

DOOMSCROLLING: PORQUE AS PESSOAS PASSAM MUITO TEMPO EM MÍDIAS SOCIAIS “CONSUMINDO” CONTEÚDO?

DOOMSCROLLING: WHY DO PEOPLE SPEND SO MUCH TIME "CONSUMING" CONTENT ON SOCIAL MEDIA?

Alessandra Stefane Cândido Elias da Trindade^a
Katiane Vieira Chaves^b
Henry Poncio Cruz de Oliveira^c
Marckson Roberto Ferreira de Sousa^d

RESUMO

Objetivo: apresentar os fatores que influenciam a prática de doomscrolling. **Metodologia:** pesquisa teórica de abordagem qualitativa e natureza explicativa, com coleta de dados realizada por meio de pesquisa bibliográfica nas bases Brapci, LILACS, Scopus e Web of Science. **Resultados:** o termo doomscrolling designa o hábito contemporâneo de passar longos períodos rolando conteúdos na Internet, especialmente em mídias sociais, caracterizando-se como uma navegação compulsiva. O doomscrolling é um comportamento influenciado por fatores tecnológicos, contextuais e humanos-individuais. Esse fenômeno abre novas perspectivas para pesquisas na Ciência da Informação, particularmente nas áreas de comportamento informacional, ansiedade de informação e apropriação de informação. **Conclusões:** o comportamento de doomscrolling surge em um cenário infotecnológico que favorece seu desenvolvimento e está associado a emoções e sensações negativas, como fadiga e frustração.

Descritores: Mídias sociais. Smartphones. Doomscrolling. Navegação online.

^a Doutoranda em Ciência da Informação na Universidade Federal da Paraíba (UFPB). E-mail: alessandra150196@hotmail.com

^b Doutoranda em Ciência da Informação na Universidade Federal da Paraíba (UFPB). E-mail: katiavieira03@gmail.com

^c Doutor em Ciência da Informação pela Universidade Estadual Paulista (UNESP). Docente adjunto do Departamento de Ciência da Informação e docente permanente do Programa de Pós-Graduação em de Ciência da Informação da UFPB. E-mail: henry.poncio@gmail.com

^d Doutor em Engenharia Elétrica na área de Processamento da Informação. Docente do Departamento e do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação e do Programa de Pós-Graduação em Gestão nas Organizações Aprendentes da UFPB. E-mail: marckson.dci.ufpb@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

As Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) instauraram um novo cenário infotecnológico¹ caracterizado pela virtualização, instantaneidade, excesso de informações, de estímulos e de dependências. Hoje, o virtual faz parte do cotidiano das pessoas, que vivem de maneira híbrida, fazendo cada vez menos distinções e relacionando cada vez mais o mundo “real/físico” e o mundo “virtual/online”. Assim,

[...] todo um universo “sociotécnico” está a nos envolver; [...] Toda a vida ocorre no meio, tudo transita, tudo acontece através de mediações, traduções, bricolagens, interfaces. São através dessas trocas que somos definidos, e se assim o é, não podemos pertencer a nenhuma essência ou substância pura, antes somos o resultado de hibridizações e agenciamentos. (Pinho, 2011, p. 5).

Nesse contexto, se destacam as mídias sociais e os smartphones, pois fazem parte da relação que as pessoas desenvolvem com o mundo exterior, transformam as relações sociais, as experiências educacionais e laborais e intensificam o cenário de virtualização e instantaneidade vigente.

As pessoas estão constantemente com seus smartphones, dispositivos eletrônicos que possibilitam conectividade ubíqua à Internet e permitem o acesso “[...] à mídia de notícias sob demanda, com um suprimento quase ilimitado de informações através de meios de comunicação tradicionais e sociais.” (Price *et al.*, 2022, p. 3, tradução nossa). As mídias sociais, por sua vez, disponibilizam conteúdos diversificados, que podem ser utilizados para entretenimento ou como fonte de informação.

Uma pesquisa realizada pela empresa Google identificou que cerca de 40% dos jovens preferem usar aplicativos de mídia social, como TikTok e Instagram, para buscar e consumir informações cotidianas (como, por exemplo, encontrar um lugar para almoçar), em vez de recorrerem às ferramentas da Google, como Google Maps e Google Chrome (Raghavan, 2022).

Jang *et al.* (2022) analisaram 1904 vídeos publicados no TikTok, os quais apresentavam exercícios para escoliose, com objetivo de avaliar a confiabilidade

¹ O termo infotecnológico combina as palavras “Informação” e “Tecnologia” para destacar a interseção e a integração desses elementos na contemporaneidade.

informativa, a qualidade e a adequação educacional dos conteúdos. Após a análise, a autoria constatou que o TikTok não constitui uma fonte confiável de informação sobre exercícios para escoliose.

Kong *et al.* (2021), por sua vez, analisaram 199 vídeos sobre diabetes publicados no TikTok para avaliar a qualidade das informações fornecidas. Após a análise, a autoria constatou que o TikTok não atende plenamente às necessidades informacionais das pessoas com diabetes, sendo necessário ter cautela ao utilizar a plataforma como fonte de informação sobre a doença.

Diante do exposto, ressalta-se que o binômio “smartphone + mídia social” possibilitou novas formas de criar, publicar, compartilhar e consumir informações e notícias. Ademais, as pessoas utilizam as mídias sociais como fonte de informação sobre diferentes assuntos, e essas plataformas influenciam o comportamento e o cenário informativo hodierno.

Na contemporaneidade, em vez de considerar as TIC completamente benéficas, desvantajosas ou ameaçadoras, é necessário adotar uma postura crítica sobre elas, balanceando benefícios e malefícios (Araújo; Pinho Neto; Córdula, 2015; Pinho, 2011; Bembem; Santos; Pinho Neto, 2014). Também é necessário observar como o excesso de conectividade e de informações digitais impactam o bem-estar das pessoas e, conseqüentemente, a sociedade.

