 2, p. e001352, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1136/openhrt-2020-001352>. Disponível em: <https://openheart.bmj.com/content/7/2/e001352>. Acesso em: 23 fev. 2023.
- AHMAD, Araz Ramazan; MURAD, Hersh Rasool. The impact of social media on panic during the covid-19 pandemic in Iraqi Kurdistan: online questionnaire study. **Journal of Medical Internet Research**, Toronto, v. 22, n. 5, p. e19556, 2020. DOI: <https://doi.org/10.2196/19556>. Disponível em: <https://www.jmir.org/2020/5/e19556/>. Acesso em: 24 fev. 2023.
- AHMED, Naseem *et al.* The covid-19 infodemic: a quantitative analysis through Facebook. **Cureus**, Palo Alto, v. 12, n. 11, p. e11346, 2020. DOI: <https://doi.org/10.7759/cureus.11346>. Disponível em: <https://www.cureus.com/articles/42649-the-covid-19-infodemic-a-quantitative-analysis-through-facebook#!>. Acesso em: 24 fev. 2023.
- ATEHORTUA, Nelson A.; PATINO, Stella. Covid-19, a tale of two pandemics: novel coronavirus and fake news messaging. **Health Promotion International**, Eynsham, v. 36, n. 2, p. 524-534, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1093/heapro/daaa140>. Disponível em: <https://academic.oup.com/heapro/article/36/2/524/6101655>. Acesso em: 24 fev. 2023.
- AYERS, John W *et al.* Spread of misinformation about face masks and covid-19 by automated software on Facebook. **JAMA Internal Medicine**, v. 181, n. 9, p. 1251-1253, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1001/jamainternmed.2021.2498>. Disponível em: <https://jamanetwork.com/journals/jamainternalmedicine/fullarticle/2780748>. Acesso em: 24 fev. 2023.
- BADELL-GRAU, Rafael A. *et al.* Investigating the prevalence of reactive online searching in the covid-19 pandemic: infoveillance study. **Journal of Medical Internet Research**, Pittsburgh, v. 22, n. 10, p. e19791, 2020. DOI: <https://doi.org/10.2196/19791>. Disponível em: <https://www.jmir.org/2020/10/e19791>. Acesso em: 24 fev. 2023.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.
- BRASHIER, Nadia M.; SCHARACTER, Daniel L. Aging in an era of fake news. **Current Directions in Psychological Science**, Nova York, v. 29, n. 3, p. 316-323, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1177/0963721420915872>. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0963721420915872>. Acesso em: 24 fev. 2023.
- BRONIATOWSKI, Daniel A. *et al.* Twitter and Facebook posts about covid-19 are less likely to spread misinformation compared to other health topics. **PLoS One**, São Francisco, v. 17, n. 1, p. e0261768, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0261768>. Disponível em: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0261768>. Acesso em: 24 fev. 2023.
- CAMPBELL, Iain H.; RUDAN, Igor. Helping global health topics go viral online. **Journal of Global Health**, Edimburgo, v. 8, n. 1, p. 1-3, 2020. DOI: <https://doi.org/10.7189/jogh.10.010101>. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/32257176/>. Acesso em: 24 fev. 2023.
- CARTER, Michael *et al.* Maternal immune activation and interleukin 17a in the pathogenesis of autistic spectrum disorder and why it matters in the covid-19 era. **Frontiers in Psychiatry**, Pully, v. 13, p. 1-14, 2022. Artigo 823096. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsy.2022.823096>. Disponível em: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsy.2022.823096/full>. Acesso em: 24 fev. 2023.
- CHENG, Cecilia *et al.* Prevalence of social media addiction across 32 nations: Meta-analysis with subgroup analysis of classification schemes and cultural values. **Addictive behaviors**, v. 117, p. 1-8, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2021.106845>. Acesso em: 24 fev. 2023.
- CINELLI, Matteo *et al.* The covid-19 social media infodemic. **Scientific reports**, Londres, v. 10, p. 1-10, 2020. Article 16598. DOI: <https://doi.org/10.1038/s41598-020-73510-5>. Disponível em: <https://www.nature.com/articles/s41598-020-73510-5>. Acesso em: 24 fev. 2023.
- DUONG, Hue. Fourth generation NGOs: Communication strategies in social campaigning and resource mobilization. **Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing**, [s. l.], v. 29, n. 2, p. 119-147, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1080/10495142.2017.1293583>. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10495142.2017.1293583>. Acesso em: 24 fev. 2023.

