



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
CENTRO DE HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM BIBLIOTECONOMIA**

EMILY DOS SANTOS CORREIA

**ANSIEDADE E COMPORTAMENTO INFORMACIONAL DOS ESTUDANTES DE
BIBLIOTECONOMIA: ANÁLISE SOBRE O USO DO *INSTAGRAM* E O EXCESSO
DE INFORMAÇÃO.**

FORTALEZA

2022

EMILY DOS SANTOS CORREIA

ANSIEDADE E COMPORTAMENTO INFORMACIONAL DOS ESTUDANTES DE
BIBLIOTECONOMIA: ANÁLISE SOBRE O USO DO *INSTAGRAM* E O EXCESSO DE
INFORMAÇÃO.

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de Biblioteconomia do Centro de Humanidades II da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Biblioteconomia.

Orientadora: Prof. Dra. Gabriela Belmont de Farias.

FORTALEZA

2022

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

C847a Correia, Emily Dos Santos.

Ansiedade e comportamento informacional dos estudantes de Biblioteconomia : análise sobre o uso do Instagram e o excesso de informação / Emily Dos Santos Correia. – 2022.
85 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Centro de Humanidades, Curso de Biblioteconomia, Fortaleza, 2022.

Orientação: Profa. Dra. Gabriela Belmont de Farias.

1. Ansiedade informacional. 2. Comportamento informacional. 3. Competência em informação . 4. Redes sociais. I. Título.

CDD 020

EMILY DOS SANTOS CORREIA

ANSIEDADE E COMPORTAMENTO INFORMACIONAL DOS ESTUDANTES DE
BIBLIOTECONOMIA: ANÁLISE SOBRE O USO DO INSTAGRAM E O EXCESSO DE
INFORMAÇÃO

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de Biblioteconomia do Centro de Humanidades II da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Biblioteconomia.

Aprovado em 11/07/2022.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dra. Gabriela Belmont de Farias
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. Antônio Wagner Chacon Silva
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. Jefferson Veras Nunes
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Dedicado a todas aquelas que fizeram da dor o seu maior combustível e plantaram uma floresta dentro de si.

AGRADECIMENTOS

A graduação pode ser uma caminhada por vezes solitária e árdua, a minha iniciei ainda menina, no meu aniversário de 18 anos, fascinada e com medo de tudo, e encerro aos 22, como uma mulher que aprendeu a se conhecer e a se amar nos corredores e percalços da UFC. Apesar de ter sido uma caminhada individual, ao adicionar as últimas frases neste texto que encerra esse capítulo da minha vida, muitos nomes aparecem na minha mente e a estes quero prestar meus agradecimentos. Acima de tudo, agradeço a minha mais fiel companhia e inexorável fonte de apoio, Deus, tudo é por ti.

A minha mãe, Elisângela Dos Santos, e meus irmãos, Gerbeson Correia, Evelyn Correia, Gabriel Leite e Kaylane Leite, agradeço por todo o amor, compreensão, confiança e palavras de incentivo. A minha tia Edneuda Correia, agradeço por ter feito da sua casa um lar nas inúmeras vezes em que eu precisei de um. Agradeço ao meu avô Raimundo Correia por ser meu maior exemplo de integridade e ao meu avô José Pena, que nas últimas páginas desse capítulo se tornou aquele pontinho brilhante que eu procuro sempre que olho para o céu. Agradeço também a minha cachorrinha Branquinha Dos Santos, por sua existência que ilumina a minha vida desde o primeiro momento. Aos meus amigos e amigas que fazem parte da minha jornada até hoje, sobretudo Joyce, Nathanael e Nicolle, agradeço o carinho, parceria, apoio e todos as memórias que fizemos juntos.

Aos professores do curso de Biblioteconomia da UFC, sobretudo aos membros da banca o Prof. Dr. Antônio Wagner Chacon Silva, o Prof. Dr. Jefferson Veras Nunes, a Profa. Dr. Maria Giovanna Guedes Farias e a minha orientadora a Profa. Dr. Gabriela Belmont de Farias, sou grata por todos os ensinamentos, auxílio e apoio.

Agradeço também aos homens e mulheres que lutaram e ainda lutam para possibilitar o acesso à educação justa e de qualidade a pessoas como eu, cujo ensino superior na infância era apenas um sonho distante. Por último, mas não menos importante, quero agradecer a mim e a todos os esforços que encontrei para tornar essa caminhada um pouco mais feliz, menos difícil e, sem dúvidas, muito edificante. O melhor ainda está por vir.

Está claro que estamos nos afogando nessa maré de informações. O desafio é aprender a nadar em vez de afogar-se nesse tsunami. Precisamos de mais compreensão e de melhores ferramentas para lidar com essa oferta cada vez maior de informações. É uma aventura tentar adentrar nesse “oceano” para procurar o que queremos, em meio a ondas de dados inúteis que nos desviam no nosso propósito e obscurecem o que queremos achar. Somos como o náufrago numa jangada em meio ao oceano, morrendo de sede e cercado por água inútil para beber.

(MATTOS, 2010, p. 7).

RESUMO

O grande volume de informação que transita diariamente nos canais digitais, vem ocasionando, não somente, uma sobrecarga de dados, mas principalmente uma ansiedade na mente de seus usuários. Esta pesquisa apresenta um referencial teórico conceitual sobre as origens históricas e a relação entre a ansiedade, comportamento informacional e competência em informação no contexto do excesso de informação nas redes sociais e seus impactos no consumo de informação, sobretudo no uso do *Instagram*. Para o desenvolvimento da pesquisa foi definida a questão norteadora - como o excesso de informação disponível na rede social, *Instagram*, impacta no comportamento e provoca ansiedade informacional nos estudantes de Biblioteconomia da Universidade Federal do Ceará? Tendo como objetivo geral: analisar o comportamento e a ansiedade informacional dos estudantes do curso de Biblioteconomia, originada pelo excesso de informações disponíveis no *Instagram*. Os objetivos específicos: a) caracterizar o comportamento informacional dos estudantes quanto ao consumo de informações no *Instagram*; b) delinear os estudantes que se consideram acometidos pela ansiedade informacional; c) identificar os gatilhos das redes sociais que podem causar a ansiedade informacional; e d) verificar os principais sintomas e consequências da ansiedade informacional. A metodologia adotada é de caráter exploratório e descritivo de abordagem quali-quantitativa. O instrumento de coleta de dados foi um questionário semiestruturado desenvolvido na plataforma *Google Form*. Para a interpretação dos dados foi adotado a análise de conteúdo. Ao analisar os dados observou-se que a sobrecarga de informação causa ansiedade informacional nos estudantes, gerando sentimentos e comportamentos negativos, tais como: o consumo excessivo; o evitamento da informação entre outros. Foi evidenciado que uma parte dos estudantes usa o *Instagram* com consciência ao delimitarem o tempo de acesso, identificam o tipo de conteúdo que deseja, demonstrando a presença da competência em informação no comportamento informacional, contribuindo na prevenção dos comportamentos nocivos e sintomas de ansiedade. Concluiu-se que a ansiedade informacional é fomentada pelo excesso de informação, sendo causada pela forma como o indivíduo se comporta nesse contexto. Entretanto evidenciou que as habilidades informacionais e midiáticas somadas às técnicas e cognitivas podem contribuir para um comportamento informacional mais saudável.

Palavras-chave: Ansiedade informacional; Comportamento informacional; Competência em informação; redes sociais.

ABSTRACT

The large volume of information that transits daily on digital channels has been causing not only an overload of data, but mainly an anxiety in the minds of their users. This research presents a theoretical and conceptual framework on the historical origins and the relationship between anxiety, informational behavior and information literacy in the context of excess information in social networks and its impacts on information consumption, especially in the use of Instagram. For the development of the research, the guiding question was defined - how does the excess of information available on the social network, Instagram, impact behavior and cause informational anxiety in Librarianship students at the Federal University of Ceará? With the general objective: to analyze the behavior and informational anxiety of Librarianship students, caused by the excess of information available on Instagram. The specific objectives: a) characterize the informational behavior of students regarding the consumption of information on Instagram; b) outline the students who consider themselves affected by informational anxiety; c) identify the triggers of social networks that can cause informational anxiety; and d) verify the main symptoms and consequences of informational anxiety. The methodology adopted is exploratory and descriptive, with a qualitative and quantitative approach. The data collection instrument was a semi-structured questionnaire developed on the Google Form platform. For the interpretation of data, content analysis was adopted. When analyzing the data, it was observed that information overload causes informational anxiety in students, generating negative feelings and behaviors, such as: excessive consumption; the avoidance of information among others. It was evidenced that a part of the students uses Instagram consciously by delimiting the access time, identifying the type of content they want, demonstrating the presence of information competence in informational behavior, contributing to the prevention of harmful behaviors and anxiety symptoms. It was concluded that informational anxiety is fostered by the excess of information, being caused by the way the individual behaves in this context. However, it showed that informational and media skills added to techniques and cognitive skills can contribute to a healthier informational behavior.

Keywords: Information anxiety; Information behavior; Information competency; social networks.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CHAs	Competências, Habilidades e Atitudes
CoInfo	Competência em Informação
F.oMO	Fear Of Missing Out
NI	Necessidade Informacional
OMS	Organização Mundial da Saúde
OPAS	Organização Pan-Americana da Saúde
SIGAA	Sistema Integrado de Gestão de Atividades Acadêmicas
SPA	Síndrome do Pensamento Acelerado
TDIC	Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação
UFC	Universidade Federal do Ceará

LISTA DE GRÁFICOS

- Gráfico 1 - Idade dos respondentes.
- Gráfico 2 - Gênero dos respondentes.
- Gráfico 3 - Semestre do curso.
- Gráfico 4 - Conteúdo buscado.
- Gráfico 5 - Horas online por dia.
- Gráfico 6 - Frequência de acesso.
- Gráfico 7 - Interrupção de uso do Instagram.
- Gráfico 8 - Outras fontes de informação acessadas.
- Gráfico 9 - Eficiência do filtro de relevância.
- Gráfico 10 - Opinião sobre o volume de informação.
- Gráfico 11 - Sentimentos ocasionados pelo uso do Instagram.
- Gráfico 12 - Sentimentos em relação ao volume de informação.
- Gráfico 13 - Impactos do excesso de informação.
- Gráfico 14 - Percepção do usuário acerca do tempo online.
- Gráfico 15 - Interrupção involuntária do uso do Instagram.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Relação de conteúdos buscados, 1 para muitos.

Tabela 2 – Relação de conteúdos buscados, 1 para 1.

Tabela 3 – Comportamentos informacionais recorrentes ao usar o Instagram.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Dimensões do Comportamento Informacional.

Quadro 2 – Dimensões da conjunção de conhecimentos, habilidades e atitudes (CHAs).

Quadro 3 – Termos relacionados à ansiedade de informação.

Quadro 4 – Relação entre objetivos específicos e perguntas do questionário.

Quadro 5 – Motivos da interrupção do uso do Instagram.

Quadro 6 – Comportamentos informacionais recorrentes ao usar o Instagram.

Quadro 7 - 12.1 gatilhos da ansiedade de informação.

Quadro 8 - 16.1 Sentimentos em relação a interrupção do uso do Instagram.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
2	EXCESSO DE INFORMAÇÃO E REDES SOCIAIS ONLINE	17
3	CONSUMO DA INFORMAÇÃO: COMPORTAMENTO, COMPETÊNCIA E ANSIEDADE	23
3.1	Comportamento Informacional	23
3.2	Competência em Informação	28
3.3	Ansiedade informacional	33
4	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	43
5	RESULTADOS E ANÁLISE DOS DADOS	46
5.1	Perfil dos Participantes da Pesquisa	46
5.2	Comportamento e Consumo de Informação	48
5.3	Gatilhos do Instagram	60
5.4	Sintomas e consequências da ansiedade informacional	68
6	CONCLUSÃO	75
	REFERÊNCIAS	78
	APENDICE - A ROTEIRO DE QUESTIONÁRIO APLICADO AOS ESTUDANTES DE BIBLIOTECONOMIA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ	84

1 INTRODUÇÃO

Desde a criação da Internet, nos anos 60, as tecnologias digitais causaram e ainda causam um impacto substancial na forma como a sociedade consome e compartilha a informação. A facilidade de intercomunicação advinda da cultura de participação da *Web* aumentou exponencialmente a produção e compartilhamento de dados e informações no ciberespaço, gerando um grande acúmulo e excesso de dados e informações.

Antes da existência da internet, demorava-se horas e até dias para ouvir sobre acontecimentos em outros lugares do mundo. Com as redes sociais, sites e blogs, somos bombardeados em tempo real por imagens e notícias sobre quase tudo que existe e acontece na sociedade, seja acontecimento local, regional e global. A celeridade com que ocorre o fluxo de informação e a comunicação é difundida facilita de certo modo as relações interpessoais, na produção do conhecimento e na democratização do acesso à informação, mas também provoca instabilidades em diversas áreas da vida do indivíduo, assim, temos que nos atentar para seus malefícios.

Esse cenário de hiper conectividade trouxe ao indivíduo a urgência de se manter constantemente conectado e atualizado acerca do fluxo informacional que cresce e se modifica a cada milésimo de segundos em todas as áreas do conhecimento. Como afirma o filósofo e sociólogo polonês Zygmunt Bauman, “na era da informação, a invisibilidade é equivalente à morte” (2008, p. 21), e assim o é a desinformação, que se caracteriza como a ausência de informação ou o estado de ignorância do indivíduo em relação ao conhecimento que lhe seria relevante (DIAS, 2021). A cobrança intencional ou tensional para se manter informado, para coexistir em sociedade, é o que pode estar pressionando o indivíduo a querer aprender e se conectar cada vez mais. Porém, é necessário refletirmos se o compartilhamento e consumo desenfreado de informação de forma desordenada estão de fato contribuindo para a construção de conhecimentos e saberes ou estariam dificultando esse processo, deixando as pessoas cada vez mais ansiosas, sobrecarregadas, desatentas e pressionadas.

A mente humana é capaz de processar apenas 120 bits de informações por segundo (LEVITIN, 2015). Esse seria o limite de velocidade com que conseguimos prestar atenção conscientemente a algo. Nesse sentido, o consumo exagerado e sem filtro de informação seria improdutivo, pois estaria se consumindo apenas dados cuja mente esqueceria em alguns minutos. A falta de atenção e concentração causada pelo excesso de informação seria um catalisador da angústia e fadiga informacional, podendo estar ambos

interferindo no processo de busca ativa ou passiva da informação.

O volume de notícias se torna cada vez maior em todos os meios de comunicação, sobretudo nas mídias digitais. Assim, aumenta-se não apenas a produção, mais a necessidade de consumo de informação por parte da sociedade, seja de forma direta, para se manter atualizado acerca dos últimos acontecimentos, ou de forma indireta, quando vai buscar algo para entretenimento e acaba sendo exposto a outros tipos de conteúdos na internet, visto que não há barreiras entre notícias, trabalho e diversão nesses ciberespaços.

Esse cenário pode contribuir para o agravamento ou surgimento de doenças emocionais e psicossomáticas, dentre elas a ansiedade informacional. Esta condição pode surgir quando o indivíduo tenta absorver ou é submetido a uma grande quantidade de informações e dados, mesmo aquelas irrelevantes para sua vida. Essa super estimulação do cérebro, causado pela sobrecarga de informação, gera sentimentos de angústia, culpa, e a sensação de estar por fora ou perdendo algo, o que é cada vez mais comum nos usuários de plataformas digitais. No contexto das crises, seja local ou global, onde as notícias ruins são exaustivamente abordadas pela mídia, os comportamentos nocivos e a consequente ansiedade podem ser ainda mais constantes e aterradores.

O surgimento das tecnologias digitais de informação, trouxeram consigo a urgência de que a sociedade passasse por um amadurecimento social e cognitivo para se adaptar às novas formas de apreender, usar, criar e compartilhar a informação e o conhecimento. Contudo, o acesso e busca por informação atualmente está além da capacidade humana, que se vê exposta a cada segundo as suas inúmeras potencialidades, mas que não foram ensinadas a lidar de forma consciente e crítica. Observa-se o despreparo da sociedade em lidar com o fluxo de informação e os meios de comunicação, pois desconhecem a importância de uma educação voltada para o desenvolvimento das habilidades informacionais e midiáticas.

Consequentemente, surgem inúmeros comportamentos informacionais nocivos dentro e fora das redes sociais, como o aumento das notícias falsas, das más informações, cyberbullying e a ansiedade informacional. Após essa explanação apresentamos a questão norteadora da pesquisa - como o excesso de informação disponível na rede social, *Instagram*, impacta no comportamento e provoca ansiedade informacional nos estudantes de Biblioteconomia da Universidade Federal do Ceará?

A justificativa dessa pesquisa é delineada a partir de três esferas: Científica, Social e Pessoal. A perspectiva científica se trata da urgência de investigar os possíveis problemas advindos da grande exposição da sociedade a um exorbitante volume de

informação, além de buscar possíveis contribuições na área da Biblioteconomia, que tem como objeto de trabalho a informação. Ademais, uma das funções sociais do bibliotecário é exercer sua profissão com zelo e capacidade, contribuindo assim para o desenvolvimento de sua sociedade. A ansiedade é amplamente discutida nas áreas da saúde, no entanto, percebe-se uma escassez de materiais estudando o impacto do excesso de informação nesse quadro, sobretudo no contexto das redes sociais, evidenciando a necessidade de estudos na área da Ciência da Informação a fim de contribuir com elucidações e soluções para o problema.

A perspectiva social diz respeito à necessidade de acelerar o entendimento sobre o impacto do excesso informacional presente nos ambientes digitais causando adoecimento mental das pessoas. Ao entendermos a complexidade desse contexto poderemos evidenciar a causa e tratá-la da forma correta, entende-se que é de extrema importância para a sociedade, em especial para a Brasileira, que encontremos soluções palpáveis para esse comportamento, pois de acordo com a Organização Mundial de Saúde (OMS) o Brasil é considerado o país mais ansioso do mundo (PFIZER, 2021).

A perspectiva pessoal aborda o interesse da autora pelas temáticas de psicologia, ansiedade, competência e comportamento informacional, além da curiosidade em investigar o possível papel nocivo da informação na saúde mental das pessoas e uma melhor forma de lidar com ela.

O presente estudo tem como **objetivo geral** - analisar o comportamento e a ansiedade informacional dos estudantes do curso de Biblioteconomia da Universidade Federal do Ceará, originada pelo excesso de informações disponíveis no *Instagram*. Os **objetivos específicos** são:

- a) Caracterizar o comportamento informacional dos estudantes quanto ao consumo de informações no *Instagram*;
- b) Delinear os estudantes que se consideram acometidos pela ansiedade informacional;
- c) Identificar os gatilhos das redes sociais que podem causar a ansiedade informacional;
- d) Verificar os principais sintomas e consequências da ansiedade informacional.

A pesquisa se trata de um estudo de caso de caráter exploratório, pois busca, com base na abordagem quali quantitativa, investigar as causas e consequências de uma problemática ainda pouco abordada na área da Ciência da Informação. Utilizou-se o método indutivo e o encaixe bibliográfico, visando coletar a fundamentação teórica necessária para a análise dos dados.

Este estudo está estruturado em seis seções onde a primeira é a Introdução que faz um breve resumo acerca da temática discutida, trazendo a questão norteadora, a justificativa e os objetivos gerais e específicos. Na segunda seção intitulada Excesso de informação e redes sociais online aborda a evolução histórica e crescente preocupação com o excesso de informação e suas consequências na maneira como os indivíduos lidam com ela, além do impacto no contexto das redes sociais. Consumo da informação: comportamento, competência e ansiedade é a terceira seção, na qual buscou estruturar o processo de consumo de informação, analisando os conceitos de comportamento informacional, competência em informação, ansiedade informacional e suas interligações. A quarta seção é apresentada a metodologia e processos adotados na pesquisa, coleta e análise dos dados. A quinta seção são discutidos os resultados e análise dos dados dividindo-se em quatro subseções e, por fim, na sexta seção, apresenta-se as conclusões resultantes do estudo, trazendo um apanhado geral da pesquisa, ilustrando a importância da temática, apontando os principais resultados obtidos e indicando novos desenvolvimentos de investigação.

2 EXCESSO DE INFORMAÇÃO E REDES SOCIAIS ONLINE

Desde a popularização da prensa móvel por volta de 1450, com a facilidade da produção de livros trazida por essa criação, a preocupação com o excesso de informação se fez presente nas discussões de estudiosos. Ferreira (2017) aponta que essa, assim como a preocupação em relação à qualidade desses materiais emergentes, era compartilhada por Paul Otlet e Ortega y Gasset, no início dos anos 30, no episódio que ficou conhecido como “revolução da brochura”. Dada a facilidade, rapidez e baixo custo com que os textos eram produzidos, começaram a surgir livros em grandes escalas, antes sendo algo extremamente elitizado, com o invento, qualquer pessoa poderia publicar um livro. Além da grande explosão bibliográfica, grande parte dos livros publicados eram inúteis e sem qualidade.

Com o desenvolvimento científico e tecnológico após a Segunda Guerra Mundial, o mundo passou, e ainda está passando, por outra grande transformação. O surgimento das Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TDIC), alterou drasticamente a relação do ser humano com a informação, tanto na produção quanto no consumo. O surgimento da web foi marcado por dois períodos, entre 1990 e 2003, a web 1.0, como era chamada, era restrita a uma parte da população, e tinha um propósito meramente informativo e estatístico. Foi em 2004 que surgiu a internet que conhecemos hoje, a web 2.0, fomentando a comunicação em massa, podendo ser utilizada em diversos dispositivos como celulares, tablets, televisão, rádio e diversos outros suportes. Como aponta Nesta (2010, p. 86, tradução nossa), “a web não está apenas disponível para acesso, mas ela te acompanha aonde quer que você vá”, o que facilita a conexão virtual a qualquer momento.

Assim como a invenção de Gutemberg, o surgimento da web 2.0 causou outra grande explosão, desta vez não apenas bibliográfica, mas de informação, de todos os formatos, assuntos e múltiplos suportes. Com a internet, os papéis autor/leitor foram completamente fundidos, isso porque o invento possibilita que o usuário não apenas tenha acesso a informação, mas possa interagir com ela, compartilhá-la e ainda produzir seu próprio conteúdo. A preocupação que os estudiosos tinham com o excesso e perda de qualidade dos livros no século XIV, se tornou algo estratosférico no século XXI, pois hoje qualquer pessoa pode em questão de segundos publicar uma informação, que logo será lida e compartilhada por milhões de indivíduos em todo o globo.

A cultura da participação proporcionada pela web 2.0 trouxe, junto com a democratização do acesso à informação, um grande volume de dados desconexos e informações inúteis e/ou irrelevantes. Com a explosão informacional ocasionada pelo

surgimento das tecnologias digitais, o ser humano se viu sobrecarregado entre o que quer saber, o que precisa saber e o que acha que esperam que ele saiba, além de precisar filtrar as informações confiáveis e não tendenciosas. A exorbitante produção de informação gera, sobretudo, o excesso da informação errada e mal organizada, fazendo com que problemas como notícias falsas e tendenciosas impulsionadas por questões sociais e políticas apareçam todos os dias, sendo legitimadas por milhões de curtidas e compartilhamentos, por vezes de personalidades importantes, trazendo ainda mais impacto, ninguém está imune. Ademais, a falta de critérios de organização e indexação de qualidade tornam um desafio encontrar o que se precisa no meio de tantos dados.

Como aponta Terra e Bax (2003) “o excesso de informação está associado à perda de controle sobre a informação e à inabilidade em usar efetivamente a informação”. Podemos dizer que há um descontrole na produção de conteúdos na internet, tanto em relação a quantidade e qualidade, como a seu domínio após publicação, pois devido a possibilidade de seu compartilhamento e print, a informação sai dos domínios de seu autor, podendo ser recompartilhada por anos a fio. Informações antigas e/ou fora de contexto surgem, podendo ser usadas para manipular fatos e difamar pessoas. Esse descontrole é ainda mais exacerbado com a falta de competência dos indivíduos para interagir nesse cenário, utilizando a informação de maneira crítica e consciente. A sociedade teve que enfrentar esse “choque do futuro” e adquirir competências para lidar com uma realidade inesperada, que veio para mudar seu contexto, comportamentos e necessidades.

