

O uso de mídias sociais na promoção a saúde em tempos de pandemia da COVID-19

The use of social media in health promotion in time of the COVID-19 pandemic

El uso de las redes sociales en la promoción de la salud en tiempos de pandemia del COVID-19

RESUMO

Objetivo- verificar a efetividade das mídias sociais na promoção a saúde em tempo de isolamento social provocado pela pandemia por COVID-19. **Métodos-** revisão integrativa da literatura sobre a importância das mídias sociais para a promoção da saúde durante a pandemia do novo Coronavírus. Foram realizadas buscas no portal da BVS, nas bases de dados LILACS e MEDLINE e na PubMed. **Resultados-** foram selecionados nove artigos, sendo todos estes publicados no ano de 2020 e em inglês. Seis estudos foram indexados à base de dados Medline/Pubmed. As diversas mídias sociais encontradas nos estudos (You tube, Facebook, Twitter, WeChat, Web, dentre outras), mostraram um grande alcance e influência na promoção à saúde durante a pandemia do novo Coronavírus. **Conclusão-** conclui-se que as mídias sociais apresentam um papel importante e efetivo na promoção a saúde durante o isolamento social provocado pela pandemia por COVID-19. Isso se deve, principalmente, pelo alcance a um grande número de pessoas apresentado por elas.

DESCRIPTORIOS: Mídias Sociais; Promoção à Saúde; Covid-19.

ABSTRACT

Objective- to verify the effectiveness of social media in promoting health in the time of social isolation caused by the COVID-19 pandemic. **Methods-** integrative review of literature on the importance of social measures for health promotion during the new Coronavirus pandemic. Forms made to search the VHL portal, the LILACS and MEDLINE databases and the NCBI portal, the PubMed. **Results-** nine articles were selected, all of which were published in 2020 and in English. Six studies were indexed to the Medline/Pubmed database. The various social media found in the studies (You tube, Facebook, Twitter, WeChat, Web, among others), showed a wide reach and influence in health promotion during the pandemic of the new Coronavirus. **Conclusion-** I conclude that social media play an important and effective role in promoting health during the social isolation caused by the COVID-19 pandemic. That is mainly seen hair reaching a large number of people presented by them.

DESCRIPTORS: Social Media; Health Promotion; COVID-19.

RESUMEN

Objetivo: verificar la efectividad de las redes sociales en la promoción de la salud en un momento de aislamiento social causado por la pandemia de COVID-19. **Métodos:** revisión integrativa de la literatura sobre la importancia de las redes sociales para la promoción de la salud durante la pandemia del nuevo coronavirus. Las búsquedas se realizaron en el portal de la BVS, en las bases de datos LILACS y MEDLINE y en PubMed. **Resultados:** se seleccionaron nueve artículos, todos publicados en 2020 y en inglés. Seis estudios fueron indexados en la base de datos Medline/Pubmed. Las diversas redes sociales encontradas en los estudios (You tube, Facebook, Twitter, WeChat, Web, entre otras), mostraron un gran alcance e influencia en la promoción de la salud durante la pandemia del nuevo Coronavirus. **Conclusión-** se concluye que las redes sociales juegan un papel importante y efectivo en la promoción de la salud durante el aislamiento social provocado por la pandemia del COVID-19. Esto se debe principalmente al alcance a un gran número de personas que presentan.

DESCRIPTORIOS: Redes Sociales; Promoción de la salud; COVID-19.

RECEBIDO EM: 29/06/2022 APROVADO EM: 08/08/2022

Francisco José de Araújo Filho

Enfermeiro - UFPI

Especialista em Saúde Pública - FACET Teresina - PI

Mestrando em Saúde Pública UFC

ORCID: 0000-0002-4203-7720

Sayra Carolina Leal

Enfermeira - UFPI
Especialista em Saúde Pública
ORCID: 0000-0002-4671-9796

Evelton Barros Sousa

Enfermeiro - UFPI
Especialista em saúde pública - FACET Teresina - PI
ORCID: 0000-0003-2337-5000

Micherlla de Brito Almeida

Enfermeira - UFPB
Especialista em Saúde Pública - FACET Teresina - PI
ORCID: 0000-0001-9786-4005

Orlando Vieira Batista

Assistente Social - Instituto de educação superior Raimundo Sá - PI
Especialista em Saúde Pública - FACET Teresina - PI
ORCID: 0000-0001-8369-9539

Ana Luiza Barbosa Negreiros

Enfermeira - UESPI
Mestre em Ensino na Saúde - UECE - CE
Doutoranda em Enfermagem - UFPI
Docente da Universidade Federal do Piauí - UFPI
ORCID: 0000-0002-8313-0403

INTRODUÇÃO

O novo Coronavírus (SARS-CoV-2) foi notificado pela primeira vez no final do ano de 2019 na China, na cidade de Wuhan, após um surto de doença respiratória na região⁽¹⁾. No dia 30 de janeiro de 2020, a Organização Mundial de Saúde (OMS) declarou estado de pandemia causada pela COVID-19⁽²⁾.

