

## **Relação entre o acesso a informações nas mídias sociais e a substituição do conhecimento técnico/científico**

**Relationship between access to information in social media and the substitution of technical/scientific knowledge**

**Relación entre el acceso a la información en las redes sociales y la sustitución del conocimiento técnico/científico**

Recebido: 01/09/2021 | Revisado: 08/09/2021 | Aceito: 20/09/2021 | Publicado: 22/09/2021

### **Carlos Henrique Pereira da Silva**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7337-7605>  
Universidade Católica de Pernambuco, Brasil  
E-mail: carlos.kaka678@gmail.com

### **Giovanna Hanike Santos da Silva**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8099-7554>  
Universidade Católica de Pernambuco, Brasil  
E-mail: giovannahanike.15@gmail.com

### **Ilk Ramos Guerra**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7488-9952>  
Universidade Católica de Pernambuco, Brasil  
E-mail: ilkguerra@hotmail.com

### **Jesus da Silva Carvalho**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4185-4726>  
Universidade Católica de Pernambuco, Brasil  
E-mail: jesus.carvalho2001@outlook.com

### **Julia Oliveira Cruz**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8379-6910>  
Universidade Católica de Pernambuco, Brasil  
E-mail: juliaoliveirac3@gmail.com

### **Lívia Roberta de Lima Lamenha**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7684-1717>  
Universidade Católica de Pernambuco, Brasil  
E-mail: livialamenha@gmail.com

### **Lucas Estêvão Pereira Cavalcanti**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4915-5217>  
Universidade Católica de Pernambuco, Brasil  
E-mail: luestevao22@gmail.com

### **Resumo**

Os algoritmos são usados cada vez mais para agilizar o processo de pesquisa e busca na internet, no entanto, apesar de facilitar esse processo, eles também podem influenciar na saúde das pessoas. Sendo assim, faz-se necessária uma abordagem acerca de como essa ferramenta pode influenciar, de forma negativa, a condição de bem estar dos indivíduos. Foi realizada pesquisa em bases de dados de Saúde, utilizando critérios de inclusão e seleção para seleção de artigos científicos. Ficou claro que o estudo das oscilações de termos de busca na internet não está mais restrito à Marketing, pois grandes conglomerados tecnológicos já lançam mão do comportamento de buscas para “indicar” conteúdo aos usuários. Essa expansão de território é útil na indicação de ciclos de interesse coletivo (CIC) impulsionados principalmente pelo comportamento de influenciadores, as quais, juntamente com empresas, fomentam a mercantilização da saúde e podem impactar negativamente quem consome a informação. Conclui-se que os algoritmos de busca presentes nas mídias sociais têm um impacto negativo na vida dos internautas. Além disso, as parcerias entre digitais influencers e farmacêuticas configuram risco à saúde dos indivíduos leigos, pois incita o consumo de produtos sem supervisão médica. Portanto, é necessário que haja a continuação das produções científicas que abordem as dúvidas dos usuários com linguagem compreensível, e assim sanar seus questionamentos com informações bem embasadas.

**Palavras-chave:** Acesso à informação; Mídias sociais; Algoritmos.

### **Abstract**

Algorithms are increasingly used to streamline the internet search and search process, however, while facilitating this process, they can also influence people's health. Thus, it is necessary an approach about how this tool can negatively influence the well-being condition of individuals. A research was carried out in health databases, using inclusion and selection criteria for the selection of scientific articles. It was clear that the study of fluctuations in internet search terms is no longer restricted to Marketing, because large technological conglomerates already use the behavior of searches to

"indicate" content to users. This expansion of territory is useful in the indication of cycles of collective interest driven mainly by the behavior of influencers, who, together with companies, promote the commodification of health and can negatively impact those who consume information. The algorithms present in social media have a negative impact on the lives of internet users. Partnerships between digital influencers and pharmaceuticals pose a risk to the health of lay individuals, as it encourages the consumption of products without medical supervision. Therefore, it is necessary that there be the continuation of scientific productions that address the doubts of users with understandable language, and thus address their questions with well-based information.

**Keywords:** Access to information; Social media; Algorithms.

### Resumen

Los algoritmos se utilizan cada vez más para agilizar la búsqueda en Internet y el proceso de búsqueda, sin embargo, al tiempo que facilitan este proceso, también pueden influir en la salud de las personas. Por lo tanto, es necesario un enfoque sobre cómo esta herramienta puede influir negativamente en la condición de bienestar de los individuos. Se realizó una investigación en bases de datos de salud, utilizando criterios de inclusión y selección para la selección de artículos científicos. Quedó claro que el estudio de las fluctuaciones en los términos de búsqueda en internet ya no se restringe al Marketing, pues los grandes conglomerados tecnológicos ya utilizan el comportamiento de las búsquedas para "indicar" contenido a los usuarios. Esta expansión del territorio es útil en la indicación de ciclos de interés colectivo impulsados principalmente por el comportamiento de los influencers, quienes, junto con las empresas, promueven la mercantilización de la salud y pueden impactar negativamente a quienes consumen información. Los algoritmos presentes en las redes sociales tienen un impacto negativo en la vida de los usuarios de Internet. Las asociaciones entre influenciadores digitales y productos farmacéuticos representan un riesgo para la salud de las personas, ya que fomenta el consumo de productos sin supervisión médica. Por lo tanto, es necesario que haya la continuación de producciones científicas que aborden las dudas de los usuarios con un lenguaje comprensible, y así abordar sus preguntas con información bien basada.