GIOIA, Francesca *et al.* The effects of the Fear of Missing Out on people's social networking sites use during the covid-19 pandemic: the mediating role of online relational closeness and individuals' online communication attitude. **Frontiers in Psychiatry**, Pully, v. 12, p. 1-11, 2021. Artigo 620442. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsy.2021.620442>. Disponível em: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsy.2021.620442/full>. Acesso em: 24 fev. 2023.

HUCKLE, Steve; WHITE, Martin. Fake news: a technological approach to providing the origins of content, using blockchains. **Big Data**, New Rochelle, v. 5, n. 4, p. 356-371, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1089/big.2017.0071>. Disponível em: <https://www.liebertpub.com/doi/10.1089/big.2017.0071>. Acesso em: 24 fev. 2023.

JENKINS, Henry. **Convergence culture: where old and new media collide**. Nova York: New York University Press, 2006.

KANEKAR, Amar Shireesh; THOMBRE, Avinash. Fake medical news: avoiding pitfalls and perils. **Family Medicine and Community Health**, Shannon, v. 7, n. 4, p. e000142, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1136/fmch-2019-000142>. Disponível em: <https://fmch.bmj.com/content/7/4/e000142>. Acesso em: 23 fev. 2023.

KLAK, Anna *et al.* Online information of covid-19: visibility and characterization of highest positioned websites by Google between March and April 2020-a cross-country analysis. **International Journal of Environmental Research and Public Health**, Basel, v. 19, n. 3, p. 1491. Disponível em: <https://doi.org/10.3390/ijerph19031491>. Acesso em: 23 fev. 2023.

KORDZADEH, Nima; YOUNG, Diana K. Exploring hospitals' use of Facebook: thematic analysis. **Journal of Medical Internet Research**, Toronto, v. 20, n. 5, p. e190, 2018. DOI: <https://doi.org/10.2196/jmir.9549>. Disponível em: <https://www.jmir.org/2018/5/e190/>. Acesso em: 24 fev. 2023.

KRAUSE, Phillip R. *et al.* SARS-CoV-2 variants and vaccines. **The New England Journal of Medicine**, Boston, v. 385, n. 2, p. 179-186, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1056/NEJMSr2105280>. Disponível em: <https://www.nejm.org/doi/10.1056/NEJMSr2105280>. Acesso em: 24 fev. 2023.

LÓPEZ-GARCÍA, Xosé; COSTA-SÁNCHEZ, Carmen; VIZOSO, Ángel. Journalistic fact-checking of information in pandemic: stakeholders, hoaxes, and strategies to fight disinformation during the covid-19 crisis in Spain. **International Journal of Environmental Research and Public Health**, Basel, v. 18, n. 3, p. 1-15, 2021. Artigo 1227. DOI: <https://doi.org/10.3390/ijerph18031227>. Disponível em: <https://www.mdpi.com/1660-4601/18/3/1227>. Acesso em: 24 fev. 2023.

MARTIN, Curtis; MACDONALD, Bertrum H. Using interpersonal communication strategies to encourage science conversations on social media. **PLoS One**, São Francisco, v. 15, n. 11, p. e0241972, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0241972>. Disponível em: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0241972>. Acesso em: 24 fev. 2023.

MOUSING, Camilla Askov; SØRENSEN, Dorthe. Living with the risk of being infected: COPD patients' experiences during the coronavirus pandemic. **Journal of Clinical Nursing**, Oxford, v. 30, n. 11-12, p. 1719-1729, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/jocn.15727>. Acesso em: 24 fev. 2023.

NAEEM, Salman Bin; BHATTI, Rubina; KHAN Aqsa. An exploration of how fake news is taking over social media and putting public health at risk. **Health Information and Libraries Journal**, Oxford, v. 38, n. 2, p. 143-149, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1111/hir.12320>. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/hir.12320>. Acesso em: 24 fev. 2023.

NEELY, Stephen; ELDREDGE, Christina; SANDERS, Ron. Health information seeking behaviors on social media during the covid-19 pandemic among American social networking site users: survey study. **Journal of Medical Internet Research**, Toronto, v. 23, n. 6, p. e29802, 2021. DOI: <https://doi.org/10.2196/29802>. Disponível em: <https://www.jmir.org/2021/6/e29802>. Acesso em: 24 fev. 2023.

NGAI, Cindy Sing Bik *et al.* Grappling with the covid-19 health crisis: content analysis of communication strategies and their effects on public engagement on social media. **Journal of Medical Internet Research**, Toronto, v. 22, n. 8, p. e21360, 2021. DOI: <https://doi.org/10.2196/21360>. Disponível em: <https://www.jmir.org/2020/8/e21360/>. Acesso em: 24 fev. 2023.