Os coronavírus representam uma família de vírus responsáveis por provocar quadros de infecções de origem respiratória e intestinal, tanto em humanos quanto em animais. Dentre eles, existem três tipos (SARS-CoV, MERS-CoV e SARS-CoV-2) que infectam apenas mamíferos, pertencendo à sub-família dos Beta Coronavírus e apresentando um alto grau de patogenicidade⁽³⁾.

Segundo a literatura, os principais sinais e sintomas presentes nos pacientes com diagnóstico de COVID-19 são: presença de febre, tosse, mialgia, fadiga muscular, falta de ar, sintomas de origem respiratória, sintomas gastrointestinais, como a diarreia, e em situações de maior

gravidade, o paciente pode evoluir para uma Síndrome Respiratória Aguda^(4,5).

Mediante a complexidade e os impactos negativos provocados pela pandemia por COVID-19 na população mundial, são grandes os desafios enfrentados pelos governantes e profissionais da saúde. Boa parte da sociedade encontra-se sob alguma forma de isolamento social, e por não existir ainda uma vacina eficaz para a doença e um tratamento efetivo, a maior preocupação tem sido em controlar a expansão do novo coronavírus, visando evitar a sobrecarga dos serviços públicos de saúde e aumento na quantidade de óbitos, o que já é realidade em alguns países⁽⁶⁾.

As mídias e os meios de comunicação em massa apresentam a capacidade de disseminar informações na sociedade, construir ou quebrar paradigmas, bem como espalhar preceitos individuais e relacionados à coletividade. Tal poder tem se mostrado ainda mais evidente ao longo da atual pandemia por COVID-19⁽⁷⁾.

As mídias sociais entram nesse contexto como ferramentas responsáveis por auxiliar na vigilância em saúde em diver-

sas patologias, assim como em relação à COVID-19. Esta vem apresentando uma grande velocidade de disseminação, e por isso, produzir respostas rápidas para as questões ligadas ao novo Coronavírus, pode contribuir para a geração de novas informações importantes para a tomada de decisão, bem como para o planejamento e monitoramento de políticas públicas que possam garantir a promoção da saúde e prevenção de doenças⁽⁶⁾.

A construção desse trabalho surgiu em decorrência da observação de uma necessidade em se promover saúde à população em meio ao isolamento social decorrente da COVID-19. Acredita-se que investir no uso das mídias sociais para a propagação de informações importantes relacionadas à doença, bem como das medidas preventivas do novo Coronavírus, podem ajudar a melhorar a saúde das pessoas, bem como a qualidade de vida das mesmas em meio a esse período de quarentena.

Dessa forma, o presente estudo torna-se relevante pelo fato de possibilitar um maior conhecimento sobre a temática abordada, através da averiguação nas evi-

dências científicas disponíveis sobre a importância e a efetividade do uso das mídias sociais para promoção de saúde em meio a atual pandemia vivenciada, além de contribuir para despertar o interesse em relação a realização de trabalhos futuros sobre o tema escolhido.

Objetivou-se verificar a efetividade das mídias sociais na promoção da saúde em tempo de isolamento social provocado pela pandemia pela COVID-19.

METODOLOGIA

Trata-se de uma revisão integrativa da literatura. Através desta, torna-se possível a realização de uma abordagem metodológica que possibilita o levantamento e a síntese das informações disponíveis na literatura, bem como a aplicação dos resultados encontrados nos estudos selecionados na parte prática⁽⁸⁾. A revisão integrativa representa um instrumento utilizado no campo da Prática Baseada em Evidências (PBE)⁽⁹⁾.

Foram seguidas as seguintes etapas para a construção do presente trabalho 1) Definição do problema; 2) Busca e seleção dos estudos primários; 3) Extração de dados dos artigos selecionados; 4) Avaliação crítica dos estudos; 5) Síntese dos resultados; e 6) Apresentação da revisão^(10,11,12).