**Palabras clave:** Acceso a la información; Redes sociales; Algoritmos.

## 1. Introdução

As mídias sociais podem ser entendidas como um canal de conhecimento e relacionamento inseridas na internet, as quais propiciam várias probabilidades de interações entre os usuários, bem como a possibilidade de influência entre os indivíduos. A partir da Segunda Guerra Mundial e após o contexto da Guerra Fria, os computadores e o mundo da internet mudaram seu contexto, até então exclusivamente técnico-científicos, para um estilo mais dinâmico, com conteúdo mais direto e acessível à população (Capurro, 2007; Hjørland, 2007). A partir de então, as mídias sociais nasceram junto à exploração comercial dos grandes conglomerados tecnológicos, os quais viam a internet como uma nova forma de troca de informação (Theóphilo, 1998).

Como produto da globalização, as redes sociais excluem barreiras e unem diferentes culturas, permitindo que conhecimentos ao redor do mundo possam ser rapidamente compartilhados (Silveira, 2004). "A comunicação de massa tradicional pressupõe uma difusão um-para-muitos unidirecional dos órgãos de comunicação para a sociedade, enquanto a convergência dos meios digitais através da internet permite também a comunicação um-para-um, muitos-para-um ou muitos-para-muitos através de e-mail, grupos de discussão em websites e sistemas de chat" (Castells, 2003; Levy, 2003). Essa multicomunicação permite que pessoas não qualificadas compartilhem suas experiências e, conseqüentemente, influenciem terceiros.

Com isso, esse trabalho tem como alvo a problemática causada pela influência dos algoritmos de busca, com base nas pesquisas dos usuários em mídias sociais, na apresentação de perfis profissionais ou não e, por conseguinte, o acesso excessivo a informações na área de saúde. Estas, muitas vezes, são repassadas de forma irresponsável, sem orientação médica individual, e podem ter conseqüências negativas na saúde dos internautas. Ademais, o conteúdo criado por esses perfis públicos, por vezes, é fruto apenas do marketing digital, visando o aumento da visibilidade ou o lucro em postagens patrocinadas. Além disso, do mesmo jeito que Maia (2019) e Biolchini (2019) relatam em seu artigo, percebe-se que se torna preocupante os resultados em sites de busca, que muitas vezes não têm materiais preparados tecnicamente para abordar certos temas relacionados à saúde.

Diante do exposto, a importância dessa pesquisa justifica-se no objetivo de alertar sobre o acesso desmedido a informações nas mídias sociais, que, associado aos algoritmos direcionadores, pode ser prejudicial à vida dos usuários. Isso

ocorre, pois, a maioria recorre a fontes de pesquisa que, via de regra, não têm rigor científico, resultando em decisões errôneas por parte dos internautas (Ramos, 2017). Por fim, a pesquisa justifica-se na necessidade de evidenciar que a influência digital alienada tem o potencial de ser danosa à saúde humana.

## 2. Metodologia

O presente projeto de pesquisa trata-se de uma Revisão Integrativa de Literatura (REL). Assim, utilizou-se das seguintes etapas para a sua realização: (1) Identificação do tema e seleção da questão norteadora da pesquisa; (2) levantamento das publicações nas bases de dados; (3) estabelecimento de critérios para inclusão e exclusão dos estudos; (4) análise dos estudos escolhidos; (5) interpretação dos resultados encontrados; (6) apresentação da revisão e síntese da literatura.

Para elaboração da pergunta norteadora deste estudo, utilizou-se a estratégia de experiência própria dos autores da pesquisa e de entrevistas feitas com conhecidos. Essas pessoas foram submetidas às experiências com algoritmos de busca que os redireccionaram às páginas com alta quantidade de visualizações - não necessariamente de profissionais formados naquela área - com o intuito de aumentar ainda mais a visualização do provedor da publicidade.

Assim sendo, a presente RIL tem como pergunta norteadora: “O acesso à informação nas mídias sociais, somado a algoritmos direcionadores, potencializam a desvalorização do conhecimento na era digital?”