Em 2021, a preocupação com o excesso de informação alcançou a atenção dos órgãos humanitários, o que fez a OMS usar o termo infodemia, para se referir a essa problemática. Segundo a OPA (2020, p. 2) “a palavra infodemia se refere a um grande aumento no volume de informações associadas a um assunto específico, que podem se multiplicar exponencialmente em pouco tempo devido a um evento específico.” Cenários caóticos como a pandemia do coronavírus ou eleições presidenciais são propícios para o surgimento de vários problemas, como informações duvidosas sendo publicadas, manipulação, notícias falsas e a ansiedade informacional. Esses transtornos são ainda mais ampliados pelas redes sociais, onde, com a adesão de cada vez mais indivíduos, as informações se espalham rapidamente, sem nenhum critério.

O termo rede social tem ganhado novas significações e contextos ao longo do tempo. De todo modo, rede social significa uma linha de conexão e relação entre os indivíduos. Como é apontado por Whitaker,

Uma estrutura em rede – que é uma alternativa à estrutura piramidal – corresponde também ao que seu próprio nome indica: seus integrantes se ligam horizontalmente a todos os demais, diretamente ou através dos que os cercam. O conjunto resultante é como uma malha de múltiplos fios, que pode se espalhar indefinidamente para todos os lados, sem que nenhum dos seus nós possa ser considerado principal ou central, nem representante dos demais. Não há um “chefe”, o que há é uma vontade coletiva de realizar determinado objetivo (WHITAKER, 1993, p. 2).

Com o surgimento da internet nos anos 90, a comunicação entre as pessoas se tornou mais rápida e prática. No ciberespaço pode-se conversar com um parente ou amigo do outro lado do mundo com a mesma rapidez com que se conversa com um vizinho. Com essa tecnologia não é preciso mais sair de casa ou se levantar da cama para se conectar e interagir uns com os outros. Assim, as redes sociais de conexão humana migraram animadamente para o espaço digital, criando diversas megas estruturas de interação e comunicação que ligam indivíduos de todas as partes do mundo. Há as redes sociais profissionais como o LinkedIn, as acadêmicas como o Mendeley e as de relacionamento como o Facebook, Instagram e Youtube.

A primeira rede social online a surgir foi o *Classmates*, em 1995, nos Estados Unidos e Canadá, objetivando conectar estudantes universitários (LISBOA, 2022). Desde então, as redes sociais se transformaram em um acirrado mercado que compacta marketing, notícias, vídeos, imagens e relacionamento em um só lugar. Como é dito no documentário ‘O dilema das redes’, as “redes sociais não são só ferramentas que estão esperando você usá-las. Elas têm seus objetivos e suas formas de conquistá-los.”, ou seja, essas plataformas têm como fonte de lucro o anúncio de propagandas, para isso, eles vendem a atenção de seus usuários, expondo-os a cada vez mais anúncios, publicidade, dados e informações. O seu modelo de negócio é conseguir cada vez mais usuários e manterem eles dependentes das telas, pois é disso que depende o seu lucro. (O DILEMA..., 2020).

De acordo com o Relatório Global Digital 2022, pesquisa estatística publicada anualmente sobre o uso da internet e redes sociais no mundo, o número de usuários de redes sociais no Brasil em janeiro de 2022 era de 171.5 milhões de pessoas, o equivalente a 79.9% da população, revelando um aumento de 21 milhões de usuários em relação ao ano de 2021. As redes sociais mais utilizadas foram o Youtube (138 milhões), Instagram (119.5 milhões) e Facebook (116 milhões) (KEMP, 2022). Em janeiro de 2022, a internet alcançou 62.5% da população mundial, aproximadamente 4.95 bilhões de pessoas, um aumento de 4% em relação a 2021. As pessoas passam em média sete horas por dia utilizando a internet, dentre elas, 2h27min nas redes sociais (WE ARE SOCIAL, 2022). Esses dados demonstram o potencial

atrativo da internet que atrai cada vez mais usuários, tornando-os dependentes dessa conectividade.

Consequentemente, a quantidade de dados publicados também aumenta, a cada um minuto os usuários do Youtube compartilham 694 horas de vídeo, os usuários do Instagram compartilham 65 mil fotos e os usuários do Twitter publicam 575 mil tweets (DOMO, 2021). Ademais, embora não haja um consenso sobre quanto tempo se deve utilizar as redes sociais diariamente, estudos como o realizado pelos autores Scott, Biello e Woods (2019) apontam que o intenso uso das redes sociais está relacionado a padrões mais baixos de sono, segundo dados da pesquisa, os usuários muito ativos, que passam mais de 3 horas por dia nas redes sociais, possuem 70% mais chances de irem dormir tarde da noite do que usuários comuns, que passam menos de 1 hora. À medida que os usuários da internet aumentam, mais pesquisas como as de Scott, Biello e Woods surgem, evidenciando os impactos desse uso nos relacionamentos, vida profissional, pessoal e saúde mental dos indivíduos, alterando comportamentos, seja de forma positiva ou negativa.

As redes sociais transformaram o contexto das relações humanas, atualmente se tornou essencial ter conexões virtuais para se sentir integrado, principalmente para as gerações mais jovens, que já nasceram nessa nova conjuntura (O DILEMA..., 2020). Essa realidade alterou também a forma como consumimos a informação e nos comunicamos, a autocobrança para se sentir conectado e incluído aumentou exponencialmente com as redes sociais. Visto que não há barreiras geográficas nesse ambiente virtual, o indivíduo consegue se conectar e consumir informações o tempo inteiro, o que torna mais difícil controlar esse ímpeto, levando a sentimentos de culpa ao não fazê-lo ou ao medo de ficar perder algo, que vem do inglês *Fear Of Missing Out* (F.OMO) (F.OMO, 2021), o que o leva a participar cada vez mais dessas plataformas, se expondo e se tornando suscetível à quantidade ilimitada de informação que elas comportam.

A rede social *Instagram*, criada por Mike Krieger e Kevin Systrom em 2010 e posteriormente comprada pelo Facebook em 2012, surgiu inicialmente como um aplicativo para compartilhar fotos, e hoje comporta imagens e textos, se tornando um espaço onde coabitam celebridades, jornais, instituições acadêmicas, empresas, ongs e usuários comuns, todos consumindo, compartilhando e produzindo conteúdos midiáticos e informacionais. Ele foi o segundo aplicativo mais baixado em 2021, segundo análise da Sensor Tower sobre os 100 apps mais baixados.

A fim de filtrar os conteúdos mostrados a seus usuários no meio de tantos dados e informações, o *Instagram* criou diversos algoritmos, de modo a recolher métricas a partir das

preferências, cliques, curtidas e visualizações de seus usuários a fim de prever o que cada um considera relevante. Ademais, eles sempre tentam trazer conteúdos novos, para isso, leva em consideração as atividades do usuário e de indivíduos cujas preferências se assemelham às suas. Resumindo, se você curte conteúdos sobre a Ciência da Informação, aparecerão outros tópicos relacionados, como Biblioteconomia ou Arquivologia (MOSSERI, 2021). Contudo, os filtros são criados para mostrar ao usuário exatamente o que o algoritmo deseja, como conteúdos publicitários que induzem as pessoas às compras, para isso o aplicativo utiliza o nosso padrão de consumo para analisar o perfil do indivíduo a fim de indicar conteúdos mais semelhantes aos seus gostos, dificultando a recusa, como afirma o esteticista de tecnologia e cientista da computação ao criar os design e algoritmos da internet seus criadores adicionam a manipulação sorrateiramente em tudo, influenciando o que fazemos, como pensamos e quem somos. (O DILEMA..., 2020).

Nesse sentido, pode ser uma tarefa muito difícil filtrar o que é relevante ou não no meio dessa explosão de conteúdos. Somos bombardeados por notícias, imagens, boatos e fatos. Ao entrar em alguma rede social para responder uma mensagem somos rapidamente surpreendidos por propagandas, notícias e informações não buscadas ou solicitadas. Filtrar o que é ou não relevante é uma tarefa cansativa e, por vezes, angustiante. Além disso, ainda há aqueles que nem tentam ou conseguem fazer esse filtro, entorpecidos demais pela dopamina e sensação de pertencimento proporcionadas pela cultura de participação.

Essa grande exposição voluntária contribuiu diretamente para o aumento da ansiedade de informação ao longo dos séculos. Com a grande produção de dados e informações produzidas em meios digitais e impressos a cada segundo, é uma tarefa quase impossível determinar a quantidade de informações que chegam a um indivíduo, o que torna ainda mais difícil para ele identificar o que precisa e o que não precisa saber. Han (2015) fala que atualmente vivemos na sociedade do desempenho onde impera a ditadura do eu, em sua visão há uma autocobrança para a produtividade, essa sensação de obrigação para estar sempre fazendo algo impacta diretamente no nosso consumo e compartilhamento de informação, o homem ativo se cobra para estar sempre conectado e bem-informado. De acordo com Han (2015), esse modelo de sociedade produz depressivos e fracassados, incapazes de encontrar o equilíbrio entre a produtividade e a exaustão.

Sobrecarregados em um loop de conteúdos, é complexo manter o foco, a atenção plena e adquirir conhecimentos. Wurman (1991, p. 361) afirma que “a informação é infinita, e não pode ser tratada como um produto tangível. É mais difícil de ser definida, controlada e prevista, mas seu potencial é ilimitado.” Esse caráter intangível e inquantificável da

informação é um dos fatores que está sobrecarregando as pessoas, que nunca tiveram tanto acesso a esse bem como atualmente. O despreparo da sociedade para encontrar, usar e compreender as informações de maneira ética, crítica e eficaz pode ocasionar a fadiga mental e levar a ansiedade de informação.

3 CONSUMO DA INFORMAÇÃO: COMPORTAMENTO, COMPETÊNCIA E ANSIEDADE.

As Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDICS) vêm alterando a forma como o ser humano age e interage com o seu meio, mudando seus processos cognitivos e contextos éticos, socioculturais e políticos, assim como mudanças comportamentais que geram impactos na vida e saúde mental dos indivíduos, como a ansiedade informacional. O crescimento exponencial de dados e as constantes inovações nos meios de comunicação alterou significativamente o papel que a informação exerce na sociedade, assumindo o caráter de transitoriedade, fragmentação e parcialidade (VITORINO; PIANTOLA, 2011). Essa mudança abrupta da realidade requer dos indivíduos um processo contínuo de aprendizado para o consumo de informações das mais variadas temáticas, formatos e suportes, a fim de acompanharem o desenvolvimento e demandas do mundo globalizado. Evidenciam-se novas competências que se fazem cada vez mais necessárias para se adaptar a esse cenário, no qual percebe-se o surgimento de atitudes e emoções negativas nos indivíduos como resultado do consumo exagerado de informação e dados.

Dessa maneira, o presente referencial teórico busca descrever a relação entre o comportamento informacional, competência em informação e ansiedade informacional no contexto das redes sociais e excesso de informação.

3.1 Comportamento Informacional

O comportamento informacional, ou *informational behavior*, é a subárea da Ciência da Informação que estuda a relação dos seres humanos com a informação. A necessidade de informação, o comportamento e a competência em informação (que veremos no próximo tópico), são partes intrínsecas do processo de busca e uso da informação. Dessa maneira, entender como esses termos se complementam é indispensável, visto que fazem parte de um processo complexo e interconectado. Compreender essas dimensões nos permite descobrir e aprimorar inúmeros aspectos desde os serviços de informação, as demandas dos indivíduos e suas necessidades de capacitação, além de investigar mais a fundo os comportamentos nocivos que podem estar comprometendo a oferta, busca e consumo de informação.

As pesquisas pioneiras no campo dos estudos de usuário, área que comporta os estudos sobre necessidades de informação e comportamento informacional, surgiram em meados dos anos 40 e início dos 50, com a ocorrência da Conferência de Informação

Científica da Sociedade Real, em 1948, no Reino Unido, e a Conferência Internacional de Informação Científica, em Washington, Estados Unidos, em 1958 (GASQUE; COSTA, 2010).

Em 1970, Brittain (*apud* GASQUE; COSTA, 2010) definiu os estudos de usuários como aqueles que comportam os aspectos de uso, demanda e necessidades informacionais. Os estudos iniciais da área, baseados no paradigma tradicional, concentravam-se nas habilidades de busca, uso e na demanda da informação, através da abordagem quantitativa, tentando responder para quem se destinava cada tipo de informação, a fim de otimizar os mecanismos dos sistemas de busca e recuperação. Entretanto, essa perspectiva colocava o usuário em uma posição passiva em relação aos sistemas de informação, ignorando suas complexidades nesse processo.

Foi só a partir de 1980, que os pesquisadores começaram a sentir as limitações que a abordagem quantitativa trazia para a área, havendo uma mudança na maneira como o usuário era percebido. Iniciava-se uma nova abordagem, fomentada pelo apontamento de Wilson (1999) para a necessidade de analisar os estudos de usuários na perspectiva do comportamento humano, denominando-o assim de “comportamento informacional”. Nesse viés, os estudos começaram a adquirir uma abordagem alternativa utilizando-se da pesquisa qualitativa. Essa abordagem

[...] focaliza a sua atenção nas causas das reações dos usuários da informação e na resolução do problema informacional, ela tende a aplicar um enfoque mais holístico do que o método quantitativo. Além disso, ela dá mais atenção aos aspectos subjetivos da experiência e do comportamento humano. (BAPTISTA e CUNHA, 2007, p. 173).

A utilização da abordagem qualitativa no estudo do comportamento do usuário nos permite uma análise mais aprofundada. Enquanto a análise quantitativa nos traz apenas dados numéricos e objetivos sobre a forma como o usuário busca a informação com o objetivo de aprimorar os sistemas e/ou serviços de informação, o viés qualitativo tem como foco o sujeito e nos permite analisar seus aspectos cognitivos, psicológicos e afetivos no processo de busca e uso da informação, essa última abordagem é muito mais complexa, porém nos permite entender o processo em todas as suas nuances.

Assim, surgiram três dimensões que se destacaram nos estudos do comportamento informacional, conforme o quadro 1:

Quadro 1 – Dimensões do Comportamento Informacional.

Dimensões	Descrição da Dimensão
Dimensão Cognitiva	O foco é voltado para o histórico, estrutura e estilos cognitivos, analisando a forma como o usuário busca e processa a informação.
Dimensão Situacional	Investiga os aspectos sociológicos e contextuais onde o sujeito está inserido.
Dimensão Afetiva	Diz respeito aos pensamentos, sentimentos e percepções individuais que o indivíduo pode ter durante o processo de busca e uso da informação e como esse componente pode influenciar no processo.

Fonte: Elaborado pela autora com base em Miranda, 2006.

Essas dimensões surgiram, pois observou-se que havia a falta delas era um déficit nos estudos iniciais da área, pois elas são de suma importância para compreender a relação dos seres humanos com a informação, pois influenciam a maneira como os indivíduos buscam, processam, criam e compartilham os dados. Nesse sentido, tanto a cognição dos usuários, quanto seus aspectos psicológicos, o meio social, cultural e político em que eles estão inseridos impactam nas suas necessidades de conhecimento, que por sua vez ditará o comportamento informacional.

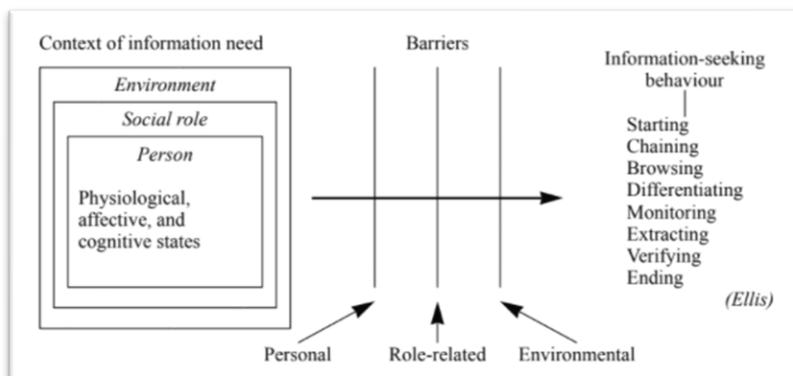
O processo de busca e uso da informação é composto por algumas etapas, primeiramente ocorre a identificação da falta de conhecimento sobre determinado assunto, é quando surge a Necessidade de Informação (NI). Essa necessidade surge a partir de um impulso cognitivo ocasionado por determinado contexto, onde há um problema a ser resolvido ou objetivo a ser atingido, e pela constatação de um estado de conhecimento insuficiente ou inadequado. Caracteriza-se pela percepção de um vazio cognitivo e nas atitudes e estratégias que o indivíduo vai adotar para preenchê-lo. Nessa etapa podem surgir sentimentos como ansiedade, confusão, frustração, assim como a incerteza envolvida durante a busca pelo preenchimento desse vazio (MIRANDA, 2006).

Cooper (1971) aponta que a necessidade informacional é um estado psicológico, algo não observável, mas que existe na mente do indivíduo. Apesar de não ser observável, a NI pode ser deduzida a partir da observação do comportamento dos indivíduos ou até da conversa direta com ele. No entanto, ela possui um caráter subjetivo, visto que, muitas vezes, nem o próprio sujeito sabe qual informação está buscando e qual não necessita.

Podemos perceber que tanto a identificação do que se precisa saber quanto às atitudes e estratégias que o sujeito irá adotar para preencher essa lacuna vai depender de sua competência em informação, pois para ter uma relação eficaz com a informação é preciso analisar suas necessidades de forma crítica e reflexiva de modo a identificar o que é realmente produtivo para a sua realidade.

O modelo de comportamento de busca da informação proposto por Wilson (Figura 1), aponta que a necessidade de informação surge primeiramente no âmbito individual, a partir dos aspectos psicológicos, cognitivos e afetivos, sendo em seguida determinada pelo contexto, podendo advir de questões tanto da vida pessoal, quanto do papel social ou da própria sociedade (política, economia, tecnologia).

Figura 1 – Modelo de comportamento de busca da informação.



Fonte: Wilson (1981).

No entanto, aquilo que faz surgir a necessidade também pode ser responsável por barreiras nesse processo, o ambiente de trabalho, por exemplo, pode influenciar positivamente ou negativamente o processo de busca da informação, assim como aspectos pessoais como o estado emocional ou as próprias habilidades informacionais do indivíduo. Além disso, podem acarretar comportamentos nocivos, a pressão para se manter atualizado no mercado de trabalho ou se manter por dentro dos assuntos que estão em alta na internet, por exemplo, podem fazer surgir a necessidade de consumir um volume de informações maior do que o indivíduo pode lidar, o que só causaria mais frustração e ansiedade.

Consequente, ocorre a busca e uso da informação, aqui a competência em informação que o indivíduo possui, ou a falta desta, é o que vai ditar seu comportamento, a maneira como ele procura e transforma essa informação em conhecimento. Conceituado por Wilson,

O comportamento informacional é todo comportamento humano em relação às fontes e canais de informação, incluindo a busca ativa ou passiva da informação e o uso da informação. Além da comunicação direta com outras pessoas e a recepção passiva de informações como, por exemplo, assistindo TV sem qualquer intenção de agir com base nas informações fornecidas. (WILSON, 2000, p. 40)

Podemos perceber que o conceito de Wilson estuda o comportamento informacional na perspectiva do comportamento humano, colocando o foco do estudo no

sujeito, refutando a passividade com que o usuário era visto no paradigma tradicional, presente nos estudos iniciais da área. O estudo do comportamento informacional a partir do comportamento humano é fundamental para entendermos o modo como o usuário pode influenciar seu próprio processo de aprendizado.

Case (2007) vai além ao afirmar que o comportamento informacional, além da busca da informação, abrange também vários outros comportamentos não intencionais ou passivos, como quando o indivíduo é exposto a informações não buscadas ao assistir televisão ou navegar na internet. Ademais, algumas atitudes como a seleção e a evitação podem ser adotadas pelo sujeito ao se deparar com certos conteúdos. Esses comportamentos intencionais de seleção e evitação da informação ocorrem porque os indivíduos possuem a tendência de procurar por informações que vão de acordo com o seu ponto de vista e evitar aquelas que entram em conflito com suas crenças.

O comportamento de seleção é quase sempre algo positivo e pode ser observado na pesquisa de Zilman e Bryant (1985 *apud* CASE, 2007), que encontraram indícios do uso da mídia como forma de terapia. Os sujeitos de seus estudos lidavam com emoções negativas buscando e selecionando conteúdos que diminuíssem tais sentimentos. No entanto, o ato de selecionar conteúdos também pode ser aplicado para evitá-los e podemos notar esse comportamento no livro “*On not using libraries*”, quando ele faz a seguinte colocação:

Exijo que as bibliotecas escondam a maior parte da literatura para que eu não fique delirando por falta de tempo e inteligência para buscar tudo. Há material demais. O problema não é o acesso, é o inverso, a contenção... Se eu fosse agora folhear as pilhas. Eu me afogaria, ou entraria em pânico, e certamente me perderia. (PERROW, 1989 *apud* CASE, 2007, p. 29, tradução nossa).

Consequente, ele afirma que quando realmente precisa de algum material da biblioteca, ele envia sua assistente para buscá-lo, de modo que ele não vá se distrair no meio de tantos outros materiais. Filtrar os conteúdos aos quais se tem acesso é fundamental para não se sentir pressionado ou ansioso no meio de tanta informação e dados que chegam até nós, porém, deve-se ter cuidado para que esse filtro não acabe censurando tipos diferentes de ideias e conteúdos, o que acabaria por manter o usuário preso em sua própria bolha de ideias e pontos de vista. Por esse motivo, a competência em informação é necessária para que o ato de selecionar, ou evitar, informações não se torne algo inconsciente e que limite o usuário, mas sim, um modo de organizar suas necessidades e prioridades para buscar as informações que seriam relevantes no seu dia a dia.

A perspectiva de Wilson (2000) o comportamento informacional é entendido como intrínseco ao comportamento humano, os novos espaços e contextos informacionais

proporcionados pelas TDICs causaram e ainda causam profunda mudança em ambos. Aza Raskin, cofundador do *Center for Humane Technology* e do *Earth Species Project*, afirma que a indústria da internet criou uma geração global de pessoas que crescem dentro de um cenário onde o conceito de comunicação está atrelado a manipulação (O DILEMA..., 2020). Com isso, o ser humano é induzido silenciosamente a adotar comportamentos inconscientes no seu consumo de informação, como passar cada vez mais tempo online rolando o feed mesmo sem saber o que procura, convidar mais pessoas a adentrarem nas redes sociais, curtir e compartilhar conteúdos e o pior de todos, ser incapaz de ficar sem o celular por mais de um dia sem se sentir ansioso. A necessidade informacional nesse contexto, por vezes, não parte de um propósito ou para preencher uma lacuna de conhecimento, ela é plantada sorrateiramente em nosso inconsciente.

A busca e consumo de informação diz respeito a todas as informações que chegam ao ser humano durante sua vida, e não apenas aquelas que eles procuram ativamente (BATES, 2002). Enquanto há alguns anos a informação e conhecimento eram extremamente restritos, quase como um bem que deveríamos buscar arduamente quando necessário, atualmente, com as tecnologias digitais e sua crescente difusão, o acesso, para a maioria, já não é um problema.

Nesse viés, estudar a relação do ser humano com a informação se torna ainda mais complexo e necessário, visto que inclui a busca ativa e passiva desta, isto é, além de lidar com a dificuldade de definir as informações que deseja e precisa buscar, filtrá-las no meio de milhares de dados irrelevantes nos espaços digitais, ter tempo para captar aquele conteúdo e transformá-lo em conhecimento em meio a todas as obrigações do dia a dia, o usuário ainda precisa lidar com aquelas informações que chegam sem a sua vontade, se tornando absorto no meio do caos informacional automatizado.

