

O uso da prática da evidência científica nas páginas de pesquisa em saúde da rede social *Instagram*

*The use of scientific evidence practice on health research pages of the social network
Instagram*

DAYVIDDY LUCAS MAGALHÃES SILVA

Discente do curso de Odontologia - UNIPAM

E-mail: dayviddylms@unipam.edu.br

THIAGO DE AMORIM CARVALHO

Professor orientador - UNIPAM

E-mail: thiagocarvalho@unipam.edu.br

Resumo: As mídias sociais revolucionaram a obtenção de informações. Informações em saúde estão disponíveis ao público geral e aos acadêmicos, mas é fundamental a verificação dos conteúdos assim como sua credibilidade, visto que há influência direta na formação profissional. O objetivo deste estudo é caracterizar o uso da prática da evidência científica nas páginas de pesquisa em saúde da rede social *Instagram*, identificando o nível de evidência científica utilizado e descrevendo a frequência de utilização de evidências de alto nível. Esta pesquisa é de caráter exploratório transversal e de abordagem quali-quantitativa, que caracteriza as publicações do aplicativo *Instagram* quanto aos níveis de evidência segundo os guias GRADE e listagem de Oxford. Os achados sugerem que a utilização da prática da evidência científica em páginas de informação de saúde ainda é deficitária; mais pesquisas são necessárias para melhor entendimento da temática.

Palavras-chave: Informação em saúde. Mídias Sociais. Evidência científica.

Abstract: Social media have revolutionized the acquisition of information. Health information is available to the general public and to academics, but it is essential to verify the content as well as its credibility, since that has a direct influence on professional training. The purpose of this study is to characterize the use of scientific evidence practice in health research pages of the social network *Instagram*, identifying the level of scientific evidence used and describing the frequency of use of high-level evidence. This research is cross-sectional exploratory and quali-quantitative approach, which characterizes the publications on the app *Instagram* regarding the levels of evidence according to the GRADE guides and Oxford listing. The findings suggest that the use of the practice of scientific evidence in health information pages is still deficient; more research is needed for better understanding of the theme.

Keywords: Health information. Social Media. Scientific evidence.

1 INTRODUÇÃO

A pandemia da COVID-19 amplificou o uso das mídias sociais e tecnologias digitais antes já utilizadas. São ferramentas que auxiliam a população geral e os

estudantes em várias esferas da sociedade, como no trabalho, na educação, no lazer e principalmente no foco desta pesquisa: busca de informações (OCDE, 2021).

A internet e a mídias sociais se mostram grandes influenciadoras no que diz respeito à disseminação de informações e conteúdo na atualidade (WANG *et al.*, 2019). As informações sobre saúde se encontram cada vez mais disponíveis e têm seu acesso facilitado por redes sociais como *Instagram*. Páginas voltadas tanto ao público acadêmico quanto à população em geral conseguem fornecer, de maneira rápida e interativa, tais informações, sendo um meio inovador de fornecer conhecimento. No entanto, páginas e publicações específicas acerca da saúde podem ou não contemplar um nível científico adequado, podendo a informação ser fornecida de maneira clara e sustentada cientificamente ou o oposto, caindo nas famosas “*fake news*”, gerando assim desinformação (WANG *et al.*, 2019).

O termo “desinformação em saúde” é definido como um contraponto à saúde baseada em evidências, ou seja, baseado em fundamentos anedóticos, enganosos ou falsos. Tal desinformação está cada vez mais presente na sociedade atual, visto que as mídias sociais abordam uma ampla gama de tópicos de saúde (SUAREZ-LLEDO *et al.*, 2021). Contudo, as mídias sociais podem ser sim relevantes na disseminação de conteúdos de alto nível no contexto da informação em saúde, desde que sejam baseados em evidências. Essas mídias são um potencial único e pouco explorado para complementar a educação em saúde.

As ferramentas digitais e mídias sociais podem ser um meio didático eficiente no ensino e na disseminação de informações em saúde, visto que possibilitam conhecimento acessível ao público por meio de instrumentos como o *Smartphone*, os computadores e outros dispositivos móveis (MACHADO *et al.*, 2021; MONTANDON *et al.*, 2020). No público acadêmico, as publicações podem despertar o interesse do estudante acerca da pesquisa, estimular a construção do próprio conhecimento e formar atitude crítica, interferindo diretamente no processo de formação profissional (MONTANDON *et al.*, 2020). No público geral, a utilização dessas mídias para a informação em saúde pode disseminar mensagens de utilidade e interesse público (MONTANDON *et al.*, 2020), assim como pode contribuir para a educação em saúde (LIBARDI *et al.*, 2018; MACHADO *et al.*, 2021).

As mídias sociais revolucionaram a maneira de obtenção de informações. As pessoas agora encontram milhões de respostas às suas perguntas no clique de um botão (OCDE, 2021). A pandemia da COVID-19 fez ainda das mídias sociais e tecnologias digitais, antes já utilizadas, um recurso amplamente usufruído (CANI *et al.*, 2021).

É indubitável que vivemos em um mundo conectado, visto que, em 1997, a estrutura PISA verificou que apenas 1.7% da população mundial usava a internet; hoje este uso está em aproximadamente 54%, isso equivale a 4.1 bilhões de pessoas conectadas (OCDE, 2021). Com o advento da internet, vem junto a ascensão das redes sociais; a obtenção de informações, hoje, é diretamente influenciada por essas redes, como o *Twitter*, o *Facebook* e o *Instagram* (JENKINS *et al.*, 2020).