Em seguida, para a construção desse estudo, foram utilizadas as seguintes bases de dados: Scientific Electronic Library Online (SciELO), U.S. National Library of Medicine (PubMed). Para delimitação das literaturas de interesse e elaboração desse mesmo trabalho, foram excluídos artigos não estavam relacionados com o objetivo de estudo e com a pergunta norteadora, como artigos publicados antes de 2015 e que não traziam uma abordagem das consequências desses algoritmos na saúde das pessoas. Já em relação aos critérios de inclusão definidos para a seleção dos artigos, foram utilizados os publicados nos idiomas português e inglês; disponibilizados texto completo de forma gratuita; que abordavam os impactos do algoritmo na saúde das pessoas; que são revisões sistemáticas e que estavam inseridos na área da saúde. Ao pesquisar os artigos nas respectivas bases de dados, utilizados todos os descritores associados. São eles: Acesso à Informação OR Access to information AND Mídias sociais OR Social Media AND Algoritmos OR Algorithms.

Para buscar os artigos que foram utilizados para síntese desse trabalho foram utilizadas as palavras-chave indexadas aos Descritores em Ciências da Saúde (DeCS): (“Algorithms AND Social Medias AND Access to information”) AND (“Acesso à informação AND Algoritmos”) AND (“Access to information AND Algorithms”). Esses foram as combinações pelos operadores booleanos AND e OR.

Para análise metodológica dos artigos incluídos, foram aplicados: 1) instrumento adaptado do Critical Appraisal Skill Programme (CASP) 10. O CASP adaptado contempla 10 itens a serem pontuados: 1) objetivo claro e justificado; 2) metodologia adequada; 3) apresentação e discussão dos procedimentos teóricos e metodológicos; 4) seleção adequada da amostra; 5) coleta de dados detalhada; 6) relação entre pesquisador e pesquisados; 7) aspectos éticos preservados; 8) análise de dados rigorosa e fundamentada; 9) apresentação e discussão dos resultados e 10) contribuições, limitações e indicações de novas questões de pesquisa. Para cada item foi atribuído o valor de 0 (zero) ou 1 (um), sendo o resultado final a soma das pontuações, cujo o escore máximo é de 10 pontos. Os artigos selecionados foram classificados conforme as pontuações: nível A – 6 a 10 pontos (boa qualidade metodológica e viés reduzido) ou nível B – no mínimo 5 pontos (qualidade metodológica satisfatória, porém com risco de viés aumentado).