D’Ancona (2018, p. 101) afirma que “Ensinar a navegar na web com discernimento é a missão cultural mais urgente de nossa época.” Nesse contexto, destaca-se o *doomscrolling*, termo que nomeia o hábito contemporâneo de dedicar uma quantidade excessiva de tempo à rolagem de conteúdos na Internet, especialmente em mídias sociais.

A crescente prevalência do *doomscrolling* na sociedade e sua recente inserção na literatura científica são aspectos que evidenciam a necessidade de compreender esse fenômeno e os fatores que o impulsionam. Diante disso, surge esta questão de pesquisa: o que é o *doomscrolling* e quais fatores podem estimulá-lo?. Com o intuito de responder a essa pergunta, a presente pesquisa objetiva apresentar os fatores que influenciam a prática de *doomscrolling*.

Este estudo oferece uma contribuição teórica à Ciência da Informação (CI), ampliando a compreensão sobre o *doomscrolling* — uma temática incipiente

na literatura científica — ao observar as interseções entre informação, saúde e tecnologia, além de apontar os desafios impostos pelo cenário infotecnológico contemporâneo.

2 PERCURSO METODOLÓGICO

A presente pesquisa tem natureza teórica, adota uma abordagem qualitativa e pode ser classificada como explicativa. Na pesquisa do tipo explicativa, “[...] o pesquisador procura explicar os porquês das coisas e suas causas [...]. Visa a identificar os fatores que determinam ou contribuem para a ocorrência dos fenômenos.” (Prodanov, 2013, p. 53). Este estudo visa explicar como o fenômeno *doomscrolling* se estrutura e funciona, e, por essa razão, é classificado como explicativo.

Para embasar teoricamente o conceito de *doomscrolling*, realizou-se um levantamento bibliográfico, em março de 2023, utilizando quatro bancos de informação bibliográfica², conforme os critérios de busca apresentados no Quadro 1.

Quadro 1 – Levantamento bibliográfico: critérios de busca

Termo de busca	Banco de Informação Bibliográfica	Campo de busca	Total de documentos recuperados
“doomscrolling”	Literatura Latino-Americana e do Caribe em Ciências da Saúde (LILACS)	Título, Resumo, Assunto	0
	Scopus	Título	10
	Web Of Science (WoS)	Título	9
	Base de Dados em Ciência da Informação (Brapci)	Título	1

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Utilizou-se o campo título para realizar a busca objetivando recuperar apenas documentos que têm o *doomscrolling* como foco central de investigação. A combinação das quatro bases possibilitou uma análise abrangente e detalhada sobre o tema, pois LILACS, Scopus e WoS oferecem uma visão global e atualizada das investigações científicas, enquanto a BRAPCI oferece um

² Utiliza-se “banco de informações bibliográficas” como sugere Le Coadic (2004).

panorama das produções brasileiras em CI.

Os dados das buscas realizadas nas bases Scopus e WoS foram importados para o *software* gerenciador de referências EndNote, utilizado para gerar a lista de bibliografias. Em seguida, a lista foi inserida em um arquivo do Microsoft Word, onde as referências foram organizadas alfabeticamente, o que permitiu identificar e eliminar as duplicatas, resultando em 10 documentos. Estes, juntamente com o único documento indexado pela Brapci, formaram um corpus de 11 documentos, os quais foram lidos e compõem este estudo. Por fim, foram utilizados os aportes teóricos da CI e de outras áreas do conhecimento para enriquecer a análise do fenômeno *doomscrolling*.

3 DOOMSCROLLING

A palavra “*doomscrolling*” é um neologismo da língua inglesa, ainda sem tradução formal para o português, formado pela junção de duas palavras: *doom* e *scrolling*. No inglês, a palavra *doom* costuma ser utilizada para descrever situações de destruição, julgamento, desgraça, ruína ou condenação, ou seja, destinos ruins e inevitáveis. Ela também remete à sensação de estar destinado a um futuro sombrio ou à sensação de que a situação atual, embora desfavorável, é apenas o início de algo ainda pior. A palavra *scrolling*, por sua vez, pode ser traduzida para o português como rolagem (Oliveira; Costa; Trindade, 2022).

A palavra *doomscrolling* possui variações como *doom-scroll* e *doom-scrolling*, além de um sinônimo, *doomsurfing*. Contudo, *doomscrolling* é o termo mais recorrente na literatura científica (Oliveira; Costa; Trindade, 2022). Enquanto *scrolling* destaca a proeminência dos smartphones na contemporaneidade, *surfing* — traduzida como surfar para o português —, no inglês, pode ser usada para descrever o ato de trocar os canais de televisão ou visitar/acessar diferentes ambientes digitais na Internet (Ytre-Arne; Moe, 2021).

Há indícios de que o termo *doomscrolling* tenha sido cunhado em 2018, em uma postagem no Twitter (atualmente chamado X). No entanto, o termo se tornou popular no início de 2020, sendo reconhecido pelo Oxford English Dictionary como uma das palavras do ano. Dentre as principais figuras públicas

responsáveis pela popularização do termo, destaca-se a jornalista canadense Karen Ho, que durante o ano de 2020, o utilizou regularmente em seus tweets para alertar os seus seguidores sobre a necessidade de interromper o consumo excessivo de informações negativas relacionadas à pandemia de COVID-19 (Das, 2022; Ytre-Arne; Moe, 2021; Sharma; Lee; Johnson, 2022). Assim, após sua associação com o cenário pandêmico, o termo *doomscrolling* se popularizou e passou a ser objeto de investigação científica.

O *doomscrolling* é descrito como uma “[...] prática social viciante determinada pela monetização da atenção e um obstáculo ao florescimento mental.” (Salisbury, 2022, p. 2, tradução nossa). Essa prática caracteriza-se pela rolagem ansiosa ou compulsiva de conteúdos na Internet, muitas vezes motivada pelo desejo de preencher o tempo ocioso (Salisbury, 2022). Assim, durante as longas sessões de *doomscrolling*, as pessoas frequentemente perdem o foco, se deixam levar ou se perdem “[...] ao rolar/navegar entre os conteúdos disponíveis em ambientes digitais [...]” (Oliveira; Costa; Trindade, 2022, p. 2).