É relevante entender que atualmente, segundo a Organização Panamericana de Saúde (OPAS), vivemos em uma “infodemia”, em que encontramos um excesso de informações, podendo elas ser precisas ou não, o que torna difícil encontrar fontes confiáveis e orientações fundamentadas (OPAS, 2020). Sendo assim, a obtenção de

informações no tempo certo, no formato certo e respaldadas pela ciência é extremamente essencial. (OPAS, 2020).

As redes sociais podem ainda fornecer informações específicas sobre o tema saúde, incluindo a educação em saúde, a informação científica em saúde, a comunicação entre profissionais e pacientes e até mesmo monitoramento e vigilância em saúde (MONTANDON *et al.*, 2020; MACHADO *et al.*, 2021; MURALIDHARA; PAUL, 2018). Tais redes são regidas por mecanismos de relevância e busca: os algoritmos calculam o que é tendência ou que é relevante para determinada pessoa ou grupo de pessoas, ajudando-as a obter as informações (VALENTE, 2019). Para a busca de informações em saúde, não é diferente.

As informações em saúde estão cada vez mais disponíveis ao público geral e aos acadêmicos, mas é fundamental a verificação das fontes assim como a credibilidade da informação, visto que influenciam em diversos aspectos de formação e conhecimento crítico (MONTANDON *et al.*, 2020).

Dito isso, o objetivo principal deste estudo foi caracterizar o uso da prática da evidência científica nas páginas de pesquisa em saúde da rede social *Instagram*, identificando o nível de evidência científica utilizado e descrevendo a frequência de utilização de evidências de alto nível nessas páginas.

2 MATERIAL E MÉTODOS

O presente artigo é um estudo exploratório transversal e de abordagem qualitativa e utiliza como apoio a estratégia PICO: P = paciente ou objeto de pesquisa – as páginas com foco de divulgação em pesquisa no *Instagram*; I = intervenção – a avaliação do nível de evidência e confiabilidade dos conteúdos publicados nessa rede social; C = controle – publicações de conteúdos que não competem à divulgação científica; O = *outcome* ou desfecho – os níveis de evidência baseados na listagem de Oxford (Figura 1) e no sistema GRADE, traduzido para a língua portuguesa como Graduação da Qualidade de Evidência e Força de Recomendação para Tomada de Decisão Clínica em Saúde (Quadro 1). Dessa maneira, a pergunta a ser respondida por este estudo é: qual o nível de evidência e a confiabilidade dos conteúdos publicados nas páginas de divulgação em saúde do *Instagram*?

A seleção da amostra seguiu os seguintes critérios: foram utilizadas as últimas 5 publicações de páginas do *Instagram*, em língua portuguesa, com foco principal na pesquisa em saúde, localizadas a partir das buscas com as *hashtags*: #pesquisa científica ou #ciência ou #evidência somadas a #(área foco de estudo), sendo utilizadas as *hashtags*: #odontologia #enfermagem #medicina #fisioterapia #educaçãofísica #nutrição #biomedicina #farmácia; para a definição do número amostral, o critério da saturação foi determinado pelo algoritmo do *Instagram*, ferramenta que direciona o usuário para os conteúdos de seu maior interesse baseado em suas buscas recentes. Foram também selecionadas páginas de alta relevância sugeridas pelo próprio algoritmo (exemplo: marcações das próprias páginas, páginas com número expressivo de seguidores dentro dos critérios de inclusão). Como as páginas foram acessadas para a busca das últimas publicações, a própria inteligência artificial dessa rede social começou a direcionar os pesquisadores para conteúdos das mesmas páginas, tornando assim a busca redundante

e o encerramento foi dado. A busca foi feita uma vez por semana, com intervalos de uma semana e com duração de 4 meses. As páginas avaliadas foram aquelas de perfil público sem necessidade de solicitação para acesso ao conteúdo total.

O instrumento de pesquisa utilizado foi um roteiro elaborado pelos próprios pesquisadores com a intenção de caracterizar as publicações das páginas do *Instagram*, bem como identificar o nível de evidência científica utilizado e divulgado nessas publicações. Foram abordados aspectos como número de seguidores, número de publicações da página, uso da evidência científica, associação de conteúdo pessoal, nível de evidência utilizado e número de curtidas das publicações. Para a análise da evidência científica, foram utilizados os parâmetros explicitados pelos guias GRADE e da Universidade de Oxford (Figura 1 e Quadro 1). O questionário foi elaborado através da ferramenta *Google Forms*, sendo o formulário preenchido pelos próprios pesquisadores com as respostas, gerando a estatística descritiva fornecida pelo próprio sistema.

Os fatores em estudo foram: nível de evidência científica utilizado nas páginas com foco em pesquisa em saúde no *Instagram* em dois níveis: GRADE e Oxford. As respostas trataram do número de seguidores e de publicações, da área da saúde de foco central na página e do uso de referências e citações nas postagens.

