

SOBRECARGA INFORMACIONAL VIVENCIADA POR ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS: o lado escuro da informação

INFORMATION OVERLOAD EXPERIENCED BY UNIVERSITY STUDENTS: the dark side of information

Eliany Alvarenga | Ana Luiza Cober Cordeiro

<https://doi.org/10.21747/21836671/pag23a10>

Resumo: Análise da sobrecarga informacional vivenciada por estudantes (usuários do Instagram) do Curso de Gestão da Informação da Universidade Federal de Goiás (UFG)/Brasil. Para alcançar este objetivo, os seguintes objetivos específicos foram estabelecidos: identificar os tipos de conteúdos consumidos e produzidos pelos estudantes pesquisados ao utilizarem o Instagram; caracterizar os elementos que podem contribuir para o desenvolvimento da sobrecarga informacional e, por fim, caracterizar as estratégias de enfrentamento adotadas pelos estudantes pesquisados em relação à sobrecarga informacional vivenciada. Em termos metodológicos, a pesquisa adotou uma abordagem exploratória e quantitativa. A coleta de dados foi realizada remotamente, por meio de questionário distribuído via Google Forms. Os resultados evidenciam a sobrecarga informacional vivenciada pelos estudantes pesquisados e confirmam que os sintomas mais destacados são de ordem mental/emocional (dificuldade de concentração, fadiga mental ou física, redução da produtividade, ansiedade, estresse, dificuldade em memorizar ou lembrar, redução da motivação para atividades diárias, perturbação, irritabilidade, isolamento, dificuldade em manter relações sociais). A partir das análises destes sintomas é proposto o Modelo do Ecossistema da Sobrecarga Informacional (MESI) como ferramenta de apoio metodológico e analítico para os estudos sobre a temática da Sobrecarga Informacional e de fenômenos informacionais semelhantes.

Palavras-chave: Busca e uso de informação; Instagram; Sobrecarga Informacional; Uso de informação pela Geração Z.

Abstract: Analysis of information overload experienced by students (Instagram users) of the Information Manager Course at the Federal University of Goiás (UFG/Brazil). To achieve this goal, the following specific objectives were established: to identify the types of content consumed and produced by the students surveyed when using Instagram; to characterize the elements that may contribute to the development of information overload; and, finally, to characterize the coping strategies adopted by the students surveyed in relation to the information overload experienced. In methodological terms, the research adopted an out remotely, through a questionnaire distributed via Google Forms. The results demonstrate the information overload experienced by the students surveyed and confirm that the most prominent symptoms are of a mental/emotional nature (difficulty of concentrating, mental or physical fatigue, reduced productivity, anxiety, stress, difficulty memorizing or remembering, reduced motivation for daily activities, disturbance, irritability, isolation, difficulty maintaining social relationship). Based on the analysis of these symptoms, the Information Overload Ecosystem Model (MESI) is proposed as a tool to methodological and analytical support for studies on the theme of Information Overload.

Keywords: Search and use of information; Instagram; Information Overload; Use of information by Generation Z.

1. Introdução

A origem etimológica do termo informação é latina, derivada do verbo *informatio*, que se refere ao ato de moldar a mente ou transmitir conhecimento. Na Idade Média, influenciados pela filosofia escolástica, os termos *informatio* e *informo* adquiriram novos

significados. Além de sua origem latina, esses conceitos passaram a englobar aspectos morais e pedagógicos, referindo-se à formação da mente, ao desenvolvimento do caráter e ao processo de ensino ou instrução (CAPURRO e HJØRLAND, 2007). Já na Idade Moderna, este termo sofreu outra transformação, perdendo as conotações ontológicas e adquirindo uma abordagem mais epistemológica. A partir desse período, a informação passou a ser associada à ideia de representação, sendo incorporada no contexto do conhecimento e da linguagem (GONZÁLEZ DE GÓMEZ, 2002).

Um dos momentos mais marcantes na evolução do conceito "informação" ocorreu na segunda metade do século XX. Nesse período, especificamente a partir do pós-guerra, com o avanço da Teoria da Informação, da Cibernética, da Teoria dos Sistemas e o surgimento da inteligência artificial, as tecnologias de informação e comunicação se desenvolveram rapidamente. Esses avanços, juntamente com o surgimento de novas áreas do conhecimento, ampliaram significativamente a compreensão deste termo. Anteriormente associado a um conceito abstrato, "informação" passou a ser um conceito interdisciplinar essencial para várias disciplinas (ROBREDO, 2005).

Na prática, existem múltiplos conceitos para este termo. Assim, a definição do conceito de informação não é unânime como afirma Jannuzzi e Tálamo (2004). Estes autores analisam a ausência de consenso sobre o termo, destacando que a informação é frequentemente abordada de diferentes maneiras em diversas disciplinas, especialmente na Ciência da Informação (JANNUZZI e TÁLAMO, 2004). Essa diversidade de perspectivas é refletida na multiplicidade de olhares teóricos que cercam o constructo informação, conforme observado por Ventura (2018), que argumenta que a definição de informação evolui à medida que novas variáveis são incorporadas aos estudos de diferentes áreas de conhecimento (VENTURA, 2018).

A dificuldade em conceituar o termo informação é evidente, porém a certeza de que a qualidade da informação é um aspecto fundamental se constitui num dos fundamentos da Ciência da Informação. Assim a precisão, a atualização e a relevância da informação são fatores determinantes para que seu uso seja efetivo. (DUTRA e BARBOSA, 2017). Em um mundo onde a informação é abundante, especialmente na era digital, a capacidade de discernir informações de qualidade se torna essencial.

A compreensão sobre as consequências da abundância de informação na contemporaneidade nos leva a buscar o conceito de sobrecarga informacional. Este conceito (originalmente conhecido como *information overload*) refere-se ao excesso de dados acumulados em diferentes espaços, como servidores, redes sociais, plataformas digitais e bancos de dados, além das mídias tradicionais, como jornais, revistas e livros. Esse fenômeno ocorre quando uma pessoa ou grupo é bombardeado por uma quantidade de informações que supera sua capacidade de processamento e compreensão, tornando impossível assimilar tudo por completo. A incapacidade de lidar com o volume de dados recebidos cria uma sensação constante de estar "atrasado" ou "desatualizado", gerando estresse e reduzindo a eficiência na tomada de decisões, qualidade de vida e na realização de tarefas cotidianas. Esse excesso de informações não só impede a assimilação completa dos dados e informações disponíveis, mas também causa sobrecarga nas pessoas, levando ao esgotamento mental, ansiedade e fadiga informacional, conforme analisado por variados autores (WURMAN, 1991; DUTTON, 1999; EDMUNDS e MORRIS, 2000; DAVENPORT e BECK, 2001; RUFF, 2002; EPLER e MENGIS, 2003; LEVITIN, 2015; JI, 2023; BAWDEN, HOLTHAM e COURTNEY, 2024).

Há um conjunto variado de pesquisas sobre sobrecarga informacional em muitos assuntos diferentes, mas não há uma definição consensual do termo (EDMUNDS e MORRIS, 2000). Alguns pesquisadores, como Bawden, Holtham e Courtney (1999), argumentam que a sobrecarga informacional teve sua origem entre meados da década de 1940 e o início dos anos 1960. Esse período foi marcado pelo aumento significativo das publicações científicas em diversas áreas do conhecimento, pelo desenvolvimento de técnicas de documentação mecanizada e pela informatização crescente.

Embora o volume de informação disponível continue a crescer exponencialmente, a capacidade humana de atenção permanece limitada, gerando uma sobrecarga pela quantidade de dados, o que prejudica o foco e a produtividade. Spira e Goldes (2007) caracterizam a sobrecarga informacional como um problema multifacetado. No entanto, já para Pijpers (2010), a sobrecarga informacional pode ser observada de duas maneiras principais: 1) quando o indivíduo recebe mais dados do que consegue absorver; 2) quando a necessidade de processar informação excede a capacidade dos recursos disponíveis.

Desde os tempos dos primeiros povos nômades até a era da Sociedade Informacional, passando pelas fases mercantil e industrial, o volume de informações aumentou drasticamente. Entretanto, o cérebro humano, como afirma Pijpers (2010), continua essencialmente o mesmo que era há cinquenta mil anos. Este autor considera que o crescimento de informações irrelevantes deve persistir, o que torna cada vez mais vital a habilidade de manter o foco seletivo, ajudando a distinguir o que é importante do que é excesso. Hoje, a informação está fragmentada e acessível em quantidades vastas, enquanto a atenção humana permanece um recurso finito. Assim, os fatores: capital, trabalho, informação e conhecimento são fatores abundantes. O fator escasso é a oferta de atenção humana". (DAVENPORT e BECK, 2001:3).