No trabalho exposto foi formulada a seguinte pergunta norteadora: “Qual a efetividade das mídias sociais na promoção da saúde em tempos de isolamento social?” A pergunta foi elaborada por meio da estratégia PICO⁽¹³⁾.

A busca para a seleção dos artigos foi realizada no portal da Biblioteca Virtual em Saúde (BVS), com estudos indexados às bases de dados Literatura Internacional em Ciências da Saúde (MEDLINE) e Literatura Latino-americana e do Caribe em Ciências da Saúde (LILACS), e no portal do National Center for Biotechnology Information (NCBI), na PubMed.

Os descritores utilizados foram: “mídias sociais”, “promoção a saúde” e “Covid-19”, selecionados no DECs (Descritores em Ciências da Saúde), e “social media”, “health promotion” e “COVID-19”, no

Medical Subject Headings (MeSH).

Como critérios de inclusão, os estudos tinham que ser artigos com disponibilidade de texto completo, publicados nas línguas inglesa e portuguesa, entre os anos de 2019 e 2020. O período de tempo escolhido se deve ao fato do novo Coronavírus ter sido descoberto apenas no final do ano de 2019⁽¹⁾, onde se começou as pesquisas e posteriormente publicações sobre a doença.

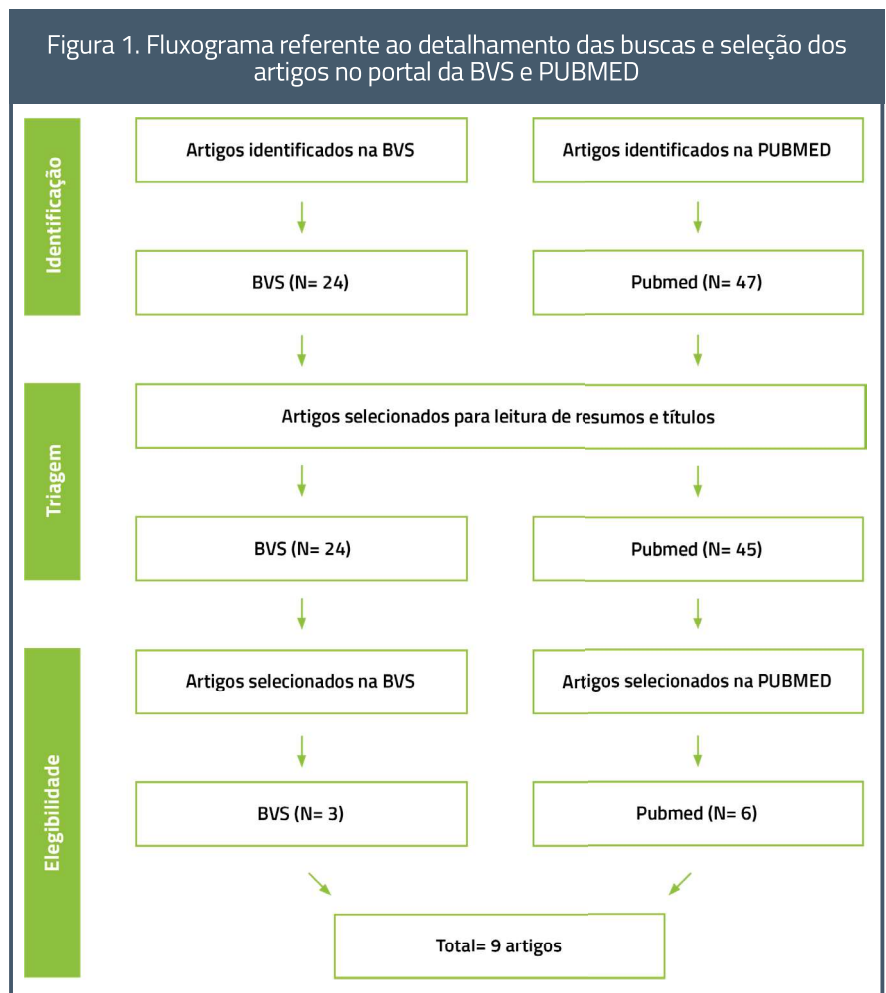
Como critérios de exclusão, foram desconsiderados artigos de revisão, de comunicação, editoriais, estudos duplicados, que não apresentavam disponibilidade de texto completo e estudos que não se enquadraram dentro da proposta do tema abordado.

Após a realização das etapas de Identificação, Seleção e Elegibilidade, foram selecionados ao final nove artigos (FIGURA 1)

RESULTADOS

Dos nove artigos selecionados, foi observado que estes na sua totalidade foram publicados no ano de 2020 e na língua inglesa. Houve uma predominância de estudos indexados à base de dados Medline/Pubmed, com seis artigos (QUADRO 1).