Acerca dos critérios de inclusão, foram incluídas páginas com mais de 500 seguidores, com mais de 25 publicações, em acesso aberto, que tinham como foco a divulgação de material científico na área de saúde e que apresentaram conteúdo com foco na prática de saúde baseada em evidência científica e que foram localizadas pelas *hashtags* utilizadas como chaves de busca. Foram excluídas páginas que apresentaram alta frequência de postagens de cunho pessoal associado ao conteúdo acadêmico, páginas que tinham o foco central em marketing e divulgação de algum profissional ou serviço, páginas de acesso restrito e com número de seguidores inferior a mil ou que estavam em idiomas diversos ao português.

A análise estatística, para categorizar o grupo em estudo, foi realizada através das estatísticas descritivas, com tabelas de frequência para as variáveis qualitativas.

Figura 1: Nível de evidência científica por tipo de estudo – OXFORD

Nível de Evidência Científica por Tipo de Estudo - "Oxford Centre for Evidence-based Medicine" - última atualização maio de 2001			
Grau de Recomendação	Nível de Evidência	Tratamento/ Prevenção – Etiologia	Diagnóstico
A	1A	Revisão Sistemática (com homogeneidade) de Ensaios Clínicos Controlados e Randomizados	Revisão Sistemática (com homogeneidade) de Estudos Diagnósticos nível 1 Critério Diagnóstico de estudos nível 1B, em diferentes centros clínicos
	1B	Ensaio Clínico Controlado e Randomizado com Intervalo de Confiança Estreito	Coorte validada, com bom padrão de referência Critério Diagnóstico testado em um único centro clínico
	1C	Resultados Terapêuticos do tipo "tudo ou nada"	Sensibilidade e Especificidade próximas de 100%
B	2A	Revisão Sistemática (com homogeneidade) de Estudos de Coorte	Revisão Sistemática (com homogeneidade) de estudos diagnósticos de nível > 2
	2B	Estudo de Coorte (incluindo Ensaio Clínico Randomizado de Menor Qualidade)	Coorte Exploratória com bom padrão de Referência Critério Diagnóstico derivado ou validade em amostras fragmentadas ou banco de dados
	2C	Observação de Resultados Terapêuticos (outcomes research) Estudo Ecológico	
	3A	Revisão Sistemática (com homogeneidade) de Estudos Caso-Controlle	Revisão Sistemática (com homogeneidade) de estudos diagnósticos de nível > 3B
	3B	Estudo Caso-Controlle	Seleção não consecutiva de casos, ou padrão de referência aplicado de forma pouco consistente
C	4	Relato de Casos (incluindo Coorte ou Caso-Controlle de menor qualidade)	Estudo caso-controlle; ou padrão de referência pobre ou não independente
D	5	Opinião desprovida de avaliação crítica ou baseada em matérias básicas (estudo fisiológico ou estudo com animais)	

Fonte: Centro de Medicina Baseada em Evidência Científica da Universidade de Oxford, 2001. Disponível em: <https://portalarquivos2.saude.gov.br/images/pdf/2014/janeiro/28/tabela-nivel-evidencia.pdf>.

Quadro 1: Níveis de evidência de acordo com o sistema GRADE

Nível	Definição	Implicações	Fonte de informação
Alto	Há forte confiança de que o verdadeiro efeito esteja próximo daquele estimado.	É improvável que trabalhos adicionais irão modificar a confiança na estimativa do efeito.	- Ensaios clínicos bem delineados com amostra representativa. - Em alguns casos, estudos observacionais bem delineados, com achados consistentes.
Moderado	Há confiança moderada no efeito estimado	Trabalhos futuros poderão modificar a confiança na estimativa de efeito, podendo inclusive modificar a estimativa.	- Ensaios clínicos com limitações leves. - Estudos observacionais bem delineados com achados consistentes.
Baixo	A confiança no efeito é limitada	Trabalhos futuros provavelmente terão	- Ensaios clínicos com limitações moderadas

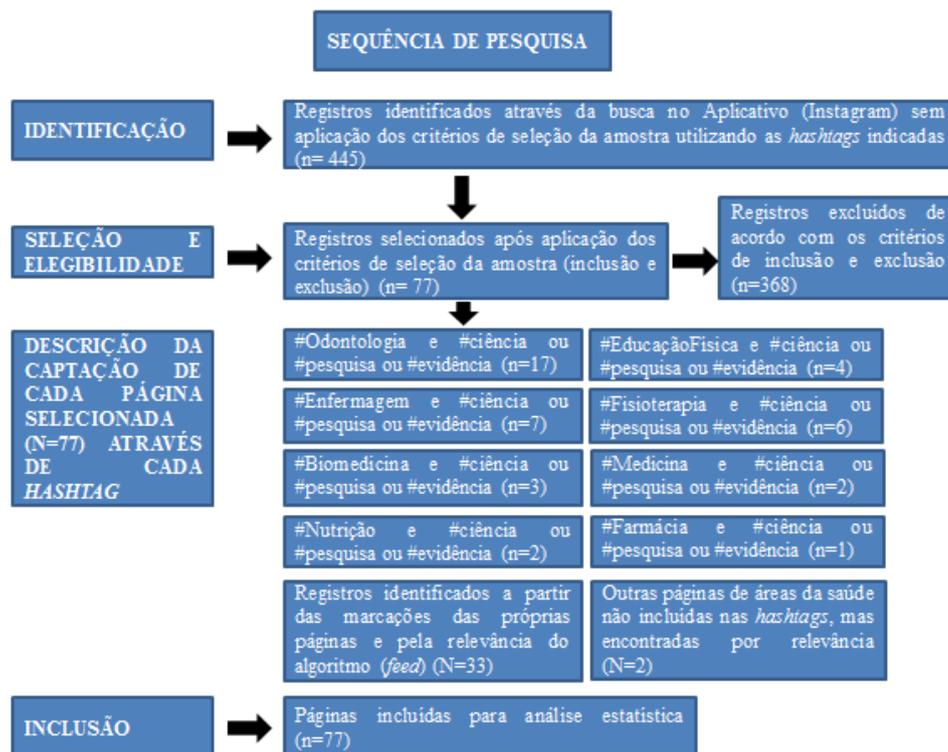
		impacto importante em nossa confiança na estimativa de efeito	- Estudos observacionais comparativos coorte e caso controle
Muito Baixo	A confiança na estimativa do efeito é muito limitada. Há importante grau de incerteza nos achados	Qualquer estimativa de efeito é incerta	- Ensaio clínico com limitações graves. - Estudos observacionais comparativos com limitações. - Estudos observacionais não comparados e opiniões de especialistas.