A partir destas considerações iniciais, este estudo tem por objetivo analisar a sobrecarga informacional entre estudantes do Curso de Gestão da Informação, da Universidade Federal de Goiás-UFG, localizada na cidade de Goiânia, estado de Goiás/Brasil. Metodologicamente este estudo se caracteriza como uma pesquisa exploratória com abordagem quantitativa. Em termos do campo de pesquisa foi delimitado o conjunto dos estudantes universitários matriculados junto ao Curso de Gestão da Informação da citada universidade. Vale salientar que, de forma específica, a delimitação deste campo de pesquisa selecionou estudantes da geração Z (nascidos entre 1997/2012) e que utilizavam diariamente o Instagram. A amostra da pesquisa consistiu em 38 participaram do estudo, representando 23% do total de 160 estudantes matriculados. A coleta de dados junto a amostra citada foi realizada de forma remota, por meio de questionário enviado via Google Forms, durante o mês de setembro/2024. Os dados analisados são apresentados no decorrer deste texto.

2. Geração Z: Caracterizando os nativos digitais e o Instagram

A Geração Z, também conhecida como Gen Z, Zs, Zees ou Zeds (FAGUNDES, 2011; FACCO *et al.*, 2015), refere-se ao grupo demográfico nascido aproximadamente entre 1997 a 2012. A origem dessa denominação está associada ao verbo "zapear". De acordo com Freire Filho e Lemos (2008), essa geração também pode ser referida por outras nomenclaturas, como "geração digital", "geração net" e "geração pontocom".

O comportamento *online* da Geração Z reflete tendências específicas, como o consumo de conteúdo curto e dinâmico, uma relação fluida com a privacidade e a valorização de causas sociais, diversidade e inclusão. Além disso, os membros dessa geração demonstram uma forte capacidade crítica sobre questões de segurança digital, enfrentando desafios como o equilíbrio entre a vida *offline* e *online*, o impacto da exposição nas redes sociais e a luta por autenticidade em um ambiente muitas vezes saturado de informações e padrões. Tal dinâmica não se limita apenas ao consumo passivo de conteúdo, mas envolve uma interação profunda e criativa com as plataformas digitais. Diferente de gerações anteriores, que cresceram em uma era em que a Internet era mais uma ferramenta do que um ambiente integral de vivência, a Geração Z é nativa digital — desde pequenos, tiveram acesso a dispositivos móveis, redes sociais e à internet de alta velocidade. Isso resultou em um perfil de usuário altamente conectado e multifacetado, capaz de alternar entre múltiplas plataformas e experiências online de forma rápida e fluida.

Desta forma, esta geração não apenas consome conteúdo, mas também o cria, compartilhando suas próprias experiências, opiniões e talentos por meio de vídeos, fotos, textos e outras formas de mídia. As redes sociais desempenham um papel central nesse processo, com plataformas como Instagram, TikTok e YouTube sendo os principais meios de expressão e interação para os jovens da Geração Z. O uso de vídeos, memes e outros formatos de conteúdo dinâmico reflete uma busca por entretenimento imediato e uma forma de comunicar-se de maneira rápida e criativa.

O Instagram, criado por Kevin Systrom e Mike Krieger, foi lançado oficialmente em 6 de outubro de 2010, originando-se como uma versão simplificada de um projeto anterior chamado Burbn. O nome da rede social surgiu da combinação das palavras *instant* (instante) e *telegram* (telegrama), que em inglês têm os significados de "imediato" e "mensagem rápida", respectivamente.

Inicialmente disponível exclusivamente para dispositivos iOS, o aplicativo rapidamente ganhou popularidade devido à sua interface amigável e ao foco na fotografia móvel. Posteriormente, em 2012, a plataforma foi disponibilizada para *smartphones* Android, ampliando seu alcance e conquistando novos usuários (BERGSTRÖM e BÄCKMAN, 2013).

Essa rede social se destacou rapidamente ao permitir que as pessoas compartilhem fotos e vídeos de maneira simples e intuitiva, oferecendo ferramentas de edição como filtros, ajustes de brilho e contraste, além de legendas e *hashtags* para contextualizar as publicações. Ao longo dos anos, o Instagram evoluiu, incorporando novos recursos, como *stories*, *reels* e transmissões ao vivo, tornando-se uma das principais plataformas de compartilhamento de momentos e interação social, influenciando a cultura digital, *marketing online* e o acesso a informações visuais. Desta forma, uma quantidade massiva de informações está disponível para consumo a cada segundo.

Vale salientar que a forma como o conteúdo é distribuído no Instagram — com *feeds* contínuos de postagens e notificações — exige que os usuários absorvam e processem dados e informações de maneira constante. Esse fluxo incessante de informações, que inclui até mesmo notícias em tempo real, pode ser avassalador. Embora seja possível acessar uma enorme quantidade de conteúdo, o ritmo acelerado de consumo pode gerar confusão, distração e dificultar a retenção de informações relevantes podendo gerar sobrecarga informacional.

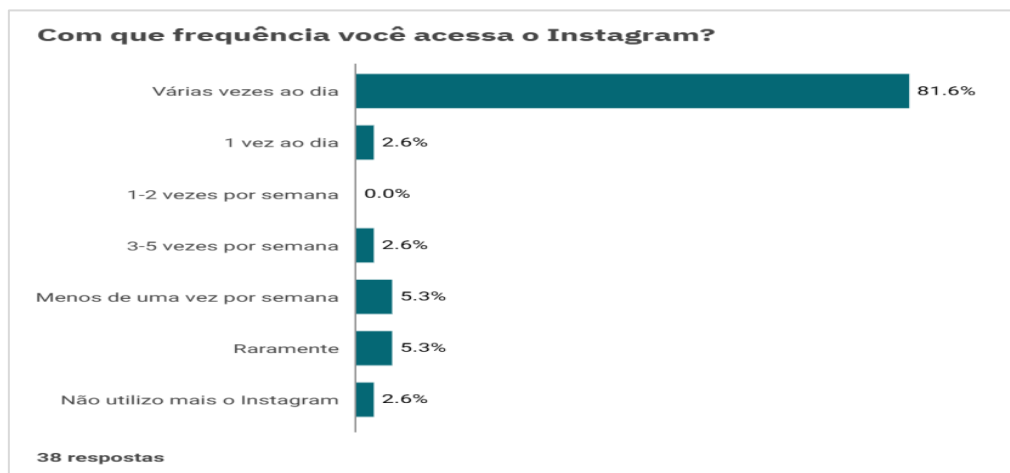
3. Caracterização dos estudantes pesquisados – Gênero, faixa etária e tempo de uso do Instagram

Em termos das características gerais dos estudantes pesquisados foram analisados os seguintes elementos: gênero, faixa etária e tempo de uso do Instagram. Assim, temos que, 26 estudantes pesquisados se identificaram como do gênero masculino (68,4%), enquanto 12 estudantes pesquisadas se identificaram como do gênero feminino (31,6%).

Em relação a faixa etária, 42,1% está na faixa de 21 a 23 anos, seguida pela faixa etária de 18 a 20 anos com 28,9%. Reunidas essas duas faixas compreendem a maior parte da amostra, totalizando 71,0% dos participantes. Outras faixas etárias presentes possuíam representatividade menor, como: 18,4% estão na faixa entre 24 e 26 anos, 7,9% na faixa etária “mais de 30 anos”, enquanto apenas 2,6% têm entre 27 e 29 anos.