O desafio não é mais adquirir a informação, mas sim ter a habilidade de discernir qual é relevante para o crescimento intelectual. Nesse sentido, a competência em informacional é essencial para preencher as carências geradas por esse contexto de excesso informacional, uma vez que ela capacita o usuário a reconhecer, sem o auxílio de terceiros, suas necessidades informacionais, além de lhe garantir as habilidades necessárias para suprir essa demanda e fazer bom uso dela.

3.2 Competência em Informação

Ao longo da evolução humana, a aquisição de competências e conhecimentos foi imprescindível para a sobrevivência da espécie. Atualmente, elas são requisitadas nos mais

diversos aspectos do nosso dia a dia, seja no trabalho, nos estudos, nos relacionamentos interpessoais e até para interagir em sociedade. Bloom (1956, *apud* SOFFNER, 2014), conceitua como competência a conjunção de Conhecimentos, Habilidades e Atitudes (CHAs) necessários para a vida ou execução de alguma atividade dentro de determinado contexto, e caracteriza seu desenvolvimento a partir de três dimensões, vistas no quadro 2:

Quadro 2 – Dimensões da conjunção de conhecimentos, habilidades e atitudes (CHAs).

Dimensões	Descrição da Dimensão
Dimensão Cognitiva	Desenvolvimento de competências intelectuais de avaliação, análise, síntese etc.
Dimensão Afetiva	Emocional, valores, atitudes, motivação, opiniões etc.
Dimensão Psicomotora	Movimento físico, percepção, precisão etc.

Fonte: Elaborado pela autora com base em Bloom, 2014.

Essas dimensões são à base do aprendizado, que nos permite adquirir conhecimentos e habilidades de forma crítica e eficaz, aplicando-as no dia a dia e colaborando para a aquisição de novos saberes e competências. Em consonância, Fleury e Fleury (2001, p.188) trazem uma definição ainda mais completa ao definir competência como “um saber agir responsável e reconhecido, que implica mobilizar, integrar, transferir conhecimentos, recursos e habilidades, que agreguem [...] valor social ao indivíduo”. Nessa perspectiva, podemos perceber que ser competente em algo é mais do que dominar uma técnica, ou o saber fazer, envolve também um agir pensante e reflexivo sobre a atividade, entendendo o porquê e para que se estar fazendo aquilo.

No âmbito da Ciência da Informação, a competência está relacionada à maneira como o ser humano busca, apreende, utiliza, produz e compartilha a informação e o conhecimento. Os estudos dessa subárea crescem à medida que novas formas de letramento e comunicação vão surgindo, trazendo consigo outras necessidades.

O termo *Information Literacy* foi usado inicialmente nos Estados Unidos para nomear as habilidades de uso das tecnologias digitais. Na literatura especializada o termo foi adotado no relatório de Paul Zurkowski “*The information services relationships and priorities*”, no ano de 1974 (ALVES; ALCARÁ, 2014, p. 85). No Brasil, foi mencionado pela primeira vez por Caregnato (2000, p.50) como “alfabetização Informacional” e por Campello (2003, p.28) como “habilidades informacionais”. Dudziak (2003) traz um viés mais inclusivo para o *Information Literacy*, englobando os vários tipos de letramento que surgiram nas últimas décadas. Além dos termos anteriormente citados, ela propõe ainda letramento, fluência informacional e Competência em Informação (CoInfo), vinda este

último a ser mais assertivo por englobar todo o processo informacional do sujeito, o que o fez ser oficializado pela IFLA para o uso na língua portuguesa do Brasil.

A *American Library Association* (1989) define Competência em Informação (CoInfo) como a capacidade de saber reconhecer quando uma informação é necessária, além de localizar, avaliar e usá-la eficazmente de modo a solucionar problemas e tomar decisões. Para a associação, um indivíduo competente em informação é aquele que aprendeu a aprender. Como já afirmava Bawden,

Para lidar com as complexidades do atual ambiente informacional, é necessária uma forma complexa e ampla de competência. Ela deve abranger todas as competências baseadas em habilidades, mas não pode se restringir a elas nem a qualquer tecnologia em particular ou conjunto de tecnologias. Compreensão, significado e contexto devem lhe ser centrais (BAWDEN, 2001, p. 251).

Nesse viés, é necessário mais que habilidades técnicas para lidar e agir nos ambientes informacionais que as tecnologias digitais proporcionam. Um sujeito competente em informação precisa ter internalizado os fundamentos conceituais, atitudinais e habilidades técnicas necessárias para a compreensão e interação com esse universo informacional e sua dinâmica ao longo de toda a vida (DUDZIAK, 2003).

A quantidade de informação à qual éramos expostos há 20 anos aumentou e continua aumentando consideravelmente. Hoje, ela chega de todos os lugares, sem aviso prévio ou permissão, em todas as cores, formatos e tamanhos. A competência em informação preenche as necessidades geradas pelo excesso de informação, uma vez que um sujeito com essas habilidades consumirá esse bem de forma consciente, sabendo identificar suas reais necessidades e utilizar as ferramentas necessárias para supri-las.

Norgard (2003), afirma que um dos erros na área da CI é a interpretação da CoInfo como algo neutro, composto apenas por habilidades tecnológicas, meramente funcionais e performativas, o que é corroborado pela colocação de Stubbings e Franklin (2006 *apud* FARIAS; BELLUZZO, 2017) de que muitos estudantes, por exemplo, confundem o conceito de CoInfo com as habilidades para utilizar tecnologias da informação, se considerando competentes em informação apenas por saberem realizar buscas na internet. Essa visão se justifica ainda hoje, com o surgimento de várias problemáticas nativas dos ambientes digitais, causadas por indivíduos com habilidades para utilizarem plenamente essas tecnologias, mas sem quase ou nenhuma capacidade crítica, sociopolítica ou ética para agir e se comportar nesse meio. Como exemplo, temos o fenômeno das notícias falsas, o comportamento de manada que se tornou comum nas redes sociais e a própria explosão de

dados e informações, fruto do compartilhamento desenfreados e sem nenhum critério de relevância.

Ademais, por conta do excesso de informação que ultrapassa a nossa capacidade de compreensão, inúmeras patologias humanas e sociais estão surgindo no contexto informacional, dentre elas a sobrecarga de informação, a ansiedade informacional e o comportamento onde o indivíduo passa a evitar a informação. Isso ocorre, pois embora o indivíduo não consiga apreender toda a informação a que tem acesso, ele consegue perceber sua existência, se sentindo sobrecarregado por tudo o que ele acha que deveria saber. Nas palavras de Han (2015), a sociedade do desempenho, que impera atualmente, é dominada por uma potência positiva que induz os indivíduos a uma autocobrança excessiva para produzir, incentivando a superprodução, superdesempenho e supercomunicação, levando facilmente a fadiga mental e ansiedades. Como a competência em informação busca capacitar o indivíduo com habilidades técnicas e cognitivas para lidar com a informação, apreendendo-a de forma consciente e crítica, ela é essencial para resolver ou diminuir os efeitos dessas patologias.

De acordo com Vitorino (2011, p.102), as habilidades para utilizar as tecnologias digitais não devem ser o único foco da competência em informação existindo por si próprias, isoladas do cognitivo, mas sim, “derivar de determinadas motivações e contextos particulares, gerando uma série de consequências éticas e sociopolíticas.” A CoInfo deve abrir margem para que o indivíduo tenha consciência de que a necessidade informacional deverá surgir a partir de motivações e contextos pessoais, pois o coletivo deve ser interpretado a partir de sua própria experiência, do contrário, será apenas alienação.

Buckingham (2003, p.35) aponta que “[a] alfabetização hoje é inevitável e necessariamente alfabetização multimidiática”. A mídia, assim como a informação, está presente em quase todos os aspectos do cotidiano da sociedade, uma vez que, por vezes, sobretudo com a realidade digital que vivemos hoje, conteúdos midiáticos também carregam informações, essas carregadas de signos e símbolos. Assim, para navegar nesses espaços virtuais faz-se necessário também a competência midiática.

A preocupação com as mídias já existia desde os anos 50, sobretudo em relação aos aspectos políticos, ideológicos e à propaganda. No entanto, as expressões “educação para as mídias” ou “mídia-educação” só surgiu em 1960. Posteriormente, outros conteúdos midiáticos como ficção e entretenimento foram ganhando destaque devido a sua eficácia comunicacional (BÉVORT; BELLONI, 2009). Ao pesquisar sobre a competência midiática, encontramos trabalhos com foco na leitura crítica dos documentos midiáticos, comunicação comunitária e a mídia como ferramenta pedagógica (esse último em maior escala).

Os estudos iniciais sobre educação midiática davam foco aos efeitos que a exposição às mídias poderia causar em aspectos éticos, ideológicos e comportamentais nos indivíduos. No entanto, havia uma dualidade em relação à forma como essas mídias eram vistas, de um lado, havia aqueles estudiosos que buscavam minorar o poder de influência das mídias e do outro, aqueles que tentavam expor seus perigos (BÉVORT; BELLONI, 2009). Embora a mídia não seja mais vista apenas como algo a se temer, ainda há uma grande preocupação em como ela pode afetar o comportamento das pessoas, sobretudo jovens e adolescentes, que estão mais expostos a essa realidade. No século XXI, como dito anteriormente, as TDICs proporcionaram um cenário onde o conceito de comunicação e cultura estão atrelados ao de manipulação, como dito por Aza Raskin, “Do outro lado da tela, é quase como se tivessem um boneco de vodu de nós” (O DILEMA..., 2020). Assim, a educação midiática e seus estudos se tornaram ainda mais urgentes, pois os impactos desta no comportamento humano já é uma certeza.

A competência midiática “[...] implica no domínio e os usos sociais de códigos e de processos midiáticos” (ZANCHETTA JUNIOR, 2009, p. 1118). As tecnologias digitais proporcionaram inúmeras mídias e linguagens não escritas, que podem acompanhar, complementar e até trazer por si só a informação. Acompanhada de sons, signos, símbolos e/ou por imagens, a informação se comunica de uma forma menos objetiva e muito mais atrativa do que quando apenas escrita, sendo fortemente usada para disseminar todos os tipos de mensagens, devido a sua forte aceitação pela grande massa.

Em síntese, um sujeito competente em mídia é aquele que possui habilidades para acessar, analisar, criar e participar de maneira crítica do ambiente informacional e midiático em todos os seus formatos — dos impressos aos digitais (EDUCAMÍDIA, s.d). Nesse viés, a participação do sujeito não é apenas passiva, pois além de acessar e compartilhar, a competência midiática garante que ele também interaja de maneira crítica com os suportes midiáticos.

Apesar de terem surgido como áreas distintas, às competências em mídia e informação podem ser consideradas áreas complementares, uma vez que possuem como objetivo em comum capacitar as pessoas para o acesso, uso e criação efetiva de conteúdos midiáticos e informacionais. Quando a internet surgiu, fez-se necessário que as pessoas adquirissem múltiplas competências, o que uniu ainda mais esses campos de estudo (LEE; SO, 2014). Percebe-se que apesar desses dois termos representarem áreas que surgiram por diferentes necessidades, seus conceitos acabaram por se complementar nos ambientes virtuais, sendo ambos essenciais para o uso crítico, eficaz e saudável da informação nas redes

digitais (DUDZIAK; FERREIRA; FERRARI, 2017).

A competência midiática, como aponta Sigiliano e Borges (2018, p.109), “contribui para a autonomia e o desenvolvimento da capacidade crítica dos cidadãos, estando presente tanto na maneira como consumimos os conteúdos midiáticos, quanto no modo como os produzimos.” A produção e consumo da informação impacta não apenas na construção do conhecimento, mas na forma como os indivíduos se relacionam uns com os outros e consigo mesmo. Em uma sociedade onde os dados são cada vez mais abundantes e difíceis de serem filtrados, a sobrecarga e adoecimento mental surge como consequência, assim como o corpo adoce diante dos excessos, o mesmo ocorre com a mente, surgindo a fadiga mental e ansiedade informacional.

Dessa forma, tanto as competências em informação quanto a midiática seriam essenciais para lidarmos com o crescente fluxo informacional ao qual somos expostos diariamente, pois um indivíduo com tais competências seria capaz de identificar suas reais lacunas e necessidades informacionais, além de localizar, avaliar e selecionar as informações necessárias, assimilando-as de forma crítica e eficaz, fomentando o seu conhecimento sobre determinado assunto.

Uma vez que a competência em informação e midiática é o que educa e capacita o indivíduo para interagir em um ambiente informacional, a aquisição de tais capacidades é essencial para que construamos uma sociedade baseada no conhecimento e diminuir os efeitos da manipulação atrelada aos espaços digitais, visto que um sujeito competente em informação adotará um comportamento consciente e saudável na internet, agindo responsabilmente, posicionando-se reflexiva e criticamente. Na sociedade em que vivemos, onde os conteúdos midiáticos e informacionais são produzidos abundantemente, muitas vezes sem nenhum critério de qualidade, veracidade ou relevância, para exercer nossa cidadania de maneira consciente e eficaz, não basta apenas saber decodificar o alfabeto ou os sistemas digitais, é preciso ter outras competências para lidar com essa explosão de conteúdos, e a urgência destas só aumenta a cada passo em que a sociedade evolui.

3.3 Ansiedade Informacional

A ansiedade, assim como a informação, é uma palavra de teor abstrato e possui vários conceitos, pelo fato de diferentes autores utilizarem-se do termo para explicar diversos eventos, a depender do contexto. A atribuição de um termo científico para denominar sentimentos e emoções é sempre um desafio, dada à subjetividade destes, tanto é que

nenhuma palavra parece ter sido criada para nomear um sentimento, tais termos surgiram como metáforas atribuídas pela sociedade a sentimentos particulares (SKINNER, 1989).

Segundo Friman, Wilson e Hayes (1998), a ansiedade é um termo impreciso, metafórico e idiomático. É ocasionado por uma gama de fenômenos estudados por diversas áreas, o que o faz necessitar de uma explicação. Aprofundar o conhecimento acerca desses fenômenos pode levar a definir intervenções clínicas eficazes e técnicas que diminuam esses fatores.

O termo ansiedade é definido pelo *Cambridge Dictionary* (c2022) como uma sensação desconfortável de nervosismo, medo e preocupação com algo que aconteceu, acontecerá ou que pode acontecer no futuro. Em contrapartida, a *American Psychiatric Association* diferencia a ansiedade de medo, pois o medo se trata da resposta emocional a uma ameaça real e iminente, enquanto a ansiedade é uma antecipação a uma ameaça futura e imaginária (XI, 2020).

Já a Organização Mundial da Saúde (OMS) descreveu a ansiedade em sua versão mais recente do *ICD-11 for Mortality and Morbidity Statistics* (CID-11 MMS), publicado em maio de 2019, como "apreensão ou antecipação de perigo ou infortúnio futuro acompanhado por um sentimento de preocupação, angústia ou sintomas somáticos de tensão". Nesse sentido, a ansiedade pode ser entendida como uma resposta do corpo e mente em relação a algo hipotético e não tangível, o futuro.

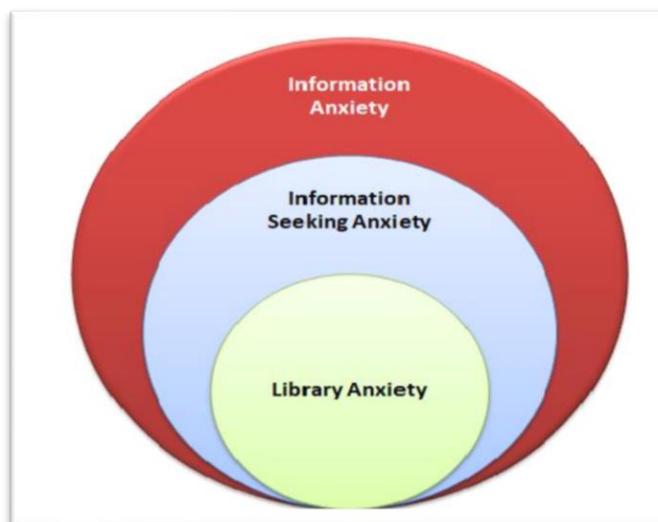
Skinner (1965) aponta que a ansiedade pode ser entendida como um fenômeno que surge por meio de relações diretas entre organismo e ambiente. A ansiedade carece de ser estudada com base na ciência do comportamento, pois ela não seria a causa, mas o próprio efeito do comportamento, precedido de sentimentos e emoções que geram mudanças no modo de agir e pensar do indivíduo. Pode surgir quando “um estímulo precede caracteristicamente um estímulo aversivo com um intervalo de tempo suficientemente grande para permitir a observação de mudanças comportamentais.” (SKINNER, 1965, p. 178). Nesse viés, o estímulo inicial, ou pré-aversivo, pode ser entendido como o gatilho que gera como resposta o estímulo aversivo, ou seja, o comportamento de fuga ou evitação do evento inicial, como a procrastinação, esquivamento, dentre outras atitudes e sentimentos.

Em contrapartida, Lundin (1977) considera a ansiedade como o grupo de respostas que um organismo emite sob certos estímulos, essa estimulação pode vir de um acontecimento, uma situação ou até mesmo de uma emoção que impulsiona o indivíduo a se sentir ou se comportar de determinada maneira. Nesse sentido, essas respostas do organismo podem ser tanto emocionais quanto fisiológicas, ou uma combinação destas.

No contexto da sociedade da informação, a ansiedade foi observada no processo informacional dos indivíduos pela primeira vez em 1605, quando Francis Bacon (1965 *apud* NAVEED; ANWAR, 2019) afirmou em seu livro intitulado *The Advancement of Learning* que um grande volume de conhecimento traz muita contristação e sofrimento, e que aquele que aumenta o conhecimento, aumenta a ansiedade.

Séculos depois, alguns profissionais cunharam os termos *Library Anxiety* (Melon, 1986), *Information Seeking Anxiety* (Erfanmanesh, Abrizah e Karim, 2012) e *Information Anxiety* (Wurman, 1986). Os termos *library anxiety* e *information seeking anxiety* surgiram no âmbito da Biblioteconomia e Ciência da Informação, enquanto o termo *information anxiety* veio da área de Ciências da Computação. No entanto, há uma inegável relação entre os termos, que é ilustrada na figura a seguir:

Figura 2 – O modelo encaixado de ansiedade de informação.



Fonte: Naveed e Anwar (2019).

O consumo de informação está presente em todas as etapas da vida humana, as pessoas estão constantemente coletando dados e informações que surgem à sua volta. Portanto, a ansiedade informacional pode surgir na vida por meio da pressão interna e externa que os estudantes sentem em relação as demandas acadêmicas, ao não conseguir se manter atualizado sobre a vida dos amigos, ao tentar lembrar de todas as obrigações do dia, ao se sentir sobrecarregado com tantos conteúdos ao visitar uma biblioteca e, principalmente, ao navegar na internet, onde o volume de informações é infinitamente maior. Assim, o esquema proposto por Naveed e Anwar é assertivo ao colocar a ansiedade de informação como um termo macro, pois ela pode surgir em vários outros processos e contextos além da biblioteca,

como no processo de busca e consumo da informação como um todo, na tomada de decisões, ao assistir televisão, ler um livro ou navegar nas redes sociais.

Na figura 2, os autores descrevem a ansiedade de informação em uma perspectiva mais ampla, que engloba duas ramificações específicas envolvendo a ansiedade de busca de informação. Podemos entender os termos da seguinte maneira, como descrito no quadro 3.

Quadro 3 – Termos relacionados à ansiedade de informação.

Termos	Descrição do termo
Ansiedade de Biblioteca (<i>Library Anxiety</i>)	Refere ao sentimento de desconforto dos usuários associados ao espaço físico da Biblioteca e geralmente a experiência ao interagir com os recursos, serviços e funcionários de uma biblioteca em particular.
Ansiedade de Busca de Informação (<i>Information Seeking Anxiety</i>)	É um conceito mais amplo que se refere aos sentimentos associados ao processo da busca de informações que vai além do espaço físico de uma biblioteca, podendo incluir – mas não se limita a <i>Library Anxiety</i> . Inclui ansiedade ao procurar informações de uma variedade de fontes como a biblioteca, a web e os humanos.
Ansiedade de Informação (<i>Information Anxiety</i>)	Um termo abrangente a <i>Information Seeking Anxiety</i> , mas incluindo outras ansiedades associadas a outros aspectos da informação, como definição de tarefa, reconhecimento de necessidade, acesso, compreensão, síntese, avaliação, uso etc.

Fonte: Elaborado pela autora com base em Naveed e Anwar, 2019.

Podemos perceber que os três conceitos estão fortemente ligados, contendo diversas semelhanças entre si. Nesse estudo, abordou-se o termo ansiedade de informação por se tratar de um conceito mais amplo, que além de englobar o meio informacional estudado, as redes sociais, também envolve o reconhecimento da necessidade de informação, sua busca e utilização, compreensão e outros aspectos que dizem respeito às áreas do comportamento informacional e CoInfo.

O arquiteto da informação Richard Saul Wurman, primeiro a usar o termo *Information Anxiety*, explica em seu livro que:

Ansiedade da informação é o resultado cada vez maior entre o que compreendemos e o que achamos que deveríamos compreender. É o buraco negro que existe entre dados e conhecimento, e ocorre quando a informação não nos diz o que queremos ou precisamos saber. (WURMAN, 1991, p. 38).

Quando não há informações o suficiente, a ansiedade é causada pela sensação de falta, de estar por fora de algo ou quando o indivíduo observa uma lacuna de conhecimento. Na sociedade da informação, todos estão conectados em redes, sobretudo nos espaços digitais, por teias de símbolos e significados, a sensação de não se encaixar nessa rede, de não saber o que está acontecendo, sobre o que estão falando, é o que pode causar os sintomas

da ansiedade.

Em contrapartida, a ansiedade também surge quando o sujeito se sente sobrecarregado pelos dados e informações que chegam até ele. A sobrecarga de informação acontece, de acordo Rogers (1986), quando um indivíduo, ou sistema, recebe uma quantidade excessiva de informações, sendo incapaz de processá-las, podendo levar a falhas no sistema, ou no caso dos seres humanos, colapsos mentais. Nesse contexto, a ansiedade é ocasionada por uma super estimulação constante, quando o indivíduo não tem tempo para absorver ou fazer transações de uma ideia para a outra, não havendo tempo para refletir sobre o que se está consumindo (WURMAN, 2005). Nesse sentido, podemos entender que a ansiedade pode ser causada tanto pela lacuna de conhecimento ou falta de informação quanto por seu excesso. Ambos os fatores podem levar o usuário a se expor, de forma intencional ou não, a um grande volume de informações, no primeiro caso em prol de suprir essa necessidade, e no segundo por não conseguir controlar esse fluxo constante.

Saber (2006) utiliza ainda as expressões: neurose informacional, fadiga de informação, intoxicação informacional e ansiedade informacional, todas como consequências da sobrecarga de informação.

Pierre Weil (2000) apresentou o conceito de “informatose”, termo criado para nomear os distúrbios ou mesmo doenças causadas por excesso de fluxo de mensagens informacionais em relação a um só receptor, isto é, a uma só pessoa. Informatose, ou Normose informacional, é a junção das palavras “informação” e “normose”. De acordo com Weil,

Normose é o resultado de um conjunto de crenças, opiniões, atitudes e comportamentos considerados normais, logo em torno dos quais existe um consenso de normalidade, mas que apresentam consequências patológicas ou letais. Alguns exemplos de normoses: usos alimentares como o açúcar, o uso de agrotóxicos e inseticida [...]. (WEIL, 2000, p. 62).

Nessa perspectiva, ele aponta que as consequências patogênicas advindas do uso das tecnologias digitais estão sendo ignoradas pelo consenso de normalidade em relação ao uso da informática na cultura. Como exemplo temos a própria toxicidade que permeia a comunicação nas redes virtuais, como a cultura do cancelamento, a manipulação, o compartilhamento em massa de notícias falsas, a perda da privacidade e outros. Todos esses problemas são naturalizados e aceitos pela sociedade em prol do uso dessas tecnologias. A tecnologia persuasiva que impera nas redes sociais é aplicada ao extremo, a fim de gerar mudanças nos comportamentos das pessoas, criando hábitos inconscientes como o de

atualizar o feed do *Instagram* e encontrar novas notícias a cada segundo, proporcionando um sistema cada vez mais atrativo e viciante, tornando difícil separar a necessidade de informação e a manipulação causada pela indução. (O DILEMA..., 2020).