Fonte: Níveis de evidência de acordo com o sistema GRADE (BRASIL, 2014, p. 45).

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

As pesquisas *Instagram*, através da aplicação dos critérios de seleção da amostra, resultaram na identificação de 77 páginas elegíveis, as quais terão sua localização descrita no fluxograma mostrado pela Figura 2.

Figura 2: Fluxograma para demonstrar a localização das páginas pelas *hashtags*



Fonte: elaborado pelos autores, 2022.

Através da aplicação da pesquisa respeitando os critérios de inclusão e exclusão, além da localização de páginas sugeridas pelo próprio algoritmo, ao total foram analisadas 77 páginas de diversas áreas das ciências da saúde. Por meio da planilha aplicada pela plataforma *Google forms*, pudemos dividir a discussão em tópicos:

número de seguidores e número de publicações; uso de referências; nível de evidência científica de acordo com GRADE e OXFORD; associação de conteúdo pessoal; áreas da ciência da saúde mais abordadas. Esses tópicos foram os mesmos abordados no questionário aplicado.

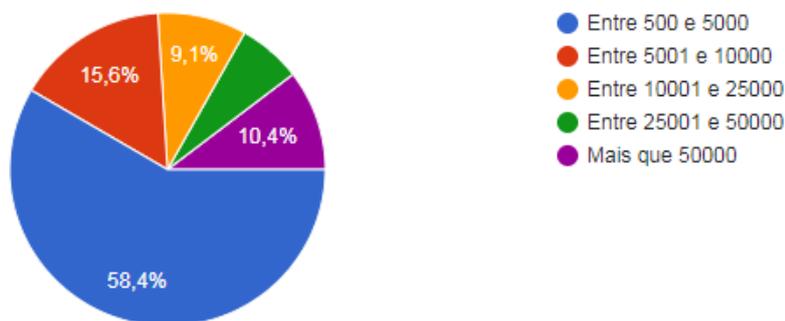
3.1 NÚMERO DE SEGUIDORES E NÚMERO DE PUBLICAÇÕES

Um dos indicadores presentes no que tange à temática de mídias sociais é o indicador de visibilidade, o qual se refere ao alcance do conteúdo exposto e ao tamanho do público atingido (ARAÚJO, 2018) e ao número de seguidores ou inscritos de uma página (AZEVEDO *et al.*, 2017). No contexto deste estudo, a análise da quantidade de seguidores de uma página é de extrema importância, visto que, quanto mais é seguida, maior seu indicador de visibilidade, o que proporcionalmente resulta em um maior indicador de influência (os conteúdos publicados têm influência sobre um determinado grupo) (ARAÚJO, 2018), ou seja, mais seguidores geram maior abrangência ao público que busca a informação em saúde, assim como uma maior influência sobre esse público interferindo diretamente no processo de formação de opinião dos usuários do *app*.

As principais páginas de informação em saúde do *Instagram* têm entre 500 a 5000 seguidores (58,4%), mas puderam ser observadas páginas com quantidades variadas de seguidores: 5001 a 10000 (15,6%); 10001 a 25000 (9,1%); 25001 a 50000 (6,5%); mais que 50000 (10,4%), como demonstrado no Figura 3.

Os achados demonstram que as páginas encontradas ainda se limitam a uma menor quantidade de seguidores, gerando um menor indicador de visibilidade e uma conseqüente menor abrangência, interferindo diretamente, sem inferência de causalidade, no processo de visibilidade, de influência e de distribuição da informação em saúde no aplicativo *Instagram*.

Figura 3: Quantidade de seguidores das páginas analisadas



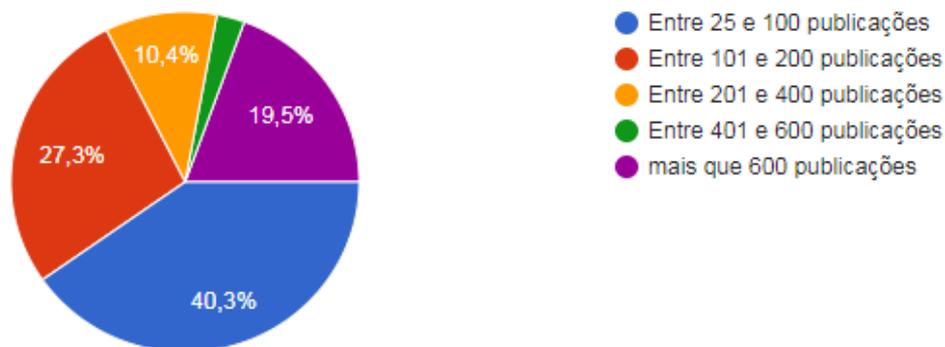
Fonte: dados da pesquisa, 2022.