A seguir estão descritas as informações referentes ao objetivo apresentado por cada trabalho, metodologia utilizada e a conclusão dos estudos (QUADRO 2).



Fonte: elaborado pelo autor, 2022.

Quadro 1. Categorização dos estudos selecionados. Brasil, 2020.

Nº	Autor/Ano	Título	Idioma	Base de dados
1	AHMED et al. (2020)	A social network analysis of tweets related to masks during the COVID-19 pandemic	Inglês	Medline (PUBMED)
2	AL-DMOUR et al. (2020)	Influence of social media platforms on public health protection against the COVID-19 pandemic via the mediating effects of public health awareness and behavioral changes: integrated model	Inglês	Medline (PUBMED)
3	BASCH et al. (2020)	The role of YouTube and the entertainment industry in saving lives by educating and mobilizing the public to adopt behaviors for community mitigation of COVID-19: successive sampling design study	Inglês	Medline (BVS)
4	CHAO et al. (2020)	Media use and acute psychological outcomes during COVID-19 outbreak in China	Inglês	Medline (PUBMED)
5	CHU et al. (2020)	Use of Facebook by academic medical centers in taiwan during the COVID-19 pandemic: observational study	Inglês	Medline (PUBMED)
6	LI; LIU (2020)	Social media use, e health literacy, disease knowledge, and preventive behaviors in the COVID-19 pandemic: cross-sectional study on chinese netizens	Inglês	Medline (PUBMED)
7	MIRA et al. (2020)	Preventing and addressing the stress reactions of health care workers caring for patients with COVID-19: development of a digital platform (Be + Against COVID)	Inglês	Medline (PUBMED)
8	YOUSUF et al. (2020)	Association of a public health campaign about Coronavirus disease 2019 promoted by news media and a social influencer with self-reported personal hygiene and physical distancing in the netherlands	Inglês	Medline (BVS)
9	ZHOU et al. (2020)	Feasibility and preliminary results of effectiveness of social media-based intervention on the psychological well-being of suspected COVID-19 cases during Quarantine	Inglês	Medline (BVS)

Fonte: elaborado pelo autor, 2022.

Quadro 2. Informações referentes ao objetivo, metodologia e conclusão dos estudos selecionados. Brasil, 2020.

Nº	Objetivo	Metodologia	Conclusão
1	Analisar o conteúdo do Twitter relacionado ao uso de máscaras durante a pandemia COVID-19.	Foi realizada uma coleta de dados no Twitter do dia 27 de junho a 4 de julho de 2020, utilizando a palavra-chave "máscara". Do número tal de tweets coletados (n= 452.430), foi utilizada uma amostra de 1% desse valor (n= 4.525), sendo escolhido de forma aleatória sistemática, e em seguida foi realizada uma análise da mesma.	Os autores concluíram que o tema mais comum abordado e as hashtags populares que surgiram dos dados encontrados na rede social, encorajaram o público a utilizarem máscaras, como medida de prevenção a COVID-19.
2	Examinar a influência das plataformas de mídia social na proteção da saúde pública contra a pandemia por COVID-19, por meio da conscientização em saúde e das mudanças comportamentais referente à saúde pela população na Jordânia.	Estudo quantitativo com desenho exploratório e descritivo. Foram utilizadas uma abordagem quantitativa e várias plataformas de mídia social para coletar dados por meio de questionários da web na Jordânia. A amostra total foi composta de 2555 usuários de mídia social. Foi utilizado uma modelagem de equações estruturais para analisar e verificar as variáveis do estudo.	Os autores concluíram que o uso de plataformas de mídia social pode influenciar positivamente a conscientização sobre mudanças de comportamento referente à saúde pública, bem como a proteção pública contra a COVID-19.
3	Identificar os vídeos do Youtube mais vistos em 20 de março de 2020, para determinar como cobertura de comportamentos preventivos relacionados a COVID-19 mudou.	Estudo de amostragem. Foram selecionados 100 vídeos do Youtube com os conteúdos mais vistos sobre a COVID-19 em 20 de março de 2020. Foram verificados os comportamentos preventivos para reduzir a transmissão da doença na comunidade.	Os autores concluíram que o Youtube juntamente com a indústria de entretenimento, apresentaram um grande alcance ao público para reduzir a mortalidade causada pela pandemia por COVID-19.
4	Investigar a condição de saúde mental e o uso da mídia de uma amostra de base populacional durante a fase inicial da pandemia por COVID-19 na China e o impacto psicológico da exposição à mídia em pessoas indiretamente expostas à doença	Foi realizada uma pesquisa no dia 28 de janeiro de 2020, com base na internet, utilizando o Tencent Questionário. O anúncio do estudo e o link foram inicialmente compartilhados em uma plataforma de mídia social chinesa popular (WeChat Moments). Foram examinadas as informações referentes ao uso de mídia relacionado ao surto e resultados psicológicos em 917 chineses.	Os autores concluíram que o uso de novas mídias e mais envolvimento com a mídia estavam associados a resultados psicológicos negativos, enquanto certos conteúdos de mídia estavam associados a impactos psicológicos positivos.

