

## REVISÃO INTEGRATIVA DA ECONOMIA COMPORTAMENTAL E DA NEUROECONOMIA SOBRE OS VIESES COGNITIVOS EM SITES DE REDES SOCIAIS (SNS)

Marina Ribeiro Ventura, Marianne Zwilling Stampe

### INTRODUÇÃO

Cerca de 4 bilhões de pessoas usam plataformas digitais em diferentes Sistemas de Rede Social (SNS) (Tripathi, 2023), influenciando a criação de novos modelos econômicos e hábitos de consumo (Kuncoro; Hasanah, 2024). Essas redes são dependentes da personalização de conteúdos (Eg; Tønnesen; Tennfjord, 2023), realidade de plataformas como Instagram, Netflix, Spotify e TikTok (Jesse; Jannach, 2021). Ademais, pesquisas indicam que os Sistemas de Recomendação (RS), filtros utilizados pelas redes sociais, exploram a arquitetura cognitiva humana e influenciam as preferências individuais e a tomada de decisão (Bodislav; Georgescu, 2025).

Através de uma revisão integrativa da literatura, conduzida segundo as diretrizes do método PRISMA 2020 (Page et al., 2022) adaptado, buscamos responder à seguinte questão: Como os algoritmos de recomendação em redes sociais amplificam vieses cognitivos segundo a perspectiva da Economia Comportamental e da Neuroeconomia? O objetivo final é apontar as lacunas dos modelos existentes e sugerir intervenções práticas e éticas, visando criar um ambiente digital mais saudável e capacitador para seus usuários.

### DESENVOLVIMENTO

A revisão foi conduzida em quatro bases de dados: Scielo, Scopus, EBSCO e Google Scholar, considerando artigos revisados por pares, publicados de janeiro de 2020 a junho de 2025 e diretamente relacionados ao escopo do tema. Foram excluídos os artigos duplicados, irrelevantes ao escopo da pesquisa e cujo foco tenha sido a proposição de novas metodologias, visto que buscamos analisar modelos já existentes.

Utilizaram-se operadores booleanos e palavras-chave, apresentados na Figura 1, conforme seis eixos principais: (1a) Funcionamento de algoritmos em redes sociais; (1b) Impactos neurológicos do uso intensivo de plataformas digitais; (1c) Efeitos psicológicos do uso intensivo de plataformas digitais; (2) Revisões de Economia Comportamental; (3) Revisões de Neuroeconomia; (4) Interfaces entre Redes Sociais e Neuroeconomia; (5) Interfaces entre Redes Sociais e Economia Comportamental; e (6a e 6b) Interfaces entre Economia Comportamental e Neuroeconomia. No total, 1.734 registros foram inicialmente identificados, sendo 228 selecionados após leitura de título e resumo, categorizados e organizados em planilha conforme os eixos temáticos, utilizando-se a técnica de *Snowballing* para captura de referências relevantes em artigos já selecionados.

### RESULTADOS

Entre os eixos mapeados, nos concentraremos no Eixo 1. SNS podem ampliar vieses cognitivos (Coppolillo et. al 2025), levando usuários a generalizações e julgamentos baseados apenas nas informações disponíveis (Kahneman, 2012). Já do ponto de vista neurocognitivo, um maior uso de redes sociais foi associado à diminuição da espessura do córtex pré-frontal lateral (LPFC) e da área de superfície da junção temporoparietal (TPJ), áreas ligadas ao controle inibitório e à sociabilidade (Achterberg et al., 2022; Pehlivanova et al., 2018). Utilizando ressonâncias magnéticas, pesquisadores descobriram que o vício em SNS está ligado a uma

redução do volume de massa cinzenta na amígdala, o que sugere um sistema impulsivo mais eficiente, similar ao observado em vícios em substâncias e jogos de azar (He; Turel; Bechara, 2017; Kanneman, 2012).

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os SNS podem potencializar heurísticas e vieses cognitivos, modelando circuitos neurais e afetando fatores da cognição como atenção e impulsividade. Dinâmica que pode ter implicações severas nos campos da saúde e da economia, dentre outros. A integração entre Economia Comportamental e Neuroeconomia permite explicar tais impactos, embora ainda careçam de estudos de longo prazo. A continuidade desta pesquisa busca mapear com maior precisão os vieses cognitivos e impactos neurais das redes sociais, bem como propor intervenções práticas, éticas e baseadas em evidência concretas.