A análise do número de publicações de cada página consegue indicar um parâmetro da frequência de postagem de determinada página e permite realizar uma comparação entre qualidade x quantidade.

Entrando em uma discussão acerca do binômio qualidade x quantidade em uma rede social, nota-se que a quantidade de postagens deve ser gerenciada de maneira prudente, visto que um número excessivo de postagens pode ser interpretado como *spam* (conteúdo indesejado) e faz com que o algoritmo do aplicativo deixe de exibir o conteúdo de tal página na tela do usuário (SOBRINHO; GADELHA, 2013). Acerca da qualidade, *posts* com imagens atrativas e textos curtos e claros favorecem o engajamento (interação de usuários com o conteúdo postado) (SOBRINHO; GADELHA, 2013), assim como conteúdos de alto nível de evidência se caracterizam como conteúdos de qualidade. Cabe então às páginas de educação e informação em saúde conseguir dosar a quantidade de *posts* respeitando sua qualidade, e não menos importante seu nível de evidência científica.

Na figura 4, dentre as 77 páginas de informação em saúde, a maioria (40,3%) possui entre 25 e 100 publicações, mostrando-nos que podem realizar postagens de maneira prudente e efetuar um bom gerenciamento de página, ou até mesmo serem páginas ainda muito novas ou criadas recentemente. O restante das páginas apresenta número de publicações entre 101 e 200 (27,3%); entre 201 e 400 (10,4%); entre 401 e 600 (2,6%) e mais que 600 publicações (19,5%), realçando que ainda há um número expressivo de páginas que possuem muitas publicações e necessitam de uma melhor avaliação de sua qualidade.

Figura 4: Número de publicações das páginas analisadas



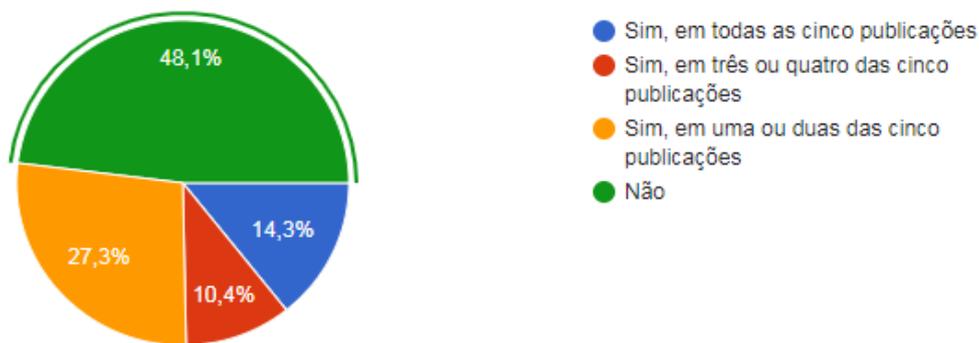
Fonte: dados da pesquisa, 2022.

3.2 USO DE REFERÊNCIAS

O uso de referências entra em consonância com a fundamentação da pesquisa, sendo que a mesma pode se iniciar a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas e publicadas por meio de diversas fontes de informação. Qualquer trabalho científico terá uma base fundamentada em uma pesquisa bibliográfica e para isso é necessário o referencial teórico. A pesquisa bibliográfica permitirá ao pesquisador conhecer o que já se estudou sobre determinado tema e, a partir disso, tornar a ciência, ciência. (SOUSA *et al.*, 2021). Entretanto, não significa que, se uma fonte de informação está referenciada, é de boa qualidade. A avaliação do que é referenciado, ou até mesmo se é referenciado é, portanto, importante.

A partir das páginas analisadas, podemos ver que a maioria (48,1%) não referencia suas publicações, mostrando que, apesar das páginas serem de informação em saúde, não demonstram o referencial necessário para serem adequadas ao uso da evidência científica. Foram verificadas também páginas que não referenciam em sua totalidade, sendo elas uma ou duas das cinco publicações (27,3%) e páginas que referenciam todas ou quase todas somam (24,7%). Ainda foram encontradas páginas em que, mesmo referenciando, tais referências não apresentam nível científico compatível com a análise de Oxford e GRADE. Muitas vezes, é parte da literatura cinzenta, como a utilização de livros ou de conteúdo não revisado por pares.

Figura 5: Uso de referências e citações nas últimas 5 publicações



Fonte: dados da pesquisa, 2022.