Outrossim, no modelo de comportamento de busca da informação de Wilson (1999), vimos que a necessidade de informação pode surgir por diferentes contextos, seja pessoal, do papel que o indivíduo exerce na sociedade ou do próprio ambiente, sendo motivada por aspectos psicológicos, afetivos e estados cognitivos. As redes sociais possibilitaram a junção, em um único espaço e em tempo real, de todos os aspectos da vida humana, um indivíduo pode seguir amigos, colegas de trabalho, a página de sua empresa, jornais, sites de fofoca, páginas sobre assuntos que o interessam, famosos, tudo acontece no mesmo espaço. O indivíduo é bombardeado por diversas temáticas que acompanha e ainda é exposto passivamente aos conteúdos que seus amigos compartilham e interagem e ao que o algoritmo quer que ele veja. Assim, a exposição a um grande volume de informação nem sempre é movida por uma necessidade, muitas vezes o sujeito não sabe o que procura, ele apenas navega na rede, de forma intencional, sem um propósito consciente.

Essa combinação de busca, consumo e exposição a uma quantidade exorbitante de informação, é o que faz surgir a ansiedade, e junto com ela as sensações arrasadoras, visto que nosso cérebro possui uma capacidade limitada para apreender e prestar atenção a algo. De acordo com Mattos (2010, p.15), a ansiedade informacional se apresenta quando o indivíduo começa a se sentir “pressionado, comprimido, com os ombros pesados, com um sentimento de culpa, com um sentimento de impotência ao não conseguir acompanhar tudo o que é importante.” Esses sentimentos, quando não recebem a devida atenção, podem trazer consequências mais graves, como ataques de pânico e até depressão.

Lundin (1977) aponta que a emoção pode ser vista como a causa do comportamento, como algo que afeta ou o próprio comportamento, resultante de certas situações. O que corrobora a ideia de Skinner (1965) de que a emoção também pode surgir como um fator aversivo, isto é, com uma reação do indivíduo a determinado gatilho, como exemplo temos os sentimentos de culpa e impotência que o sujeito experimenta ao se sentir sobrecarregado. A emoção também pode ser observada como a causa de determinado comportamento, uma vez que a evitação, por exemplo, pode ocorrer como uma fuga dos componentes emocionais da ansiedade. Como quando evitamos pegar no celular não apenas pelo conteúdo que podemos encontrar lá, mas pela resposta emocional complexa que teremos ao ver tais conteúdos, pelas reações e emoções que tal ato pode nos trazer. Assim, o sujeito

evita não apenas as mensagens e notícias, mas suas próprias reações de ansiedade.

Sobre os aspectos fisiológicos da ansiedade, Santos (2000), afirma que ela se manifesta fisicamente no corpo de forma inespecífica, através da sudorese, taquicardia, tremores etc., e é comum que esteja atrelada a outros estados emocionais como a expectativa e o medo.

Alves, Bezerra e Sampaio apontam que “no domínio do mercado costuma-se dizer que informação é poder, mas em contextos diferentes da sociedade, o fluxo informacional está causando problemas de saúde física e mental.” (2015, p. 130). Na tentativa de se manter atualizado, tentando consumir o maior número de informações possíveis ou até não sabendo filtrar o que é relevante para a sua vida, tem-se um sentimento de frustração e até angústia, por não conseguir acompanhar esse grande volume que é humanamente impossível, podendo assim causar transtornos mentais e físicos que afetam nossa saúde e qualidade de vida.

A busca por informação pode crescer ainda mais em tempos de crise, é o que apontam recentes pesquisas da Agência Nacional de Telecomunicações. De acordo com os dados da pesquisa, o uso da internet no Brasil cresceu durante a quarentena de 2020, o aumento foi entre 40% e 50% e o número foi ainda maior para os servidores internacionais (LAVADO, 2020).

A incerteza e medo decorrentes da pandemia do novo coronavírus, entre 2020 e 2021, por exemplo, fizeram as pessoas se refugiarem nas redes sociais, passando cada vez mais tempo nesses ambientes. Muitos daqueles que acessam apenas buscando distração e lazer, acabam expostos às notícias e atualizações dos últimos acontecimentos do mundo, pois as redes sociais, que antes eram apenas para postar fotos e interagir com outras pessoas, se tornaram uma das maiores plataformas para jornais e revistas. Tendo em mente os fatores que podem impulsionar a ansiedade, como a falta e o excesso de informação, percebe-se que o conhecimento pode ser buscado para reduzir a ansiedade, mas também se pode evitar para diminuí-la (MASLOW, 1963), exibindo os comportamentos de seleção e evitação da informação.

Dessa maneira, surgem estudos em prol de encontrar uma solução para a problemática do excesso de informação nas redes virtuais. Como se achar um consenso entre o conhecimento, participação na sociedade e o adoecimento mental?

Na sociedade da compreensão, termo que Mattos usa para se referir a uma sociedade ideal, as pessoas devem ter meios para selecionar, escolher e filtrar as informações que realmente as interessam (MATTOS, 2010). Ser a sociedade da informação não é o

suficiente, é necessário focar não apenas em garantir o acesso à informação, mas capacitar as pessoas para lidar com elas, a fim de que haja a compreensão e construção do conhecimento. O consumo exagerado e automático da informação é improdutivo e, como dito por Han (2015, p), “a atividade que segue a estupidez da mecânica é pobre em interrupções”. É a capacidade de parar e refletir sobre nosso contexto, nossas atividades e o espaço que ocupamos no mundo que nos difere das máquinas, é em momentos de contemplação que absorvemos a informação e a transformamos em algo novo, em conhecimento e saber. Sem isso a sociedade possivelmente será formada por seres alienados e facilmente manipuláveis, perdidos em um mar de dados desconexos, visto que o excesso de informação pode ser mais desorientador do que a falta dela.

Em períodos em que a informação era fortemente restrita, como na Idade Média, a população não tinha consciência do que não sabia, agora, com o grande volume de opções e opiniões nos ambientes digitais, as pessoas sabem que não sabem. Então surge a sensação de estar por fora, de não saber o suficiente, ou a sobrecarga no meio de tantos dados, ocasionando a ansiedade. Apesar de ser normal e necessária em situações de real perigo, em níveis elevados a ansiedade pode causar sérios danos a vida das pessoas. Assim, é imprescindível saber identificar quando a ansiedade vira um problema, e uma forma prática de avaliar isso é observar se a reação ansiosa é de curta duração, autolimitada e relacionada ao estímulo do momento ou não (CASTILLO *et al.*, 2000).

Além dos sintomas emocionais e fisiológicos, Wurman (1991, p. 39) afirma que existem alguns comportamentos característicos da ansiedade de informação, são eles:

- Falar compulsivamente que não consegue se manter atualizado com o que ocorre a seu redor.
- Sentir-se culpado com aquela pilha cada vez mais alta de periódicos à espera de leitura.
- Balançar a cabeça compenetradamente quando alguém menciona um livro, um artista ou uma notícia de que você, na verdade, nunca tinha ouvido falar.
- Descobrir que é incapaz de explicar algo que pensava ter entendido.
- Xingar se por não ser capaz de seguir as instruções para montar uma bicicleta.
- Recusar-se a comprar um novo eletrodoméstico ou equipamento apenas por medo de não conseguir operá-lo.
- Sentir-se deprimido por não saber para que servem em todos aqueles botões do seu vídeo cassete.
- Comprar aparelhos eletrônicos de alta tecnologia, achando que pode aprender a tecnologia por osmose.
- Qualificar um livro de “genial” mesmo sem ter entendido sua resenha, que foi tudo que você leu a respeito.
- Consultar seu relógio digital para registrar a hora exata no livro de entradas e saídas de um prédio de escritórios mesmo sabendo que na verdade ninguém liga para isso.

- Dedicar tempo e atenção a notícias que não têm qualquer impacto cultural, econômico ou científico em sua vida.
- Ao preencher um formulário, sentir-se compelido a ocupar todos os espaços em branco.
- Reagir emocionalmente à informação que você de fato não compreende – por exemplo, entrar em pânico ao saber que o índice Dow Jones caiu 500 pontos mesmo sem saber o que ele realmente é.
- Achar que a pessoa ao seu lado está entendendo tudo e você não.
- Ficar muito receoso ou encabulado de dizer “Não sei”.
- Ou pior, chamar de informação alguma coisa que você não compreende.

Embora esses comportamentos tenham sido percebidos há mais de 30 anos, muitos ainda se repetem, com algumas diferenças nas razões que influenciam a ansiedade. Por exemplo, a pilha de periódicos foi substituída pelos periódicos digitais, os botões do videocassete pelos inúmeros softwares e aplicativos, e o fato de ter conteúdos ensinando a fazer diversas coisas na internet, como aprender a utilizar um novo aparelho ou até mesmo montar uma bicicleta. Isso torna o primeiro comportamento de sentir que não consegue se manter atualizado ainda mais presente.

Augusto Cury (2014) em seu livro “Ansiedade: como enfrentar o mal do século”, listou 25 maneiras para os indivíduos terem uma relação saudável com a sua mente, e algumas delas podem ajudar a atenuar a ansiedade de informação, visto que o pensamento está intimamente ligado com esta problemática. Dentre elas se destacam: a **capacidade de gerenciar os próprios pensamentos e qualificá-los** para não ser escravo das ideias que ruminam o passado ou antecipam o futuro; **gerenciar a emoção, protegê-la** como a mais excelente propriedade e filtrar estímulos estressantes; **gerenciar a Síndrome do Pensamento Acelerado (SPA)** para não ser uma máquina de pensar e de gastar energia cerebral inútil; **se autoconhecer**, saber suas limitações e superar a necessidade quase doentia de ser perfeito.

As pessoas devem ter consciência de que é humanamente impossível saber de tudo, que o processo de aprendizado e consumo de informação deve ser consciente. Além de ser impossível saber de tudo, o indivíduo nunca conseguirá utilizar todo o capital intelectual que adquiriu ao longo de sua vida, isso porque além da forma como ele aprende, esse processo também é impactado pela memória que possui suas limitações. Assim,

[...] perceber as próprias limitações torna-se essencial para sobreviver a uma avalanche de informação; você não pode nem deve absorver tudo ou mesmo dar atenção a tudo [...]. Se você aceitar que não pode saber tudo, ficará muito mais à vontade com a ideia de desconhecer algo. (WURMAN, 1991, p. 344)

Para sobreviver e continuar fazendo um uso eficaz e consciente das informações

em um ambiente volátil e em constante mutação, deve-se filtrar aquelas informações que são realmente necessárias para seu processo de vida, que vão agregar algo ao seu conhecimento e que é de seu interesse. Somente aqueles que possuem alfabetização digital, informacional e uma grande autoconfiança podem sobreviver e prosperar sob tais condições (NAVEED; ANWAR, 2019).

A colocação dos autores acima aponta para a necessidade de uma competência em informação e midiática, corroborando a afirmação de Vitorino (2011) de que as habilidades técnicas para utilizar as tecnologias digitais não devem ser exercidas isoladas do cognitivo. A democratização e o acesso não são suficientes, o consumo de informação precisa ser um ato consciente, pois além de acessar a informação o indivíduo precisa ter a capacidade de filtrá-las, interpretá-las e se apropriar de seu conteúdo, a fim de, se desejável, participar ativamente dos ambientes digitais de forma construtiva. Um sujeito competente em informação e mídia sabe não apenas usar a informação a seu favor, sem comprometer sua saúde mental, mas contribuir para um espaço digital mais saudável, se comportando de maneira eficaz e crítica diante do caos informacional que existe no ciberespaço.

Por isso, o entendimento sobre os comportamentos informacionais e o aprimoramento das competências em informação e midiática voltadas para a busca, apreensão e utilização da informação são essenciais na resolução da ansiedade informacional, para que o indivíduo tenha a capacidade de localizar, filtrar e escolher aquelas informações que são realmente necessárias para sua vida, levando em consideração seu contexto cognitivo, histórico, ético e sociopolítico.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para cumprir os objetivos propostos, essa pesquisa segue as regras metodológicas da abordagem mista qualiquantitativa, pois esta permite a produção de dados que se complementam, o que possibilita uma interpretação mais completa e rica das informações obtidas (SANTOS *et al.*, 2017). O aspecto quantitativo diz respeito à análise dos dados numéricos obtidos pelas respostas dos sujeitos do estudo. Já o viés qualitativo leva em consideração a análise do conteúdo das respostas a fim de ilustrar e complementar os dados estatísticos.

A ansiedade informacional no contexto das redes sociais é um assunto que ainda requer mais atenção da área da Biblioteconomia e Ciência da Informação, devido à escassez de estudos que aborde a temática em outros contextos informacionais além do ambiente tradicional das bibliotecas. Assim, essa pesquisa é de caráter exploratório, visto que esse tipo de estudo tem como propósito trazer familiaridade e notoriedade a um determinado tema, possibilitando a elucidação de vários aspectos referentes à problemática (GIL, 2002). Por se tratar do estudo do comportamento informacional dos usuários, assunto complexo e subjetivo, utilizou-se o método indutivo, tendo em vista que, segundo Marconi e Lakatos (2017, p.86) “o objetivo dos argumentos indutivos é levar a conclusões cujo conteúdo é muito mais amplo do que o das premissas nas quais se basearam”. Utilizou-se como técnica o encaixe bibliográfico, pois se fundamentará em conceitos trabalhados anteriormente por diversos autores e, como o nome sugere, suas respectivas bibliografias sobre o tema.

A pesquisa bibliográfica foi realizada entre novembro e dezembro de 2021 nas bases de dados da Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD), no Portal de Periódicos da CAPES e na Base de Dados Referencial de Artigos de Periódicos em Ciência da Informação (Brapci). Pesquisou-se pela combinação dos termos (“Ansiedade Informacional” OR “Ansiedade de Informação” OR “Fadiga Informacional” OR “Information Anxiety” OR “Information Fatigue”); (“competência midiática” OR “competência em mídia”); (“competência em informação” OR “competência informacional” OR “Information competence” OR “informational competence”); (“Comportamento informacional” OR “Comportamento do usuário” OR “Information seeking behavior” OR “Information literacy”).

A pesquisa teve como foco investigar o comportamento informacional dos estudantes de Biblioteconomia da UFC que utilizam a rede social *Instagram*, por se tratar de uma plataforma que reúne conteúdos informacionais e midiáticos dos mais diversos assuntos e ser uma das redes sociais mais utilizadas no Brasil, e buscou investigar de que forma os

estudantes de biblioteconomia estão se comportando diante do excesso de informação na rede social e verificar se isso tem uma consequência negativa na sua saúde mental. Para a exploração dos dados foi utilizado a análise de conteúdo, buscando investigar os comportamentos informacionais, gatilhos da rede social que possam estar influenciando o problema e os possíveis sintomas e sentimentos advindos da ansiedade informacional dos sujeitos da pesquisa.

A revisão bibliográfica foi uma preparação para estas últimas etapas, visando contextualizar o tema e possibilitar a coleta e análise dos dados de forma eficaz. De acordo com Lakatos e Marconi (2017, p. 167) a coleta de dados é a “etapa da pesquisa em que se inicia a aplicação dos instrumentos elaborados e das técnicas selecionadas, a fim de se efetuar a coleta dos dados previstos.”

Utilizou-se como instrumento de coleta de dados um questionário semiestruturado aplicado através da plataforma *Google Forms* que, além de selecionar os indivíduos da pesquisa, objetivou coletar informações sobre seus perfis e comportamentos informacionais. O questionário se trata de uma ferramenta de coleta de dados, onde agrupam-se uma série de perguntas que o sujeito da pesquisa deve responder por escrito e sem a presença do entrevistador (MARCONI; LAKATOS, 2017). Assim, essa ferramenta foi escolhida não apenas pela sua praticidade, mas também porque a ausência do entrevistador no momento da resposta deixa o entrevistado mais à vontade para responder os questionamentos.

As perguntas foram elaboradas com base em bibliografias desenvolvidas sobre a problemática anteriormente, sendo, no entanto, adaptadas para o contexto estudado. Composto por 20 questões, o questionário possui 16 questões objetivas e 4 questões subjetivas, sendo divididas em quatro grupos que buscam sanar os objetivos da pesquisa. São estes: 1) Perfil dos respondentes; 2) Comportamento e Consumo de Informação; 3) Gatilhos do *Instagram*; 4) Sintomas e Consequências da ansiedade informacional.

A seguir, o quadro 4 apresenta a relação dos objetivos com o questionário e as questões levantadas na coleta de dados.

Quadro 4 – Relação entre objetivos específicos e perguntas do questionário.

Objetivos específicos	Instrumentos de coleta de dados
a) delinear os estudantes que se consideram acometidos pela ansiedade informacional.	Questões 1, 2 e 3
b) caracterizar o comportamento informacional dos estudantes quanto ao consumo de informações no <i>Instagram</i> .	Questões 4, 5, 6, 6.1, 7, 7.1, 8, 9

c) identificar os gatilhos das redes sociais que podem causar a ansiedade informacional	Questões 10, 11, 12, 12.1
d) Verificar os principais sintomas e consequências da ansiedade informacional.	Questões 13, 14, 15, 16, 16.1

Fonte: elaborado pela autora.

O instrumento foi compartilhado para os estudantes de Biblioteconomia da UFC por correio eletrônico, no período entre 18 de abril e 03 de maio do ano corrente, através do Sistema Integrado de Gestão de Atividades Acadêmicas (SIGAA), e no perfil do Instagram do centro acadêmico e coordenação do curso, visto que é o canal de comunicação na qual os sujeitos alvos da pesquisa se concentram.

Creswell (2007) aponta que os participantes mais adequados são aqueles que ajudarão o pesquisador a entender o problema, não sendo feita necessariamente a seleção de muitos participantes ou locais. Nesse viés, a seleção dos sujeitos foi feita dentro de uma comunidade de 322 alunos matriculados no curso de Biblioteconomia da Universidade Federal Do Ceará (UFC), no qual a amostragem analisada se deteve aos 70 estudantes que contribuíram ao responder o questionário. Tais estudantes utilizam ou já utilizaram o Instagram. Levou-se em consideração a conveniência e compatibilidade, visto que por pertencer a esta comunidade o acesso ao envio do questionário se deu de forma simplificada além do perfil ter se encaixado perfeitamente no escopo do estudo.

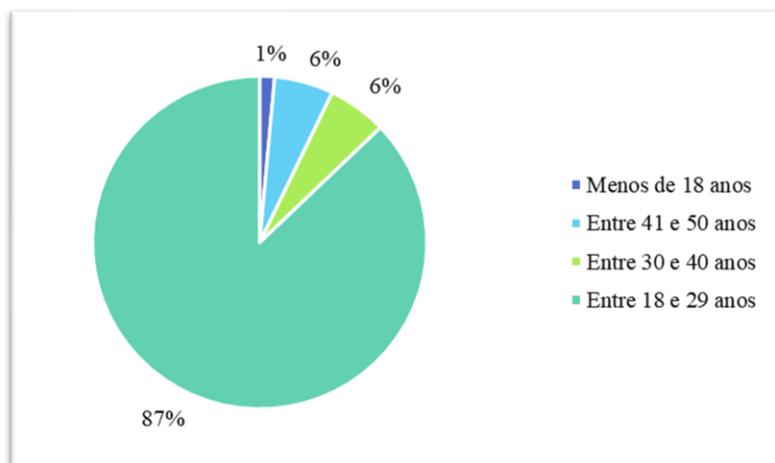
5 RESULTADOS E ANÁLISE DOS DADOS

Nesta seção, apresentam-se os resultados e a análise dos dados obtidos por meio do questionário, no qual houve retorno de 70 alunos respondentes. Essa análise será dividida nos grupos: 1) Perfil dos participantes da pesquisa; 2) Comportamento e Consumo de Informação; 3) Gatilhos do Instagram; 4) Sintomas e Consequências da ansiedade informacional, a fim de elucidar os objetivos propostos pela pesquisa. A pesquisa obedece aos Critérios da Ética em Pesquisa com Seres Humanos, conforme Resolução Nº 510/16 do Conselho Nacional de Saúde. Os estudantes do curso de biblioteconomia da UFC, sujeitos da pesquisa, concordaram com a participação na pesquisa e autorizaram a utilização e a divulgação dos dados do questionário, ao concordarem com o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

5.1 Perfil dos Participantes da Pesquisa

Neste grupo, buscou-se traçar as características do perfil dos respondentes do questionário. Em relação à idade, como observado no gráfico a seguir, 87% (61) dos respondentes possuem entre 18 e 29 anos, compondo a maioria do grupo, 6% (4) têm entre 30 e 40 anos, outros 6% (4) têm entre 41 e 50 anos e há ainda 1% (1) dos respondentes com menos de 18 anos. As respostas foram obtidas de um grupo de estudantes de diferentes idades, alguns saindo da adolescência e outros já na idade adulta, levando em consideração a classificação de faixa etária da OMS (LIRA, 2018).

Gráfico 1 - Faixa etária dos estudantes de Biblio/UFC

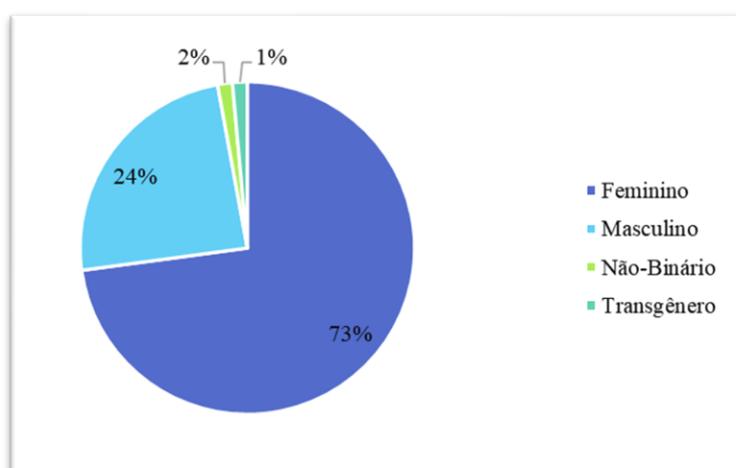


Fonte: dados da pesquisa.

Em relação ao gênero, nota-se que a maioria dos respondentes são do gênero

feminino compondo 73% (51) do grupo, o gênero masculino representa 24% (17) e os indivíduos que se identificam como transgênero e não binário compõem 2% (1) e 1% (1) do grupo respectivamente. Esse resultado demonstra que a relação de pessoas do sexo feminino do curso que utilizam a rede social Instagram é maior do que os outros gêneros.

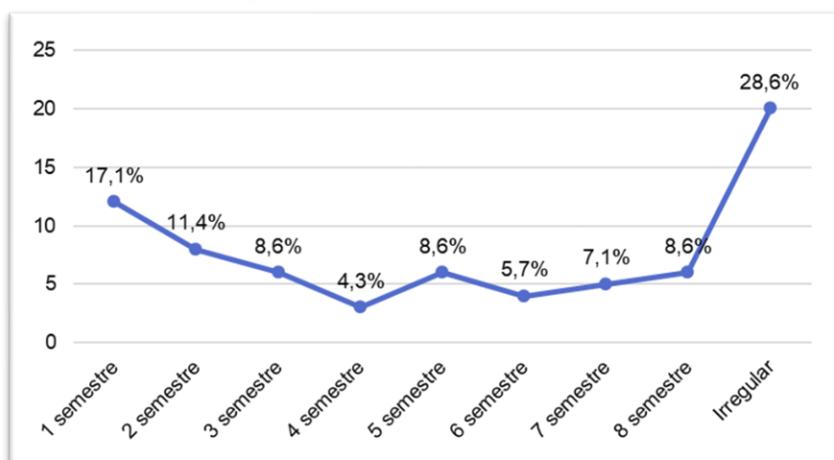
Gráfico 2 - Gênero dos estudantes de Biblio/UFC.



Fonte: dados da pesquisa.