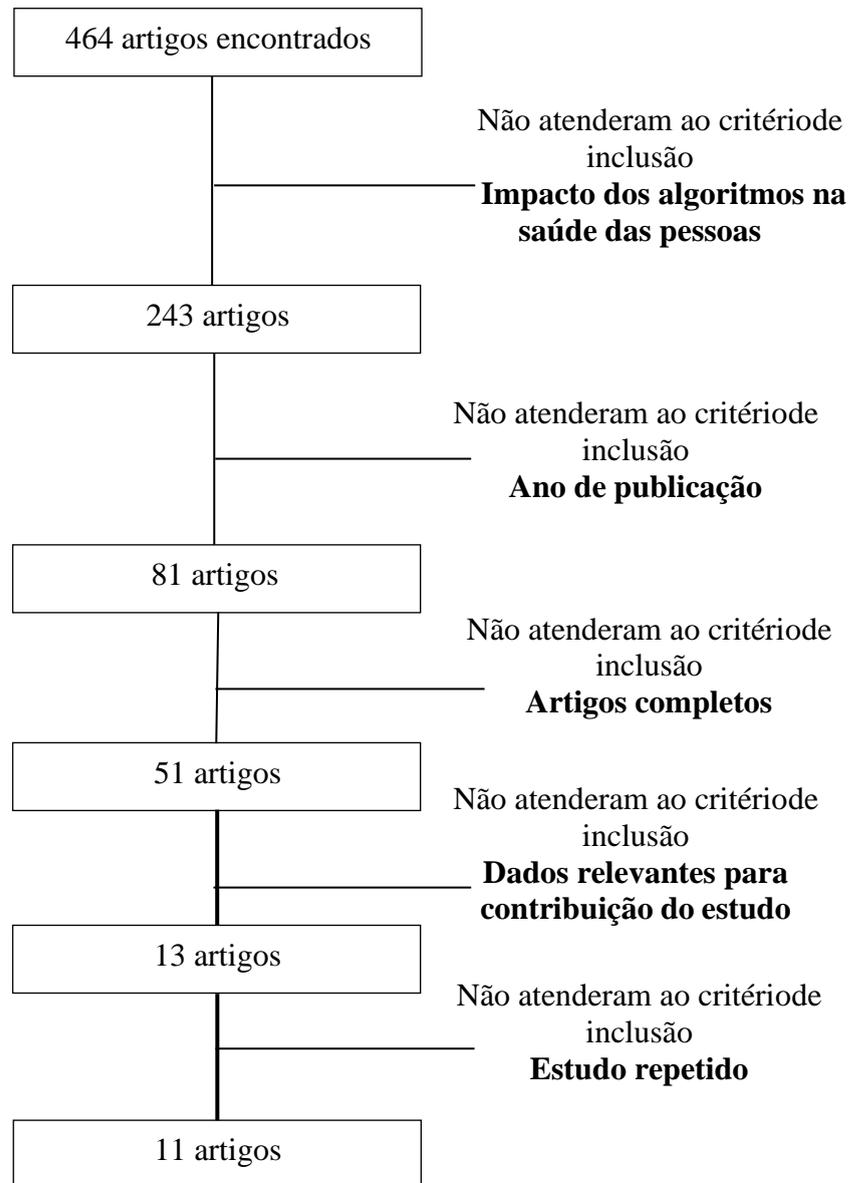
## 3. Resultados e Discussão

Dos 464 artigos encontrados, 221 não atendiam ao critério de inclusão “impacto dos algoritmos na saúde de pessoas”, 162 não atendia à “ano de publicação” e 30 eram incompletos, culminando em 51 artigos (Figura 1). Desses 51, 2 estavam

repetidos e 38 não traziam dados relevantes ao estudo, resultando em 11 artigos. As principais informações da amostra final encontram-se no Quadro 1. Quanto ao idioma, 5 artigos foram publicados em inglês (45,45%), 5 em português (45,45%) e 1 em espanhol (9,09%). Também, 2 (18,18%) foram publicados em revistas internacionais e 9 (81,81%) em revistas nacionais. Dos anos de publicação, 9 artigos de 2020 (81,81%), seguido de 1 artigo de 2019 (9,09%) e 1 artigo de 2017 (9,09%). Os países dos estudos: 11 foram no Brasil (100%). Após leitura íntegra dividida entre os integrantes do grupo, 5 (45,45%) foram classificados como nível A e 6 (54,54%) como nível B, conforme CASP adaptado.

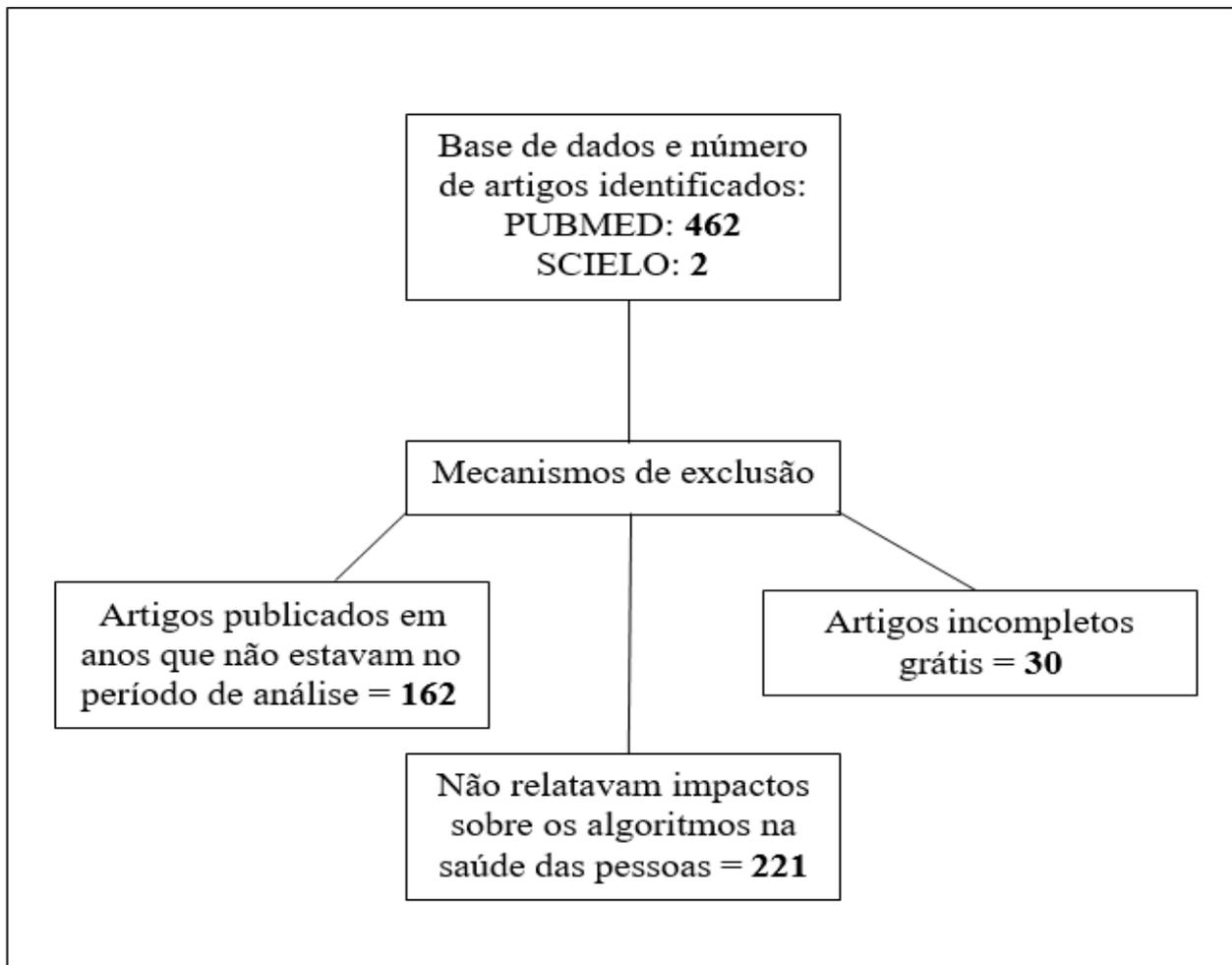
A Figura 2 demonstra o processo de exclusão dos artigos não selecionados. Foram excluídos: artigos que estavam incompletos, artigos de anos que não condiziam com o interesse do estudo e que não relatavam nenhum impacto sobre a saúde das pessoas. E no Quadro 2, foi abordado uma descrição sintetizada de cada estudo que compôs essa revisão.