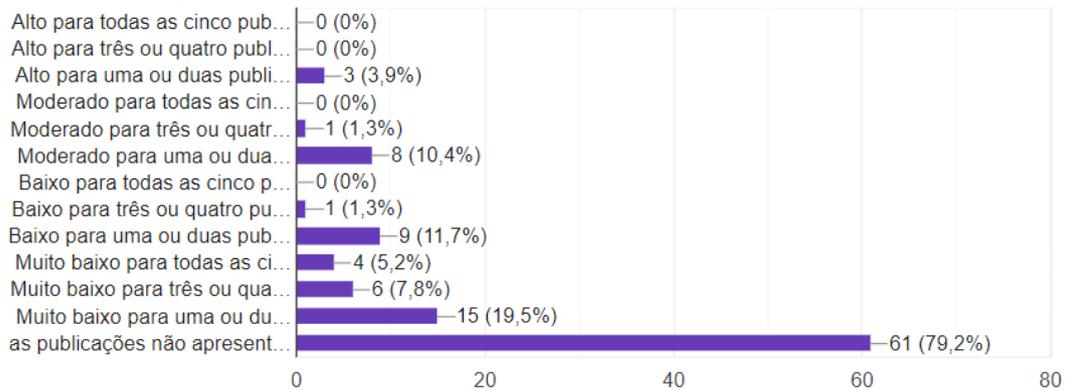
3.3 NÍVEL DE EVIDÊNCIA CIENTÍFICA DE ACORDO COM GRADE E OXFORD

O advento da internet e das mídias sociais gerou um desafio no que tange à prática evidência científica. A internet consegue facilitar o acesso à informação, necessitando-se, assim, do aumento exponencial do pensamento crítico acerca da informação recebida (PINTO; FIGUEIREDO, 2020). Dentre essa criticidade, a avaliação dos níveis de evidência científica se faz extremamente necessário, visto que pode avaliar a qualidade da informação transmitida a partir de critérios bem fundamentados, como os parâmetros do sistema GRADE e os níveis de evidência de acordo com o Centro de Medicina Baseada em Evidência da Universidade de Oxford.

A partir da utilização desses dois parâmetros, conseguimos avaliar o nível de evidência científica. As páginas analisadas mostram que, em ambos os casos, suas publicações, em maioria, não apresentam nenhum dos níveis de evidência científica relatados. O resultado total na Figura 6 e na Figura 7 soma mais de 100%, pois era possível selecionar mais de uma opção em ambos os casos. A Figura 6 demonstra os níveis de evidência científica de acordo com o sistema GRADE e expõe que, em sua maioria, não apresenta nenhum nível de evidência científica relatado (79,2%), em contraponto apenas 3,9% das publicações analisadas demonstram a utilização de um alto nível de evidência, ou seja, uma realidade ainda distante quando se fala do uso da prática da evidência científica nessas páginas. Ainda foi possível encontrar a utilização de índices moderados, baixos e muito baixos. Isso se repete para a Figura 7, em que, de acordo com os critérios dos níveis de evidência de Oxford, níveis de evidência

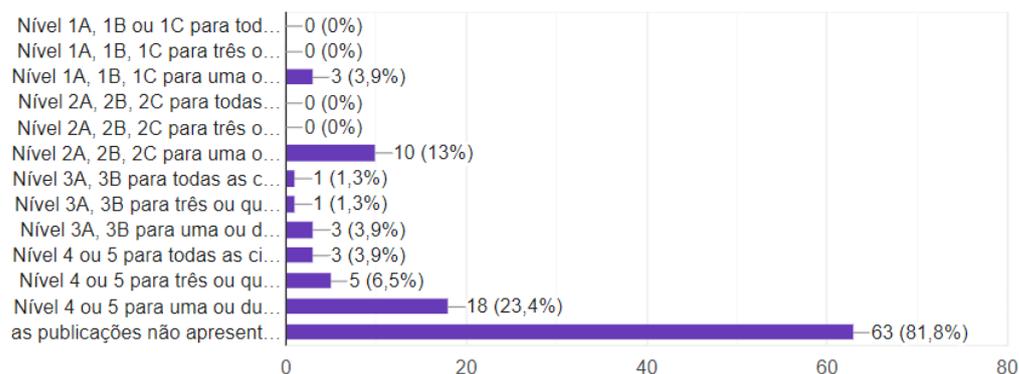
expressivos (1A, 1B e 1C) aparecem em somente 3,9% das publicações analisadas, e as publicações, em sua maioria, não apresentam nenhum dos níveis de evidência relatados (81,8%).

Figura 6: Nível de evidência científica de acordo com GRADE



Fonte: dados da pesquisa, 2022.

Figura 7: Nível de evidência de acordo com Centro de Medicina Baseada em Evidência da Universidade de Oxford



Fonte: dados da pesquisa, 2022.

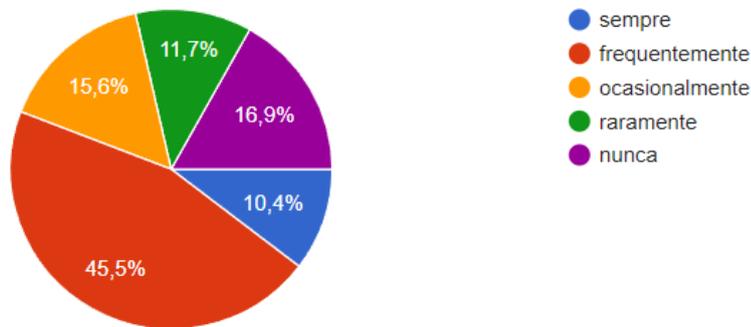
Em suma, os achados sugerem que a utilização da prática da evidência científica em páginas de informação e divulgação de material científico na área de saúde ainda é deficitária. Várias páginas sequer referenciam suas publicações e, quando referenciadas, em sua maioria não apresentam nenhum nível de evidência compatível com GRADE ou Oxford.