artigo

Filho, F. J. A., Leal, S. C., Sousa, E. B., Almeida, M. B., Batista, O. V., Negreiros, A. L. B.
O uso de mídias sociais na promoção a saúde em tempos de pandemia da COVID-19

5	Explorar o uso do Facebook por centros médicos acadêmicos durante a pandemia COVID-19 em Taiwan.	Foi realizado um estudo observacional em Taiwan, de todas as postagens em páginas de fãs do Facebook retiradas das contas oficiais de todos os centros médicos do país, de dezembro de 2019 a abril de 2020. Todas as Postagens foram categorizadas em "postagens Relacionadas ao COVID-19" ou "postagens não relacionadas ao COVID-19". As postagens relacionadas ao COVID-19 foram divididas em 4 categorias (política do Centro de Controle de Doenças de Taiwan-TCDC, notas de gratidão, notícias e regulamentos de hospitais e educação). Foram registrados também os seguintes dados: data da postagem, título, número de "curtidas", número de mensagens restantes, número de compartilhamentos, postagem de vídeo ou não e data da pesquisa.	Os autores concluíram que mídia social tem sido uma ferramenta útil de comunicação durante a pandemia de COVID-19. Foi possível demonstrar o valor do Facebook Para centros médicos acadêmicos em Taiwan, juntamente com sua eficácia de engajamento na luta contra a doença.
6	Explorar o papel preditivo do uso de Mídia social em comportamentos Preventivos na China durante a pandemia de COVID-19 e como o Conhecimento sobre doenças e a educação em saúde moderou a relação Entre o uso de mídia social e comportamentos preventivos.	Pesquisa transversal baseada na web foi realizada na China em fevereiro de 2020. Os participantes foram recrutados usando uma plataforma baseada na web da empresa de pesquisa Questionnaire Star. A amostra foi composta de 802 usuários de internet chineses. Foram utilizadas estatísticas descritivas, correlações de Pearson e regressões múltiplas hierárquicas para examinar a relação entre as variáveis do estudo.	Os autores concluíram que a mídia social é uma ferramenta eficaz para promover comportamentos preventivos em relação a COVID-19 entre o público. A educação em saúde é essencial para a promoção da saúde de forma individual, influenciando também a extensão de atitudes coletivas e comportamentos preventivos durante uma pandemia.
7	Desenvolver uma ferramenta digital para fornecer recursos de apoio que possam prevenir e considerar reações agudas de estresse em profissionais de saúde e outras equipes de apoio devido à pandemia COVID-19.	O conteúdo da plataforma digital foi criado por meio de uma revisão baseada em evidências e de uma conferência de consenso. O site foi construído usando a ferramenta Google Blogger. A versão Android do aplicativo foi desenvolvida nas linguagens Java e XML usando o Android Studio versão 3.6, e a versão iOS foi desenvolvida na linguagem Swift usando Xcode versão 11.5. O aplicativo foi Avaliado externamente pela Agência Andaluza de Qualidade em Saúde.	Os autores concluíram que a plataforma Seja + contra COVID (site e aplicativo) foi desenvolvida e lançada para oferecer um conjunto de recomendações e recursos de apoio, que foram especificamente Concebidos para proteger o bem-estar psicológico e a moral no trabalho dos profissionais de saúde.
8	Determinar de uma campanha de mídia social voltada para o distanciamento físico e atitudes de higiene pessoal, pode ser considerada um método eficaz para reduzir a transmissão da COVID-19.	Pesquisa realizada em 17 de março de 2020 na Holanda, com o intuito de descobrir os relatos no comportamento voltado para a higiene pessoal e o distanciamento físico da população. A mesma foi distribuída por um grande jornal nacional e um influenciador social popular holandês. O estudo foi concluído por 16.072 participantes. Foram avaliados os seguintes componentes: lavagem das mãos, toque no rosto, distanciamento físico nas últimas 48 horas, além dos dados demográficos.	Os autores concluíram que uma estratégia de campanha de saúde pública baseada em evidências, distribuída pela mídia digital Nacional e projetada com percepções comportamentais, foi associada a uma Melhor higiene pessoal relatada pelos participantes e aumento do distanciamento físico na Holanda, durante a pandemia por COVID-19.
9	Explorar eficácia a Viabilidade potencial e avaliar de a um aconselhamento individual baseado em WeChat em um hospital universitário na China, no bem-estar psicológico de pacientes com suspeita de COVID-19.	Os pacientes com suspeita de cuidados psicológicos habituais COVID-19 receberam de enfermagem, e responderam a Escala Hospitalar de Ansiedade e Depressão (HADS). Aqueles que obtiveram uma pontuação igual ou maior que 8 na HADS, realizaram consulta individual pelo WeChat. As consultas aconteciam duas vezes ao dia com a enfermeira responsável, tendo duração de 10 minutos, ao longo de duas semanas. Após esse período, foi aplicado novamente a HADS para mensuração dos sintomas de ansiedade e depressão nos pacientes.	Os autores aconselhamento concluíram individual que baseado o no WeChat pareceu melhorar o humor dos pacientes com suspeita de COVID-19, durante esse período crítico.