**Figura 1:** Fluxograma de amostra final



Fonte: Autores.

**Figura 2:** Fluxograma de demonstração de amostra final.



Fonte: Autores (2020).

**Quadro 1:** Tabela de classificação dos artigos pelo método CASP. Recife – PE, 2020.

<b>A</b>	<b>5</b>
<b>B</b>	<b>6</b>

Fonte: Autores (2020).

**Quadro 2:** Descrição sintetizada e níveis de evidência de cada estudo que compôs a revisão, segundo CAPS adaptado. Recife - PE, 2020.

Autor, ano	País do Estudo	Desenho do Estudo	Objetivo	Principais Achados	CAPS (adaptado)
Fernandes <i>et al.</i> , 2020	Brasil	Qualitativo	Analisar o aumento da publicação de dados médicos- científicos na pandemia da Covid-19, como também sua principal consequência: estudos questionáveis.	Em meio ao maior agravo em saúde do século, foi recorde o número de artigos publicados sem revisão. As informações passadas do artigo por jornalistas, para a população, carece de interpretação, de crítica e da avaliação de riscos.	B
Vasconcellos -Silva <i>et al.</i> , 2020	Brasil	Qualitativo	Compreender quais modelos comunicativos deveriam pautar a narrativa oficial para gerar condições de colaboração e parceria com as mídias, além do impacto da proliferação das narrativas enganosas na História.	Percebe-se grande dificuldade ao direcionamento coordenado da sociedade por meio de informações, já que pastiches pseudo- científicos proliferam em ritmo frenético conjugadas à vacuidade de informações oficiais.	A
Gomes <i>et al.</i> , 2020	Brasil	Quali-quantitativo	Explorar a compreensão de quais elementos influenciam na credibilidade das fake news científicas, sob a luz da percepção e da persuasão.	Constatou-se que o uso de jargões científicos na estrutura de uma notícia falsa contribui para a validação de um discurso semelhante ao de especialistas. Pessoas com menor renda e menor escolaridade estão mais suscetíveis às <i>fake news</i> .	A
Moura-Neto <i>et al.</i> , 2019	Brasil	Exploratório	Apresentar o conceito e discutir a potencial efetividade do <i>Visual Abstracts</i> , ferramenta inovadora de divulgação do conhecimento científico.	Há potencial do <i>Visual Abstracts</i> como recurso adjuvante na disseminação do conhecimento científico, na diminuição da formalidade do meio acadêmico e na aproximação do periódico aos leitores mais jovens.	B
Passos JA <i>et al.</i> , 2018	Brasil	Quali-quantitativo	Descrever e analisar conteúdos de notícias associadas a ciclos de buscas ao Google ligados a oito tipos de dieta mais frequentemente associadas ao termo (“dieta”), segundo oGoogle Trends®.	Analisar as orientações para rápida perda de peso em prol de um ideal estético, bem como a dimensão dos riscos associados às dietas mais restritivas e a influência da opinião de celebridades relatando suas experiências dietéticas.	A