Em relação a frequência de uso do Instagram, observa-se que 81,6% dos estudantes pesquisados utilizam a plataforma várias vezes ao dia, demonstrando um uso intenso e contínuo. Esse comportamento sugere um alto nível de engajamento com a rede social, o que pode estar relacionado a práticas cotidianas de consumo e geração de conteúdo. Além disso, os dados também destacam o uso menos frequente do Instagram ou até inexistente. Especificamente, 2,6% dos respondentes acessam a plataforma apenas uma vez por dia, enquanto outros 2,6% relataram utilizá-la de 3 a 5 vezes por semana. Uma outra parcela, equivalente a 5,3%, acessa o Instagram menos de uma vez por semana, e outros 5,3% mencionam usá-lo raramente. Estes dados podem ser visualizados no Gráfico 1:

Gráfico 1 - Frequência de acesso ao Instagram



Fonte: Dados da pesquisa (2024)

Concluindo a caracterização pode-se considerar que os estudantes pesquisados são, em sua maioria, do gênero masculino (68,4%), com distribuição majoritária nas faixas etárias de 21 a 23 anos (42,1%) e 18 e 20 anos (28,9%). Em termos do acesso e uso do Instagram, observa-se que 81,6% dos estudantes pesquisados confirmam tal acesso e uso de forma diária e intensa.

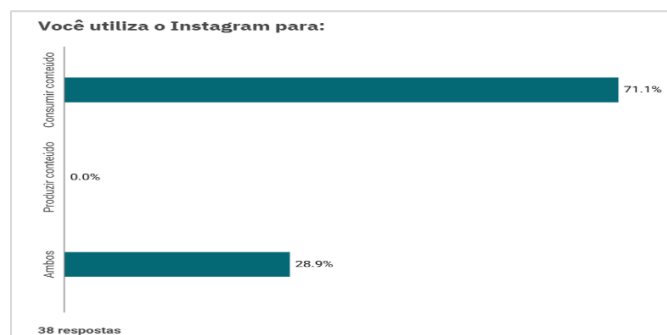
4. Identificando conteúdos – Produção e consumo

Esta seção tem como objetivo analisar os conteúdos produzidos e consumidos no Instagram pelos estudantes pesquisados. Este levantamento é fundamental para caracterizarmos as práticas de uso da plataforma Instagram e os principais tipos de informações produzidas e consumidas pelos estudantes pesquisados.

Inicialmente, foram investigados os padrões de uso da plataforma, considerando os estudantes pesquisados como consumidores e produtores de conteúdo ou ambas as situações. Os dados apresentados no gráfico 2 são divididos em duas categorias: “consumir conteúdo” (71,1%) e “ambos” (28,9%). A maioria dos estudantes pesquisados (71,1%) utiliza o Instagram principalmente para consumir conteúdo. Isso indica que a maioria adota um comportamento passivo na plataforma, consumindo publicações, *stories*, *reels* e outros formatos sem necessariamente contribuir com postagens ou informações próprias. Isso é coerente com a preferência da Geração Z por interações menos públicas, além de sugerir que muitos usuários veem o Instagram como uma fonte de entretenimento, inspiração ou informação, mais do que como um espaço para autopromoção. Estas considerações são apoiadas por outros pesquisadores (PAULI, 2021; FEITOSA e BARBOSA, 2020; MCCRINDLE, 2011; GUERIN, PRIOTTO e MOURA, 2018; CHIUSOLI *et al.*, 2020). A opção “Ambos” apresentou 28,9%, o que indica que outra parcela dos estudantes pesquisados usa o Instagram tanto para consumir quanto para produzir conteúdo, engajando-se ativamente na plataforma ao criar postagens e compartilhar informações, além de acompanhar o conteúdo de outros usuários. No entanto, é importante notar que a produção, conforme os hábitos e características da Geração Z, é frequentemente direcionada para conteúdos criativos e controlados, privilegiando interações pessoais e temporárias, como *stories* e *directs*, em detrimento de postagens fixas no *feed*.

Considerando estes percentuais é possível inferir que a experiência de sobrecarga informacional pode vir a se manifestar de maneiras diferentes entre as duas situações (consumo e/ou produção de conteúdos). Assim, consumidores passivos podem enfrentar esta sobrecarga devido à exposição constante a um grande volume de informações, enquanto aqueles que também produzem conteúdo podem vivenciar esse tipo de sobrecarga como resultado tanto da necessidade de consumir informações, quanto do esforço associado à criação e manutenção de conteúdo na citada plataforma. Estes dados podem ser visualizados no Gráfico 2:

Gráfico 2 - Usos do Instagram



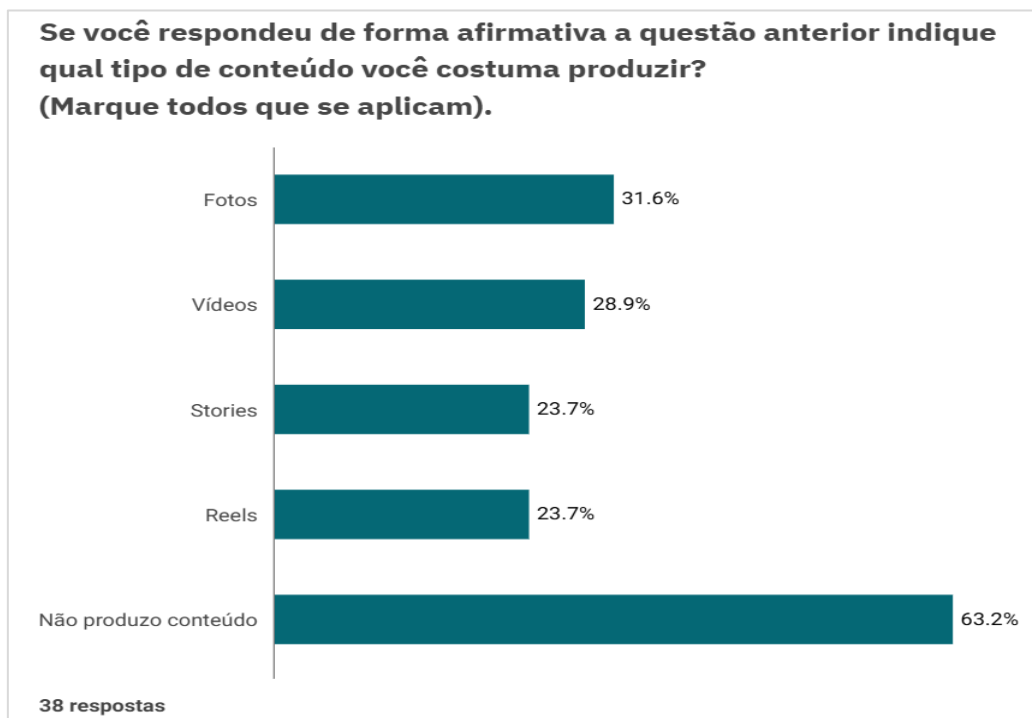
Fonte: Dados da pesquisa (2024)

No Gráfico 3, podemos verificar que a maior parte dos estudantes pesquisados não têm o hábito de produzir conteúdo, representando 63,2% dos respondentes. No entanto, entre os que produzem, o formato mais comum é o de fotografias, escolhido por 31,6% dos participantes. Os vídeos aparecem em segundo lugar, sendo produzidos por 28,9%, enquanto *stories* e *reels* têm a mesma representatividade, com 23,7% cada. Esses dados sugerem que a produção de conteúdo não é uma prática predominante, mas aqueles que produzem tendem a priorizar formatos visuais, com destaque para as fotografias.

A produção e disponibilização de fotografias e vídeos no Instagram, conforme evidenciado pelos dados citados, confirmam a vocação original do Instagram, no sentido em que esta plataforma permite o compartilhamento de fotografias e vídeos de maneira simples e intuitiva, pois oferece ferramentas de edição como filtros, ajustes de brilho e contraste, além de legendas e *hashtags* para contextualizar as publicações. A evolução desta plataforma incorporou novos recursos, como *stories*, *reels* e transmissões ao vivo, tornando-se uma das principais plataformas de compartilhamento de momentos e interação social, influenciando a cultura digital, *marketing online* e o acesso a informações visuais.