Fonte: elaborado pelo autor, 2022.

DISCUSSÃO

A chegada da tecnologia trouxe mudanças profundas na maneira como as pessoas se comunicam no mundo inteiro, oferecendo um maior acesso à informação e ao conhecimento por parte da população. Por outro lado, a evolução tecnológica em conjunto com a expansão da internet e mídias sociais fizeram com que o ser humano deixasse de ser apenas um consumidor de todo conteúdo oferecido por esses meios, tornando-se um agente responsável por interagir e compartilhar tais informações, e assim, propagar os mais diversos conteú-

dos onlines^(14,15,16).

Em situações de emergência, como surtos, epidemias e pandemias, os recursos tecnológicos, como as mídias sociais, são imprescindíveis para promover a comunicação e informação dos fatos acontecidos, para que medidas eficazes sejam tomadas pelos órgãos competentes e a sociedade⁽¹⁾.

O uso das mídias sociais pode apresentar um impacto positivo na saúde da população, resultando em mudanças de comportamentos e no desenvolvimento de atitudes de prevenção e proteção à saúde por parte da sociedade contra o novo Coronavírus⁽¹⁷⁾. Tal afirmativa corrobora

com os achados de um estudo realizado na China, onde estes apontam em seu trabalho que as mídias sociais funcionam como preditores positivos para o desenvolvimento de comportamentos preventivos no meio da sociedade⁽¹⁸⁾.

Foi observado o grande alcance do Youtube como uma plataforma digital responsável por disseminar informações importantes relacionadas à conscientização sobre as medidas de prevenção à COVID-19. Os autores relataram a presença de um aumento de 125 milhões visualizações na primeira amostra do estudo para 355 milhões na segunda amostra, o que

mostra a grande influência exercida por essa mídia social sobre a população⁽¹⁹⁾.

A realização de uma campanha de saúde pública sobre cuidados preventivos em relação ao novo Coronavírus, propagada por uma plataforma de mídia de notícias e um influenciador digital, com seguidores no Youtube e Instagram, foi associada a uma melhora na conscientização e mobilização referente aos cuidados de higiene pessoal para a prevenção da doença. Comportamentos como lavagem das mãos, evitar o toque no rosto e manter o distanciamento físico foram desenvolvidos tanto pelos indivíduos que tiveram acesso apenas aos infográficos da campanha, quanto aqueles que acessaram os infográficos juntamente com os vídeos⁽²⁰⁾.

Segundo⁽²¹⁾ houve um aumento na quantidade de postagens referentes a COVID-19 no Facebook em Taiwan, diminuição de postagens que eram relacionadas à doença, bem como um engajamento dos centros médicos públicos e privados no país no uso dessa mídia social. Para os autores, o Facebook representa uma ferramenta que pode ser utilizada para divulgar informações referentes aos riscos da COVID-19, bem como a conscientização quanto aos cuidados com a saúde durante a pandemia.