O comportamento de *doomscrolling* está relacionado a uma exposição regular e frequente às mídias sociais, o que pode afetar a saúde mental das pessoas. Esse comportamento pode ser descrito de várias formas: uma navegação compulsiva e automática; um interesse obsessivo por informações negativas; uma varredura habitual e imersiva em mídias sociais; um ciclo vicioso difícil de ser quebrado; um comportamento que se espirala e se auto-reforça; uma rolagem que provoca estresse (Das, 2022; Sharma; Lee; Johnson, 2022; Lupinacci, 2021; Satıcı *et al.*, 2022; Price *et al.*, 2022; Blades, 2021).

Sharma, Lee e Johnson (2022) realizaram um estudo empírico sobre *doomscrolling* com 502 pessoas, de 27 países, distribuídos por 6 continentes. E, embora nenhum dos participantes estivesse familiarizado com o termo, muitos reconheceram que ele descrevia o comportamento de si mesmos, de amigos ou de familiares. Isso indica que o *doomscrolling* é um comportamento universal, ou seja, praticado por diversas pessoas ao redor do globo.

Nota-se que o tempo ocioso está fortemente associado ao *doomscrolling*:

Clicamos em buracos de minhoca, ou mesmo em tocas de coelho, na esperança de que um espaço diferente possa se abrir, mas acabamos retornando para descobrir que apenas o tempo passou, embora sem muito senso de progressão espaço-

temporal. Também praticamos o doomscroll quando somos compelidos a ficar parados, a nos tornarmos espectadores, com a culpa que isso acarreta. (Salisbury, 2022, p. 9, tradução nossa).

Às vezes, durante a prática de *doomscrolling*, a pessoa está rolando o *feed* distraidamente, de forma automática, para preencher o tempo livre e escapar do tédio, sem real interesse no conteúdo. No entanto, essa forma de navegação raramente traz benefícios e pode culminar em frustração ou culpa, especialmente quando a pessoa percebe que passou uma parte considerável do seu tempo navegando distraidamente pelo nada e consumindo conteúdos irrelevantes (Lupinacci, 2021; Chisholm; Hartman-Caverly, 2022).

Assim, o *doomscrolling* se caracteriza por uma navegação imersiva e, especialmente, longa em mídias sociais. Outrossim, esse comportamento pode ser influenciado por fatores tecnológicos, contextuais e humanos-individuais, conforme será explorado nas próximas subseções.

3.1 FATORES TECNOLÓGICOS

Esta seção apresenta as características dos smartphones e das mídias sociais que podem estimular o desenvolvimento de *doomscrolling*.

3.1.1 Características dos smartphones

Os smartphones estão constantemente com as pessoas e são os principais símbolos culturais da era da instantaneidade:

[...] **telefones celulares** (inventados para o uso dos nômades que têm que estar “constantemente em contato”), pertencentes portáteis ou descartáveis — **são os principais objetos culturais da era da instantaneidade**. [...] O advento da instantaneidade conduz a cultura e a ética humanas a um território não-mapeado e inexplorado, onde a maioria dos hábitos aprendidos para lidar com os afazeres da vida perdeu sua utilidade e sentido. (Bauman, 2001, p. 122, grifo nosso).

Na contemporaneidade, as pessoas estão constantemente conectadas e realizando simultaneamente múltiplas tarefas, especialmente enquanto usam seus smartphones. Esses dispositivos tornaram-se indispensáveis para os sujeitos hodiernos, pois possibilitam o desenvolvimento de diferentes atividades

relacionadas com lazer, trabalho, estudo, comunicação, entre outras.

Graças às redes móveis (2G, 3G, 4G e 5G), bem como à disponibilidade de redes Wi-Fi em diversos espaços, as pessoas podem utilizar seus smartphones para acessar a Internet a qualquer momento e em qualquer lugar. Compactos, pequenos e portáteis, esses dispositivos cabem facilmente no bolso, na bolsa ou na mão e, conseqüentemente, estão sempre próximos e disponíveis.

Portabilidade e conectividade ubíqua à Internet são características intrínsecas aos smartphones que favorecem o excesso de conexão com o ciberespaço e facilitam a prática de *doomscrolling* (Chisholm; Hartman-Caverly, 2022; Lupinacci, 2021; Sharma; Lee; Johnson, 2022). Essas características proporcionam autonomia às pessoas, mas também incentivam a virtualização, a instantaneidade e o hibridismo na sociedade contemporânea, pois facilitam o uso das mídias sociais para o desenvolvimento de *doomscrolling*.

3.1.2 Características das mídias sociais

No ciberespaço, especialmente devido à lógica da economia da atenção, a atenção é vista como um recurso finito, valioso e escasso. Essa perspectiva levou os desenvolvedores de mídias sociais a adotarem o **design persuasivo**, uma abordagem de design que visa mudar e influenciar o comportamento dos usuários (Lopes, 2017; Chisholm; Hartman-Caverly, 2022; Sharma; Lee; Johnson, 2022; Valtonen *et al.*, 2019).

No contexto das mídias sociais, o design persuasivo “[...] tem como objetivo induzir as pessoas a um estado atemporal de auto-esquecimento e empurrá-las para comportamentos automáticos e compulsivos, como o doomscrolling.” (Chisholm; Hartman-Caverly, 2022, p. 64, tradução nossa).

E, de fato, não se deve subestimar a função afetiva da mídia – afinal, usamos essas tecnologias não apenas para nos manter informados e contatar outras pessoas, mas também para nos sentir de determinadas maneiras. A frequente possibilidade de acessar conteúdos ‘relevantes’ e, conseqüentemente, viver experiências interessantes, combinada com o rolar infinito e um fluxo incessante de mensagens e notificações, pode ser muito persuasiva ao garantir uma conexão contínua. (Lupinacci, 2021, p. 285, tradução nossa).