**Palavras-chave:** Redes Sociais; SNS; Economia Comportamental; Neuroeconomia

### ILUSTRAÇÕES

Eixo	Operadores Booleanos e Palavras-chave	EBSCO	Scopus	Scielo	Scholar	
1a	"social media algorithms" OR "algorithmic recommendation" OR "recommendation system" OR "content curation" OR "personalized recommendations" OR "algorithmic filtering" OR "personalized content" OR "user engagement optimization"	4	14	12	9	39
1b	("social media" OR "SNS" OR "Social Network" OR "Social Networking sites") AND ("cognitive effect" OR "neurological effect" OR "cognitive overload" OR "addiction" OR "cognitive impact")	9	7	8	8	32
1c	("side effects" OR "psychological effects") AND ("social media" OR "SNS" OR "Social Network" OR "Social Networking sites")	2	5	4	11	22
2a	("behavioral economics" OR "behavioural economics" OR "behavioral economy") AND ("literature review" OR "systematic review" OR "review article")	1	2	8	5	16
3a	("neuroeconomics" OR "decision neuroscience" OR "neuroeconomic decision making") AND ("literature review" OR "systematic review" OR "review article")	10	6	2	14	32
4a	("social media" OR "online platforms" OR "digital platforms" OR "social networking sites" OR "SNS") AND ("neuroeconomics" OR "decision neuroscience" OR "neuroeconomic decision making")	0	0	1	12	13
5a	("social media" OR "online platforms" OR "digital platforms" OR "social networking sites" OR "SNS") AND ("behavioral economics" OR "bounded rationality" OR "cognitive biases")	8	7	5	4	24
6a	("behavioral economics" OR "bounded rationality" OR "prospect theory" OR "nudging") AND ("neuroeconomics" OR "decision neuroscience" OR "neuroeconomic decision making")	13	10	18	5	46
6b	("behavioral economics" OR "bounded rationality" OR "prospect theory" OR "nudging") AND ("neuroeconomics" OR "decision neuroscience" OR "neuroeconomic decision making") AND ("literature review" OR "systematic review" OR "review article")	3	0	1	0	4
	TOTAL	50	51	59	68	228

**Figura 1.** Número de artigos selecionados por base de pesquisa, eixo e palavras-chave.

### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

TRIPATHI, Abhishek; ALI, Syed Haider. Development of SMEs in India: role of digitalisation. *Jamshedpur Research Review*, v. 5, n. 61, p. 108-114, set./out. 2023.

ACHTERBERG, Michelle et al. Longitudinal Associations between Social Media use, Mental well-being and Structural Brain Development across Adolescence. **Developmental Cognitive Neuroscience**, v. 54, n. 54, p. 101088, fev. 2022.

BODISLAV, Dumitru Alexandru; GEORGESCU, Raluca Iuliana. Neuroeconomics in the Age of AI: how machine learning alters human decision-making at the neural level. **Theoretical and Applied Economics**, [S.l.], v. 0, n. 2(643), p. 301-312, Summer 2025. Asociația Generală a Economistilor din România / Editura Economica.

COPPOLILLO, Erica. et al. Algorithmic Drift: A simulation framework to study the effects of recommender systems on user preferences. **Information Processing & Management**, v. 62, n. 4, p. 104-125, 26 mar. 2025.

EG, Ragnhild.; TØNNESEN, Özlem Demirkol; TENNFJORD, Merete Kolberg. A scoping review of personalized user experiences on social media: The interplay between algorithms and human factors. **Computers in Human Behavior Reports**, v. 9, n. 1, mar. 2023.

HE, Qinghua; TUREL, Ofir.; BECHARA, Antoine. Brain Anatomy Alterations Associated with Social Networking Site (SNS) Addiction. **Scientific Reports**, v. 7, n. 1, 23 mar. 2017.

JESSE, Mathias; JANNACH, Dietmar. Digital nudging with recommender systems: Survey and future directions. **Computers in Human Behavior Reports**, v. 3, p. 100052, jan. 2021.

KAHNEMAN, Daniel. Thinking, Fast and Slow. [s.l.] Farrar, Straus and Giroux, 2012.

KUNCORO, Restu Maliobo; HASANAH, Khuswatun. How Social Media Algorithms Potentially Reinforce Radical Views. **Insignia: Journal of International Relations**, v. 11, n. 2, p. 126–149, 2024.

PAGE, Matthew J. et al. A declaração PRISMA 2020: diretriz atualizada para relatar revisões sistemáticas. **Epidemiologia e Serviços de Saúde**, v. 31, n. 2, jul. 2022.

PEHLIVANOVA, Marieta et al. Diminished cortical thickness is associated with impulsive choice in adolescence. **Journal of Neuroscience**, v. 38, p. 2471–2481, 2018.

---

**DADOS CADASTRAIS**

---

**BOLSISTA:** Marina Ribeiro Ventura

**MODALIDADE DE BOLSA:** PIVIC

**VIGÊNCIA:** 06/2025 a 08/2025 – Total: 2 meses

**ORIENTADORA:** Marianne Zwilling Stampe

**CENTRO DE ENSINO:** ESAG

**DEPARTAMENTO:** Departamento de Ciências Econômicas (ESAG)

**ÁREAS DE CONHECIMENTO:** Ciências Sociais Aplicadas / Economia

**TÍTULO DO PROJETO DE PESQUISA:** Métodos experimentais para identificar vieses comportamentais: um estudo aplicado a decisões de consumo e à participação em mercados financeiros

**Nº PROTOCOLO DO PROJETO DE PESQUISA:** NPP100-2023 (SIGAA)