Em relação aos semestres que os estudantes se encontram no curso de Biblioteconomia da UFC, podemos perceber que os estudantes que estão irregulares e os do primeiro e segundo semestre compõem a maioria sendo 28,6% (12), 17,1% (8) e 11,4% (6) respectivamente. Em seguida, temos o quinto e oitavo semestre compondo 8,6% (6) cada, o sétimo com 7,1% (5), o sexto com 5,7% (4) e quarto semestre representando 4,3% (3) dos entrevistados.

Gráfico 3 - Semestre que os estudantes se encontram no curso de Biblio/UFC.



Fonte: dados da pesquisa.

Percebe-se, que há estudantes de todos os semestres do curso, com uma variada

faixa etária e de gênero, o que possibilitou uma análise mais completa e abrangente sobre o problema de pesquisa.

5.2 Comportamento e Consumo de Informação

Para analisar quais os padrões de comportamento e consumo de informação são exercidos pelos respondentes, foram elaboradas neste tópico seis perguntas fechadas e duas perguntas abertas para complementar os dados quantitativos.

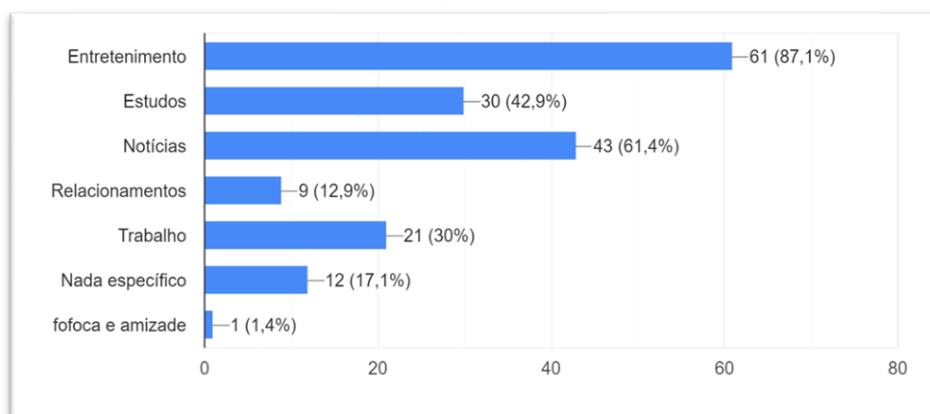
A primeira pergunta buscou investigar se os indivíduos sabiam identificar suas necessidades de informação, isto é, o que eles estavam buscando intencionalmente no Instagram. Como esta rede social engloba os mais diversos assuntos, optou-se por deixar a questão de múltipla escolha e possibilitar aos respondentes adicionar os tipos de conteúdo que buscam, caso estes não fossem englobados pelos já propostos. Como observado no gráfico 4, o entretenimento (87,1%), notícias (61,4%) e estudos (42,9%) são os tipos de conteúdo mais buscados, logo a seguir, temos aqueles relacionados a trabalho (30%) e relacionamento (12,9%). Por fim, alguns respondentes afirmaram que não buscam nada em específico (12,1%) e um indivíduo ainda adicionou que busca fofoca e amizade (1%).

Como citado anteriormente, Cooper (1971) afirma que a necessidade de informação é um estado psicológico e não observável, mas que pode ser identificado através da observação e até da conversa com o indivíduo. Inquirir essa questão aos respondentes nos permitiu não só perceber a sua principal motivação ao acessar as redes sociais, mas também ver que, em sua maioria, eles possuem consciência do que estão buscando. No entanto, 12,1% das pessoas afirmaram não buscar nada em específico, ocorrendo, portanto, uma busca passiva ou indireta da informação. Apesar de o usuário ter habilidades técnicas para acessar a rede social, sua falta de propósito ou de conhecimento acerca de suas lacunas torna mais difícil filtrar suas prioridades e as informações que chegam até ele, o que não é algo positivo no contexto da infodemia ou excesso de informação característicos do ciberespaço.

Esses dados corroboram a colocação de Cooper (1971), acerca da subjetividade da necessidade informacional, visto que, às vezes, nem mesmo o próprio indivíduo sabe o que necessita e o que está buscando, o que também dificulta a noção do que ele não precisa saber. Não ter clareza do que se procura, ou não se procura, na internet, pode causar a ansiedade de informação, tanto em relação à sensação de falta, visto que, quando não se sabe o que está procurando dificilmente haverá uma lacuna a ser preenchida, o que levará o sujeito a se expor a mais conteúdos, quanto em relação ao excesso, pois se torna muito difícil filtrar o que não se

está buscando e o que não é necessário saber nesse contexto.

Gráfico 4 - Conteúdo buscado no *Instagram*.



Fonte: dados da pesquisa.

Ademais, nas tabelas 1 e 2, foi possível perceber que dos 70 respondentes, 57 afirmaram buscar mais de um tipo de conteúdo no *Instagram* e os outros 13 afirmaram buscar apenas um tipo de conteúdo. Essa informação demonstra que, além de ter consciência do que se está buscando, esses usuários estão obtendo proveito da variedade de conteúdos presentes na plataforma, aproveitando as suas potencialidades para suprir suas finalidades e necessidades informacionais. Porém, como já citado, o *Instagram* é uma rede social que recolhe métricas a partir das preferências e atividades de seus usuários a fim de otimizar os conteúdos que lhes são apresentados, utilizar a plataforma para mais de um propósito pode ser um desafio, visto que não é possível separar os tipos de conteúdo por período, alinhando os assuntos a cada momento. Isso faz com que o usuário se depare com uma postagem relacionada ao trabalho ou faculdade em seu período de folga, quando só quer ver as fotos de um amigo, por exemplo.

Esse fator pode ser um gatilho, ou estímulo pré-aversivo nas palavras de Skinner (1965), que geram os comportamentos ou sentimentos característicos da ansiedade informacional, como a sensação de se estar por fora e a culpa de não estar fazendo ou se informando o suficiente. Nesse cenário, onde a informação pode trazer desconforto, a competência em informação passa a ser um elemento que contribui no discernimento do que é ou não necessário saber para o indivíduo, o que a torna imprescindível até para se relacionar de forma saudável com o conhecimento e o fluxo de informação.

Tabela 1 – Relação de conteúdos buscados, 1 para muitos.

Total de respondentes que buscam mais de um tipo de conteúdo	
4. Que tipo de conteúdo você busca acessar no instagram?	Contagem
Entretenimento, Estudos	1
Entretenimento, Estudos, fofoca e amizade	1
Entretenimento, Estudos, Notícias	8
Entretenimento, Estudos, Notícias, Relacionamentos	1
Entretenimento, Estudos, Notícias, Relacionamentos, Trabalho	3
Entretenimento, Estudos, Notícias, Trabalho	12
Entretenimento, Estudos, Trabalho	2
Entretenimento, Nada específico	4
Entretenimento, Notícias	8
Entretenimento, Notícias, Nada específico	2
Entretenimento, Notícias, Relacionamentos	3
Entretenimento, Notícias, Relacionamentos, Trabalho	1
Entretenimento, Notícias, Trabalho	3
Entretenimento, Relacionamentos	1
Estudos, Notícias	1
Nada específico	6
Total Geral	57

Fonte: dados da pesquisa.

Tabela 2 – Relação de conteúdos buscados, 1 para 1.

Total de respondentes que buscam apenas um tipo de conteúdo	
4. Que tipo de conteúdo você busca acessar no instagram?	Contagem
Entretenimento	11
Estudos	1
Notícias	1
Total Geral	13

Fonte: dados da pesquisa.

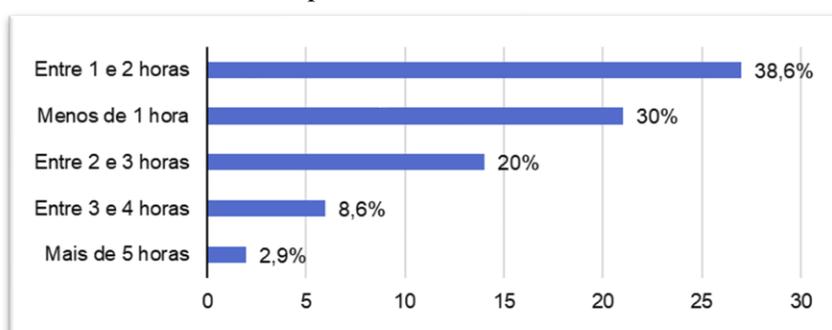
No que tange ao tempo que os respondentes passam online no *Instagram* diariamente, o gráfico 5 apresenta que a maioria permanece entre 1 e 2 horas (38,6%) ou menos de 1 hora (30%), o que é consonante com os dados da pesquisa anual realizada pelo *We Are Social* (2022), citada anteriormente, que demonstra que a população mundial passa em média 2h27 minutos nas redes sociais por dia. Consequente, há os que passam entre 2 e 3 horas (20%), entre 3 e 4 horas (8,6%) e ainda quem passe 5 horas (2,9%).

Apesar de mais da metade dos respondentes afirmarem que passam até 2 horas online, estando dentro da média mundial, as outras porcentagens podem ser preocupantes, pois além da relação entre o intenso uso das redes sociais e o baixo padrão de sono apresentado por Scott, Biello e Woods (2019), passar longos períodos de tempo se expondo intencionalmente ao grande volume de informação presente nas redes sociais, a uma realidade maquiada, onde as pessoas só mostram o que querem e como querem mostrar, pode ocasionar sensação de sobrecarga e fadiga gerada pela quantidade excessiva de informação, comparações e estresse.

Sabe-se que, em termos de absorver informações, o cérebro humano possui uma capacidade limitada, como os bits de um plano de internet, portanto, é imprescindível filtrar o

volume de informação que chega até um indivíduo (LEVITIN, 2015). Na sociedade atual, onde o marketing digital, as propagandas e notícias se esforçam com técnicas cada vez mais persuasivas para atrair novas visualizações, é preciso ter consciência e autocontrole em relação ao que se está consumindo e por quanto tempo.

Gráfico 5 - Horas online por dia nas redes sociais.



Fonte: dados da pesquisa.

A sexta questão buscou identificar se os indivíduos fazem o uso racional do *Instagram*, isto é, se possuem consciência do período que passam diariamente na plataforma e se buscam maneiras de controlar esse uso, a fim de não cometerem excessos. No gráfico 6, visualizamos que 79% dos respondentes utilizam a rede social sempre que sentem vontade, não adotando nenhum meio para controlar quantas vezes entram no aplicativo ou quanto tempo passam online. Em contrapartida, 21% afirmaram que não acessam o aplicativo sempre que sentem vontade, pois tentam controlar o seu uso.

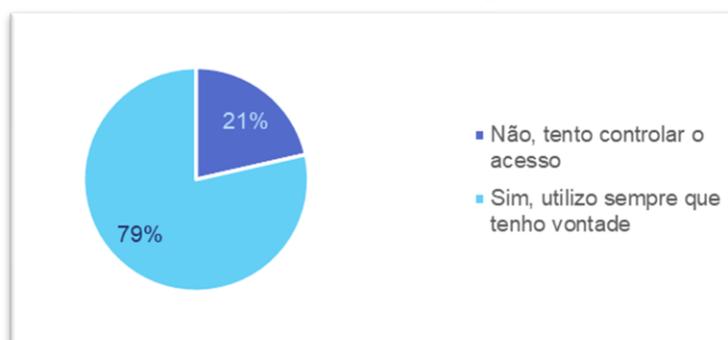
Em seguida, para os que afirmaram controlar o acesso, perguntamos qual meio utilizam para isso. Um respondente (alu31) afirmou: “Uso o Bem-Estar Digital, esse aplicativo já veio no meu celular e tento regularizar o meu tempo no telefone que não seja resolvendo atividades da faculdade.”; outro (alu39) respondeu: “Utilizo somente pelo notebook e fora do horário comercial, assim tenho preguiça de ligar novamente o computador somente para usar o *Instagram*.”; Outra (alu44) afirmou usar o despertador do próprio celular e, por fim, outra respondente (alu42) contou utilizar a ferramenta do próprio Instagram onde o usuário pode estabelecer um limite de tempo diário de acesso, o qual ela limita a 2 horas, um usuário (alu45) afirmou que já utilizou essa ferramenta do Instagram, mas não especificou se ainda faz uso.

Como dito por Aza Raskin (O DILEMA..., 2020), a manipulação é inserida sorrateiramente nas redes sociais, induzindo seus usuários a adotar comportamentos inconscientes passando cada vez mais tempo online, tornando difícil resistir as tentações em

forma de conteúdo. Assim, utilizar o *Instagram*, ou qualquer outra rede social, sem moderação pode levar o usuário ao vício, tornando-o mais suscetível as tentativas de induções comportamentais. Enxergar a necessidade e saber controlar o acesso é uma competência essencial nesse cenário.

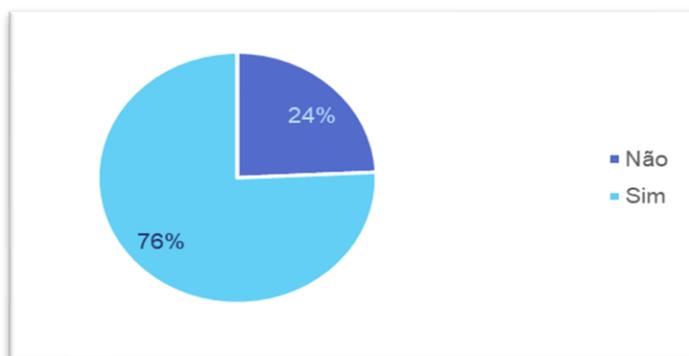
Podemos evidenciar que dentre os meios adotados pelos participantes da pesquisa para controlar o tempo de acesso ao *Instagram*, os mecanismos que notificam ou bloqueiam o aplicativo passado o tempo estabelecido são os mais utilizados, com exceção de uma usuária que afirmou dificultar o acesso como uma forma de controlar o uso. Adotar meios para controlar o tempo que passamos online é imprescindível para não se sentir sobrecarregado no meio de tantas informações e a utilização de aplicativos que limitam o uso pode ser útil, principalmente quando os usuários percebem que o impulso de acessar a plataforma é difícil de controlar.

Gráfico 6 – Controle de acesso no *Instagram*.



Fonte: dados da pesquisa.

A sétima questão buscou investigar se os respondentes já interromperam intencionalmente o uso do *Instagram* por mais de alguns dias. Essa pergunta teve como propósito identificar se os usuários da rede social adotavam, em algum momento, um comportamento evitativo em relação a ela e seus conteúdos. Como observado no gráfico 7, 76% (55) disseram que já haviam se distanciado da rede social por um tempo e 24% (15) que não.

Gráfico 7 - Interrupção de uso do *Instagram*.

Fonte: dados da pesquisa.

Para aqueles que afirmaram sim, perguntamos a motivação e as respostas foram variadas, mas observou-se alguns padrões, desse modo, elas foram separadas em 3 categorias, destacando-se as mais relevantes: 1) Impactos emocionais, 2) Impactos na produtividade, 3) Insatisfação com o conteúdo, conforme o quadro 5.

O principal motivo descrito pelos respondentes foram os sentimentos negativos em relação ao conteúdo e excesso de informação presente na plataforma, sendo apontados sentimentos como ansiedade, vício, baixa autoestima, tristeza, frustração e sobrecarga. Recapitulando a fala de Marlow (1963), assim como o conhecimento pode ser buscada para suprir uma lacuna e diminuir uma ansiedade, a informação pode ser a causa de tal problema, desse modo, ela começa a ser evitada, como uma fuga dos componentes emocionais da ansiedade de informação, tais como: a depressão, angústia e frustração, todos citados pelos respondentes. O filtro de estímulos estressantes é indicado por Cury (2014) como uma forma de proteger nossas emoções, assim, é importante diminuir o acesso aos gatilhos da ansiedade. No entanto, deve-se ter cuidado para não acabar evitando a informação de forma indiscriminada, prejudicando o desenvolvimento pessoal e construção de novos conhecimentos. O equilíbrio e o reconhecimento das próprias necessidades informacionais são essenciais, assim como as competências para filtrar e selecionar os conteúdos relevantes para o seu desenvolvimento.

Em segundo lugar, tivemos os motivos relacionados aos impactos negativos na produtividade. Os usuários relataram terem percebido que passavam muito tempo online, deixando de lado outras responsabilidades, tendo como consequências a improdutividade, falta de concentração e má aproveitamento do tempo. É interessante estabelecer um paralelo entre as respostas do alu49, no grupo 1, onde este afirma se sentir improdutivo ao ver outras pessoas postando sobre suas atividades, e as respostas dos respondentes do grupo 2, onde o Instagram não é visto como o lembrete, mas o causador da procrastinação. Assim, podemos

perceber que a rede social pode ser tanto um gatilho para os sentimentos de improdutividade quanto o causador de tal comportamento, visto que os usuários se sentem tão atraídos e induzidos a passarem cada vez mais tempo online que acabam deixando de lado outros afazeres e responsabilidades.

Em terceiro lugar, obtivemos respostas relacionadas a insatisfação com a plataforma e seus conteúdos. Foi relatado o excesso de conteúdo sem relevância, a necessidade de utilizar outros canais de informação e a percepção de que as necessidades informacionais não estavam sendo supridas. A explosão informacional é marcada, em parte, pelo excesso de informações de má qualidade, justificada pela cultura de participação proporcionada pela *web.2*, onde os indivíduos se veem não apenas como consumidor, mas criador da informação, e isso acaba por acumular *“muito lixo informacional, como coisas que realmente não servem pra nada, entretenimento de baixo nível, discussões e debates que não [nos] me trazem maiores conhecimentos”*, como apontado por uma respondente (alu42).

Quadro 5 – Motivos da interrupção do uso do Instagram.

Categoria	Cód. do Aluno	Comentários
1) Impactos emocionais	(alu13)	<i>“Porque estava ficando viciado demais e o algoritmo estava me bombardeando com conteúdos que afetavam minha autoestima e etc.”</i>
	(alu22)	<i>“Tentativa de detox digital, devido ansiedade e querer ficar mais comigo mesma. Voltei para consumir conteúdos relevantes.”</i>
	(alu29)	<i>“Não aguento algumas notícias, me sinto muito deprimida”</i>
	(alu34)	<i>“Estava muito ansiosa e sufocada com tanta informação. Depois de algumas semanas voltei pois já me sentia melhor mas, sempre que me sinto angustiada com a rede social tiro um tempo para desconexão. (...)”</i>
	(alu39)	<i>“O aplicativo me gerava muitos gatilhos de ansiedade, perda de tempo, e frustração por comparação.”</i>
	(alu42)	<i>“Usava muito e o excesso de informação foi cansando, porque apesar de muita informação útil, tem muito lixo informacional, como coisas que realmente não servem pra nada, entretenimento de baixo nível, discussões e debates que não me trazem maiores conhecimentos, e até mesmo nem precise, então se perde muito</i>

		<i>tempo. É uma rede social digital que te incentiva a expor ao máximo a sua imagem, dando a falsa ilusão de "engajar os seus seguidores". Então, sentimentos como ansiedade e comparação podem facilmente aparecer, assim como tristeza e tédio."</i>
	(alu44)	<i>"Estava muito ansiosa e sufocada com tanta informação. Depois de algumas semanas voltei pois já me sentia melhor mas, sempre que me sinto angustiada com a rede social tiro um tempo para desconexão. A vida perfeita, os melhores closes, luxo, magreza, roupas caras... nossa, que cansa dessa fantasia."</i>
	(alu49)	<i>"Me deixava extremamente ansiosa e me sentia improdutivo ao ver as pessoas fazendo quinhentas coisas e eu não fazendo nada."</i>
2) Impactos na produtividade	(alu04)	<i>"Acredito que estava tomando muito tempo do meu dia e atrapalhando minhas responsabilidades."</i>
	(alu11)	<i>"Para tentar ser mais produtiva e ter menos distrações."</i>
	(alu17)	<i>"Estava gastando muito tempo do meu dia no instagram e me incomodava muito, decidi parar de utilizar mas voltei pois controlando mais o acesso regularizando meus horários."</i>
	(alu21)	<i>"Identifiquei que estava procrastinando, pois em alguns momentos que precisava fazer algo e buscava fugir da realidade por um momento para ficar rolando o feed e passando o tempo. Essa fuga da realidade ocorreu muito comigo, tanto em confronto com as minhas responsabilidades quanto com os meus hábitos de diversão, como a leitura, que acabou ficando de lado por conta do uso excessivo do instagram. Isso me arraigou fortemente na ansiedade e ansiedade da informação, pois virou uma característica esperar aquela informação da forma mais rápida e mais superficial possível."</i>
	(alu45)	<i>"Percebi que o instagram tomava muito meu tempo e que as notícias (sobre o governo) me deixavam desmotivada, passei a entrar no aplicativo apenas para "rola as informações" porque eu não prestava a atenção em nada, não eram conteúdos interessantes. Então, desinstalei ele do meu celular e hoje só uso quando estou pelo computador, faço questão de não deixar logado, o tempo que tenho para colocar o usuário e a senha, lembro que não tenho nada pra fazer lá e desisto de entrar."</i>
	(alu46)	<i>"Estava me atrapalhando, não conseguia me concentrar nas coisas do dia a dia. Passei 1 mês sem mexer."</i>

3) Insatisfação com o conteúdo	(alu27)	<i>“Excesso de superficialidade, utilizar outros canais para informação.”</i>
	(alu28)	<i>“Por informações que considero fúteis, falsos padrões de beleza, conteúdo repetitivo, enjoo do conteúdo de amigos/conhecidos, vontade de não ter meu perfil acessado por qualquer pessoa.”</i>
	(alu48)	<i>“Não me trazia mais os sentimentos e informações que eu queria ou que fizesse diferença na minha vida.”</i>

Fonte: dados da pesquisa.

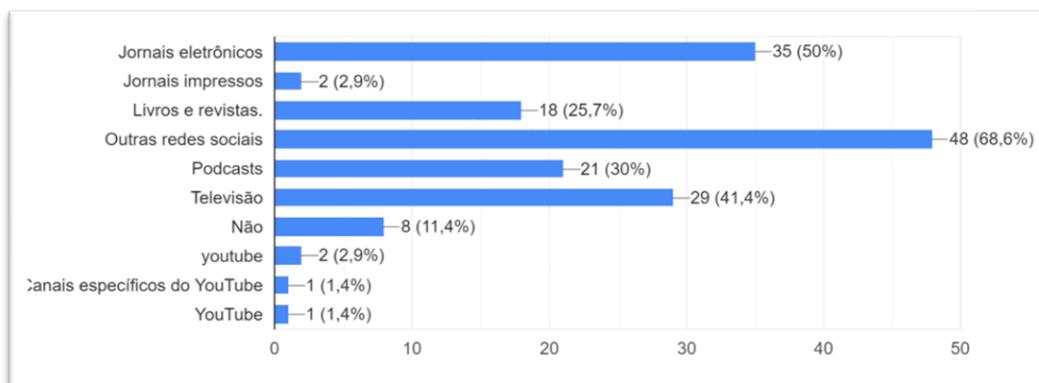
O gráfico 8 apresenta outros canais de comunicação que os respondentes utilizam para se manterem informados e buscarem conhecimento além do *Instagram*, sendo possível marcar mais de uma opção. Observa-se no que as fontes de informação mais utilizadas são as redes sociais (70%), contando com os usuários que adicionaram o *Youtube*, e os jornais eletrônicos (50%). Logo em seguida vem a televisão (41,4%), os *podcasts* (30%), os livros e revistas (25,7%) e jornais impressos (2,9%), 11,4% ainda afirmaram não utilizar outros canais de informação além do *Instagram*.

Concluiu-se que as fontes mais utilizadas pelos respondentes são aquelas em ambientes eletrônicos, sendo as redes sociais a mais utilizada. Isso é compreendido pelas inúmeras possibilidades já citadas que estas plataformas oferecem, como a cultura de participação, a velocidade com que as informações são compartilhadas, a facilidade de acesso e grande variabilidade de conteúdos, pois, além de contribuírem com o alcance e crescimento de diversas áreas, várias outras surgiram em no próprio contexto virtual, como o marketing digital, os influenciadores e blogueiras, as tendências que atraem a participação e engajamento de milhares de pessoas diariamente e entre outras.