3.4 ASSOCIAÇÃO DE CONTEÚDO PESSOAL

A associação de conteúdo pessoal à página de informação em saúde pode, muitas vezes, mostrar o seu verdadeiro foco, ou seja, se é comercial/pessoal ou realmente uma página de divulgação de conteúdo científico. Foi encontrada associação de conteúdo pessoal de maneira frequente nas páginas analisadas (45,5%), o que pode demonstrar um caráter mais comercial e expositivo ou de autodivulgação do que *a priori*

a divulgação de conteúdo científico em saúde. Uma menor parte associa conteúdo pessoal sempre (10,4%), ocasionalmente (15,6%) e raramente ou nunca somam (28,6%).

Figura 8: Associação de conteúdo pessoal às postagens da página

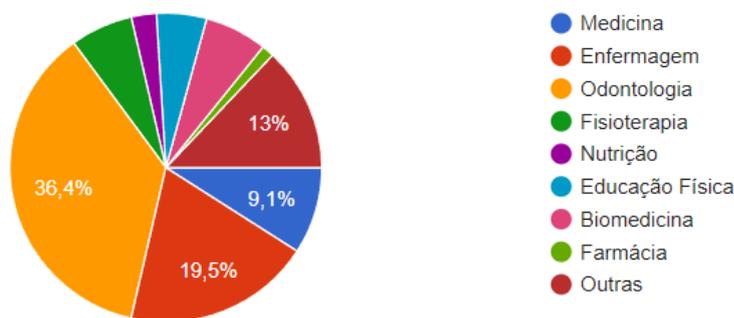


Fonte: dados da pesquisa, 2022.

3.5 ÁREAS DA SAÚDE MAIS ENCONTRADAS NAS PÁGINAS

O parâmetro área da saúde mais encontrada consegue mostrar a relação entre determinada área da saúde e como ela divulga material científico em sua temática. Entretanto, o algoritmo do *Instagram*, assim como o de qualquer rede social, encaminha para quem o utiliza conteúdo mais relevante ou pertinente a seu perfil pessoal/acadêmico. Na pesquisa em questão, isso se aplicou: o pesquisador inserido na área de Odontologia encontrou em maior número páginas dessa área (36,4%); em maior quantidade ainda foram encontradas páginas de Enfermagem (19,5%) e páginas de medicina (13%). Essas áreas e outras estão representadas na Figura 9.

Figura 9: Áreas da saúde mais abordadas nas páginas



Fonte: dados da pesquisa, 2022.

4 CONCLUSÃO

O conteúdo das páginas pesquisadas no *Instagram* não apresenta evidência científica relevante, apesar do uso regular dessa plataforma pelos acadêmicos. Várias

páginas sequer referenciam suas publicações e, quando referenciadas, em sua maioria não apresentam nenhum nível de evidência compatível a GRADE ou Oxford. Seriam necessários o monitoramento assertivo da informação e a divulgação científica no *Instagram*, assim como a criticidade do usuário do aplicativo, em especial, o público acadêmico, o qual está inserido em um meio científico. Páginas de Odontologia foram mais encontradas, até pelo efeito do algoritmo da própria rede social dos pesquisadores, que são da área dessa área. A associação conteúdo pessoal x divulgação científica é constante nas publicações pesquisadas. Mais pesquisas são necessárias para melhor entendimento da temática, além do conhecimento para fomentar sua aplicação.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, R. F. Marketing científico digital e métricas de mídias sociais: indicadores-chave de desempenho de periódicos no Facebook. **Revista Informação e Sociedade**, [S. l.], v. 28, n. 1, p. 1-16, jan. 2018. Disponível em:

<https://periodicos.ufpb.br/index.php/ies/article/view/22063/20360>. Acesso em: 12 jun. 2022.

AZEVEDO, A. K. V. S. *et al.* O uso de mídias sociais como marketing digital por revistas científicas eletrônicas da área de Ciências Sociais Aplicadas. **Anais do Encontro de Usuários de sistema de publicação - SIS PUB**, v. 1, n. 1, p. 1-11, 2017.

Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Ronaldo-Araujo-5/publication/316818548_O_uso_de_midias_sociais_como_marketing_digital_por_revistas_cientificas_eletronicas_da_area_de_Ciencias_Sociais_Aplicadas/links/5991bd4b458515a8a24b7b08/O-uso-de-midias-sociais-como-marketing-digital-por-revistas-cientificas-eletronicas-da-area-de-Ciencias-Sociais-Aplicadas.pdf. Acesso em: 12 jun. 2022.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Diretrizes Metodológicas: o sistema GRADE – manual de graduação da qualidade da evidência e força de recomendação para tomada de decisão em saúde**. 2014. Disponível em:

http://bvsmms.saude.gov.br/bvs/ct/PDF/diretriz_do_grade.pdf. Acesso em: 12 jun. 2022.