Valente, J., 2019	Brasil	Qualitativo	Funcionamento do algoritmo, como se dá a percepção dele pelos usuários. Como funciona a seleção e organização das informações que impactam os internautas e os limites, implicações dos usuários do Facebook.	Os algoritmos potencializam a produção e circulação de informações personalizadas ; decidem os tipos de acesso que os internautas apresentam dentro da rede social. Há falta de consciência sobre a ação da filtragem nesse sistema.	B
Bezerra, A., 2017	Brasil	Qualitativo	Compreender a cultura algorítmica e discutir o conceito de "regime de informação" ao longo do século XX e XXI; destacar os contornos de vigilância e filtragem dos conteúdos que estruturam as plataformas digitais.	O monitoramento dos dados dos usuários são para fins publicitários, políticos e econômicos. Essa vigilância é distributiva e invisível e adota padrões de comportamento, levando a uma espécie de determinismo social despercebido pelos usuários.	A
Avelino <i>et al.</i> , 2020	Brasil	Quantitativo	Mensurar o engajamento das postagens com digital influencers no Instagram das DMOs.	Postagens com influenciadores não apresentam linearidade nos índices. Quando os DMOs já possuem resultados elevados, os influenciadores não são tão significativos.	A
Júnior KRC, 2020	EUA	Qualitativo	Analisar o ressurgimento dos movimentos antivacinas e suas consequências depois dos novos formatos de comunicação.	Estereotipação e repetição dos argumentos. Consequente disseminação rápida de movimentos, como o de "antivacina".	B
Cesarino, L., 2020	Brasil	Qualitativo	Compreender a forma da instrumentalização das redes sociais para a mobilização populista.	As redes sociais permitem performances de espontaneidade ensaiada, confiabilidade e originalidade e isso confunde os usuários do que é espontâneo e do que é manipulado.	B
Neves <i>et al.</i> , 2020	Brasil	Qualitativo	Compreender o debate entre ciência e política por meio da pesquisa com a cloroquina e a Covid-19.	Os ativistas são investidos para desmoralizarem as instituições que produzem conhecimento. Além disso, utilizam discursos neutros e sem partido para validarem a verdade científica.	B

Fonte: Autores (2020).

Segundo Tajvidi e Karami (2017) e Alalwan (2018) os algoritmos responsáveis pela indicação dos conteúdos acessados pelos usuários, podem influenciar o pensamento desses usuários. Atualmente a sociedade já conta com

algoritmos muito sofisticados pra análise de tendências de busca por palavra e termos no Google. Até recentemente o estudo das oscilações de termos de busca estavam restritos a especialistas de marketing, com intuito unicamente mercadológico. Nos últimos anos porém, o assim denominado comportamento de buscas já abrange um território maior, sendo útil no delineamento de séries temporais que indicam ciclos de interesse coletivo (CIC) impulsionados por modas, boatos, material jornalístico e, principalmente, pelo comportamento de celebridades influenciadoras.

Os clientes de lojas virtuais se baseiam, frequentemente, em opiniões de outros usuários prévios para decidir se compram tal produto (Latorre-Martinez *et al.*, 2014). Isso se confirma quando percebe-se que poder das mídias sociais é significativo até entre acadêmicos. Muitos periódicos já têm Editores de Mídias Sociais em seu corpo editorial, embora ainda não estejam bem definidos os papéis e as responsabilidades desse grupo. Quando um artigo é também divulgado no Twitter, pode ter até três vezes mais visualizações, de acordo com um estudo recente (Moura-Neto, 2020, p.360).

Não há dúvida que a estratégia de empresas se associarem a influenciadores digitais aumentam sua credibilidade e visibilidade. Desde a nova era das mídias sociais, quem o faz está sempre em alta quando submetido ao algoritmo de indicações dos produtos, como bem analisado por Mangold e Faulds (2009).

Com isso, os algoritmos de indicações de conteúdo, juntamente com parcerias de empresas com os influenciadores digitais e a possibilidade de aumentar visibilidade – nova ferramenta paga das mídias digitais que concebem ao algoritmo, não só indicar tal conteúdo aos usuários que buscaram por tal assunto recentemente, como também àqueles que são seguidores do usuário que buscou tal assunto – começaram a floodar (termo usado na rede social para indicar bombardeio de informações) os usuários das redes sociais de conteúdos e propagandas pagas por essas parcerias.

O ponto alto da discussão é o impacto que isso pode acarretar na saúde de um indivíduo que busca apoio psicológico, por exemplo. Os psicólogos de Instagram são cada vez mais frequentes e se disponibilizam a liberar a dm (chat privado) para conversar com a pessoa que está passando por problemas, tornando a situação deveras perigosa, visto que pessoas não capacitadas profissionalmente estão muitas vezes lidando com o mais importante de uma pessoa, sua saúde e sua própria vida (de Almeida, et al., 2018).

Certo perfil do Instagram, que diz ter a cura do câncer e já ter curado várias pessoas; além disso, outro indivíduo de usuário não indentificado, quando perguntado se o mesmo achava perigoso não ter formação psicológica e continuar dando conselhos e cobrando por eles, dizendo que tratava pessoas, ele respondeu: “meus conselhos são melhores e mais eficazes que quem tem formação ná área”, “já fui a uma psicóloga e eu tive que explicar a ela”, o próprio explica que sua área não é a psicologia ou medicina tradicional, é uma mais completa, antiga e extensa do que as pessoas conhecem como medicina hoje.

Contudo, esse problema não está apenas na saúde mental, muitas vezes o padrão de beleza é atrativo para as pessoas que se dispõem a fazerem dietas e tomarem produtos, sem nem saber a procedência ou terem acompanhamento médico ou nutricional. E justamente devido ao alto número de seguidores e uma proposta muito bem feita, esses influenciadores digitais acabam influenciando usuários com intuits semelhantes, a fazerem o uso desses produtos, com a propaganda de “deu certo comigo, dá certo com você também.” (Uzunoglu & Kip, 2014).