No que se refere aos pacientes com suspeita de COVID-19, observaram em seu estudo que é comum esses indivíduos apresentarem ansiedade, medo e em alguns casos sintomatologia depressiva durante o período de quarentena no ambiente hospitalar. A intervenção psicológica, através do aconselhamento individual por meio de um recurso virtual (WeChat), demonstrou benefícios positivos nessa população, como a melhora do humor e redução dos níveis de ansiedade. Dentre as medidas utilizadas ao longo das consultas, pode-se destacar: diálogo positivo entre profissional e paciente, apoio emocional, esclarecimento sobre a doença, bem como informações sobre casos de sucesso em relação à cura da COVID-19⁽²²⁾.

Ao analisar os conteúdos postados na rede social Twitter sobre o uso de máscaras ao longo da pandemia por COVID-19, foi

observado que a maior parte das postagens faziam referência ao encorajamento do uso desse recurso como medida preventiva da doença pela população. Cidadãos comuns, políticos e figuras públicas estavam entre os indivíduos que mais postaram relatos sobre o uso de máscara⁽²³⁾.

No que concerne à associação entre o

As mídias e os meios de comunicação em massa apresentam a capacidade de disseminar informações na sociedade, construir ou quebrar paradigmas, bem como espalhar preceitos individuais e relacionados à coletividade. Tal poder tem se mostrado ainda mais evidente ao longo da atual pandemia por COVID-19

uso da mídia e o impacto psicológico provocada por essa ferramenta durante a pandemia por COVID-19, foi observado que no início da pandemia, o uso desse tipo de ferramenta provocou efeitos psicológicos negativos na população estudada, como sentimentos de medo, ansiedade, estresse e depressão⁽²⁴⁾.

No entanto, o tipo de conteúdo repassado nas mídias sociais também é de

suma importância, podendo influenciar diretamente nos efeitos psicológicos gerados. De uma forma geral, as informações divulgadas por especialistas e autoridades, relatos de casos que venceram a doença, conhecimento sobre a COVID-19 e medidas de prevenção, podem ser úteis no enfrentamento da pandemia, redução dos efeitos psicológicos negativos e aumento da sensação de controle por parte da população, mediante a situação vivenciada⁽²⁴⁾.

O uso das mídias sociais, como da plataforma digital Seja + Contra COVID (aplicativo e site), desenvolvida pode contribuir para o cuidado da saúde mental dos profissionais de saúde e de outras áreas, através da abordagem do impacto emocional provocado pela pandemia sobre esse público, bem como nas medidas adequadas para o enfrentamento da doença⁽²⁵⁾.

CONCLUSÃO

Através do presente trabalho concluiu-se que as mídias sociais apresentam um papel importante e efetivo na promoção da saúde em tempo de isolamento social provocado pela pandemia por COVID-19. Em decorrência do grande alcance apresentado pelas várias mídias (Youtube, Facebook, Instagram, Chats, noticiários, aplicativos, etc.), um número expressivo de pessoas conseguem receber as mais diversas informações referentes ao novo Coronavírus, fatores de riscos, quantidade de casos em um determinado local, cuidados preventivos, cuidados com a saúde mental, dentre outros, auxiliando de forma significativa na promoção à saúde durante o isolamento social.

Como limitação do estudo, percebeu-se um número pequeno de artigos encontrados durante o levantamento bibliográfico nas bases de dados escolhidas. Dessa forma, torna-se necessário a realização de um maior número de trabalhos relacionados ao tema abordado, com o intuito de ampliar o conhecimento sobre a influência exercida pelas mídias sociais a curto, médio e longo prazo na promoção da saúde durante a pandemia por COVID-19.