No entanto, mesmo que a maioria (63,2%) não produza conteúdos, essa dinâmica pode contribuir significativamente para a sobrecarga informacional. Cada conteúdo produzido, seja foto, vídeo, *story* ou *reel*, alimenta o vasto ecossistema de informações das redes sociais. Esses formatos, principalmente vídeos e *stories*, são amplificados pelos algoritmos, aumentando o fluxo de informações disponíveis e exigindo cada vez mais atenção dos usuários. Estes dados podem ser visualizados no Gráfico 3:

Gráfico 3 - Formatos de conteúdos produzidos



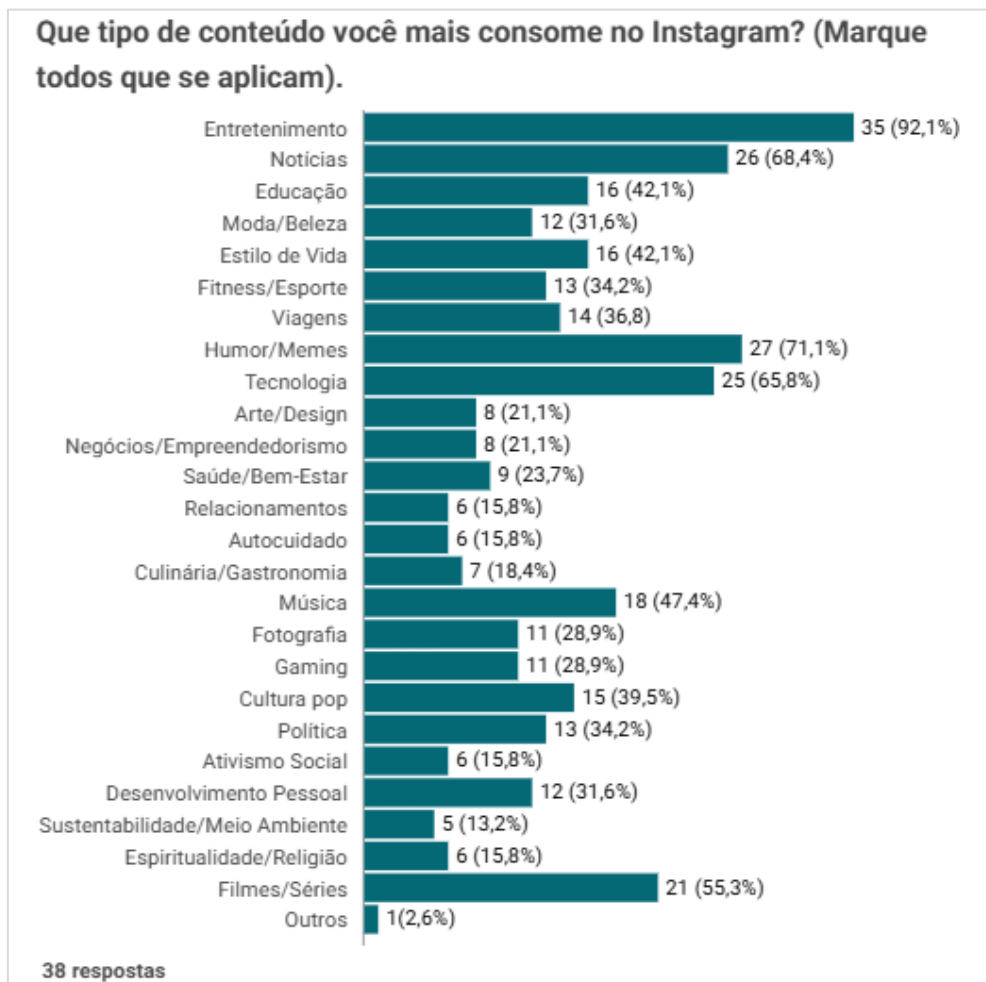
Fonte: Dados da pesquisa (2024)

Num segundo momento de análise pode-se verificar o consumo de conteúdos pelos estudantes pesquisados no âmbito do Instagram. Assim, temos que, os conteúdos mais consumidos são os seguintes: 1) Entretenimento (92,1%); 2) Humor/*Memes* (71,1%); 3) Notícias (68,4%); 4) Tecnologia (65,8%).

Ainda em relação ao consumo de conteúdos, temos que, os conteúdos medianamente consumidos são os seguintes: 1) Música (47,4%); 2) Educação (42,1%); 3) Viagens (36,8%); 4) Cultura pop (39,5%); 5) *Fitness*/Esporte (34,2%); 6) Desenvolvimento Pessoal (31,6%).

Os dados relativos aos conteúdos consumidos em menor proporção pelos estudantes pesquisados são os seguintes: 1) Espiritualidade/Religião (15,8%) e Ativismo Social (15,8%). Esta análise, sobre a diversidade de conteúdos consumidos pelos estudantes pesquisados refletem interesses amplos, embora se destaque uma clara preferência por conteúdos de entretenimento (humor e *memes*) e informação prática (notícias, tecnologias). O Gráfico 4 apresenta os tipos de conteúdos consumidos no Instagram pelos estudantes pesquisados conforme citado anteriormente:

Gráfico 4 - Conteúdos consumidos - Tipos



Fonte: Dados da pesquisa (2024)

O Gráfico 5 evidencia que os formatos de conteúdo mais consumidos no Instagram pelos estudantes pesquisados são os “Vídeos curtos (*Reels*)”, com (92,1%) de preferência, seguidos por “Imagens” (65,8%) e “*Stories* Interativos” (31,6%). Formatos que exigem maior tempo ou atenção, como “Postagens com textos em carrosséis” (21,1%) e “Vídeos longos (IGTV)” (10,5%) têm menor aceitação. Isso reflete uma preferência por conteúdos rápidos, dinâmicos e visualmente atrativos, característicos do consumo superficial e de alto volume de informações.

Vale salientar que esta dinâmica pode contribuir para a sobrecarga informacional, uma vez que o consumo constante de formatos ágeis dificulta a filtragem de informações relevantes e pode levar à exaustão mental. Por outro lado, formatos que demandam mais atenção e reflexão têm menos apelo, sugerindo uma tendência dos estudantes pesquisados em evitar conteúdos mais densos, o que pode comprometer o aprendizado mais crítico.

5. Caracterizando a sobrecarga informacional

No contexto do uso intenso de plataformas como o Instagram, a sobrecarga informacional tem se tornado um fenômeno cada vez mais presente, especialmente entre os jovens da Geração Z. Neste tópico, são apresentados os resultados da pesquisa, com o objetivo de caracterizar como a sobrecarga informacional se manifesta entre os estudantes pesquisados. Os dados interpretados nesta seção também fornecem ideias sobre os principais fatores que contribuem para esta sobrecarga e seus efeitos, permitindo uma melhor compreensão das dinâmicas entre o consumo de conteúdo e o bem-estar informacional dos estudantes pesquisados. Para alcançar esta compreensão foi solicitado aos estudantes pesquisados que indicassem todos os sintomas que já experienciaram a partir de uma lista de sintomas retirados da literatura pertinente. Os dados analisados indicam os seguintes sintomas:

- Dificuldade de concentração (86,8%) e fadiga mental ou física (76,3%) aparecem como os sintomas mais comuns, sugerindo um impacto direto no foco e na disposição mental dos usuários ao utilizar o Instagram.
- Redução da produtividade e saúde emocional (ansiedade, estresse) também têm uma alta frequência (71,1% cada), apontando para efeitos negativos no bem-estar emocional e na capacidade de realizar atividades.
- Dificuldade em memorizar ou lembrar (68,4%) e redução da motivação para atividades diárias (57,9%) indicam que o uso excessivo do Instagram pode afetar a memória e a motivação.
- Outros sintomas relevantes incluem sensação de dependência (55,3%) e incapacidade (44,7%), sugerindo que muitos usuários se sentem presos ao uso contínuo da plataforma, o que pode gerar um ciclo de uso compulsivo.
- Sintomas como perturbação (18,4%), irritabilidade (47,7%) e isolamento (26,3%) mostram que o uso do Instagram pode afetar o humor e o comportamento social dos indivíduos.

Vale salientar que a alta incidência da dificuldade de concentração (86,8%) e fadiga mental ou física (76,3%) entre os estudantes pesquisados revela que o consumo excessivo de informações no Instagram tem um impacto direto e profundo na saúde física e mental dos indivíduos. Esses sintomas não são apenas temporários, mas sugerem um desgaste mental significativo, onde os estudantes pesquisados se veem com dificuldade em focar nas atividades acadêmicas e cotidianas, comprometendo o desempenho e a qualidade do aprendizado. A capacidade de realizar tarefas com atenção plena é prejudicada, com o cérebro constantemente sendo exposto a um fluxo ininterrupto de dados e informações que, embora pareçam atraentes, são muitas vezes superficiais ou irrelevantes.

Além dos efeitos dos desgastes físico e mental, os dados revelam que os sintomas de ansiedade e estresse são experimentados por 71,1% dos estudantes pesquisados, destacando que o uso intenso do Instagram não afeta apenas a capacidade de foco e memória, mas também pode resultar em danos ao bem-estar emocional. A exposição constante a informações, especialmente aquelas que geram comparação social, julgamentos ou pressões externas (como nas interações e validações sociais nas redes), pode aumentar o nível de insegurança e ansiedade nos jovens, impactando diretamente seu estado emocional.

