



Citações ou Curtidas: este dilema não pode existir

Citations or Likes: this dilemma cannot exist

As redes sociais são utilizadas na sociedade para conectar, educar e comunicar¹.

Um perfil médico nas redes deve atingir o público-alvo, ter conteúdo científica e eticamente adequado, além de ser eficiente mercadologicamente.

Entretanto, julgar a capacidade e competência médicas, baseando-se exclusivamente em número de curtidas ou visualizações das mídias sociais não parece lógico e seria algo inacreditável há alguns anos. Infelizmente, pessoas depositam no número de seguidores ou visualizações um valor de competência, como se popularidade fosse sinônimo de qualidade. Argumentar que um produto ou um profissional tem mérito porque tem apoio popular é uma das táticas de argumentação mais antigas que existem. É também uma das mais falhas².

Felizmente a ciência e a academia são tão importantes que até para analisar os efeitos das mídias sociais é preciso realizar estudos. Bath e cols. (2022) publicaram recentemente estudo cuja metodologia envolveu a criação de um perfil fictício de mídia social com imagens de resultados cirúrgicos. Os autores demonstraram que os melhores resultados cirúrgicos foram mais importantes que o número de seguidores ou curtidas no que se refere à maior probabilidade de recrutamento de novos pacientes. No entanto, os resultados estéticos foram mais importantes do que a certificação do profissional no conselho da especialidade. Ainda, de acordo com Dorfman e cols. (2019), o número total de seguidores nas mídias sociais foi mais importante para o posicionamento nas primeiras páginas de ferramentas de busca do que o ranking da faculdade de medicina em que o profissional cursou ou os anos ativos de prática profissional.

Não considero o papel das mídias sociais menos importante. Mas são coisas diferentes. Competência médica e profissional, envolve formação, treinamento, aprimoramento e produção científica. O papel do desempenho científico na valoração do profissional não é comparável à popularidade na mídia ou aos resultados obtidos e divulgados, nos países em que a regulamentação médica assim o permite. A publicação de um artigo científico é a constatação da importância deste estudo como contribuinte no desenvolvimento e aprimoramento da medicina, do ensino e do cuidado ao paciente.

Outrossim, há ainda um outro lado das mídias sociais a ser explorado pela classe médica, como verdadeiras aliadas, utilizando-se destas para a promoção e divulgação das publicações científicas. A mídia social pode ser uma boa ferramenta para a divulgação de publicações científicas, para um reforço positivo da importância acadêmica na atividade do profissional⁵. Sathianathen e cols. e vários outros estudos⁷⁻¹⁰ demonstram que a visibilidade de artigos de artigos nas mídias sociais estimula o número de citações e podem até ser uma medida substituta precoce do impacto científico.

É preciso sempre publicar.

Dov Goldenberg,
Editor Chefe.

REFERÊNCIAS

1. Schoenbrunner A, Gosman A, Bajaj AK. Framework for the creation of ethical and professional social media content. *Plast Reconstr Surg.* 2019 Jul;144(1):118e-25e. DOI: <https://doi.org/10.1097/PRS.00000000000005782>
2. Kalid A. Logical fallacy: popularity is not quality. *Better Explained* [Internet]. 2007. Disponível em: <https://betterexplained.com/articles/logical-fallacy-popularity-is-not-quality/>
3. Bhat D, Kollu T, Ricci JA, Patel A. How do you like me now? The influence of “likes” and followers on social media in plastic surgery. *Plast Reconstr Surg.* 2022 Feb 23; [Epub ahead of print]. DOI: <https://doi.org/10.1097/PRS.00000000000008919>
4. Dorfman RG, Mahmood E, Ren A, Turin SY, Vaca EE, Fine NA, et al. Google ranking of plastic surgeons values social media presence over academic pedigree and experience. *Aesthet Surg J.* 2019 Abr;39(4):447-51. DOI: <https://doi.org/10.1093/asj/sjy285>

DOI: 10.5935/2177-1235.2022RBCP0001



5. Shmuylovich L, Grada A, Daneshjou R. Social media: a new tool for scientific engagement. *J Invest Dermatol.* 2020 Oct;140(10):1884-5. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jid.2020.08.005>
6. Sathianathan NJ, Lane III R, Murphy DG, Loeb S, Bakker C, Lamb AD, et al. Social media coverage of scientific articles immediately after publication predicts subsequent citations - #SoME_Impact Score: observational analysis. *J Med Internet Res.* 2020 Apr;22(4):e12288. DOI: <https://doi.org/10.2196/12288>
7. Zimba O, Gasparyan AY. Social media platforms: a primer for researchers. *Reumatologia.* 2021;59(2):68-72. DOI: <https://doi.org/10.5114/reum.2021.102707>
8. Grossman R, Sgarbura O, Hallet J, Søreide K. Social media in surgery: evolving role in research communication and beyond. *Langenbecks Arch Surg.* 2021 May;406(3):505-20. DOI: <https://doi.org/10.1007/s00423-021-02135-7>
9. Gasparyan AY, Yessirkepov M, Voronov AA, Makshev AA, Kitas GD. Article-Level Metrics. *J Korean Med Sci.* 2021 Mar;36(11):e74. DOI: <https://doi.org/10.3346/jkms.2021.36.e74>
10. Alotaibi NM, Guha D, Fallah A, Aldakkan A, Nassiri F, Badhiwala JH, et al. Social media metrics and bibliometric profiles of neurosurgical departments and journals: is there a relationship? *World Neurosurg.* 2016 Jun;90:574-579.e7. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.wneu.2016.01.087>