A questão é percebida na fala de uma usuária (alu55) ao complementar a questão 7 sobre os motivos que a levaram a interromper o uso do *Instagram* por um tempo, ela disse: *“Utilizar melhor o tempo que era investido na rede social, voltei pois é um meio fácil de receber informações e manter contato com pessoas que não estão na minha rotina”*, entende-se que, apesar dela considerar que o tempo passado na rede social era, em parte, subutilizado, após um tempo afastada ela preferiu voltar por conta dos benefícios. Como já citado por Withaker (1993), o ciberespaço possibilita a interconexão de todos os indivíduos que dele participam, seja direta ou indiretamente, o mesmo acontece com os dados e informações, que se conectam, alteram, somam, diminuem ou multiplicam-se. Essa realidade complexa, transdimensional e mutável pode ser extremamente atrativa, mantendo as pessoas interessadas

mesmo apesar dos dissabores.

Gráfico 8 - Outras fontes de informação acessadas.



Fonte: dados da pesquisa.

A nona questão foi elaborada com base nos comportamentos que, segundo Wurman (1991), são característicos da ansiedade de informação, sendo estas adaptadas para o contexto das redes sociais. Foi questionado quais comportamentos os usuários já haviam notado em si relacionado ao uso do Instagram, e grande parte marcou vários. O quadro 6 descreve o código adotado para representar cada comportamento.

Quadro 6 – Comportamentos informacionais recorrentes ao usar o Instagram.

Código	Comportamento	N. de ocorrência
C1	Falar compulsivamente que não consegue se manter atualizado com o que acontece no mundo.	17 (24,6%)
C2	Sentir-se culpado por não conseguir acompanhar todas as páginas que gosta ou notícias.	21 (30,4%)
C3	Balançar a cabeça quando alguém menciona uma postagem, notícia ou transmissão ao vivo a qual você nem chegou a ver ou ficar sabendo.	14 (20,3%)
C4	Descobrir que é incapaz de explicar algo que pensava ter entendido.	34 (49,3%)
C5	Sentir-se deprimido por não ter visto a postagem ou notícia a qual todos estão comentando.	8 (11,6%)
C6	Compartilhar ou curtir uma postagem mesmo sem ter entendido sua descrição, quando nem chegou a ver todo o seu conteúdo.	15 (21,7%)
C7	Dedicar tempo e atenção a notícias e postagens que não têm qualquer impacto cultural,	47 (68,1%)

	pessoal, econômico ou científico na sua vida.	
C8	Reagir emocionalmente à informação que você não compreende.	14 (20,3%)
C9	Achar que as pessoas à sua volta estão mais informadas e populares no <i>Instagram</i> e você não.	31 (44,9%)
C10	Ficar muito receoso ou encabulado de dizer “Não sei” ou “Não vi”.	17 (24,6%)
C11	Evitar entrar no aplicativo por não querer ver todos aqueles conteúdos.	37 (53,6%)
C12	Sentir a necessidade de entrar muitas vezes no aplicativo, mesmo em momentos impróprios como no trabalho, faculdade, jantar com amigos etc.	42 (60,9%)

Fonte: dados da pesquisa.

O comportamento que mais se destacou foi o C7, 68% dos respondentes afirmaram se comportar de tal maneira, dedicando tempo e atenção a notícias e informações que não têm nenhum impacto em sua vida. Esse comportamento segue o mesmo preceito que os C4 (49,6%), C6 (21,7%) e C8 (20,3%). Observa-se que mais da metade dos respondentes estão consumindo informações que não partiram de uma necessidade específica, 49,6% são incapazes de explicar algo que achavam ter entendido, 21,7% compartilham e curtem informações que nem chegaram a compreender, ou seja, não tiveram nenhum impacto no seu raciocínio, e 20,3% estão reagindo emocionalmente a essas informações. Como dito por Tristan Harris, a manipulação intencional aplicada nos algoritmos e design das redes sociais alteram o comportamento de seus usuários silenciosamente, influenciando quem são, como pensam e o que fazem (O DILEMA..., 2020). Assim, vemos que os respondentes apresentaram comportamentos influenciados por essa indução, o consumo de informação não partiu de necessidades pessoais, mas simplesmente do consumo mecânico e automatizado, quase inconsciente.

Assim como a CoInfo diz respeito ao uso efetivo da informação, a competência midiática é necessária, segundo Zanchetta Júnior (2009), para a compreensão, domínio e uso consciente e produtivo dos conteúdos midiáticos. Nesse sentido, os comportamentos relatados demonstram a falta de competência em informação e mídia, os usuários estão consumindo informações de modo cada vez mais superficial, sem uma leitura crítica, sem compreender totalmente o seu conteúdo e, pior, estão compartilhando esses conteúdos, participando de forma improdutiva e problemática do contexto informacional.

O ato de consumir informação sem nenhum propósito dificilmente resultará na construção de um conhecimento, não há uma lacuna a ser preenchida, apenas o acúmulo de dados e sobrecarga da mente. A fala de Vitorino (2011) de que as habilidades técnicas para usar as TDICs não devem ser o único foco da CoInfo se torna explicitamente urgente nesse contexto, pois percebe-se com os comportamentos C4, C6, C7 e C8 que essas habilidades estão sendo aplicadas, muitas vezes, sem nenhum propósito.

O segundo comportamento mais citado foi o C12 (60,9%), demonstrando que muitas pessoas não conseguem se desconectar totalmente do Instagram mesmo em momentos necessários. Esse comportamento se relaciona com os C1 (24,6%) e C2 (30,4%), visto que essa necessidade de acessar o Instagram a todo momento se explica pela culpa que as pessoas exibem ao se sentirem menos informadas do que acham que deveriam, afinal tudo está sendo dito e exposto nas redes sociais, em tempo real. Percebe-se a violência da positividade descrita por Han (2015), onde o indivíduo exerce a autocobrança para se manter atualizado e fazendo algo, se sentindo culpado ao não o fazer. Manter-se informado sobre tudo é humanamente impossível, ainda mais em um espaço onde existem informações sobre tudo, pois não temos tempo, energia ou capacidade mental para isso.

Para mais, temos os comportamentos C3 (20,3%), C5 (11,6%), C9 (44,9%) e C10 (24,6%). Percebemos que, além de se sentirem sufocadas e desatualizadas no meio de tantas informações, as pessoas também se sentem frustradas ao acharem que sabem menos que outras, acham que o próximo está mais informado, assim, temem se sentirem “por fora” do que está acontecendo no mundo, ficando deprimidas quando o assunto da conversa é algo que elas não souberam, receando falar que não sabem ou não viram a notícia, chegam até a omitir tal fato, comentando sobre algo que desconhecem apenas para se sentir “informada” ou, no caso, conectada.

Na Era Digital, os indivíduos sabem que não sabem, eles escutam, veem e até imaginam as pessoas comentando sobre coisas que ele não tem conhecimento, assim, ele se sente “pressionado, comprimido, com os ombros pesados, com um sentimento de culpa, com um sentimento de impotência ao não conseguir acompanhar tudo o que é importante.”, quadro que Mattos (2010, p. 15) descreve como ansiedade informacional.

Em contrapartida, outro comportamento citado foi o C11, onde 53,6% dos respondentes afirmaram evitar entrar no aplicativo por não quererem ver todos aqueles conteúdos. Constatou-se que, enquanto alguns se sentem ansiosos e compelidos a buscarem mais e mais informações, outros evitam se sentirem assim, preferindo não se exporem a esse cenário, o que atesta a questão 7 onde 76% dos usuários afirmaram já terem se afastado do

Instagram em algum momento. Esse tipo de comportamento é citado no livro de Case (2007), onde ele diz que o indivíduo pode evitar conteúdos e informações a fim de fugir das emoções negativas que eles desencadeiam.

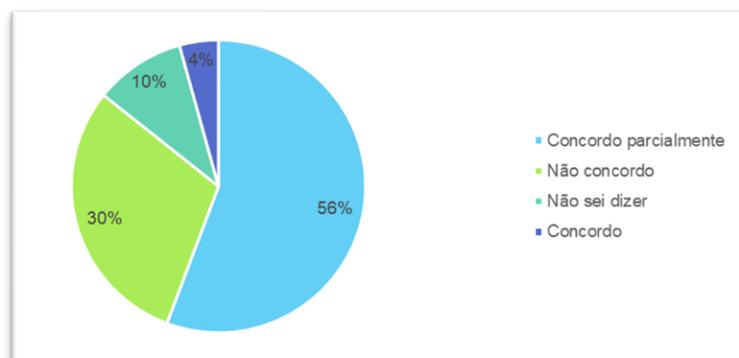
5.3 Gatilhos do Instagram

Este tópico objetivou analisar se o volume de informação presente no Instagram funciona como um gatilho, ou estímulo pré-aversivo, que gera a ansiedade de informação. Para isso, foram elaboradas três perguntas fechadas e uma aberta.

A décima questão continha uma frase relacionada à eficiência do filtro de relevância da rede social, logo, 56% (39) dos respondentes concordaram parcialmente que o filtro de relevância é eficiente, 30% (21) não concordaram com a afirmação, 10% (7) não souberam responder e apenas 4% (3) mostraram-se totalmente satisfeitos com a relevância dos conteúdos que são exibidos.

Levando em consideração que apenas 4% dos usuários estão completamente satisfeitos com os conteúdos que são exibidos nas suas contas do Instagram, como ilustrado pelo gráfico 9, podemos perceber que o grande trabalho de filtrar o que é ou não relevante de se ver ou saber fica a cargo do próprio sujeito. Essa atividade, quando feita durante muitas horas, pode acabar gerando uma superestimulação do cérebro, levando o indivíduo a se sentir sobrecarregado, fadigado e até mesmo sem tempo para refletir ou apreender o que se está consumindo. Podemos confirmar isso na resposta de um usuário (alu42) a questão 7, sobre os motivos que o levaram a se afastar do site por um tempo: *“Usava muito e o excesso de informação foi cansando, porque apesar de muita informação útil, tem muito lixo informacional, como coisas que realmente não servem pra nada (...) sentimentos como ansiedade e comparação podem facilmente aparecer, assim como tristeza e tédio.”* e outra pessoa (alu68) também comentou: *“A ansiedade que carrego diante de tanta informação e conteúdo, mesmo sendo atreladas ao meu interesse, acarretou numa situação desconfortável comigo mesmo.”*

Por conta disso, controlar o tempo que se gasta na rede social, identificar os motivos pelo qual você a utiliza e analisar o que realmente é necessário tomar ciência, o que te faz bem ou te agrega de alguma maneira, é extremamente necessário para evitar essa sobrecarga e os sentimentos negativos que ela ocasiona. Vitorino (2011) descreve que a competência em informação deve trabalhar para atrelar as habilidades técnicas e cognitivas do indivíduo, desse modo, não apenas a busca, mas a apreensão e uso da informação será um ato consciente e refletido.

Gráfico 9 - Eficiência do filtro de relevância do *Instagram*.

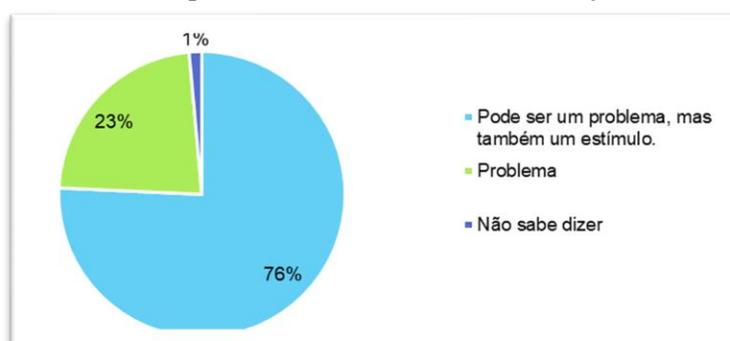
Fonte: dados da pesquisa.

Na questão onze, perguntamos se os usuários consideram o volume de informação presente no Instagram algo positivo ou negativo. No gráfico 10 observamos que 76% (53) disseram que pode ser um problema, mas também um estímulo, 23% (16) afirmaram ser um problema e 1% (1) não soube responder. Surpreendentemente, podemos perceber que 99% dos respondentes consideram que, em alguns casos, o acesso à informação pode ser um infortúnio. Se o excesso de informação já era visto como algo preocupante nos anos de 1930 (FERREIRA, 2017), hoje essa situação é ainda mais urgente. Porém, com exceção das censuras, não há como controlar a produção de conteúdo nas redes sociais.

É bem verdade que as TDICs revolucionaram a forma como produzimos e consumimos informação, todavia, não foi uma transição controlada. A sociedade, em grande parte, não aderiu às competências necessárias para lidar com essa nova realidade. Atualmente, lentamente, vamos descobrindo os problemas e adotando meios para resolvê-los, como identificar uma notícia falsa, aprender sobre os perigos da exposição dos dados pessoais e a como protegê-los, a fugir dos comportamentos nocivos e entre outros fatores. No entanto, foi só em 2021 que a problemática do excesso de informação ganhou destaque e recebeu o nome de “infodemia” pela OMS, fazendo com que os debates sobre a ansiedade de informação crescessem.

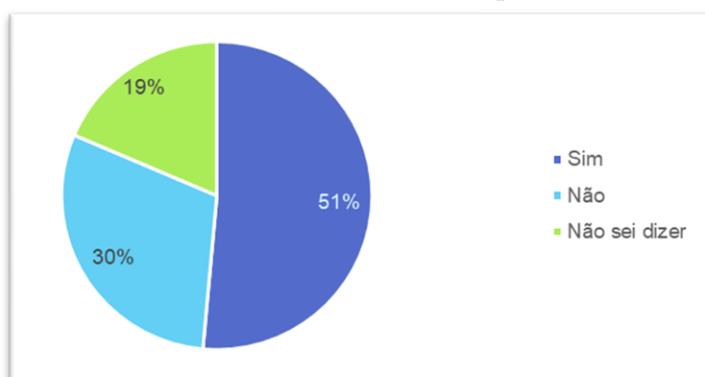
Nesse contexto, a informação não deve ser considerada o problema em si, mas sim a forma como lidamos com ela. Se cuidamos do que vestimos ou dos alimentos que entram no nosso organismo, a nossa mente também merece tal atenção e cuidado. É necessário consciência, reflexão, moderação e controle.

Gráfico 10 - Opinião sobre o volume de informação.



Fonte: dados da pesquisa.

A questão 12 buscou descobrir se os respondentes sentiam ansiosos, estressados, angustiados ou pressionados em relação ao uso do Instagram, sintomas característicos da ansiedade informacional. O gráfico 11 revela que 51% (36) afirmaram que sim, 30% (21) que não e 19% (13) não souberam dizer.

Gráfico 11 - Sentimentos ocasionados pelo uso do *Instagram*.

Fonte: dados da pesquisa.

Ao perguntarmos o que os levaram a tais sentimentos, algumas respostas se repetiram, por isso destacamos as mais completas no quadro 7. Para melhor visualização, as respostas foram separadas em categorias, são estas: 1) Auto comparação, 2) Manipulação da realidade, 3) Cobrança para participação e a 4) Informação.

Quadro 7 - 12.1 gatilhos da ansiedade de informação.

Categorias	Cód. do Aluno	Comentários
1) Auto comparação	alu05	<i>“Principalmente pela imagem que as pessoas passam por lá, uma felicidade que jamais irei alcançar.”</i>
	alu13	<i>“A estética e o padrão de beleza.”</i>

	alu17	<i>“Por não postar storys e a quantidade de curtidas das publicações.”</i>
	alu39	<i>“Parece que vc tem que ter a vida perfeita que todos demonstram no aplicativo”</i>
	alu48	<i>“os padrões de beleza impostos e pelo conteúdo que algumas pessoas compartilham.”</i>
	alu49	<i>“Todo mundo lá é incrivelmente feliz, realizado e produtivo.”</i>
	alu50	<i>“Me sinto ansiosa quando acho que não fui produtiva no dia, e quando abro o Instagram todos os outros fizeram várias coisas e eu não.”</i>
	alu63	<i>“Gera um engajamento em que por muitas vezes você não consegue "dar conta", você tem recentes estímulos a comparar-se com o outro, além disso, o sentimento de viver fora de um padrão ou almejar viver em um determinado padrão. É comum no Instagram você vivenciar uma vida "paralela" e por muitas vezes entristecer ao se deparar com sua realidade.”</i>
	alu69	<i>“Por não ter um perfil com postagens, fotos perfeitas e interação.”</i>
	alu70	<i>“Números de curtidas, quantidade de seguidores, quantidade de visualizações dos storys, alcance de pessoas nas postagens.”</i>
2) Manipulação da realidade	alu27	<i>“O Instagram é uma rede social que foi feita para compartilhamento de momentos e situações diárias, mas a necessidade de ser visto por todos transformou esses compartilhamentos em situações criadas ou manipuladas. Eu considero essa mudança como algo desnecessário e causador de males para quem é influenciado por outras pessoas.”</i>
	alu28	<i>“A futilidade, ao meu ver, das pessoas me irrita. alto volume de selfies e falsa felicidade. notícias desnecessárias no lugar das que realmente deveriam se destacar, estímulo ao consumismo compulsivo. muitas imagens repetidas e pouco conteúdo explicativo e confiável em texto. pressão de estar sempre disponível para ser marcada em postagens ou receber mensagens, meu amigos me repreendem quando desativo minha conta.”</i>
	alu36	<i>“Porque todo mundo parece ter uma vida perfeita.”</i>
	alu42	<i>“Porque me sinto numa bolha, onde muitos são fitness, têm vida social super equilibrada, zen ... ihhhh, a lista é longa. Eu diria que é muito artificial, te condiciona ao clique de mostrar a tua vida, em vez de vivê-la sem ter de mostrá-la (...)”</i>

3) Cobrança para participação	alu12	<i>“A sensação de que para se ter amigos precisa estar conectado as redes sociais.”</i>
	alu31	<i>“Eu não gosto de redes sociais, mas já fui pressionada várias vezes para manter perfis porque alguns estágios ou vagas já pediram.”</i>
	alu43	<i>“Algumas vezes penso que devo interagir muito no instagram ou fazer muitas postagens para considerar que estou "sendo jovem" de alguma forma, mesmo que isso não me deixe muito confortável.”</i>
	alu64	<i>“Precisar compartilhar a rotina para ser alguém sociável.”</i>
4) Informação	alu08	<i>“O volume de informações e a rapidez com que elas perdem o valor me deixa angustiada. Cada vez mais estamos presas as redes, ao celular e isso me deixa triste.”</i>
	alu11	<i>“me sinto ansiosa por querer estar acompanhando, quase que o tempo todo, o que as pessoas estão fazendo/o que está acontecendo no mundo.”</i>
	alu21	<i>“Pela grande quantidade de informações, principalmente pelo contexto da pandemia e da situação sociopolítica que o país e o mundo se encontram, fica a sensação de que todos os problemas estão me sufocando, há a angústia por não ver melhora na situação atual e, muitas vezes, mesmo que haja notícias boas, as coisas ruins acabam ficando por mais tempo. Por conta disso, tenho me policiado quanto ao uso.”</i>
	alu22	<i>“Acho que pela grande quantidade de informações rápidas, eu acabo ficando acelerada. Isso me faz querer fazer tudo rápido.”</i>
	alu32	<i>“Me sinto ansiosa pela grande quantidade de informação, de qualidade ou não, que trafega no Instagram.”</i>
	alu44	<i>“Por causa da quantidade absurda de informação de todos os tipos, da quantidade de perfis produzindo o mesmo conteúdo e você acha que em algum momento vai perder algo que eles estão comentando. E, especialmente, porque quem não está online parece não ter uma vida correspondente com os internautas.”</i>
	alu45	<i>“São muitas notícias ruins sobre o desgoverno brasileiro, além das centenas propagandas, conteúdos de páginas que não sigo e não queria ver. Ainda tem a questão de ser conteúdos repetidos, se viraliza algo, só aparece aquilo no instagram.”</i>
	alu57	<i>“Notícias ruins que são irrelevantes de certa maneira irrelevantes. Conteúdo forçado que eu nunca teria interesse</i>

		<i>mas de tanto ver acabo ficando interessado.”</i>
	alu59	<i>“Tudo, muita interação, muita informação, parece que você está sendo bombardeado o tempo todo e não tem tempo nem de respirar.”</i>
	alu69	<i>“Quando me deparo com um congestionamento de informações sobre algo que esteja em destaque no assunto principal do dia.”</i>

Fonte: dados da pesquisa.

Como observado no quadro 7, sobre a auto comparação, o alu05 comenta que se sente ansioso porque as pessoas expõe uma vida perfeita e a felicidade que ele diz jamais ser capaz de alcançar; o alu17 disse: *“Por não postar storys e a quantidade de curtidas das publicações”*; o alu50 comenta que se sente ansiosa quando entra no Instagram e vê as pessoas postando sobre todas as coisas que fizeram no dia a fazendo se sentir improdutiva; o alu60 relata: *“Gera um engajamento em que por muitas vezes você não consegue “dar conta”, você tem recentes estímulos a comparar-se com o outro, além disso, o sentimento de viver fora de um padrão ou almejar viver em um determinado padrão. É comum no Instagram você vivenciar uma vida “paralela” e por muitas vezes entristecer ao se deparar com sua realidade.”* E o alu70 diz: *“Número de curtidas, quantidade de seguidores, quantidade de visualizações dos storys, alcance de pessoas nas postagens.”*

Na sociedade do desempenho descrita por Han (2015) vimos que o ser humano vive na ditadura do Eu, onde vítima e carrasco habitam o mesmo corpo. Nas redes sociais, onde as pessoas só exibem as melhores versões de si, o homem ativo, que se cobra constantemente, mede sua produtividade a partir de um espelho irreal, se comparando a um padrão distorcido de produtividade, relacionamentos, corpos, popularidade e felicidade. A violência da produtividade leva a autoflagelação do internauta, funcionando como um gatilho para os sentimentos de ansiedade ocasionados pela exposição a esses conteúdos.

Em relação a manipulação da realidade, percebe-se que, apesar de ter consciência de que os padrões expostos nas redes sociais são irreais, isso ainda causa angústia em uns e preocupação em outros. O alu27 comenta que a necessidade de ser visto motivou os indivíduos a criarem situações manipuladas e irreais e que isso estaria influenciando negativamente outras pessoas; o alu28 diz: *“a futilidade, ao meu ver, das pessoas me irrita. alto volume de selfies e falsa felicidade. notícias desnecessárias no lugar das que realmente deveriam se destacar, estímulo ao consumismo compulsivo. muitas imagens repetidas e pouco*

conteúdo explicativo e confiável em texto. pressão de estar sempre disponível para ser marcada em postagens ou receber mensagens, meu amigos me repreendem quando desativo minha conta.”; o alu42 diz que essa bolha de perfeição, apesar de superficial, condiciona as pessoas a quererem expor suas vidas, em vez de vive-las sem precisar se expor.

A cultura de participação da web possibilitou uma espécie de diário virtual, onde as pessoas podem compartilhar sobre as coisas que acham interessantes e sobre a sua rotina. Essa prática se popularizou tanto que hoje isso é considerado uma profissão que movimenta milhões de reais, os chamados *influencers*. A necessidade de ser visto e o número de curtidas que esses profissionais recebem significa a quantidade de dinheiro e patrocínio que eles ganharão no fim do mês e, como o alu27 comentou, a imagem que eles compartilham nas redes sociais acaba influenciado os sentimentos e comportamentos de outras pessoas, levando a comparação e, por vezes, sentimentos de culpa, depressão e inadequação. Apesar disso, como dito pelo alu42, as pessoas são condicionadas a pensarem que os momentos só são válidos se forem expostos no *Instagram*. Como dito anteriormente, Bévort e Belloni (2009) afirmam que o impacto das mídias nos aspectos éticos, ideológicos e comportamentais dos indivíduos foi uma das principais preocupações que motivaram o surgimento da educação midiática como área. Contudo, a indústria da internet é marcada por empresas e indivíduos cujo propósito é influenciar o comportamento, gostos e compras das pessoas, assim, a mudança que isso gera no modo de agir e no estado emocional das massas não é uma suposição, mas uma certeza. Como dito por Tristan Harris, a manipulação é inserida sorrateiramente em tudo, influenciando quem os indivíduos são, como pensam e o que fazem (O DILEMA..., 2020).