CANI, J. B. *et al.* Educação e covid-19: a arte de reinventar a escola mediando a aprendizagem prioritariamente pelas tdc. **Revista Ifes Ciência**, [S. l.], v. 6, n. 1, p. 23-39, 13 jun. 2020. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.36524/ric.v6i1.713>. Acesso em: 12 jun. 2021.

JENKINS, E. L. *et al.* The Credibility and Authenticity of Social Media Content for Applications in Health Communication: scoping review. **Journal Of Medical Internet Research**, [S. l.], v. 22, n. 7, p. 17296, 23 jul. 2020. Disponível em:

<http://dx.doi.org/10.2196/17296>. Acesso em: 15 jun. 2021.

KATZ, M.; NANDI, N. Social Media and Medical Education in the Context of the COVID-19 Pandemic: scoping review. **Jmir Medical Education**, [S. l.], v. 7, n. 2, p.

25892, 12 abr. 2021. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.2196/25892>. Acesso em: 8 jan. 2022.

LIBARDI, M. B. O. *et al.* Comunicação em saúde por meio do ambiente virtual: relato de experiência. **Revista Gaúcha de Enfermagem**, [S. l.], v. 39, p. e20170229-e20170229, ago. 2018. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1983-1447.2018.20170229>. Acesso em: 17 jun. 2021.

MACHADO, F. C. *et al.* Teleorientação com o uso de ferramentas digitais no auxílio ao atendimento odontológico em época de pandemia da COVID-19: revisão integrativa da literatura. **Research, Society And Development**, [S. l.], v. 10, n. 6, p. 17210615663, 27 mai. 2021. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v10i6.15663>. Acesso em: 10 junho 2021.

MONTANDON, F. M. *et al.* O Instagram® como ferramenta de educação e multiplicação do conhecimento em saúde bucal. **Cadernos RCC**, [S. l.], v. 7, n. 4, p. 185-189, nov. 2020. Disponível em: <http://www.periodicos.se.df.gov.br/index.php/comcenso/article/view/954/597>. Acesso em: 10 jun. 2021.

MURALIDHARA, S.; PAUL, M. J. #Healthy Selfies: exploration of health topics on instagram. **Jmir Public Health And Surveillance**, [S. l.], v. 4, n. 2, p. 10150, 29 jun. 2018. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.2196/10150>. Acesso em: 17 jun. 2021.

OCDE. 21st-Century Readers. **Pisa**, [S. l.], v. 21, n. 1, p. 1-216, 4 maio 2021. OCDE. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1787/a83d84cb-en>. Acesso em: 18 jun. 2021.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE. Entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a COVID-19. **Folheto informativo**, n. 5, 2020. Disponível em: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52054/FactsheeInfodemic_por.pdf?sequence=14. Acesso em: 18 nov. 2020.

PINTO, L. T.; FIGUEIREDO, V. A. Redes sociais: oportunidade de buscar evidências nas informações compartilhadas pelos alunos. **Revista Interdisciplinas Parcerias Digitais**, [S. l.], v. 2, n. 2, p. 1-8, 2020. Disponível em: <http://cp2.gov.br/ojs/index.php/parceriasdigitais/article/view/2345/1589>. Acesso em: 18 jun. 2022.

PULJAK, L. Using social media for knowledge translation, promotion of evidence-based medicine and high-quality information on health. **Journal Of Evidence-Based Medicine**, [S. l.], v. 9, n. 1, p. 4-7, fev. 2016. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1111/jebm.12175>. Acesso em: 17 jun. 2021.

SBAFFI, L.; ROWLEY, J. Trust and Credibility in Web-Based Health Information: a review and agenda for future research. **Journal Of Medical Internet Research**, [S. l.], v.

19, n. 6, p. 218, 19 jun. 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.2196/jmir.7579>. Acesso em: 17 jun. 2021.

SOBRINHO, R. GADELHA, S. Um modelo de interação em redes sociais para o aumento da visibilidade de marcas. **Proceedings Short-Paper**, [S. l.], v. 8, n. 1, p. 164-167, nov. 2013. Disponível em: <https://dl.acm.org/doi/pdf/10.5555/2542508.2542540>. Acesso em: 18 jun. 2022.

SOUSA, A. S. D. *et al.* A pesquisa bibliográfica: princípios e fundamentos. **Cadernos da Fucamp**, Minas Gerais, v. 20, ed. 43, p. 64-83, 2021. Disponível em: <https://revistas.fucamp.edu.br/index.php/cadernos/article/view/2336>. Acesso em: 30 jul. 2021.

SUAREZ-LLEDO, V. *et al.* Prevalence of Health Misinformation on Social Media: systematic review. **Journal Of Medical Internet Research**, [S. l.], v. 23, n. 1, p. 17187, 20 jan. 2021. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.2196/17187>. Acesso em: 18 jun. 2021.

VALENTE, J. C. L. Algoritmos e Sites de Redes Sociais: uma discussão crítica sobre o caso do Facebook. **Revista Pós**, [S. l.], v. 14, n. 2, p. 97-113, jul. 2019. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/revistapos/article/view/26491/23167>. Acesso em: 18 jun. 2021.

WANG, Y. *et al.* Systematic Literature Review on the Spread of Health-related Misinformation on Social Media. **Social Science & Medicine**, [S. l.], v. 240, p. 112552, nov. 2019. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1016/j.socscimed.2019.112552>. Acesso em: 20 jun. 2021.