Dessa forma, as mídias sociais estimulam os usuários a verificar, rolar e consumir conteúdos de forma constante e contínua, criando “[...] um ciclo vicioso de constante necessidade de saber, uma necessidade constante de *doomsurf* ou *doomscrolling* [...]” (Anand *et al.*, 2022, p. 171, tradução nossa). Por meio de notificações e outros recursos, essas plataformas mantêm os usuários em permanente estado de alerta e vigilância, incentivando ainda mais o uso contínuo (Chisholm; Hartman-Caverly, 2022; Lupinacci, 2021).

Compreende-se que o design persuasivo contribui para o desenvolvimento de dependência digital, caracterizado pelo uso desregrado e problemático de mídias sociais e smartphones. Nessas plataformas, rolagem infinita e notificações são recursos projetados sob a abordagem do design persuasivo que estimulam o *doomscrolling*.

Nas mídias sociais, os algoritmos de curadoria de conteúdo visam “[...] conectar-nos com as coisas que gostamos, ou podemos vir a gostar. Trata-se de algo bastante responsivo ao gosto pessoal e – até agora – bastante cego à veracidade.” (D’ancona, 2018, p. 55). Para isso, analisam as ações e interações do usuário para identificar suas preferências. Com base nessa análise, filtram conteúdos incompatíveis e priorizam aqueles alinhados aos interesses individuais, o que proporciona uma experiência informacional personalizada (Valtonen *et al.*, 2019; Satici *et al.*, 2022; Guedes, 2017).

Nesse contexto, destaca-se o princípio de homofilia, que se refere à tendência das pessoas se relacionarem com outras que têm características e interesses semelhantes (Verd, 2014). Cientes dessa dinâmica, os desenvolvedores de mídias sociais projetam algoritmos que exploram as redes sociais dos usuários (lista de seguidores, por exemplo) para identificar interesses e distribuir conteúdos compatíveis com suas preferências.

Dessa forma, nas mídias sociais, as pessoas tendem a acessar apenas conteúdos compatíveis com suas preferências, crenças e opiniões. Como resultado, consomem apenas o que gostam, acreditam e concordam. Além disso, os algoritmos restringem o acesso à informação ao determinar o que é “relevante ou irrelevante” e “interessante ou desinteressante”. Eles também fornecem para cada usuário um pacote personalizado de conteúdos, expondo-

os a opiniões e ideias alinhadas às suas visões de mundo, o que contribui para a formação de bolhas informativas e câmaras de eco.

Nas mídias sociais, a página de conteúdo (*feed*) é estruturada em rolagem infinita, ou seja, não apresenta um fim orgânico, não possui botões para carregar novas postagens e os conteúdos são exibidos à medida que o usuário navega, dificultando o término de uma sessão de *doomscrolling* (Sharma; Lee; Johnson, 2022; Chisholm; Hartman-Caverly, 2022; Lupinacci, 2021). Assim, a pessoa pode rolar conteúdos por longos períodos sem ter consciência de quanto conteúdo consumiu e quanto tempo passou na plataforma.

Os *feeds* de mídias sociais são adaptados às rolagens anteriores dos usuários, eles consistem em sessões de comentários dinâmicos e links para outras postagens, perfis e mídias (Sharma; Lee; Johnson, 2022). Nessas plataformas, os *feeds* condicionam os usuários a adotar um comportamento automático e repetitivo: “rolar para baixo”, uma vez que essa é a principal ação realizada para navegar e atualizar os *feeds*. Também há uma infinidade de conteúdos disponíveis, o que significa que sempre há algo novo para acessar, verificar e consumir, o que favorece e pode estimular a prática de *doomscrolling*.

3.2 FATORES CONTEXTUAIS

Situações de ambiguidade e incerteza podem gerar necessidades informacionais nas pessoas, levando-as a buscar informações para compreender a crise inesperada que estão vivenciando ou para se adaptar às mudanças dela decorrente (Charpentier et al., 2022; Kormelink; Gunnewiek, 2022). Isso pode culminar no consumo excessivo de conteúdos sobre a situação, inserindo o indivíduo em um padrão de *doomscrolling* monotemático.

Tais situações também podem gerar cenários de infodemia — neologismo que combina as palavras “pandemia” e “informação”, referindo-se à disseminação exacerbada de conteúdos sobre assuntos específicos (Ribeiro; Martinuzzo, 2021). A pandemia de COVID-19, por exemplo, criou um cenário infotecnológico propício ao consumo excessivo de conteúdos negativos. Pois, passou a circular muita informação sobre o tema na Internet, gerando um cenário de infodemia; diante da ansiedade e incerteza, as pessoas buscavam

informações para compreender a situação que estavam vivenciando, mas acabavam consumindo muitas informações pessimistas; o confinamento (*lockdown*) aumentou o uso e a dependência de TIC para atividades laborais, educacionais e de lazer (Anand *et al.*, 2021; Sharma; Lee; Johnson, 2022; Kormelink; Gunnewiek, 2022).

Nas fases iniciais da pandemia de COVID-19, algumas pessoas consumiam uma quantidade excessiva de informações negativas, verificavam frequentemente o número de casos, o total de mortes, os novos sintomas e as novas variantes, entre outras atualizações sobre o vírus e suas consequências. Nesse contexto, a busca por informações assumiu um caráter de vigilância, evidenciando o estado de insegurança, medo, ansiedade, apreensão e incerteza que as pessoas estavam vivenciando (Anand *et al.*, 2021).

Contudo, o consumo excessivo de informações negativas pode resultar em humor deprimido, aumento do estresse, agravamento de condições psicopatológicas, como ansiedade e depressão, além de intensificar sensações negativas como insegurança, medo, incerteza e apreensão (Blades, 2021). Nesse cenário, pesquisadores começaram a investigar as consequências do consumo excessivo de informações negativas para a saúde mental das pessoas, e o termo *doomscrolling* passou a ser associado ao consumo excessivo de conteúdos negativos na Internet.

Nota-se que situações e eventos negativos são fatores contextuais capazes de gerar necessidades informacionais nas pessoas e criar cenários de infodemia. Esses aspectos, aliados à mediação algorítmica presente nas mídias sociais, podem transformar as navegações online em um ciclo de *doomscrolling* direcionado à rolagem compulsiva e ao consumo excessivo de conteúdos predominantemente negativos sobre situações específicas.