REFERÊNCIAS

1. Serviço G do E de P, others. Protocolo de tratamento do Novo Coronavírus (2019-nCoV). 2020;
2. de Castro AA, Maia RKS, Walter PAL, de Oliveira Borges EC. A PANDEMIA POR COVID-19 E SUAS REPERCUSSÕES SOCIAIS, ECONÔMICAS E POLÍTICAS SOBRE BOA VISTA-RR (MAR.–JUN., 2020). *Ambiente: Gestão e Desenvolvimento*. 2020;110–39.
3. Cui J, Li F, Shi ZL. Origin and evolution of pathogenic coronaviruses. *Nature reviews microbiology*. 2019;17(3):181–92.
4. Huang C, Wang Y, Li X, Ren L, Zhao J, Hu Y, et al. Clinical features of patients infected with 2019 novel coronavirus in Wuhan, China. *The lancet*. 2020;395(10223):497–506.
5. Wang C, Horby PW, Hayden FG, Gao GF. A novel coronavirus outbreak of global health concern. *The lancet*. 2020;395(10223):470–3.
6. Xavier F, Olenicki JRW, Acosta AL, Sallum MAM, SARAIVA A. Análise de redes sociais como estratégia de apoio à vigilância em saúde durante a Covid-19. *Estudos avançados*. 2020;34:261–82.
7. de Sousa Martins E, Ono BHVS, carlos Souza J, Menin IBF, others. Mídia e promoção da saúde em tempos de COVID-19. *Research, Society and Development*. 2020;9(8):e842986252–e842986252.
8. Silveira RC de CP, Galvão CM. O cuidado de enfermagem e o cateter de Hickman: a busca de evidências. *Acta Paulista de enfermagem*. 2005;18:276–84.
9. Galvão CM, Sawada NO, Trevizan MA. Revisão sistemática: recurso que proporciona a incorporação das evidências na prática da enfermagem. *Revista Latino-americana de enfermagem*. 2004;12:549–56.
10. Mendes KDS, Silveira RC de CP, Galvão CM. Revisão integrativa: método de pesquisa para a incorporação de evidências na saúde e na enfermagem. *Texto & contexto-enfermagem*. 2008;17:758–64.
11. Galvão C, Mendes K, Silveira R. Revisão integrativa: método de revisão para sintetizar as evidências disponíveis na literatura. *Breviell MM, Sertório SCM Trabalho de conclusão de curso: guia prático para docentes e alunos da área da saúde São Paulo: lãtrica*. 2010;105–26.
12. Whittemore R, Chao A, Jang M, Mingos KE, Park C. Methods for knowledge synthesis: an overview. *Heart & Lung*. 2014;43(5):453–61.
13. Karino ME, Felli VEA. Enfermagem baseada em evidências: avanços e inovações em revisões sistemáticas. *Ciência, Cuidado e Saúde*. 2012;11:011–5.
14. Varela J. Blogs vs. MSM. *Periodismo 3.0, la socialización de la información. Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*. 2005;(65):68–76.
15. Kotler P. *Marketing 4.0 Do tradicional ao digital*. 2021;
16. Allcott H, Gentzkow M. Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of economic perspectives*. 2017;31(2):211–36.
17. Al-Dmour H, Salman A, Abuhashesh M, Al-Dmour R, others. Influence of social media platforms on public health protection against the COVID-19 pandemic via the mediating effects of public health awareness and behavioral changes: integrated model. *Journal of medical Internet research*. 2020;22(8):e19996.
18. Li X, Liu Q, others. Social media use, eHealth literacy, disease knowledge, and preventive behaviors in the COVID-19 pandemic: Cross-sectional study on Chinese netizens. *Journal of medical Internet research*. 2020;22(10):e19684.
19. Basch CE, Basch CH, Hillyer GC, Jaime C. The role of YouTube and the entertainment industry in saving lives by educating and mobilizing the public to adopt behaviors for community mitigation of COVID-19: successive sampling design study. *JMIR public health and surveillance*. 2020;6(2):e19145.
20. Yousuf H, Corbin J, Sweep G, Hofstra M, Scherder E, Van Gorp E, et al. Association of a public health campaign about coronavirus disease 2019 promoted by news media and a social influencer with self-reported personal hygiene and physical distancing in the Netherlands. *JAMA network open*. 2020;3(7):e2014323–e2014323.
21. Chu WM, Shieh GJ, Wu SL, Sheu WHH, others. Use of Facebook by academic medical centers in Taiwan during the COVID-19 pandemic: observational study. *Journal of medical Internet research*. 2020;22(11):e21501.
22. Zhou L, Xie R hua, Yang X, Zhang S, Li D, Zhang Y, et al. Feasibility and preliminary results of effectiveness of social media-based intervention on the psychological well-being of suspected COVID-19 cases during quarantine. *The Canadian Journal of Psychiatry*. 2020;65(10):736–8.
23. Ahmed W, Vidal-Alaball J, Lopez Segui F, Moreno-Sánchez PA. A social network analysis of tweets related to masks during the COVID-19 pandemic. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 2020;17(21):8235.
24. Chao M, Xue D, Liu T, Yang H, Hall BJ. Media use and acute psychological outcomes during COVID-19 outbreak in China. *Journal of anxiety disorders*. 2020;74:102248.
25. Mira JJ, Vicente MA, Lopez-Pineda A, Carrillo I, Guilabert M, Fernández C, et al. Preventing and addressing the stress reactions of health care workers caring for patients with COVID-19: Development of a digital platform (Be+ Against COVID). *JMIR mHealth and uHealth*. 2020;8(10):e21692.