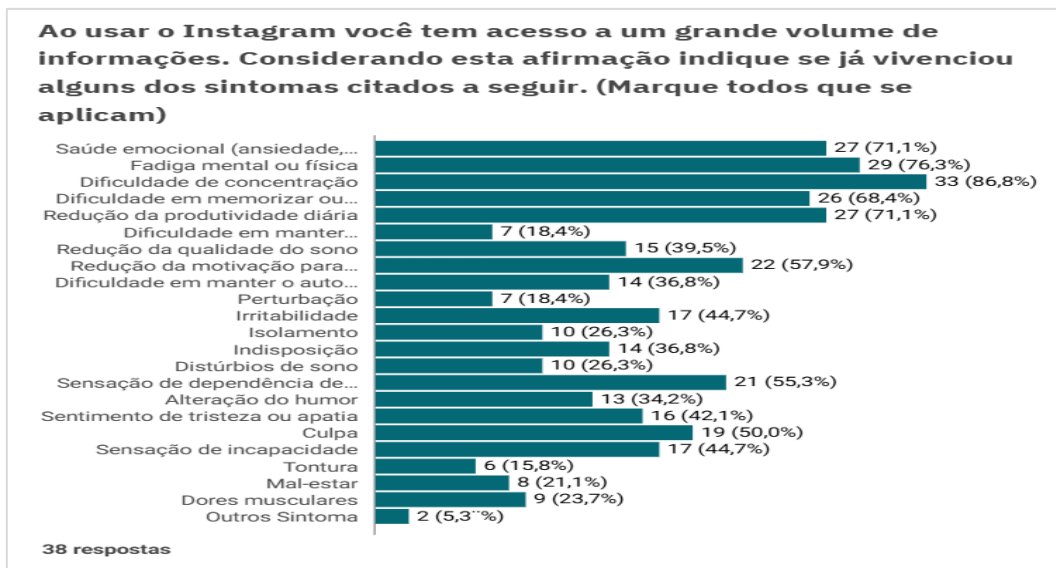
Os sintomas como a redução da produtividade diária (71,1%) e dificuldade em memorizar (68,4%) demonstram que a sobrecarga informacional no Instagram pode não se limitar ao impacto emocional, mas se reflete diretamente na capacidade de realizar atividades de forma eficaz. O efeito cumulativo do consumo excessivo de conteúdos irrelevantes ou dispersos compromete a capacidade de foco necessário para o estudo, organização e memorização.

A sensação de dependência (55,3%) observada entre muitos estudantes pesquisados reflete a natureza viciante do consumo digital, especialmente em plataformas como o Instagram, onde a interação constante com o conteúdo se torna parte da rotina diária. Isso cria um ciclo de consumo e recompensas rápidas (curtidas, visualizações, etc.), tornando difícil para o usuário se desligar da plataforma, mesmo quando há o reconhecimento de impactos negativos na saúde.

Embora os sintomas mais graves e frequentes sejam emocionais e cognitivos, vale ressaltar que sintomas como perturbação (18,4%) e dificuldade em manter relações sociais (18,4%) ainda estão presentes mesmo que seja em menores percentuais. Esses efeitos mais comportamentais podem indicar que, embora o impacto direto nas interações sociais e físicas seja menor, o uso excessivo de Instagram pode resultar em uma desconexão emocional das relações interpessoais, além de uma percepção de desajuste social.

Em síntese, a sobrecarga informacional a partir do uso do Instagram, conforme os dados obtidos, tem um impacto multifacetado e profundo na saúde mental, emocional e cognitiva dos estudantes pesquisados contribuindo para o surgimento de uma série de sintomas negativos que afetam tanto a qualidade de vida, quanto a performance acadêmica. Estes dados podem ser visualizados no Gráfico 5:

Gráfico 5 - Sobrecarga informacional - sintomas



Fonte: Dados da pesquisa (2024)

6. Sobrecarga informacional – Estratégias de enfrentamento

A sobrecarga informacional representa um desafio significativo para a Geração Z, especialmente no contexto das redes sociais. Assim, o desenvolvimento de estratégias de enfrentamento se faz necessário. Nesta seção, abordaremos as estratégias de enfrentamento citadas pelos estudantes pesquisados. Serão apresentados gráficos que ilustram três aspectos-chave: (1) O sentimento em relação a "estar atualizado"; (2) as formas como enfrentam os sintomas da sobrecarga informacional; (3) a percepção sobre o gerenciamento do tempo em que ficam *online*, especialmente em relação ao uso do Instagram, e sentem que estão utilizando mais tempo do que gostariam. A análise dessas respostas ajudará a entender como os estudantes pesquisados lidam com a sobrecarga informacional e quais estratégias adotam para manter um equilíbrio saudável no consumo de informações e na gestão do tempo *online*.

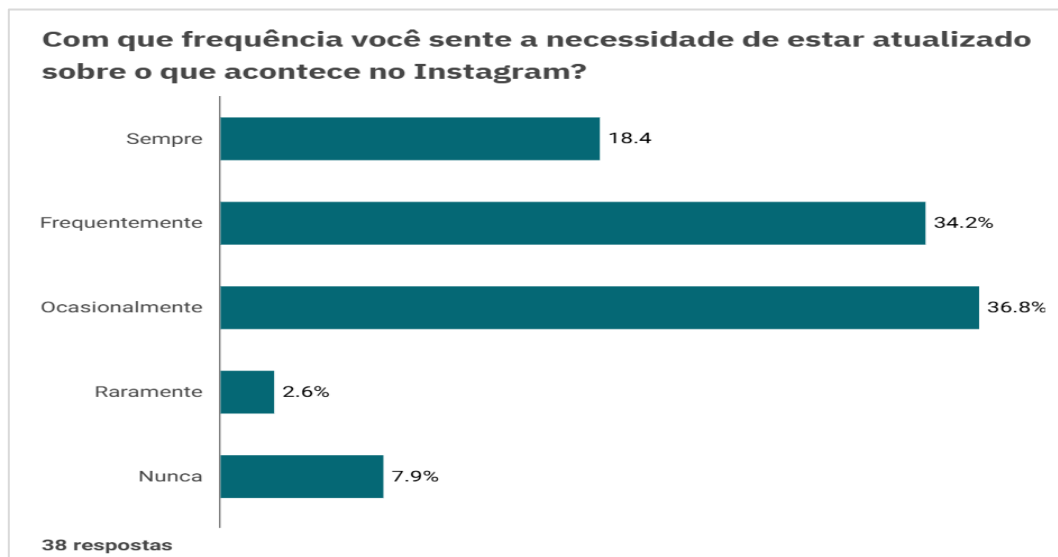
O Gráfico 6 evidencia a frequência com que os estudantes pesquisados sentem a necessidade de estar atualizados sobre o que acontece no Instagram. Uma parte dos estudantes pesquisados (36,8%) indicou que sente essa necessidade sempre, sugerindo que, para esses indivíduos, o Instagram é uma plataforma fundamental para se manter informado e que há uma conexão constante com o fluxo de informações desta rede social. Ainda em relação a frequência de uso do Instagram, temos que 34,2% dos estudantes pesquisados afirmaram que se atualizam frequentemente, o que mostra que, embora não seja uma necessidade constante, a busca por atualizações no Instagram é recorrente para a maioria (71%) dos respondentes.

Além disso, 18,4% dos participantes se atualizam ocasionalmente, ou seja, o Instagram é consultado, mas de forma não tão constante, indicando que o uso da plataforma para se informar não é uma prioridade constante, mas ocorre em momentos específicos. Apenas 7,9% das respostas indicaram que a necessidade de se atualizar ocorre raramente,

sugerindo que, para essa parcela de indivíduos, o Instagram não tem um papel central no consumo de informações. Por fim, apenas 2,6% dos participantes afirmaram que nunca sentem a necessidade de se manter atualizados, o que pode indicar uma postura mais distante ou desinteressada em relação à plataforma.