Sabe-se que medicina não é uma ciência exata, e portanto o efeito que pode ser benéfico em alguém, pode acarretar graves danos à saúde de outro alguém, por isso deve-se ter cuidado com a capacidade da persuasão dessas informações, visto que seus efeitos quando benéficos se disseminam rapidamente e convencem os usuários com apenas um vídeo curto (Taufique & Shahriar, 2013). Consequentemente, essas empresas se envolvem de modo endossante, com o intuito de obter uma presença autêntica e confiável entre as comunidades online (Uzunoglu & Kip, 2014).

Realidades falsas criarão humanos falsos. Ou, os humanos falsos irão gerar realidades falsas e depois vendê-las a outros humanos, transformando-as, eventualmente, em falsificações de si mesmos. Então acabamos com humanos falsos inventando realidades falsas e depois vendendo para outros humanos falsos (Dick, 1996).

É imprescindível o cuidado que se deve ter com o auxílio de recursos digitais para a formação do conhecimento, uma vez que algumas informações dessa era virtual não são todas verídicas, logo, é necessário checar as fontes de confiabilidade dos conteúdos pesquisados, a fim de obter um conhecimento técnico e científico. Conforme analisado, as atividades de ensino não presencial, durante o período de pandemia, tornaram-se uma realidade bem vigente com outros recursos digitais, em que o uso de tecnologia para o trabalho de ensino se tornou exacerbado, em razão disso é fundamental saber filtrar as pesquisas e informações do universo digital (De Souza, 2020).

## 5. Conclusão

De acordo com o objetivo proposto, buscou-se entender se a influência dos algoritmos de busca nas mídias sociais poderiam impactar negativamente na saúde dos indivíduos que procuram por informações que nem sempre têm cunho científico comprovado.

Ficou claro, pela resultante alcançada, que sim, a interação dos algoritmos de busca e as parcerias de empresas do ramo da saúde com digital influencers corroboram um aumento desse risco à saúde dos indivíduos leigos.

Isso pôde ser percebido com base nas pesquisas feitas e nas experiências relatadas pelos usuários que fizeram o uso desses produtos e não obtiveram o resultado desejado, visto que a medicina não é exata e não trará um benefício igual para todos. Alguns relatos são ainda mais assustadores, de ignorância e autossuficiência exacerbada de alguns influenciadores digitais que afirmam ter seus próprios métodos, os quais são mais modernos que a própria medicina e psicologia atual. Enfatizando, assim, a meta almejada por esse grupo na tentativa de identificar uma possível problemática dessa circunstância.

Considera-se, ainda, a importância dessa temática no cenário atual de alta disseminação rápida de informações e a presença de inteligências artificiais nas redes sociais – ditas algoritmos – que são capazes de guiar a pesquisa do usuário.

Portanto, cabe ressaltar a importância da continuação de produções científicas que analisem as consequências desta problemática e sugiram soluções práticas eficazes, com o intuito de atenuar essa possível questão decorrente da falta de informação comprovada cientificamente, para que os usuários não sejam ludibriados e induzidos a falsos resultados.

## Referências

- Theóphilo, C. R. (1998). Algumas reflexões sobre pesquisas empíricas em contabilidade. *Caderno de Estudos*, 19, 1-8. [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-58352006000100015](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-58352006000100015).
- Capurro, R. & Hjørland, B. (2007). The concept of information as we use in everyday. *Perspectivas em ciência da informação*, 12(1), 148-207. [https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1413-99362007000100012](https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-99362007000100012).
- Ramos, D. O. (2017). A influência do algoritmo. *Revista Comunicare*, 17, 70-85. [https://www.researchgate.net/profile/Daniela\\_Ramos4/publication/319914104\\_A\\_influencia\\_do\\_algoritmo\\_Algorithms\\_influence/links/59c17443458515af305c80da/A-influencia-do-algoritmo-Algorithm-s-influence.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Daniela_Ramos4/publication/319914104_A_influencia_do_algoritmo_Algorithms_influence/links/59c17443458515af305c80da/A-influencia-do-algoritmo-Algorithm-s-influence.pdf)
- Maia, M. R & De Almeida Biolchini, J. C. (2019). Hiperinformação na era digital: validação das informações sobre saúde. *P2P e Inovação*, 6, 285-300. <http://revista.ibict.br/p2p/article/view/5014>.
- Da Silveira, M. D. P. (2004). Efeitos da globalização e da sociedade em rede via Internet na formação de identidades contemporâneas. *Psicologia: ciência e profissão*, 24(4), 42-51. [https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S141498932004000400006](https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S141498932004000400006).
- Avelino, M. R., Silva, A. S. & Leal, S. R. (2020). DEIXE SEU LIKE! O Engajamento nas Publicações com Digital Influencers no Instagram das DMOs Brasileiras. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 14, 50-67. <https://www.scielo.br/j/rbtur/a/TryPsrdL5BcxJP5fV3mWJ7K/abstract/?lang=pt>
- Jancso, M. A; Sculaccio, S. A; Thiemann, O. H. (2001). Identification of sugarcane genes involved in the purine synthesis pathway. *Genetics and molecular biology*, 24, 251-255.
- Rochel de Camargo Jr, K. (2020). Lá vamos nós outra vez: a reemergência do ativismo antivacina na Internet. *Cadernos de Saúde Pública*, 36. <https://www.scielosp.org/article/csp/2020.v36suppl2/e00037620/pt/>
- Cesarino, L (2020). Como as mídias sociais proporcionam uma política populista: observações sobre liminaridade com base no caso brasileiro. *Trabalhos em Linguística Aplicada*. 59(1) 404-427. <https://www.scielo.br/j/tla/a/Jbzm34pcQh78Wq4TpLdrQfP/abstract/?lang=en>
- Neves, A. L. M. D., & Ferreira, B. D. O. (2020). Narrativas entre ciência e política no ativismo da cloroquina. *Psicologia & Sociedade*, 32. <https://www.scielo.br/j/psoc/a/HKcwyWYWjB39fcFbbxFf44J/?format=html&lang=pt>