3.3 FATORES HUMANOS-INDIVIDUAIS

O *doomscrolling* pode ser estimulado por fatores humanos-individuais, como propensão à perda de controle, características de personalidade e estados emocionais (Chisholm; Hartman-Caverly, 2022; Sharma; Lee; Johnson, 2022). As características cognitivas influenciam o comportamento de busca de

informação:

[...] pessoas que sofrem de transtornos de ansiedade social buscam menos informações antes de tomar decisões de classificação social, enquanto indivíduos altamente obsessivo-compulsivos buscam mais informações em geral e precisam de mais evidências para tomar decisões. (Charpentier *et al.*, 2022, p. 10, tradução nossa).

Indivíduos ansiosos, por exemplo, tendem a ser mais avessos à ambiguidade. Assim, cenários de incerteza e crise podem levá-los a buscar informações para se adaptar às mudanças e reduzir incertezas, resultando no consumo compulsivo de conteúdos. Portanto, indivíduos ansiosos e com tendência a comportamentos compulsivos têm maior propensão a se engajar no *doomscrolling* voltado ao consumo excessivo de conteúdos negativos.

Os vieses cognitivos também influenciam a busca, o consumo e o uso da informação, contribuindo, conseqüentemente, para o desenvolvimento de *doomscrolling*. Dentre esses vieses, destacam-se o **viés de confirmação** (propensão a buscar e atribuir maior peso às informações que corroboram crenças ou hipóteses pré-existentes) e o **viés de ancoragem** (propensão a atribuir maior relevância à primeira informação recebida, mantendo-a em foco para nortear decisões futuras, enquanto ignora informações inconsistentes e acumula informações que reforçam perspectivas pré-concebidas) (Anand *et al.*, 2021). Compreende-se que esses vieses podem ser exacerbados pela mediação algorítmica presente nas mídias sociais, uma vez que os algoritmos de curadoria de conteúdo são projetados para oferecer aos usuários informações que se alinham com suas crenças e interesses.

O estado emocional da pessoa também influencia o uso excessivo de mídias sociais. Quando estão deprimidas, apresentam altos níveis de fadiga, baixo interesse em atividades cotidianas ou desenvolvem pouca interação social, as pessoas tendem a passar mais tempo online e utilizar mídias sociais para regular o humor (Anand *et al.*, 2022; Chisholm; Hartman-Caverly, 2022).

Nota-se que fatores humanos-individuais, como características emocionais e cognitivas, desempenham um papel significativo no desenvolvimento de *doomscrolling*.

4 ANÁLISES E REFLEXÕES SOBRE DOOMSCROLLING

O *doomscrolling* é um fenômeno influenciado por fatores tecnológicos, contextuais e humanos-individuais. Omitir a influência de qualquer um desses fatores ou atribuir culpa exclusivamente a um deles resultará em uma reflexão simplista sobre o fenômeno, dificultando a identificação de possíveis soluções.

Sabe-se que as pessoas são influenciadas pelas tecnologias que utilizam e interagem (Bembem; Santos; Pinho Neto, 2014). Contudo, existe uma reciprocidade, pois “A própria tecnologia está repleta de sujeitos e também é fruto de trocas e relações entre a natureza, a subjetividade, o social, o cultural, o econômico, o político etc.” (Pinho, 2011, p. 4).

Além disso, as pessoas são simultaneamente produtoras e produtos da sociedade que estão inseridas, influenciando e sendo influenciadas por ela (Bembem; Santos; Pinho Neto, 2014). Nesta perspectiva, destacam-se duas características da sociedade hodierna: liquidez e cansaço.

Segundo Bauman (2011), o tempo presente é denominado “Modernidade Líquida”, pois nada é sólido e duradouro; tudo — acontecimentos, relações, objetos, preceitos, valores — é fluido, volátil, instantâneo e está em constante transformação. Outrossim, o sujeito moderno

[...] manipula cada vez mais signos em vez de coisas. Sua sensibilidade é frágil, sua identidade, evanescente. Na pós-modernidade, matéria e espírito se esfumam em imagens, em dígitos num fluxo acelerado. A isso os filósofos estão chamando desreferencialização do real e dessubstancialização do sujeito, ou seja, o referente (a realidade) se degrada em fantasmagoria e o sujeito (o indivíduo) perde a substância interior, sente-se vazio. (Santos, 1986, p. 15-16).

Na sociedade hodierna, reverberam as dinâmicas e as práticas de virtualização e instantaneidade. As pessoas estão se fundindo ao virtual, vivendo uma realidade híbrida e virtualizada, mediada por telas e postagens, o que tem provocado a diluição da identidade e o surgimento de um profundo sentimento de vazio — sensação que pode surgir após longas sessões de *doomscrolling*.

“Foi-se tempo em que havia separação clara entre real e imaginário, signo e coisa. Vive-se agora entre simulacros em espetáculo para seduzir o desejo.” (Santos, 1986, p 98). Na contemporaneidade, as pessoas são facilmente

seduzidas pelas tecnologias, pois estão imersas em uma cultura que incentiva a busca pelo prazer, pela satisfação e pelo belo (Bauman, 2011; Santos, 1986).

“Cada época possui suas enfermidades fundamentais.” (Han, 2015, p. 7). Na contemporaneidade, destaca-se o cansaço — uma enfermidade resultante do excesso de positividade e cobrança que permeia a sociedade. O excesso de positividade, combinado à economia da atenção, também manifesta-se como excesso de estímulos e informações que fragmentam e destroem a capacidade de concentração das pessoas (Han, 2015).

Na sociedade contemporânea, designada por Han (2015) como “sociedade do cansaço”, “sociedade do desempenho” ou “sociedade neuronal”, há uma constante cobrança por excelência, que estimula a busca incessante por alto desempenho e rendimento, o que compromete a saúde e o bem-estar das pessoas. Essa sociedade, “[...] enquanto uma sociedade ativa, desdobra-se lentamente numa sociedade do doping.” (Han, 2015, p. 37), onde pessoas saudáveis utilizam substâncias psicoativas, principalmente estimulantes, para potencializar seu rendimento e desempenho.