Esse panorama revela que a maioria dos estudantes pesquisados (71%) se sente, ao menos ocasionalmente, obrigada a acompanhar as atualizações do Instagram, refletindo a importância da plataforma na vida cotidiana destes jovens da Geração Z. Esse comportamento pode estar relacionado à geração de sobrecarga informacional, um fenômeno que torna cada vez mais desafiador gerenciar o tempo e os conteúdos consumidos online. Estes dados podem ser visualizados no Gráfico 6:

Gráfico 6 - Sentimento de “estar atualizado”



Fonte: Dados da pesquisa (2024)

O Gráfico 7 apresenta os resultados sobre as estratégias adotadas pelos estudantes pesquisados para enfrentar os sintomas associados ao uso do Instagram. As estratégias mais mencionadas foram "limitar o tempo no aplicativo" (50%) e "fazer pausas regulares" (47,4%), evidenciando que muitos estudantes reconhecem a necessidade de estabelecer limites no uso da plataforma para evitar impactos negativos. Outra prática comum foi "seguir apenas contas consideradas relevantes", mencionada por 39,5% dos participantes, indicando uma tentativa de filtrar o conteúdo consumido e torná-lo mais significativo.

Por outro lado, estratégias que envolvem ferramentas tecnológicas, como "usar ferramentas para bloquear ou filtrar conteúdos" (21,1%) e "utilizar aplicativos ou ferramentas específicas" (5,3%), foram citadas com menor frequência, o que pode sugerir uma menor familiaridade ou acesso a esses recursos. Além disso, 15,8% dos respondentes afirmaram "não fazer nada a respeito", enquanto 2,6% declararam "não ver necessidade de controle", revelando que uma parcela reduzida (18,4%) dos estudantes pesquisados não adota medidas para enfrentar os sintomas de sobrecarga informacional. Esses dados indicam que, embora alguns estudantes pesquisados declarem adotar estratégias

comportamentais simples para reduzir a sobrecarga informacional, como limitar o tempo de uso e fazer pausas, há uma lacuna na utilização de ferramentas tecnológicas e no reconhecimento da necessidade de controle por parte de alguns. Isso pode afetar diretamente a capacidade de mitigar os impactos da sobrecarga informacional. Portanto, é possível concluir que, embora as estratégias relatadas demonstrem um esforço inicial no enfrentamento desses problemas, a conscientização e o incentivo ao uso de recursos mais eficazes e diversificados podem ser necessários para fortalecer a qualidade do gerenciamento desses sintomas de forma mais abrangente e sustentável. Estes dados podem ser visualizados no Gráfico 7:

Gráfico 7 - Estratégias de enfrentamento



Fonte: Dados da pesquisa (2024)

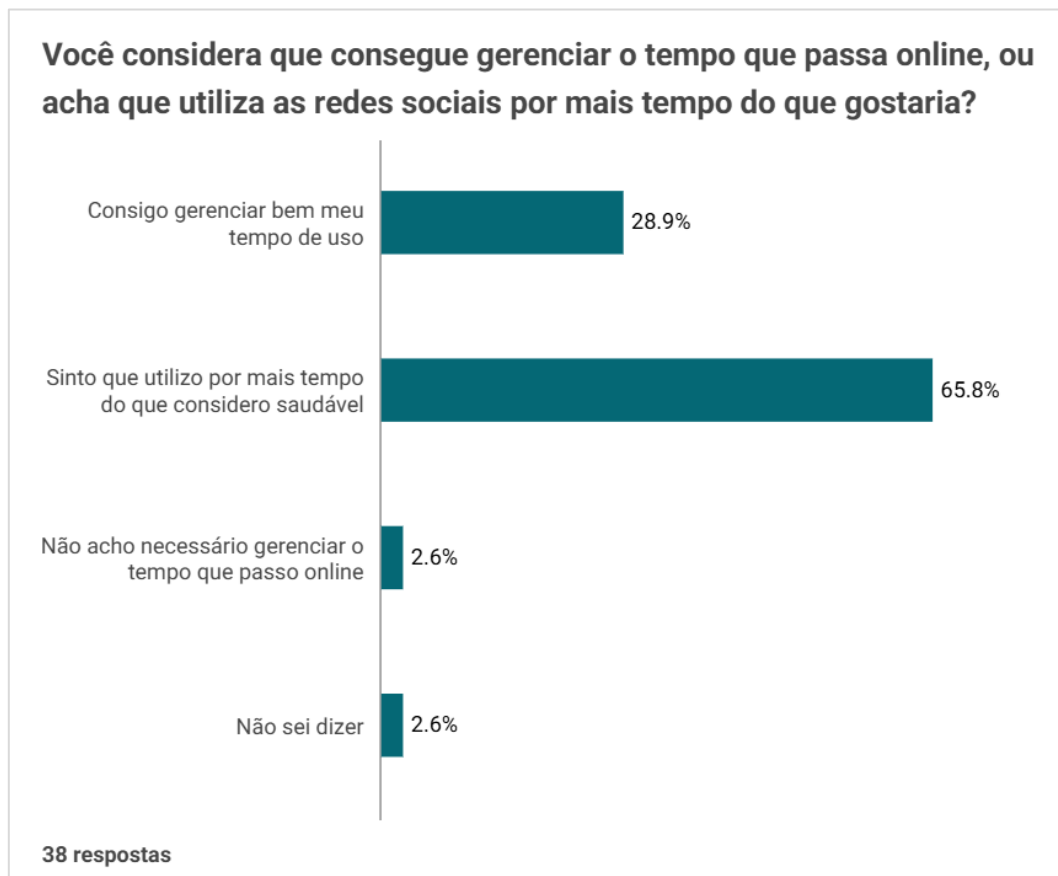
O Gráfico 8 apresenta dados relevantes sobre a percepção dos estudantes pesquisados em relação ao tempo que passam utilizando o Instagram, destacando questões relacionadas à gestão do tempo *online* e aos impactos do uso prolongado do Instagram. De acordo com os resultados, 65,8% dos estudantes pesquisados afirmaram sentir que utilizam o Instagram por mais tempo do que consideram saudável. Em contrapartida, apenas 28,9% indicaram conseguir gerenciar bem o tempo de uso, enquanto uma parcela mínima afirmou não achar necessário gerenciar o tempo online ou não soube responder.

Esses dados evidenciam que mais da metade (65,8%) dos estudantes pesquisados vivencia dificuldades para controlar o tempo gasto no Instagram. Tal percepção reflete a presença

da sobrecarga informacional, fenômeno característico do ambiente digital, em que a abundância de conteúdos, notificações constantes e mecanismos algorítmicos projetados para prolongar o engajamento dificultam uma gestão consciente do tempo.

Dessa forma, o Gráfico 8 revela que o Instagram exerce uma influência significativa sobre os hábitos de consumo de conteúdos digitais dos estudantes pesquisados, corroborando a relação entre o uso excessivo desta rede social e a sobrecarga informacional. Este cenário aponta para a necessidade de fomentar práticas mais conscientes, como estratégias para limitar o tempo de uso e pausas digitais regulares, além de repensar o *design* das plataformas, considerando seu impacto no bem-estar físico, mental, cognitivo e emocional dos usuários.

Gráfico 8 – Gerenciamento do tempo de uso no Instagram



Fonte: Dados da pesquisa (2024)

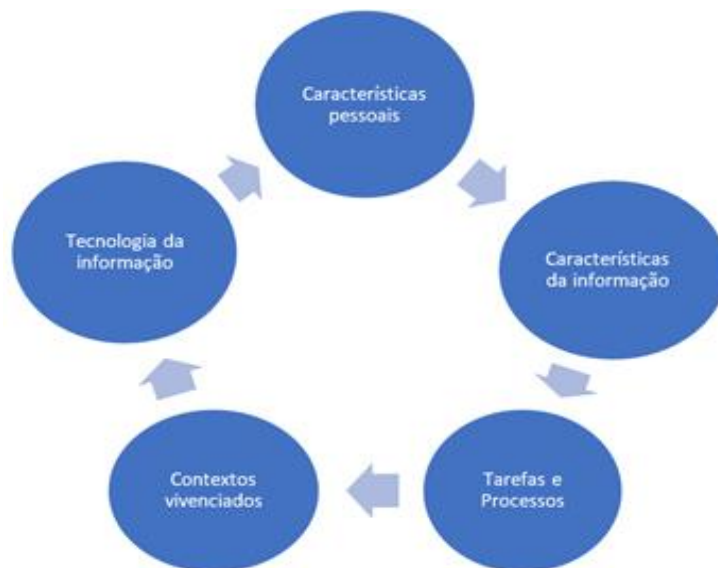
Objetivando ampliar a compreensão sobre a sobrecarga informacional, caracterizada pelos dados analisados, apresentam-se nas considerações finais algumas reflexões complementares.

