

Monitoramento digital de publicações relacionadas ao colar de âmbar para a prevenção de sintomas da odontíase encontradas no Facebook

Postagens que recomendam e comercializam colares de âmbar para a prevenção de sintomas da odontíase podem ser facilmente encontradas nas mídias sociais. Considerando que essas postagens contribuem para o reforço de crenças falsas em saúde e que o uso do colar de âmbar oferece riscos às crianças, este estudo buscou caracterizar postagens no Facebook contendo informações falsas sobre a eficácia de colares de âmbar para a prevenção de sintomas da erupção de dentes decíduos e identificar fatores presentes nas mensagens associados a um maior engajamento dos usuários. Com o uso da ferramenta CrowdTangle, foram obtidas amostras de 500 postagens em inglês (artigo 1) e 500 postagens em português (artigo 2), ambas publicadas entre agosto de 2016 e agosto de 2021. Os dados coletados também estavam relacionados às métricas de interação e às datas das publicações das postagens. As postagens foram analisadas qualitativamente por dois investigadores independentes ($ICC \geq 0.8$) em relação ao perfil (pessoal ou comercial), sentimento (positivo ou neutro/negativo) e motivação (financeira ou não financeira), e quantitativamente em relação ao tempo de publicação, interação total dos usuários e escore de performance de difusão. Para a análise das postagens em inglês, também foi utilizada modelagem de tópicos de alocação latente de Dirichlet (LDA) para identificação de termos e tópicos relevantes, e um mapa de distância entre tópicos foi criado para calcular a similaridade entre eles. Os dados foram analisados estatisticamente com análise descritiva, teste U de Mann-Whitney, teste V de Cramer e modelos de regressão logística múltipla, considerando o tempo desde a postagem inicial e as métricas de interação. Para a análise em inglês (artigo 1), a maioria das postagens foi de perfis comerciais (73,2%), com sentimento positivo (93%), motivações relacionadas a ganhos sociais (100%), psicológicos (98,4%), financeiros (95,6%) e apresentadas em formato de foto (86,4%). As postagens foram categorizadas nos tópicos “sorteio”, “propriedades curativas” e “vendas”. O aumento da interação total foi associado ao maior tempo desde a publicação ($OR=1,789$; $p=0,002$) e os escores de performance mais altos foram associados a postagens com links ($OR=2,403$; $p=0,002$).

Para a análise em português (artigo 2), a maioria das postagens foi de perfis comerciais (82,4%), com sentimento positivo (92,2%), com motivações relacionadas a ganhos sociais (100%), psicológicas (100%), financeiros (91,0%) e apresentadas em formato de foto (94,6%). A maior interação total foi associada aos perfis pessoais (OR=3,297; $p < 0,001$), maior tempo desde a publicação (OR=2,648; $p < 0,001$) e sentimento neutro/negativo (OR=2,758; $p = 0,022$), enquanto o escore de performance foi diretamente associado apenas ao maior tempo de publicação (OR=1,646; $p = 0,006$). As postagens no Facebook sobre a eficácia de colares de âmbar para a prevenção de sintomas da odontíase, tanto em inglês quanto em português, são principalmente motivadas por interesses financeiros e utilizam mecanismos psicológicos e sociais para alcançarem maior interação com seu público-alvo.

Palavras-chave: Colar de âmbar; Informação falsa; Mídia social.