Nesse sentido, argumenta-se que o uso de mídias sociais para a prática de *doomscrolling* pode ser interpretado como um *doping* emocional e afetivo, pois algumas pessoas, orientadas pelas demandas e afeições predominantes na sociedade contemporânea, recorrem a essas plataformas almejando sentir, viver e experimentar boas sensações. Nesses espaços, as pessoas constroem uma persona que reflete suas preferências, desejos, ambições e aspirações, criando uma versão de si mesmas que, muitas vezes, não condiz com a realidade.

Ressalta-se que “O cansaço da sociedade do desempenho é um cansaço solitário, que atua individualizando e isolando. [...] cansaço profundo que afrouxa as presilhas da identidade.” (Han, 2015, p. 38-39). Assim, a sociedade do cansaço caracteriza-se pelo desaparecimento da alteridade, pela hibridização da vida, pelo Burnout (Han, 2015) e pela desreferencialização do real.

Bauman (2011, p. 120) afirma que “A nova instantaneidade do tempo muda radicalmente a modalidade do convívio humano [...]”. Os sujeitos modernos tendem a se isolar, pois o senso de pertencimento e de comunidade é menor entre eles (Bauman, 2011; Han, 2015). Outrossim, o sujeito

contemporâneo é “[...] um ser exausto de consumir, sem um sentido seu, levado pela mídia, pela moda, pelos outros, para o material [...]” (Aquino; Martins, 2017, p. 497). Compreende-se que essas características do sujeito contemporâneo influenciam a prática de *doomscrolling*.

Observa-se ainda que, na contemporaneidade, o tempo livre, embora possa ser voltado para o ócio mais verdadeiro, é transformado, deteriorado, mercantilizado, coisificado e empobrecido de significado pelo consumismo (Aquino; Martins, 2007). Em vez de utilizá-lo para interagir e socializar, as pessoas optam pelo *doomscrolling*, transformando ócio em consumo e “trocando” as rodas de conversas presenciais e interações reais por longas sessões de rolagem (acesso, exposição e consumo) de conteúdos na Internet.

Contudo, após longas sessões de *doomscrolling*, o tempo e a atenção são recursos diluídos em momentos vazios. As pessoas navegam sem propósito, rolam o *feed* distraidamente por longos períodos e, ao perceberem que investiram grande parte do seu tempo consumindo conteúdos irrelevantes, sentem-se frustradas.

No contexto do uso de mídias sociais, a fadiga atua simultaneamente como “incentivo ao uso” e “consequência do uso”, assim como o humor deprimido e a diminuição da interação social. Assim, observa-se que os fatores humanos associados à prática do *doomscrolling* se autorreforçam em uma dinâmica de causa e efeito, culminando em um ciclo afetivo negativo (Figura 1).

Por exemplo, a pessoa pode experimentar um estado afetivo negativo e, em seguida, recorrer às mídias sociais para regular o humor ou passar o tempo, o que pode resultar em sentimentos negativos, como culpa ou frustração, principalmente quando ela percebe que “perdeu tempo” consumindo conteúdos irrelevantes, em vez de fazer/realizar algo produtivo ou significativo.

Figura 1 – Ciclo afetivo do *doomscrolling*.



Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

A prática de *doomscrolling* pode afetar o bem-estar das pessoas e, devido ao excesso de informações, notificações e estímulos que há nas mídias sociais, resultar em sobrecarga, fadiga, ansiedade e estresse. Evidencia-se que o excesso de informação pode culminar em sobrecarga informacional e, conseqüentemente, estimular quadros de ansiedade de informação.

A ansiedade de informação pode desencadear sofrimento psíquico e mudanças comportamentais. Essa condição é caracterizada por diferentes aspectos (formas de manifestação), como a necessidade excessiva de se manter atualizado e a navegação compulsiva em mídias sociais (Oliveira; Silva, 2018).

Nota-se que ambos os aspectos estão relacionados ao *doomscrolling*, pois esse comportamento pode ser estimulado por um quadro de ansiedade de informação, especialmente quando a pessoa apresenta uma necessidade excessiva de se manter atualizada. No entanto, o *doomscrolling* também pode ser entendido como um sintoma dessa condição, uma vez que compreende uma navegação compulsiva nas mídias sociais, que é uma das formas de manifestação da ansiedade de informação.

Compreende-se que a prática de *doomscrolling* pode resultar em estresse

digital e burnout digital, condições que são consequências do uso intenso de TIC, especialmente mídias sociais e smartphones.

O estresse digital caracteriza-se pela “[...] agitação cognitiva, afetiva e fisiológica provocada no contexto das notificações ou uso geral das redes sociais.” (Madruga; Costa; Oliveira, 2021, p. 4). Já o burnout digital inclui sintomas como fadiga digital, fadiga emocional, ansiedade, estresse, despersonalização e dificuldade para gerenciar emoções, bem como desgaste digital (incapacidade de encontrar um equilíbrio entre o mundo real e o mundo virtual), privação digital (sensação de mal-estar físico ou psicológico ao se afastar das TIC) e exaustão emocional (esgotamento ou drenagem dos recursos emocionais) (Göldağ, 2021; Durmuş; Gülnar; Özveren, 2022).

No contexto da CI, o *doomscrolling* pode ser abordado sob a perspectiva do comportamento informacional, o qual abrange todas as ações humanas relacionadas às fontes e canais de informação, incluindo a busca ativa e passiva de informação, assim como o uso da informação (Wilson, 2000). Acrescenta-se que o comportamento informacional também envolve três domínios de atividade, a saber, físico (ações realizadas), afetivo (sentimentos vivenciados) e cognitivo (processamentos cognitivos) (Kuhlthau, 1991; 2018).