6. Considerações finais

O objetivo geral desta pesquisa foi analisar a sobrecarga informacional entre os estudantes do curso de Gestão da Informação da Universidade Federal de Goiás - UFG/Brasil. A partir deste objetivo e dos dados coletados foram analisadas as informações e os formatos consumidos e produzidos na plataforma, com foco na caracterização da sobrecarga informacional. Além disso, foram identificadas as estratégias de enfrentamento utilizadas pelos estudantes pesquisados.

Em termos da contribuição desta pesquisa para os estudos sobre sobrecarga informacional apresenta-se o Modelo da Ecologia da Sobrecarga Informacional-MESI, no sentido de evidenciar as causas, os sintomas e as estratégias de enfrentamento. Vale salientar que o modelo proposto se baseou no modelo desenvolvido por Eppler e Mengis (2003). Estes autores sugerem a existência de um processo cíclico e interligado para compreender as causas que geram a sobrecarga informacional. Em seus estudos, identificaram cinco fontes potenciais para esse fenômeno, que incluem: fatores pessoais, características da informação, tarefas e processos, desenho organizacional e tecnologia da informação. Essas categorias fornecem uma estrutura abrangente para analisar e identificar fatores. Com base nesse modelo, esta pesquisa buscou adaptar e ampliar a compreensão dessas categorias a partir das especificidades do uso de redes sociais, a partir do estudo sobre o Instagram por estudantes da Geração Z. A seguir apresenta-se o Modelo da Ecologia de Sobrecarga Informacional (MESI) proposto e, posteriormente, são detalhados os fatores estruturantes deste modelo:

Fig. 1 - Modelo da Ecologia da Sobrecarga Informacional



Fonte: Araújo e Cordeiro (2024) adaptado de Eppler e Mengis (2003)

Assim, os fatores que compõem o Modelo da Ecologia da Sobrecarga Informacional-(MESI) são os seguintes fatores: características pessoais, características da informação, tarefas e processos, contextos vivenciados e tecnologia da informação. Assim, temos que, o fator:

características pessoais está relacionado a aspectos individuais do usuário da informação (nível de escolaridade, habilidades desenvolvidas na busca, geração e uso de informações, estratégias de enfrentamento em relação a sobrecarga informacional e outras patologias informacionais - desinformação, *fake news*, pós-verdade, etc.). No contexto desta pesquisa, os relatos sobre geração de conteúdos informacionais e as estratégias de enfrentamento relatadas pelos estudantes pesquisados revelam características deste fator. Vale ressaltar que para cada ser humano o volume de informações pode variar, é isto é muito específico e pessoal de cada usuário da informação.

As características da informação são um fator relacionado às propriedades intrínsecas da própria informação (quantidade, complexidade, ambiguidade e qualidade). A maneira como estas propriedades se apresentam pode influenciar significativamente a forma como a informação é recebida, interpretada, processada e utilizada pelos indivíduos. Informações em excesso, complexas ou de baixa qualidade podem sobrecarregar a capacidade cognitiva dos usuários, dificultando a priorização e a tomada de decisões. No contexto desta pesquisa, estas propriedades mostraram-se especialmente relevantes no uso do Instagram, onde o alto volume de dados e informações, a velocidade das atualizações e a diversidade de conteúdos podem contribuir diretamente para a sobrecarga informacional. Assim, quando não ocorre a formação prévia do usuário da informação para vivenciar estas características da informação estes usuários podem desenvolver sintomas ainda mais graves associados à Síndrome da Fadiga Informativa¹, como exaustão mental e física intensificada.

O conjunto das tarefas e processos é um fator que reúne elementos relacionados às atividades realizadas pelos usuários da informação, tais como: multitarefas, interrupções frequentes, complexidade dos processos de busca, geração e uso da informação e o tempo disponível para a execução de todas estas tarefas. No contexto do uso do Instagram pelos estudantes pesquisados, o tempo reduzido para processar grandes cargas de informações recebidas intensifica a sensação de urgência, gerando ansiedade e estresse. Além disso, a necessidade de lidar simultaneamente com múltiplos conteúdos e a ausência de estratégias de gestão de tempo e uso de filtros eficazes podem agravar a dificuldade do gerenciamento destas tarefas e processos.

Os contextos vivenciados se constituem num fator relativo aos ambientes vivenciados pelo usuário da informação, incluindo aspectos da vida pessoal, social e profissional. Na amostra desta pesquisa, esse fator pode ser entendido como os contextos vivenciados pelos estudantes pesquisados, que abrangem não apenas a vida acadêmica com estudos, disciplinas, pesquisas, exercícios e avaliações, mas também suas vidas pessoais e sociais. As interações sociais, atividades físicas, cursos complementares e o cumprimento de cronogramas diversos podem sobrecarregar o usuário da informação com múltiplas demandas informacionais, dificultando o gerenciamento eficaz do tempo e das informações que consomem na plataforma Instagram. Este fator não foi analisado no âmbito desta pesquisa, mas deve ser incorporado a estudos futuros.

¹ Síndrome da Fadiga Informativa: Processo de adoecimento caracterizado pelo esgotamento mental e emocional resultante da Sobrecarga Informacional, ou seja, da exposição contínua a estímulos informacionais constantes, especialmente em ambientes digitais como as redes sociais (ARAÚJO e CORDEIRO,2025).

Por fim, o fator ‘tecnologia da informação’ está relacionado as características e funcionalidades oferecidas por estas tecnologias, como *e-mails*, Internet, ferramentas de comunicação e várias outras que surgem diariamente e que alteram a velocidade e a intensidade do fluxo informacional. No caso desta pesquisa, o Instagram desempenhou um papel central neste processo, aumentando significativamente o volume e a rapidez com que as informações são compartilhadas e seus conteúdos são consumidos. A constante atualização de conteúdos, notificações e interações no Instagram contribui para uma aceleração do fluxo informacional, o que pode sobrecarregar os usuários da informação que são constantemente expostos a um grande volume de dados em tempo real. Esse ritmo acelerado de informações pode dificultar a compreensão e o seu uso efetivo.

Em um mundo onde a informação flui de maneira incessante, a sobrecarga informacional evidencia os desafios impostos pela era digital. Isso aflora como reflexo de um desafio profundo e, muitas vezes, silencioso. Para a Geração Z, imersa em plataformas digitais como o Instagram, esse desafio é ainda mais complexo. Estes usuários da informação são bombardeados constantemente por um turbilhão de dados, demandas e expectativas que parecem nunca cessar. Este estudo não apenas revelou a intensidade desse impacto, mas também destacou a urgência de se repensar o uso dessas ferramentas que, mais do que conectar, têm sobrecarregado e, em muitos casos, provocado adoecimentos e desestruturado vidas.

Ao adaptar modelos teóricos existentes na literatura consultada, este estudo busca lançar luz sobre a necessidade urgente de se estudar e de se reconfigurar nossa relação com a informação. Salienta-se a necessidade do uso do modelo teórico proposto objetivando verificar sua efetividade como ferramenta analítica para os estudos sobre a temática da sobrecarga informacional e de temáticas correlatas. Considera-se que, não se trata apenas de aprender a navegar nesse mar de dados, informações e conhecimentos por meio da ampliação de nossa competência informacional, mas de proteger nossa saúde física, mental e emocional frente a um oceano de estímulos informacionais. O impacto da tecnologia, se não for cuidadosamente gerido, pode ser devastador para a construção de um futuro saudável, como evidenciado por meio da análise dos dados desta pesquisa. Nosso futuro informacional dependerá de nossa capacidade em gerenciar o excesso de informação e de proteger nossa saúde mental. O desafio agora é criar um novo paradigma de busca, geração e uso de informação, que nos conduza a uma vida mais equilibrada e satisfatória e, desta forma, com maior qualidade e felicidade.

Referências bibliográficas

BARBOSA, I. [et al.]

2011 Comorbidades clínicas e psiquiátricas em pacientes com transtorno bipolar do tipo I. *Jornal Brasileiro de Psiquiatria*. [Em linha]. 4 (2011) 271-276. [Consult. 3 jun. 2024]. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0047-20852011000400007>.