PARASKEVI, El Iskarpá; GAROUFALLOU, Emmanouel. Information seeking behavior and covid-19 pandemic: a snapshot of young, middle aged and senior individuals in Greece. **International Journal of Medical Informatics**, Shannon, v. 150, p. 104465, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2021.104465>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1386505621000915?via%3Dihub>. Acesso em: 24 fev. 2023.

PULIDO, Cristina M. *et al.* A new application of social impact in social media for overcoming fake news in health. **International Journal of Environmental Research and Public Health**, Basel, v. 17, n. 7, p. 1-15, 2020. Artigo 2430. DOI: <https://doi.org/10.3390/ijerph17072430>. Disponível em: <https://www.mdpi.com/1660-4601/17/7/2430>. Acesso em: 24 fev. 2023.

ROGERS, Richard. Marginalizing the mainstream: how social media privilege political information. **Frontiers in Big Data**, Lausanne, v. 4, 2020, p. 1-10. Artigo 689036. Disponível em: <https://doi.org/10.3389/fdata.2021.689036>. Acesso em: 24 fev. 2023.

ROVETTA, Alessandro; BHAGAVATHULA, Akshaya Srikanth. COVID-19 Related Web Search Behaviors and Infodemic Attitudes in Italy: Infodemiological Study. **JMIR Public Health and Surveillance**, Toronto, v. 6, n. 2, p. 19374, 2020. DOI: <https://doi.org/10.2196/19374>. Disponível em: <https://publichealth.jmir.org/2020/2/e19374/>. Acesso em: 24 fev. 2023.

SAMPLE, Char *et al.* Interdisciplinary lessons learned while researching fake news. **Frontiers in Psychology**, Pully, v. 11, p. 1-22, 2020. Artigo 537612. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.537612>. Disponível em: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2020.537612/full>. Acesso em: 24 fev. 2023.

SHAHI, Gautam Kishore; DIRKSON, Anne; MAJCHRZAK, Tim A. An exploratory study of COVID-19 misinformation on Twitter. **Online Social Networks and Media**, Nova York, 22, p. 1-16, 2021. Artigo 100104. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.osnem.2020.100104>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2468696420300458?via%3Dihub>. Acesso em: 24 fev. 2023.

SHOOK, Lydia L. *et al.* Covid-19 in pregnancy: implications for fetal brain development. **Trends in Molecular Medicine**, Oxford, v. 28, n. 4, p. 319-330. Advance online publication. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.molmed.2022.02.004>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1471491422000454?via%3Dihub>. Acesso em: 24 fev. 2023.

SIEMIENIUK, Reed A. *et al.* Drug treatments for covid-19: living systematic review and network meta-analysis. **BMJ**, Londres, v. 370, p. m2980. DOI: <https://doi.org/10.1136/bmj.m2980>. Disponível em: <https://www.bmj.com/content/370/bmj.m2980>. Acesso em: 24 fev. 2023.

STELLEFSON, Michael *et al.* (2019). Social Media Content Analysis of Public Diabetes Facebook Groups. **Journal of Diabetes Science and Technology**, Thousand Oaks, v. 13, n. 3, p. 428-438, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1177/1932296819839099>. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1932296819839099>. Acesso em: 24 fev. 2023.

WHO Rapid Evidence Appraisal for Covid-19 Therapies (REACT) Working Group. Association between administration of IL-6 antagonists and mortality among patients hospitalized for covid-19: a meta-analysis. **JAMA**, Chicago, v. 326, n. 6, p. 499-518, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1001/jama.2021.11330>. Disponível em: <https://jamanetwork.com/journals/jama/fullarticle/2781880>. Acesso em: 24 fev. 2023.

WHO Rapid Evidence Appraisal for Covid-19 Therapies (REACT) Working Group. Association between administration of systemic corticosteroids and mortality among critically ill patients with covid-19: a meta-analysis. **JAMA**, Chicago, v. 324, n. 13, p. 1330-1341, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1001/jama.2020.17023>. Disponível em: <https://jamanetwork.com/journals/jama/fullarticle/2770279>. Acesso em: 24 fev. 2023.

ZHANG, Mingyue; LU, Jingyi; HALLMAN, William K. Sharing on Facebook and face-to-face what others do or approve: word-of-mouth driven by social norms. **Frontiers in Psychology**, Pully, v. 12, 2021. Artigo 712253. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.712253>. Disponível em: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2021.712253/full>. Acesso em: 24 fev. 2023.

ZUO, Yifan *et al.* The impact of sharing physical activity experience on social network sites on residents' social connectedness: a cross-sectional survey during covid-19 social quarantine. **Globalization and Health**, Londres, v. 17, n. 1, p. 1-10, 2021. Artigo 10. Disponível em: <https://doi.org/10.1186/s12992-021-00661-z>. Acesso em: 24 fev. 2023.