Evidencia-se que a busca ativa de informação ocorre quando a pessoa está efetivamente engajada na procura de informações específicas, enquanto a busca passiva de informação se caracteriza pelo ato de explorar, rolar ou navegar em um ambiente informacional sem que exista um objetivo claro ou específico (Oliveira; Costa; Trindade, 2022; Wilson, 2000).

Compreende-se que, ao identificar uma necessidade de informação, a pessoa pode acessar as mídias sociais para empreender uma busca ativa de informação e satisfazê-la. No entanto, devido às características dessas plataformas — especialmente a mediação algorítmica, o volume de conteúdo disponível e a rolagem infinita — a busca ativa pode rapidamente se transformar em busca passiva. Dessa forma, a navegação online, inicialmente motivada por uma necessidade de informação e iniciada como uma busca ativa, pode se transformar em uma busca passiva, resultando no *doomscrolling*.

O *doomscrolling* também pode começar como uma busca passiva de

informação, especialmente quando a pessoa acessa aplicativos de mídia social para rolar/explorar os conteúdos disponíveis, sem que exista uma necessidade informacional específica. Nesse caso, o uso dessas plataformas é motivado por fatores não informacionais, como a busca por entretenimento e distração, seja para ocupar o tempo ocioso ou regular o humor.

Evidencia-se que os *feeds* de mídias sociais são intuitivos e fáceis de usar, o que denota usabilidade. Nessas plataformas, as pessoas conseguem acessar os conteúdos disponíveis utilizando mecanismo de busca ou por meio da navegação, o que denota *findability* (encontrabilidade).

Por definição, a *findability* compreende: a) a qualidade de ser localizável ou navegável; b) o grau no qual um determinado objeto é facilmente descoberto ou localizado; c) o grau no qual um sistema ou ambiente suporta a navegação e recuperação (Morville, 2005). Assim, a *findability* diz respeito à capacidade do ambiente ou sistema de informação promover o encontro e a descoberta das informações disponíveis, seja via mecanismo de busca ou navegação.

Nas mídias sociais, as pessoas podem encontrar os conteúdos disponíveis por meio de navegação ou mecanismo de busca. Contudo, os *feeds* dessas plataformas são estruturados para apoiar, suportar, estimular e facilitar o consumo de informação via navegação, tornando dispensável o uso do mecanismo de busca, já que a navegação, por si só, é suficiente para recuperar e descobrir conteúdos alinhados aos interesses do usuário. Assim, as mídias sociais atendem aos três critérios apresentados por Morville (2015).

Como já explicitado, as mídias sociais são projetadas com base no design persuasivo e na engenharia da atenção. Assim, entende-se que *findability* e usabilidade são características incorporadas no design dessas plataformas para maximizar o engajamento do usuário e ampliar o tempo de uso, portanto, são fatores que favorecem e impulsionam a prática de *doomscrolling*.

De acordo com a abordagem cognitivista, a informação é algo capaz de modificar os estados mentais das pessoas (Martins, 2008). A visão de mundo de um indivíduo pode ser moldada pelas informações que ele consome (Kuhlthau, 1991). Assim, o tipo de conteúdo que uma pessoa acessa e consome influencia diretamente suas crenças, emoções e comportamentos. Nesse contexto,

ênfatiza-se que, na prática de *doomscrolling*, embora muitos conteúdos sejam consumidos, poucas informações são realmente compreendidas ou retidas. Como resultado, frequentemente, as pessoas não constroem significados ou conhecimentos substanciais a partir dos conteúdos acessados e consumidos durante o *doomscrolling*.

Nas mídias sociais, qualquer pessoa pode criar e disseminar conteúdos, o que resulta em um grande volume de informações irrelevantes, pouco confiáveis e de baixa qualidade. Além disso, a mediação algorítmica pode inserir e manter as pessoas em bolhas de conteúdos específicos, que podem ser informativos ou desinformativos, alegres, deprimentes, alarmistas, negativos, entre outros tipos.

Sabe-se que a informação pode promover medo ou conforto. Nesse sentido, compreende-se que os sentimentos vivenciados durante e após o *doomscrolling* são influenciados pelo tipo de conteúdo acessado e consumido pelo sujeito durante a sessão de rolagem. Se o algoritmo insere a pessoa em uma bolha de conteúdos negativos, ela poderá se sentir mais ansiosa ou deprimida. Por outro lado, se o algoritmo insere a pessoa em bolhas de conteúdos desinformativos, ela pode formular opiniões, visões de mundo e percepções distorcidas, equivocadas e desconectadas dos fatos e da realidade.

Diante do exposto, nota-se que o *doomscrolling* traz novas perspectivas para os estudos sobre apropriação de informação no contexto da CI.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo visou responder a seguinte questão de pesquisa: o que é o *doomscrolling* e quais fatores podem estimulá-lo? Observou-se que o *doomscrolling* — comportamento caracterizado por uma navegação compulsiva, imersiva e, sobretudo, longa em mídias sociais — pode ser influenciado por diferentes fatores:

- a) **tecnológicos**: características das mídias sociais (design persuasivo, rolagem infinita, mediação algorítmica, notificações e volume de conteúdo disponível) e características dos smartphones (portabilidade e conectividade ubíqua à Internet), por exemplo;

- b) **contextuais**: situações de ambiguidade e incerteza, que geram um cenário de infodemia e necessidades informacionais nas pessoas, as quais podem recorrer às mídias sociais para obter informações que ajudem a lidar com a situação, por exemplo;
- c) **humanos-individuais**: características emocionais e cognitivas das pessoas, por exemplo.

Desse modo, o *doomscrolling* é um fenômeno infocomunicacional relacionado ao uso de smartphones e mídias sociais, ao acesso e consumo de conteúdos na Internet, bem como à emoções e sensações negativas, como fadiga e frustração. Ressalta-se que o uso de mídias sociais pode começar motivado ou orientado por objetivos ou necessidades informacionais específicas, mas se transformar em uma navegação automática e compulsiva (*doomscrolling*).