BAWDEN, David; HOLTHAM, Clive; COURTNEY, Nigel

1999 Perspectives on information overload. *ASLIB Proceedings*. [Em linha]. 8 (1999) 249-255. [Consult. 12 set. 2024]. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/EUM000000006984>.

BAWDEN, David; ROBINSON, Lyn

2012 *Information overload: An introduction*. London: Facet Publishing, 2012.

BERGSTRÖM, T.; BÄCKMAN, L.

2013 *Marketing and PR in social media: how the utilization of Instagram builds and maintains customer relationships*. [Em linha]. Stockholm, 2013. [Consult. 10 ago. 2024]. Disponível em:

<https://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A625012&dswid=-3826>.

Independent thesis (degree of Bachelor) – Department of Media Studies, Faculty of Humanities, Stockholm University.

CAPURRO, R.; HJØRLAND, B.

2007 O Conceito de informação. *Perspectivas em Ciência da Informação*. [Em linha]. (2007). [Consult. 22 jul. 2024]. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/s1413-99362007000100012>.

CHIUSOLI, C. L. [et al.]

2020 Atividade acadêmica, tecnologia e rede social: o comportamento da geração Z. *Research, Society and Development*. [Em linha]. 9:3 (2020) e169932725. [Consult. 10 ago. 2024]. Disponível em: <https://doi.org/10.33448/rsd-v9i3.2725>.

DAVENPORT, Thomas H.

2001 *A Economia da atenção*. [Em linha]. Rio de Janeiro: Campus, 2001. [Consult. 3 ago. 2024]. Disponível em: <https://www.skoob.com.br/livro/pdf/a-economia-da-atencao/livro:126434/edicao:140269>.

DUTRA, L.; BARBOSA, S. D. J.

2017 Modelos e critérios para avaliação da qualidade de fontes de informação: Uma revisão sistemática de literatura. *Informação & Sociedade: Estudos*. [Em linha]. 27:2 (2017) 161-177. [Consult. 3 ago. 2024]. Disponível em: <https://doi.org/10.22478/ufpb.1809-4783.2017v27n2.32676>.

DUTTON, W. H.

1999 *Society on the line: Information politics in the digital age*. Oxford: Oxford University Press, 1999.

EDMUNDS, Angela; MORRIS, Anne

2000 The Problem of information overload in business organisations: A review of the literature. *International Journal of Information Management*. [Em linha]. 20:1 (feb. 2000) 17-28. [Consult. 18 set. 2024]. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0268401299000511>.

EPPLER, M.; MENGIS, J.

2008 *Preparing messages for information overload environments: What business communicators should know about information overload and what they can do about it*. [Em linha]. San Francisco: International Association for Business Communicators (IABC), 2008. [Consult. 7 ago. 2024]. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/285311214_Preparing_Messages_for_Information_Overload_Environments.

EPPLER, M.; MENGIS, J.

2003 *A Framework for information overload research in organizations: Insights from organizational science, accounting, marketing, MIS, and related disciplines: Working Paper ICA*. [Em linha]. 1/2003. [Consult. 7 ago. 2024]. Disponível em: <https://researchgate.net/eppler2003>.

FACCO, A. L. R. [et al.]

2015 Compreendendo as aspirações de carreira de estudantes da geração Z de escolas públicas. In SEMINÁRIO INTERINSTITUCIONAL DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO, 20º, Cruz Alta, 2015 - *Anais [...]*. Cruz Alta: UNICRUZ, 2015.

FAGUNDES, M. M.

2011 *Competência informacional e Geração Z: Um estudo de caso de duas escolas de Porto Alegre*. [Em linha]. Porto Alegre, 2011. [Consult. 5 set. 2024]. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/37536>.

Trabalho de Conclusão de Curso (Biblioteconomia) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

FEITOSA, W. R.; BARBOSA, R.

2021 Generation Z and technologies on museums: Its influence on perceptions about quality, arousal and E-WOM intentions. *Marketing & Tourism Review*. [Em linha]. 5:2 (2021). [Consult. 14 abr. 2024]. Disponível em: <https://revistas.face.ufmg.br/index.php/mtr/article/view/5766>.

FREIRE FILHO, João; LEMOS, João Francisco de

2008 Imperativos de conduta juvenil no século XXI: A “geração digital” na mídia impressa brasileira. *Revista Comunicação, Mídia e Consumo*. 5:13 (jul. 2008) 11-25.

GONZÁLEZ DE GÓMEZ, Maria Nélida

2002 Novos cenários políticos para a informação. *Ciência da Informação*. 31 (2002) 27-40.

GUERIN, Cintia; PRIOTTO, Elis Maria Teixeira Palma; MOURA, Fernanda Carminati de

2018 Geração Z: a influência da tecnologia nos hábitos e características de adolescentes. *Revista Valore*. [Em linha]. 3 (2018) 726-734. [Consult. 16 nov. 2024]. Disponível em: <https://revistavalore.emnuvens.com.br/valore/article/view/187>.

JANNUZZI, Celeste; FALSELLA, Orandi; SUGAHARA, Cibele

2014 Sistema de informação: Um entendimento conceitual para a sua aplicação nas organizações empresariais. *Perspectivas em Ciência da Informação*. [Em linha]. 19 (2014) 94-117. [Consult. 9 set. 2024]. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1981-5344/1927>.

JI, Xiaolu

2023 The Negative psychological effects of information overload. *BCP Education & Psychology*. [Em linha]. 9 (2023) 250-255. [Consult. 1 dez. 2024]. Disponível em: <https://bcpublication.org/index.php/EP/article/view/4692>.

LEVITIN, D. J.

2015 *A Mente organizada: Como pensar com clareza na era da sobrecarga de informação*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2015.

MCCRINDLE, Mark; WOLFINGER, Emily

2009 *The ABC of XYZ: understanding the global generations*. 1ª ed. ilustrada, revisada. [Em linha]. Sydney: UNSW Press, 2009. [Consult. 29 out. 2024]. Disponível em: <https://archive.org/details/abcofxyzundersta0000mccr>.

PAULI, Jandir; GUADAGNIN, Alana; RUFFATTO, Juliane

2021 Valores relativos ao trabalho e perspectiva de futuro para a geração Z. *Revista de Ciências da Administração*. 22:57 (2021). [Consult. 26 ago. 2024]. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/77243>.

PIJPERS, Guus

2010 *Information overload: A system for better managing everyday data*. [Em linha]. New Jersey: Wiley, 2010. [Consult. 10 set. 2024]. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/book/10.1002/9781119200321>.

ROBREDO, Jaime

2005 *Documentação de hoje e de amanhã: uma abordagem revisitada e contemporânea da Ciência da Informação e de suas aplicações biblioteconômicas, documentárias, arquivísticas e museológicas*. [S. l.]: Ed. do Autor, 2005.

RUFF, J.

2002 *Information overload: Causes, symptoms and solutions*. [Em linha]. Harvard: Harvard Graduate School of Education, Learning Innovations Laboratories, 2002. [Consult. 5 nov. 2024]. Disponível em: <https://workplacepsychology.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/05/information-overload-causes-symptoms-and-solutions-ruff.pdf>.

SPIRA, Jonathan B.; GOLDES, David M.

2007 *Information overload: We have met the enemy and he is us*. [Em linha]. New York: Basex, 2007. [Consult. 23 ago. 2024]. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/268547426/Basex-Information-Overload-Report>.

VENTURA, C.

2023 Efeitos da psicoterapia no transtorno de personalidade borderline. *Revista Interdisciplinar de Saúde e Educação*. [Em linha]. 4:3 (2023) 71-75. [Consult. 18 nov. 2024]. Disponível em: <https://periodicos.baraodemaua.br/index.php/cse/article/view/660>.

WURMAN, Richard Saul

2005 *Ansiedade de Informação 2: Um guia para quem comunica e dá instruções*. São Paulo: Editora de Cultura, 2005.

WURMAN, Richard Saul

1991 *Ansiedade Informacional: como transformar informação em compreensão*. [Em linha]. São Paulo: Cultura e Editores Associados, 1991. [Consult. 5 set. 2024]. Disponível em: <https://faberhausplay.com.br/ansiedade-de-informacao-richard-saul-wurman/>.

Eliany Alvarenga | eliany.alvarenga@ufg.br

Universidade Federal de Goiás (UFG), Brasil

Ana Luiza Cober Cordeiro | cober_ana@discente.ufg.br

Universidade Federal de Goiás (UFG), Brasil