Vasconcellos-Silva, P. R., & Castiel, L. D. (2020). COVID-19, as fake news e o sono da razão comunicativa gerando monstros: a narrativa dos riscos e os riscos das narrativas. *Cadernos de Saúde Pública*, 36. <https://www.scielo.br/j/csp/a/d6ZXNpddtmjgNjRtKMDY4bR/abstract/?lang=pt>

Fernandes, C. J., Ganem, F., Olivieri, F. G., Vilibor, M. F., & Helito, A. S. (2020). O Outro Lado da Moeda: Os Riscos da Discussão de Dados Médico Científicos pela Mídia Durante a Pandemia de COVID-19. *Arquivos Brasileiros de Cardiologia*, 115, 278-280. <https://www.scielo.br/j/abc/a/7488NGnybLgwFyLp8kSC8Bz/?lang=pt>

Gomes, S. F., Penna, J. C. B. D. O., & Arroio, A. (2020). Fake news científicas: percepção, persuasão e letramento. *Ciência & Educação (Bauru)*, 26. <https://www.scielo.br/j/ciedu/a/bW5YKH7YdQ5yZwkJY5LjTts/abstract/?lang=pt>

Moura-Neto, J. A., & Riella, M. C. (2020). Visual abstracts: uma forma inovadora de divulgar informação científica. *Brazilian Journal of Nephrology*, n. AHEAD. <https://www.scielo.br/j/jbn/a/4kqVkwSqkgFTbdC9VgThvnP/?lang=pt>

Passos, J. A., Vasconcellos-Silva, P. R., & Santos, L. A. D. S. (2020). Ciclos de atenção a dietas da moda e tendências de busca na internet pelo Google trends. *Ciência & Saúde Coletiva*, 25, 2615-2631. <https://www.scielo.br/j/csc/a/nqtgQMFf3CFhkdRVKscqfSK/?lang=pt>

Valente, J. C. L. (2019). Algoritmos e Sites de Redes Sociais: uma discussão crítica sobre o caso do Facebook. *Pós - Revista Brasileira De Pós-Graduação Em Ciências Sociais*, 14(2). <https://periodicos.unb.br/index.php/revistapos/article/view/26491>

Bezerra, A. C. (2017). Vigilância e cultura algorítmica no novo regime global de mediação da informação. *Perspectivas em Ciência da Informação*, 22, 68-81. <https://www.scielo.br/j/pci/a/zxgymJJ9DrB6xCKWtRfNHwq/?lang=pt>

Latorre-Martínez, M. P., Iñiguez-Berrozpe, T., & Plumed-Lasarte, M. (2014). Image-focused social media for a market analysis of tourism consumption. *International Journal of Technology Management*, 64(1), 17-30. <https://www.inderscienceonline.com/doi/abs/10.1504/IJTM.2014.059234>

Alalwan, A. A. (2018). Investigating the impact of social media advertising features on customer purchase intention. *International Journal of Information Management*, 42, 65-77. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0268401218303943>

Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business horizons*, 54(3), 241-251. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0007681311000061>

Tajvidi, R., & Karami, A. (2021). The effect of social media on firm performance. *Computers in Human Behavior*, 115, 105174. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563217305514>

Souza, K. R. D., Santos, G. B. D., Rodrigues, A. M. D. S., Felix, E. G., Gomes, L., Rocha, G. L. D., & Peixoto, R. B. (2020). Trabalho remoto, saúde docente e greve virtual em cenário de pandemia. *Trabalho, Educação e Saúde*, 19. <https://www.scielo.br/j/tes/a/RrndqvwL8b6YSrx6rT5PyFw/>