Consequente, sobre a cobrança sentida para participar das redes sociais e se destacar no meio dos conteúdos de outras pessoas, o alu12 comenta sentir que para ter amigos é preciso estar conectado às redes sociais; o alu31 diz: *“Eu não gosto de redes sociais, mas já fui pressionada várias vezes para manter perfis porque alguns estágios ou vagas já pediram.”*; o alu43 fala que, algumas vezes, se sente compelido a interagir no Instagram para ser considerado jovem, mesmo que ele não goste disso; já o alu64 conta: *“Precisar compartilhar a rotina para ser alguém sociável”*.

Observa-se que se tornou essencial ter conexões virtuais para se sentir integrado a sociedade, seja para conseguir um emprego (alu31), por pressão dos amigos (alu28), ou pela autocobrança (alu12; alu64). Nesse sentido, percebemos que, em alguns casos, o impulso cognitivo que gera a necessidade informacional ou em se comunicar, a busca e compartilhamento de conteúdos é o medo e a necessidade de participar. Isso é preocupante e a

competência midiática precisa ser desenvolvida, pois seu propósito é justamente fomentar a autonomia e pensamento crítico dos cidadãos no ato de consumir, produzir e compartilhar conteúdos midiáticos (SIGILIANO; BORGES, 2018).

Ademais, a grande quantidade de informações e a velocidade com que elas aparecem e mudam, além de conteúdos de teor negativo como as notícias falsas, os discursos de ódio e a manipulação da realidade, também são citados como alguns dos gatilhos que geram a ansiedade de informação nos usuários. O alu08 diz que o volume de informações e a rapidez com que elas perdem o valor a deixam angustiada e triste, com a sensação de que está presa às redes e ao celular; o alu11 comentou se sente constantemente ansioso para acompanhar o que está acontecendo no mundo; o alu21 diz que as notícias ruins acabam tendo um peso maior que as boas, o que a faz se sentir sufocada por todos os problemas; a alu32 diz: *“Me sinto ansiosa pela grande quantidade de informação, de qualidade ou não, que trafega no Instagram.”*; já o alu33, alu44, alu45, alu57, e alu68, comentam sobre o grande volume de informações, em suma as notícias ruins e/ou repetitivas, o alu59 complementa: *“Tudo, muita interação, muita informação, parece que você está sendo bombardeado o tempo todo e não tem tempo nem de respirar.”*

É sabido que a explosão informacional pode ser um problema que se multiplica a cada dia, adicionado à possibilidade de compartilhar em tempo real fatos que acontecem em todos os lugares do mundo, a necessidade de se destacar no meio de tantos conteúdos e o impulso que as pessoas sentem de saberem sobre o que se estão comentando, acaba fazendo com que as notícias de teor triste ou negativo, que chamam mais a atenção, acabem por serem mais exploradas, se destacando por dias ou semanas. Se manter informado sobre as injustiças e ser empático com o sofrimento alheio é necessário, mas em um cenário onde a cada minuto aparece uma notícia sobre uma grande tragédia em algum lugar do mundo pode ser aterrador e explica a angústia que alguns usuários disseram sentir, como dito pelo alu21: *“fica a sensação de que todos os problemas estão me sufocando, há a angústia por não ver melhora na situação atual e, muitas vezes, mesmo que haja notícias boas, as coisas ruins acabam ficando por mais tempo.”*

Wurman (1991) apontou que a ansiedade informacional é causada pela percepção de uma lacuna de conhecimento, já Mattos (2010) diz que surge do sentimento de impotência ao não conseguir acompanhar tudo que está acontecendo. Com os dados obtidos, isso se mostrou verdadeiro, mas também percebemos que o conteúdo das informações, somado com a quantidade em que elas se apresentam também está causando o adoecimento mental dos indivíduos.

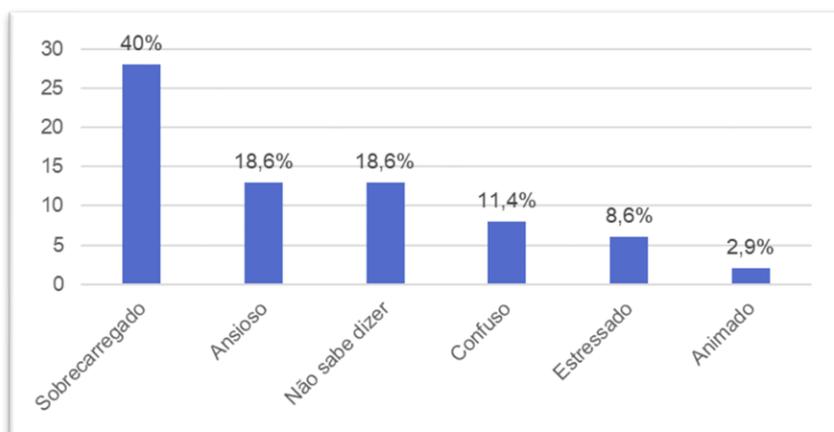
5.4 Sintomas e consequências da ansiedade informacional

Neste grupo foram feitas quatro perguntas fechadas e uma complementar aberta a fim de descobrir os possíveis sintomas e sentimentos consequentes do grande volume de informação presente no Instagram e se estes correspondem aos já observados por outros autores anteriormente.

A 13 questão buscou avaliar quais sentimentos predominam entre os respondentes em relação ao volume de informação na plataforma. O gráfico 12 sinaliza os sentimentos mais presentes são o de sobrecarga (40%, 28), em seguida foram citados a ansiedade (18,6%, 13), confusão (11,4%, 8), estresse (8,6%, 6) e apenas 2,9% (2) dos respondentes sentem a animação prevalecer nesse cenário, 8,6% não souberam dizer como se sentem. Evidenciou-se que o grande volume de informação funciona como um estímulo pré-aversivo, ou gatilho, que gera os estímulos aversivos, as emoções negativas observadas, em resposta a esta, resultando em quadros de ansiedade informacional.

Esses dados, se comparados com a questão 8 onde 52 dos 70 respondentes afirmaram utilizar outras redes sociais além do Instagram como fonte de informação, foram surpreendentes. Isto porque constatou-se que, apesar dos sentimentos caracterizadores da ansiedade de informação prevalecerem sobre a animação, os usuários continuam preferindo essa e outras plataformas com contextos e dinâmicas similares. Essa descoberta corrobora o conceito de *informatose* proposto por Weil ainda nos anos 2000, onde ele aponta que os efeitos nocivos do excesso de informação nas mídias digitais estão sendo ignorados ou naturalizados em prol de seu uso e benefício.

Gráfico 12 - Sentimentos em relação ao volume de informação.



Fonte: dados da pesquisa.

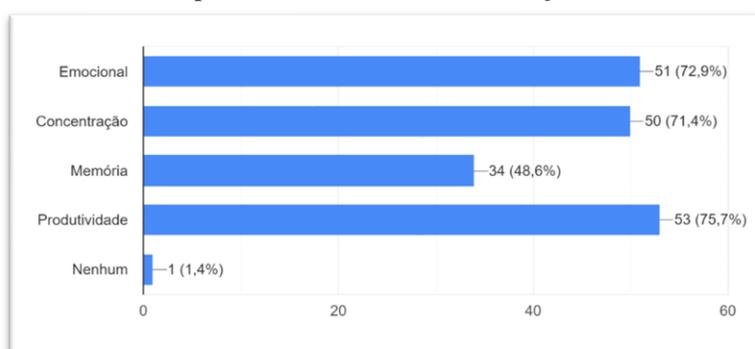
A questão 14 perguntou se os respondentes consideram que o excesso de

informação presente nas redes sociais está prejudicando alguns aspectos de suas vidas. No gráfico 13 observamos que apenas 1,4% responderam que não, o restante afirmou que os aspectos mais prejudicados são a produtividade (75,7%), o emocional (72,9%), a concentração (71,4%) e a memória (48,6%).

Mais uma vez, a normose informacional é percebida, visto que, apesar de 98,6% dos respondentes se verem prejudicados em uma ou mais áreas, apenas 21% utilizam-se de meios para controlar o uso do Instagram e, conseqüentemente, o fluxo de informação que chega por esse caminho, como observado na pergunta 6. Ademais, esse quadro demonstra que, levando em consideração a colocação de Fleury e Fleury (2001) de que a competência é um agir responsável e reconhecido, um agir pensante, que agrega valor ao indivíduo, nesse contexto de excessos, há habilidades técnicas mais falta competência em informação para filtrar esse fluxo, reconhecer o que é necessário e edificante saber e, mais do que isso, reconhecer quando é necessário pausar, mudar, equilibrar.

Como citado anteriormente por Levitin (2015), existe um limite para a velocidade com que conseguimos prestar atenção a alguma atividade, ao ultrapassar esse limite em excesso dificilmente se adquirirá conhecimento, como observados nos dados abaixo, o resultado é improdutividade, falta de concentração, déficits de memória e um emocional abalado.

Gráfico 13 - Impactos do excesso de informação.



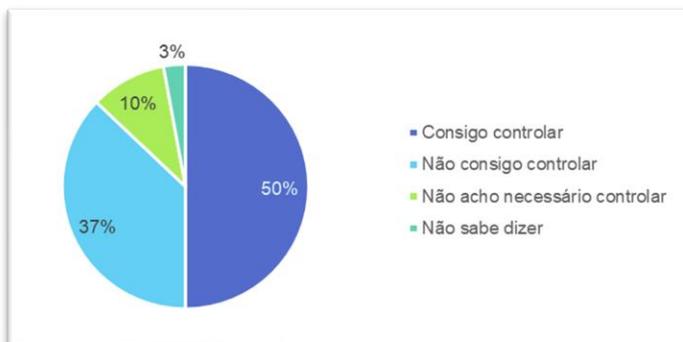
Fonte: dados da pesquisa.

A questão 15 buscou identificar se os respondentes se consideram no controle do tempo que passam utilizando o Instagram, a fim de descobrir se eles conseguem controlar de modo consciente o tempo em que se expõe aos conteúdos da plataforma. Conforme o gráfico 14, 50% (35) afirmaram que conseguem controlar, em contrapartida, 37% (26) disseram não conseguir controlar, 10% (7) não acham necessário e 3% (2) não souberam responder.

Podemos entender que, embora metade dos respondentes tenha controle sobre o

período que passam na rede social, uma preocupante parcela do grupo afirmou não conseguir estabelecer um limite, e algumas pessoas nem mesmo acham necessário. Assim, associamos essa falta de controle ou a pueril percepção de que não seja necessário estabelecer tal equilíbrio entre o uso e excesso aos impactos que a mídia e a falta de competência em informação e mídia exercem sobre o comportamento dos indivíduos.

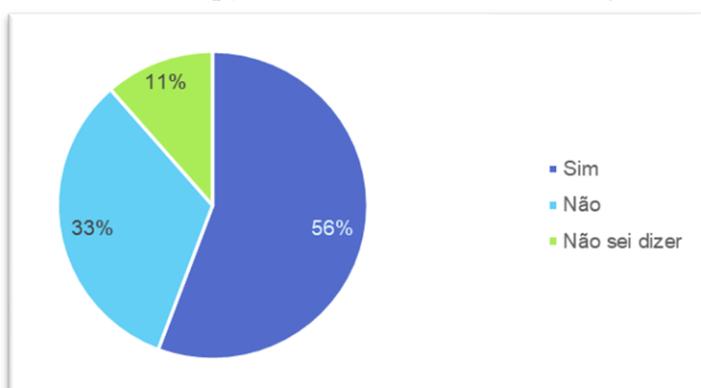
Gráfico 14 - Percepção do usuário acerca do tempo online.



Fonte: dados da pesquisa.

A questão 16 buscou descobrir como os usuários se sentem ao se depararem em um cenário onde não é possível acessar a rede social. Para isso, indagamos se eles já haviam passado por tal situação, observa-se no gráfico 15 que 56% (39) afirmaram que sim, 33% (23) que não e 11% (8) não souberam dizer.

Gráfico 15 - Interrupção involuntária do uso do Instagram.



Fonte: dados da pesquisa.

Consequente, perguntamos quanto tempo passaram e como se sentiram, as respostas variaram entre aqueles que se sentiram bem, os que se sentiam ansiosos e os que inicialmente se sentiam ansiosos, mas perceberam benefícios. Assim, dividimos as respostas nos grupos: 1) Bem-estar, 2) Ansiedade e 3) Meio-termo, conforme o quadro 8.

Quadro 8 - 16.1 Sentimentos em relação a interrupção do uso do Instagram.

Categoria	Cód. do Aluno	Comentários
1) Bem-estar	(alu09)	<i>“Fiquei alguns meses, cerca de 3. Me senti bem, pois ficar no Instagram me dava ansiedade.”</i>
	(alu12)	<i>“Por pouco mais de um dia devido a falta de internet, foi um alívio! Consegui realizar outras atividades, fui produtiva e me senti mais leve, foi quase uma desintoxicação.”</i>
	(alu14)	<i>“Me senti um pouco liberto”</i>
	(alu15)	<i>“Já passei quase dois meses. Acho bem importante fazer isso, e me senti bem melhor do que estava, já que existem alguns conteúdos que sobrecarregam.”</i>
	(alu31)	<i>“2 semanas porque meu celular estava quebrado. Eu fiquei aliviada porque só precisava responder mensagens pelo e-mail.”</i>
	(alu39)	<i>“Já estou há 7 meses sem o Instagram e foi a melhor decisão que tomei, me sinto muito mais leve e minhas crises de ansiedade diminuíram consideravelmente. Retomei a conta há uma semana, porém a utilizo esporadicamente e pra falar a verdade não sinto falta e nem a necessidade de alimentar ou consumir os conteúdos da rede.”</i>
	(alu59)	<i>“Bem tranquila. Como estava sem celular, parecia que finalmente tinha um motivo válido para me afastar daquilo. Era muito raro eu ter um momento de arrependimento no qual sentia falta daquilo.”</i>
	(alu60)	<i>“Por decisão própria, uns 4 meses. Eu ainda conseguia ficar sabendo o que está acontecendo no mundo, mas sem ter o acesso direto eu pude focar em coisas que realmente estão mais próximas de mim, além de sentir ter mais tempo e mais disposição.”</i>
2) Ansiedade de informação	(alu04)	<i>“Meio deslocada da realidade, desatualizada e entediada.”</i>
	(alu06)	<i>“Me senti muito nervosa e ansiosa”</i>
	(alu23)	<i>“As vezes fico o dia sem ver quando os dados não pegam em determinadas áreas que vou, nisso fico agoniado porque fico “muito tempo” sem saber das coisas que tão acontecendo”</i>
	(alu30)	<i>“2 semanas. Me senti agoniada. Como se faltasse algo. Parecia que estava enlouquecendo.”</i>
	(alu55)	<i>“1 mês, vazio”</i>

3) Meio-termo	(alu28)	<i>“por mais ou menos 4 meses, me senti isolada e as pessoas passaram a me excluir de atividades e conversas. por outro lado me senti mais tranquila e livre para vivenciar outras coisas na minha vida”</i>
	(alu43)	<i>“Percebi que só conseguia descansar direito se sentisse que vi todas as atualizações das páginas que sigo, tive que deixar de lado e tentar controlar o acesso as redes sociais porque começou a afetar muito meu cotidiano”</i>
	(alu44)	<i>“Sempre passo alguns intervalos de tempo sem rede social que variam entre 1 semana e 2 meses. Dependendo de como estou, me sinto completamente relaxada mas, as vezes sinto que estou perdendo algo. Se estou muito estressada, no início é difícil não checar o instagram durante o dia mas me esforço e dá tudo certo.”</i>
	(alu52)	<i>“5 meses, consegui me adaptar porém inicialmente sentir como tivesse faltando algo contudo percebe que não sou refém das redes sociais e sim elas são um meio de informações.”</i>

Fonte: dados da pesquisa.

No grupo de resposta 1, é notável o alívio e diminuição da ansiedade de informação nos respondentes, cujo período sem acesso ao *Instagram* e as informações que ele comporta causou mais bem a saúde mental do que mal. O alu15 relata: *“Já passei quase dois meses. Acho bem importante fazer isso, e me senti bem melhor do que estava, já que existem alguns conteúdos que sobrecarregam.”*; o alu60 diz que a interrupção do acesso veio por decisão própria e complementa: *“Eu ainda conseguia ficar sabendo o que está acontecendo no mundo, mas sem ter o acesso direto eu pude focar em coisas que realmente estão mais próximas de mim, além de sentir ter mais tempo e mais disposição.”* Enquanto o alu15 diz ser importante passar períodos sem utilizar o *Instagram* a fim de diminuir a ansiedade, o alu60 durante o período que ficou sem acesso buscou outras formas de se manter informado, que não causasse danos a sua saúde mental. Percebe-se em ambas as falas o comportamento de evitação que é o ato de evitar intencionalmente a informação (CASE, 2007), nesse caso, a fim de diminuir os componentes emocionais da ansiedade informacional. Isso demonstra a competência em se autoconhecer e gerenciar as próprias emoções filtrando os estímulos estressantes, como aconselhado por Cury (2014). Ser exposto à uma quantidade excessiva de informações pode levar o indivíduo a colapsos mentais, assim como as falhas acontecem com os sistemas tecnológicos (ROGERS, 1986). Nesse contexto, o primeiro passo para ter um relacionamento saudável com a informação é reconhecer quando ela estiver causando danos a sua saúde mental, reconhecer que é necessária uma pausa para descansar a mente em um

cenário onde é incentivado a supercomunicação e produção excessiva.

Em relação ao segundo grupo de respostas, percebe-se que ficar sem acesso ao Instagram fez surgir a ansiedade de informação que, segundo Wurman (1991, p. 38), “é o resultado cada vez maior entre o que compreendemos e o que achamos que deveríamos compreender.” O alu04 diz que ficar uma semana sem acessar a rede social a fez se sentir “*Meio deslocada da realidade, desatualizada e entediada.*”; o alu23 conta: “*As vezes fico o dia sem ver quando os dados não pegam em determinadas áreas que vou, nisso fico agoniado porque fico "muito tempo" sem saber das coisas que tão acontecendo*”; a alu30 passou 2 semanas sem acesso e complementa: “*Me senti agoniada. Como se faltasse algo. Parecia que estava enlouquecendo.*” e o alu55 conta que passou um mês e se sentiu vazio. Percebemos que a ansiedade nesse grupo surgiu pela sensação de falta de informação, eles se sentiram desatualizados, desconectados, como se estivessem perdendo algo (F.oMO). Esse quadro demonstra uma dependência excessiva desses usuários, como se precisassem do *Instagram* para se sentirem partes integrantes da sociedade, para se manterem informados, incapazes de procurar outros caminhos para isso.

No terceiro grupo há os respondentes que se sentiram ansiosos ao passarem um tempo sem o *Instagram*, mas que depois notaram benefícios. A alu28 diz: “*por mais ou menos 4 meses, me senti isolada e as pessoas passaram a me excluir de atividades e conversas. por outro lado me senti mais tranquila e livre para vivenciar outras coisas na minha vida*”; a alu44 conta que sempre passa períodos sem utilizar a rede social e complementa: “*Dependendo de como estou, me sinto completamente relaxada mas, as vezes sinto que estou perdendo algo. Se estou muito estressada, no inicio é difícil não checar o instagram durante o dia mas me esforço e dá tudo certo.*” E a alu52 afirma: “*inicialmente sentir como tivesse faltando algo contudo percebe que não sou refém das redes sociais e sim elas são um meio de informações.*” Percebemos mais uma vez os efeitos positivos de passar períodos sem utilizar o *Instagram* ou procurar outros meios de se manter informado. Ter a capacidade de interromper periodicamente e intencionalmente o uso do aplicativo, por mais difícil que pareça no início, dá autocontrole ao usuário o fazendo perceber, como disse a alu52, que ele não é, ou não deve ser, refém da rede social e sim que ela é mais um meio para buscar informações.

Dessa forma, pela quantidade das respostas, percebemos que o sentimento de bem-estar ao se afastar das redes sociais foi maior que o de ansiedade, o que nos leva a conclusão de que a sobrecarga de informação tem impactos maiores na saúde mental das pessoas do que sua escassez, e mesmo aqueles que relataram se sentirem ansiosos no início da pausa, perceberam maiores benefícios passado um tempo. Como já apontado por Alves,

Bezerra e Sampaio (2015) a informação é considerada um bem inestimável na nossa sociedade, contudo, esse fluxo desenfreado está causando o adoecimento mental das pessoas, é muito difícil se fazer parte dessa grande rede social virtual, se mantendo conectado e buscar o meio termo entre a participação e o excesso.

6 CONCLUSÃO

A cobrança para se manter conectado, a ansiedade e o excesso de informação são alguns dos problemas mais citados ao se tratar sobre as redes sociais, podemos observar no documentário como ‘O dilema das redes’ bem como no livro ‘A sociedade do cansaço’. O ambiente virtual mutável, rápido, que demanda e abarca cada vez mais a participação das pessoas traz consigo inúmeros impactos no modo de pensar, agir e sentir dos indivíduos. Isso somado com o gigantesco volume de dados e informações que se multiplicam a cada segundo, pode gerar impactos negativos nos seus usuários, sobretudo para aqueles que não possuem as competências em informação necessárias para ter uma participação saudável nesse contexto. Estudar as temáticas ansiedade, comportamento e competência em informação é de extrema urgência e importância para a sociedade se conscientizar sobre sua responsabilidade de consumo e produção da informação, e do saber agir com a sobrecarga de tantos conteúdos e desinformação.

Esta pesquisa possibilitou entender como o excesso de informação afeta a saúde mental e seu impacto no comportamento informacional dos estudantes de Biblioteconomia da UFC que utilizam uma das maiores redes social da atualidade, o *Instagram*. Através do estudo realizado foi possível perceber que o excesso de informação impacta negativamente a saúde mental dos estudantes, além de gerar mudanças na forma como eles lidam com a informação, gerando os comportamentos característicos da ansiedade de informação. Com isso verificamos que o excesso de informação disponível na rede social gera a ansiedade informacional bem como impacta no comportamento dos estudantes no que diz respeito ao consumo de informação.

Ao analisar os dados obtidos por meio do questionário, compreende-se as razões pelas quais os estudantes identificam a ansiedade de informação nas suas vidas e qual a sua percepção acerca do excesso de informação presente no *Instagram*, tornando possível caracterizar o comportamento do usuário quanto ao consumo de informações nas redes sociais, a fim de entender como ele induz nos sintomas e atitudes característicos da ansiedade de informação. Percebeu-se que a forma com que o sujeito lida com os conteúdos informacionais e midiáticos da plataforma não só geram a ansiedade, mas também produz comportamentos próprios desse quadro como passar horas do dia online, compartilhar e curtir postagens sem ler ou entender todo o conteúdo, dedicar tempo e atenção a postagens que não possuem um impacto em suas vidas, sentir a necessidade de entrar na rede social em momentos impróprios e até mesmo evitar se manter informado a fim de driblar os sentimentos

advindos da ansiedade. Em contrapartida, alguns usuários ao perceberem a ansiedade demonstraram competência informacional ao tentarem filtrar os conteúdos que acessam no *Instagram*, controlar o tempo que o utilizam e passar períodos sem utilizar a plataforma a fim de diminuir o vício.

Ademais, foi observado que o excesso de informação, com destaque maior para a velocidade com que esses dados se reproduzem e o acúmulo de conteúdos de baixa qualidade e inverídicos, são alguns dos principais gatilhos que geram a ansiedade, além de conteúdos que promovem um falso padrão da realidade, levando os usuários a se compararem excessivamente com outras pessoas. Como consequência, ao analisar o conteúdo das respostas dos usuários foi descoberto que a sensação de sobrecarga, a ansiedade, confusão e estresse são os sintomas mais presentes, causando impactos na concentração, memória e produtividade.

Durante a elaboração da pesquisa foram levantadas três hipóteses, a primeira dizia que o excesso de informação estaria sobrecarregando os usuários do *Instagram* e a segunda, que a sobrecarga advinda desse excesso estaria contribuindo para o surgimento da ansiedade de informação. Essas suposições se mostraram verdadeiras, pois o excesso de informação foi apontado mais como um problema do que como algo positivo, ademais a sensação de sobrecarga foi citada por 40% dos respondentes, sendo percebida como um dos catalisadores da ansiedade, estresse e confusão. A terceira hipótese supunha que o quadro de ansiedade informacional faz com que o indivíduo passe a evitar os gatilhos que o lembram do sentimento de estar ansioso, nesse caso o conteúdo do *Instagram*, essa hipótese se mostrou verdadeira, 53,6% dos respondentes afirmaram adotar um comportamento evitativo em relação ao aplicativo pelo receio de ver certos conteúdos, além disso, ao questionar os sentimentos que eles sentiram ao se afastarem do *Instagram*, o bem estar e diminuição da ansiedade foram os mais relatados.

Compreende-se que a grande produção de informação não apenas nas redes sociais, mas na internet, tem suas vantagens e desvantagens. Indivíduos com habilidades técnicas para acessar as redes sociais, mas sem competência em informação e mídia, estão mais propensos aos efeitos nocivos do mundo virtual. Além de dificultar a construção do conhecimento e a relação do indivíduo com a informação, a falta de ambas as competências contribuí para um ambiente informacional poluído, improdutivo e problemático, o que influencia os impactos negativos na saúde mental e vida dos internautas.

A ansiedade de informação é um problema sério e que aumenta a cada dia, causando mudanças negativas nos acometidos e nos ambientes informacionais que eles participam. A pesquisa evidenciou que, embora as pessoas tenham consciência de seus

sintomas e impactos negativos, ainda resistem em adotar um comportamento imoderado em relação ao consumo desses conteúdos informacionais e midiáticos devido a autocobrança que sentem para se manterem informados sobre tudo, eles se sentem compelidos a participar desse meio. Assim, torna-se evidente que adquirir competências em informação e midiáticas é extremamente necessário para existir no ciberespaço. Contudo, os comportamentos informacionais nesses ambientes digitais vão muito além dos observados nos estudos tradicionais dessas áreas, fazendo-se necessário novas investigações sobre eles, suas consequências e quais as novas competências necessárias para existir no ciberespaço.

Como comprovado os impactos dos componentes característicos das redes sociais na saúde mental dos usuários, acredita-se que uma pesquisa analisando os efeitos da ansiedade informacional na produção do conhecimento e desenvolvimento dos usuários das tecnologias digitais seja necessário, pois, seria importante saber até que ponto a ansiedade e o consumo excessivo ou evitamento da informação influenciam no desenvolvimento intelectual das pessoas.

REFERÊNCIAS

ALVES, E. N; BEZERRA, S. F; SAMPAIO, D. A. Ansiedade de informação e normose: As síndromes da sociedade da informação. **Biblionline**, João Pessoa, v. 11, n. 1, p. 130-139, 2015. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/16494>. Acesso em: 20 set. 2020.

AMERICAN ASSOCIATION OF SCHOOL LIBRARIANS AND ASSOCIATION FOR EDUCATIONAL COMMUNICATIONS AND TECHNOLOGY. **Information Power: Building Partnerships for Learning**. Chicago: ALA, 1998.

ANDRADE, M. M. **Introdução à metodologia do trabalho científico**: elaboração de trabalhos na graduação. São Paulo: Atlas, 2006.

ARAÚJO, C. A. A. Estudos de usuários da informação: comparação entre estudos de uso, de comportamento e de práticas a partir de uma pesquisa empírica. **Informação em Pauta**, v. 1, n. 1, p. 61-78, 30 jun. 2016. Disponível: <https://doi.org/10.32810/2525-3468.ip.v1i1.2016.2970> Acesso em: 24 nov. 2021.

BAPTISTA, S. G; CUNHA, M. B. Estudo de usuários: visão global dos métodos de coleta de dados. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 12, n. 2, p. 168-184, maio/ago. 2007. Disponível em: <http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/48/89>. Acesso em: 20 set. 2020.

BATES, M. J. Toward an integrated model of information seeking and searching. **New Review of Information Behaviour Research**, Portugal, v. 3, set. 2002. Disponível em: https://pages.gseis.ucla.edu/faculty/bates/articles/info_SeekSearch-i-030329.html. Acesso em: 20 set. 2020.

BAUMAN, Z. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BAWDEN, D. Information and digital literacies: a review of concepts. **Journal of documentation**, v. 57, n. 2, mar. 2001. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/EUM0000000007083> Acesso em: 23 set. 2020.

CORONAVÍRUS: OMS declara pandemia. **BBC News** [s.l], 2020. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-51842518>. Acesso em: 12 jan. 2021.

BÉVORT, E; BELLONI, M.L. Mídia-educação: conceitos, história e perspectivas. **Educação e Sociedade**, Campinas, v. 30, n. 109, set./dez. 2009. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/es/v30n109/v30n109a08.pdf> Acesso em: 17 jan. 2022.

BUCKINGHAM, D. **Media education**: literacy, learning and contemporary culture. Cambridge: Polity Press, 2003.

CAMBRIDGE Dictionary. Anxiety. Cambridge University Press, c2022. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/anxiety>. Acesso em: 13 dez. 2021.

CAMPELLO, B. O movimento da competência informacional: uma perspectiva para o letramento informacional. **Ci. Inf.**, Brasília, v. 32, n. 3, p. 28-37, set/dez. 2003. Disponível em: <http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/986>. Acesso em: 6 dez. 2021.

CASARIN, H. P; CERIGATTO, M. P. Articulação entre as competências informacional e midiática: uma nova alfabetização para a informação e a mídia. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO (ENANCIB). Marília, **anais** [...]. Marília, 2017. Disponível em: <http://repositorios.questoesemrede.uff.br/repositorios/handle/123456789/3626> Acesso em: 17 nov. 2021.

CASTILLO, A. R. G. L. *et al.* Transtornos de ansiedade. **Brazilian Journal of Psychiatry**. v. 22, suppl 2, 2000. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1516-44462000000600006>. Acesso em: 23 fev. 2022

COOPER, W. S. A definition of relevance for information retrieval. **Information Storage and Retrieval**, v.7, n. 1, p. 21-29, 1971. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0020027171900246>. Acesso em: 17 jan. 2022.

CRESWELL, J. W. **Projeto de Pesquisa: método qualitativo, quantitativo e misto**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.

CURY, A. **Ansiedade: Como enfrentar o mal do século**. [s.l]: Benvirá, 2013.

DIAS, F. B. C. **Competência em informação na era da pós-verdade: a (in)formação na graduação em biblioteconomia e ciência da informação da UFSCar**. Orientador: Ariadne Chloe Mary Furnival. 2021, 157 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Departamento de Ciência da Informação, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/14276> Acesso em: 26 nov. 2021.

DIGITAL 2022: another year of bumper growth. We are social, Jan. 2022. Disponível em: <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/> Acesso em: 23 de mar. 2022.

DATA never sleep 9.0. **DOMO**. [s.l], 2021. Disponível em: <https://www.domo.com/learn/infographic/data-never-sleeps-9> Acesso em: 29 mar. 2022.

DUDZIAK, E. A; FERREIRA, S. M. S. P; FERRARI, A. C. Competência Informacional e Midiática: uma revisão dos principais marcos políticos expressos por declarações e documentos. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**. São Paulo, v. 13, n. especial, 2017. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/2688>. Acesso em: 18 fev. 2022.

DUDZIAK, E. A. Information literacy: princípios, filosofia e prática. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 32, n.1, p. 23-35, 2003. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ci/a/xDBTqDKvmcSvMnmwLWprjmG/?lang=pt>. Acesso em: 18 fev. 2022.

ENTENDA a infodemia e a desinformação na luta contra a COVID-19. **Organização Pan-Americana da saúde (OPAS)**, [s.l], 2020. Disponível em: <https://iris.paho.org/handle/10665.2/52054>. Acesso em: 16 dez. 2021.

FARIAS, G. B; BELLUZZO, R. C. B. Competência em Informação: perspectiva didática pedagógica. **Informação & informação**, v. 22, n. 3, 2017, p. 112. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/26716> Acesso em: 03 mar. 2022.

FLEURY, M. T. L; FLEURY, A. Construindo o conceito de competência. **Revista de Administração Contemporânea**. 2001, v. 5, n. spe. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rac/a/C5TyphygpYbyWmdqKJCTMkN/>. Acesso em: 18 fev. 2022.

F.OMO - fear of missing out: você conhece essa fobia que tem levado jovens à depressão? **Hospital Santa Mônica**, 08 de fev. 2021. Disponível em: <https://hospitalsantamonica.com.br/f-omo-fear-of-missing-out/>. Acesso em: 23 dez. 2021.

FONSECA, E. N. **Introdução à Biblioteconomia**. Brasília: Briquet de Lemos, 2007.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

GRANATO, L. Estas são as 96 profissões do futuro, segundo o Fórum Econômico Mundial. **Exame**, 23 de Jan. 2020. Disponível em: <https://exame.com/carreira/estas-sao-as-96-profissoes-do-futuro-segundo-o-forum-economico-mundial/> Acesso em: 06 de mar. 2021.

GUASQUE, K. C. G. D; COSTA, S. M. S. Evolução teórico-metodológica dos estudos de comportamento informacional de usuários. **Ci. Inf.**, Brasília, DF, v. 39, n. 1, p.21-32, jan./abr., 2010. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ci/a/wzMJ66VNkZZxxKxnk7G3ktm/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 23 nov. 2021.

HAN, B. C. **Sociedade do cansaço**. Tradução de Enio Paulo Giachini. Petrópolis: Vozes, 2015.

INSTAGRAM faz 10 anos como uma das maiores redes sociais do mundo e de olho no TikTok, para não envelhecer. **G1**, [s.l], 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2020/10/06/instagram-faz-10-anos-como-uma-das-maiores-redes-sociais-do-mundo-e-de-olho-no-tiktok-para-nao-envelhecer.ghtml>. Acesso em: 15 jul. 2021.

JANEIRO Branco: um convite a priorizar a saúde mental em 2021. **Pfizer**, [s.l], 2021. Disponível em: <https://www.pfizer.com.br/noticias/ultimas-noticias/janeiro-branco-um-convite-priorizar-saude-mental-em-2021>. Acesso em: 20 jan. 2021.

KEMP, S. Digital 2022: Brazil. Datareportal, [s.l], 2022. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-brazil>. Acesso em: 23 de mar. 2022.

LAVADO, T. Com maior uso da internet durante pandemia, número de reclamações aumenta: especialistas apontam problemas mais comuns. **G1**. 11 jul. 2020. Tecnologia. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2020/06/11/com-maior-uso-da-internet->

durante-pandemia-numero-de-reclamacoes-aumenta-especialistas-apontam-problemas-mais-comuns.ghtml. Acesso em: 23 de set. de 2020.

LEE, A. Y. L; SO, C. Y. K. Media Literacy and Information Literacy: Similarities and Differences. **Comunicar: Media Education Research Journal**, v. 21, n. 42, 2014. Disponível em: <https://www.revistacomunicar.com/indice-en/articulo.php?numero=42-2014-13>. Acesso em: 21 de mar. 2022.

LEVITIN, D. J. **A mente organizada**: como pensar com clareza na era da sobrecarga de informação. Rio de Janeiro: Objetiva, 2015.

LIRA, C. OMS muda classificação de idade para jovens e idosos #boato. **Boatos.org**, fev. 2018. Disponível em: <https://www.boatos.org/brasil/oms-reclassifica-jovem-idoso.html#:~:text=Por%C3%A9m%2C%20estudos%20apontam%20que%2C%20hoje,idosas%20acima%20de%2090%20anos>. Acesso em: 23 de mai. 2022.

LISBOA, A. Qual foi a primeira rede social da história? CanalTech, [s.l], 2022. Disponível em: <https://canaltech.com.br/redes-sociais/qual-foi-a-primeira-rede-social-da-historia-205714/#:~:text=A%20Classmates%20%C3%A9%20considerada%20a,at%C3%A9%20os%20anos%20de%201980>. Acesso em: 23 de mar. 2022.

LUDIN, R. W. **Personalidade**: Uma análise do comportamento. 8. ed. São Paulo: EPU, 1985. MARCONI, M; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MASLOW, A. H. The need to know and the fear of knowing. **Journal of General Psychology**, v. 68 n. 1, 1963. Disponível em: <https://psycnet.apa.org/record/1964-01551-001>. Acesso em: 23 fev. 2022.

MATTOS, A. N. **Informação é prata, compreensão é ouro**. [s.n], 2010.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento**. Pesquisa qualitativa em saúde. 14. ed. São Paulo: Hucitec, 2014.

MOSSERI, A. Explicando melhor o funcionamento do Instagram. **Instagram**, jun. 2021. Disponível em: <https://about.instagram.com/pt-br/blog/announcements/shedding-more-light-on-how-instagram-works> Acesso em: 05 mai. 2022.

NAVEED, M. A.; ANWAR, M. A. Modeling Information Anxiety. **Library Philosophy and Practice**. 2758, 2019. Disponível em: <https://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/2758>. Acesso em: 13 nov. 2021.

NESTA, F. Library 2.0 or library III: returning to leadership. **Library Management**, v.32, n.1/2, 2011. Disponível em: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/01435121111102601/full/pdf?title=library-20-or-library-iii-returning-to-leadership>, Acesso em: 14 dez. 2021.

NORGAARD, R. Writing information literacy. **Reference & user services quarterly**, v. 43, n. 2, 2003. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/20864155>. Acesso em: 23 fev. 2022.

O DILEMA DAS REDES. Direção: Jeff Orlowski. Produção de Larissa Rhodes. 1h34m, Netflix. Disponível em:

OMS: O impacto da pandemia na saúde mental das pessoas já é extremamente preocupante. **Nações Unidas Brasil**, [s.l.] 2020. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/85787-oms-o-impacto-da-pandemia-na-saude-mental-das-pessoas-ja-e-extremamente-preocupante>. Acesso em: 12 jan. 2021.

ONU destaca a necessidade urgente de aumentar investimentos em serviços de saúde mental durante a pandemia de COVID-19. **Organização Pan-Americana da saúde (OPAS)**, [s.l.], 2020. Disponível em: [https://www.paho.org/pt/noticias/14-5-2020-onu-destaca-necessidade-urgente-aumentar-investimentos-em-servicos-saude-mental#:~:text=14%20de%20maio%20de%202020,mental%20emitido%20nesta%20quarta%20feira%20\(](https://www.paho.org/pt/noticias/14-5-2020-onu-destaca-necessidade-urgente-aumentar-investimentos-em-servicos-saude-mental#:~:text=14%20de%20maio%20de%202020,mental%20emitido%20nesta%20quarta%20feira%20(). Acesso em: 05 set. 2020.

O QUE é educação midiática? **Instituto Palavra Aberta**, [s.l.], [s.d.]. Disponível em: <https://educamidia.org.br/educacao-midiatica>. Acesso em: 17 jan. 2022.

RIOS, T. A. **Compreender e ensinar**: por uma docência da melhor qualidade. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2002.

Rogers, E. M. **Communication technology**: The new media in society. New York: The Free Press, 1986.

SABER, M. M. **Efeitos da Sobrecarga da Informação no Cotidiano de Jornalistas em Campo Grande MS**. Orientador: Eron Brum. 2006, 228 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Universidade de Brasília, Brasília, 2006. Disponível em: <http://repositorio.unb.br/handle/10482/5520>. Acesso em: 23 de Set. 2020.

SANTOS, A. M. **Modelo comportamental da ansiedade**. In: R. R. Kerbauy (Org.), Sobre comportamento e cognição, v. 5, p. 189- 191. Santo André: SET, 2000.

SCOTT, H; BIELLO, S. M; WOODS, H. C. Social media use and adolescent sleep patterns: cross-sectional findings from the UK millennium cohort study. **BMJ Open**, V. 9, N. 9, 2019. Disponível em: <https://bmjopen.bmj.com/content/bmjopen/9/9/e031161.full.pdf>. Acesso em: 05 mai. 2022.

SIGILIANO, D; BORGES, G. Competência midiática: o ativismo dos fãs de The Handmaid's Tale. **Comunicação e Inovação**. v. 19, n. 40, maio-ago 2018. Disponível em: https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/5179. Acesso em: 26 abr. 2021.

SKINNER, B. F. **Recent issues in the analysis of behavior**. Toronto: Merrill, 1989.

SKINNER, B. F. **Science and human behavior**. 11. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

SOFFNER, R. K. Competências do Século 21. **Pesquisa e Debate em Educação**, Juiz de Fora, v.4, n.1, 2014. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/RPDE/article/view/31994/21212>. Acesso em: 17 fev. 2022.

- VITORINO, E. V.; PIANTOLA, D. Dimensões da competência informacional (2). **Ci. Inf.**, Brasília, v. 40 n. 1, p. 99-110, jan./abr., 2011. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ci/a/SjcbWRPPfNPjhF5DhFTSkcv/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 25 jan. 2021.
- WEIL, P. A normose informacional. **Ciência da Informação** [online]. 2000, v. 29, n. 2. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0100-19652000000200008>. Acesso em: 12 Nov. 2021.
- WILSON, T. D. Human information behavior. **Informing Science**, v. 3, n. 2, p. 49-53, 2000. Disponível em: <http://inform.nu/Articles/Vol3/v3n2p49-56.pdf>. Acesso em: 13 abr. 2021.
- WILSON, T. D. Models in information behaviour research. **Journal of Documentation**, v. 55, n. 3, p. 249-270, jun, 1999. Disponível em: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/EUM0000000007145/full/html>. Acesso em: 13 abr. 2021
- WHITAKER, F. Rede, uma estrutura alternativa de organização. **Revista Mutações Sociais**, v. 2, n. 3, p.1-7, mar./mai., 1993. Disponível em: <http://www.apoema.com.br/REDEU11.pdf>. Acesso em: 23 jul. 2021.
- WORLD Health Organization. ICD-11 for mortality and morbidity statistics. Geneva: **WHO**, 2019. Disponível em: <https://icd.who.int/browse11/1-m/en>. Acesso em: 13 dez. 2021.
- WURMAN, R.S. **Ansiedade de Informação**: como transformar informação em compreensão. São Paulo: Cultura, 1991.
- WURMAN, R.S. **Ansiedade de Informação II**: um guia para quem comunica e dá instruções. São Paulo: Cultura, 2005.
- XI, Y. Ansiedade: uma análise de conceito. **Fronteiras da Enfermagem**, v. 7, n .1, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.2478/fof-2020-0008>. Acesso em: 13 dez. 2021.
- ZANCHETTA JUNIOR, J. Educação para a mídia: propostas europeias e realidade brasileira. **Educação e Sociedade**, 2009, v. 30, n. 109, p. 1103-1122. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/es/a/hDMNphp67pFvKXNpNccYh6f/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 13 jul. 2021.

APENDICE A – ROTEIRO DE QUESTIONÁRIO APLICADO AOS ESTUDANTES DE BIBLIOTECONOMIA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ.

ROTEIRO DE QUESTIONÁRIO APLICADO AOS ESTUDANTES DE BIBLIOTECONOMIA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ QUE UTILIZAM OU JÁ UTILIZARAM O *INSTAGRAM*.

1 - Idade:

- Menos de 18 anos
- Entre 18 e 29 anos
- Entre 30 e 40 anos
- Entre 41 e 50 anos
- 50 anos ou mais

2 - Gênero:

- Feminino
- Masculino
- Não-Binário
- Transgênero
- Outro
- Prefiro não dizer

3 - Semestre:

- 1 semestre
- 2 semestre
- 3 semestre
- 4 semestre
- 5 semestre
- 6 semestre
- 7 semestre
- 8 semestre
- Irregular

4 - Que tipo de conteúdo você busca acessar no Instagram?

- Notícias
- Entretenimento
- Relacionamentos
- Estudos
- Trabalho
- Outros
- Nada específico

5 - Quantas horas em média você passa no aplicativo por dia?

(Para descobrir essa informação abra o aplicativo do Instagram, vá em configurações e busque por “tempo gasto”. O aplicativo te mostra o tempo que você o utilizou durante cada dia da semana. Marque o tempo que mais se repetiu)

- Menos de 1 hora
- Entre 1 e 2 horas
- Entre 2 e 3 horas
- Entre 3 e 4 horas

- Mais de 5 horas

6 - Você utiliza o Instagram sempre que sente vontade ou adota algum meio para controlar esse acesso?

- Sim, utilizo sempre que tenho vontade.
- Não, tento controlar o acesso.

6.1 - Caso utilize algum aplicativo ou outro meio para controlar o acesso, diga qual.

7 - Você já deixou de utilizar o instagram ou tentou passar um período sem utilizá-lo?

- Sim
- Não

7.1 - Por qual motivo? (Descreva os sentimentos e/ou motivos que te levaram a tomar ou desejar tomar tal decisão e o que te fez voltar a utilizá-lo.)

8 - Você utiliza outro meio para se manter informado além do instagram?

- Livros e revistas.
- Jornais eletrônicos
- Jornais impressos
- Outras redes sociais
- Podcasts
- Televisão
- Não
- Outros

9 - Sinalize quais comportamentos abaixo você já observou em si ao utilizar as redes sociais.

- C1 - Falar compulsivamente que não consegue se manter atualizado com o que acontece no mundo.
- C2 - Sentir-se culpado por não conseguir acompanhar todas as páginas que gosta ou notícias.
- C3 - Balançar a cabeça quando alguém menciona uma postagem, notícia ou transmissão ao vivo a qual você nem chegou a ver ou ficar sabendo.
- C4 - Descobrir que é incapaz de explicar algo que pensava ter entendido.
- C5 - Sentir-se deprimido por não ter visto a postagem ou notícia a qual todos estão comentando.
- C6 - Compartilhar ou curtir uma postagem mesmo sem ter entendido sua descrição, quando nem chegou a ver todo o seu conteúdo.
- C7 - Dedicar tempo e atenção a notícias e postagens que não têm qualquer impacto cultural, pessoal, econômico ou científico na sua vida.
- C8 - Reagir emocionalmente à informação que você não compreende.
- C9 - Achar que as pessoas a sua volta estão mais informadas e populares no instagram e você não.
- C10 - Ficar muito receoso ou encabulado de dizer “Não sei” ou “Não vi”.
- C11 - Evitar entrar no aplicativo por não querer ver todos aqueles conteúdos.
- C12 - Sentir a necessidade de entrar muitas vezes no aplicativo, mesmo em momentos impróprios como no trabalho, faculdade, jantar com amigos etc.

10 - O filtro de relevância do Instagram é eficiente e só me deparo com conteúdos de meu interesse.

- Concordo

- Concordo parcialmente
- Não concordo
- Não sei dizer

11 - Sobre o grande volume de informação presente nas redes sociais, você o considera um:

- Problema.
- Estímulo.
- Pode ser um problema, mas também um estímulo.
- Não sabe dizer.

12 - Você já se sentiu ou se sente ansioso, angustiado, estressado ou pressionado por algo relacionado ao uso do instagram?

- Sim
- Não
- Não sei dizer

12.1 Se sim, por qual motivo?

13 - Como você se sente em relação ao grande volume de informação presente nas redes sociais?

- Animado
- Confuso
- Ansioso
- Estressado
- Sobrecarregado
- Não sabe dizer

14 - Você considera que a grande quantidade de informações nas redes sociais impacta negativamente em algum desses aspectos?

- Emocional
- Concentração
- Memória
- Produtividade
- Nenhum

15 - Você consegue controlar o tempo que passa online ou utiliza as redes sociais por mais tempo do que considera saudável no dia?

- Consigo controlar
- Não consigo controlar
- Não acho necessário controlar
- Não sabe dizer

16 - Você já passou por alguma situação em que teve que ficar um período sem acessar as redes sociais? Por quanto tempo e como se sentiu?

- Sim
- Não
- Não sei dizer

16.1 - Se sim, por quanto tempo e como se sentiu?