Acredita-se que as características do cenário infotecnológico vigente, como virtualização, instantaneidade, sobrecarga, cansaço e liquidez, favorecem e intensificam o desenvolvimento do *doomscrolling*. Para mitigar a ocorrência dessa prática, recomenda-se que as pessoas limitem o tempo de uso de smartphones e mídias sociais, estabeleçam propósitos claros para o uso dessas tecnologias e optem por realizar atividades offline em seus momentos de ócio.

Por fim, agradecemos a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pelo apoio e financiamento.

REFERÊNCIAS

ANAND, N. SHARMA, M. K.; THAKUR, P. C.; MONDAL, I.; SAHU, M.; SINGH, P.; AJITH, S. J.; KANDE, J. S.; NEERAJ, M. S.; SINGH, R. Doomscrolling and doomscrolling mediate psychological distress in CO VID-19 lockdown: Implications for awareness of cognitive biases. **Perspectives in Psychiatric Care**, [S. l.], v. 58, n. 1, p. 170-172, 2022. Disponível em: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC8250995/>. Acesso em: 27 nov. 2024.

AQUINO, C. A. B.; MARTINS, J. C. O. Ócio, lazer e tempo livre na sociedade do consumo e do trabalho. **Revista Mal Estar e Subjetividade**, Fortaleza, v. 7, n. 2, p. 479-500, 2007. Disponível em: https://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1518-61482007000200013. Acesso em: 27 nov. 2024.

ARAÚJO, W. J.; PINHO NETO, J. A. S.; CÓRDULA, F. R. A instantaneidade da informação. **DataGramZero: Revista de Ciência da Informação**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 4, 2015. Disponível em: <https://cip.brapci.inf.br/download/8081>. Acesso em: 27 nov. 2024.

BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BEMBEM, A. H. C.; SANTOS, P. L. V. A. C.; PINHO NETO, J. A. S. Tempo do conhecimento interativo: reflexões sobre a inteligência coletiva e o pensamento complexo. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 20, n. 1, p. 11–31, 2014. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/EmQuestao/article/view/36624>. Acesso em: 27 nov. 2024.

BLADES, R. Protecting the brain against bad news. **Canadian Medical Association Journal**, [S. l.], v. 193, n. 12, 2021. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/33753370/>. Acesso em: 27 nov. 2024.

CHARPENTIER, C. J.; DEZZA, I. C.; VELLANI, V.; GLOBIG, L. K.; GÄDEKE, M.; SHAROT, T. Anxiety increases information-seeking in response to large changes. **Scientific reports**, [S. l.], v. 12, n. 1, p. 7385-7385, 2022. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/35513397/>. Acesso em: 27 nov. 2024.

CHISHOLM, A.; HARTMAN-CAVERLY, S. Privacy Literacy: From *Doomscrolling* to Digital Wellness. **Portal: Libraries and the Academy**, [S. l.], v. 22, n. 1, p. 53-79, 2022. Disponível em: <https://preprint.press.jhu.edu/portal/sites/default/files/chisholm.pdf>. Acesso em: 27 nov. 2024.

D'ANCONA, M. **Pós-verdade**: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news. Barueri: Faro Editorial, 2018.

DAS, B. S. Teaching Journalism in the Era of Doomscrolling. **Radical Teacher**, [S. l.], v. 124, p. 24-32, 2022.

DURMUŞ, S. Ç.; GÜLNAR, E.; ÖZVEREN, H. Determining digital burnout in nursing students: a descriptive research study. *Nurse Education Today*, [S. l.], v. 111, p. 1-7, 2022. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/35245738/>. Acesso em: 27 nov. 2024.

GÖLDAĞ, B. An Investigation of the Relationship between University Students' Digital Burnout Levels and Perceived Stress Levels. *Journal of Learning and Teaching in Digital Age*, [S. l.], v. 1, n. 7, p. 90-98, 2021. Disponível em: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1330919.pdf>. Acesso em: 27 nov. 2024.

GUEDES, M. S. Os impactos do efeito bolha causado pelos algoritmos do Facebook para o direito de resposta. **Boletim Científico ESMPU**, Brasília, v. 16, n. 50, p. 67-85, 2017. Disponível em:

<https://escola.mpu.mp.br/publicacoescientificas/index.php/boletim/article/view/534>. Acesso em: 27 nov. 2024.

HAN, B. **Sociedade do cansaço**. Petrópolis: Vozes, 2015.

JANG, C. W.; KIM, M.; KANG, S. W.; CHO H. E. Reliability, quality, and educational suitability of TikTok videos as a source of information about scoliosis exercises: a cross-sectional study. **Healthcare**, [S. l.], v. 10, n. 9, 2022. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/36141233/>. Acesso em: 27 nov. 2024.

KONG, W.; SONG, S.; ZHAO Y. C.; ZHU, Q.; SHA, L. Tiktok as a health information source: assessment of the quality of information in diabetes-related videos. **Journal of Medical Internet Research**, [S. l.], v. 23, n. 9, 2021. Disponível em: <https://www.jmir.org/2021/9/e30409/>. Acesso em: 27 nov. 2024.

KORMELINK, T. G.; GUNNEWIEK, A. K. From “Far Away” to “Shock” to “Fatigue” to “Back to Normal”: How Young People Experienced News During the First Wave of the COVID-19 Pandemic. **Journalism Studies**, [S. l.], v. 23, n. 5-6, p. 669-686, 2022. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/1461670X.2021.1932560>. Acesso em: 27 nov. 2024.

KUHLTHAU, C. C. **Information search process**. Nova Jersey: Rutgers University, 2018. Disponível em: <http://wp.comminfo.rutgers.edu/ckuhlthau/information-search-process/>. Acesso em: 02 fev. 2023.

KUHLTHAU, C. C. Inside the search process: information seeking from the user’s perspective. **Journal of the American Society for Information Science**, [S. l.], v. 42, n. 5, p. 361-371, 1991. Disponível em: https://ils.unc.edu/courses/2014_fall/inls151_003/Readings/Kuhlthau_Inside_Search_Process_1991.pdf. Acesso em: 27 nov. 2024.

LE COADIC, Y. **A ciência da informação**. 2.ed. Brasília: Briquet de Lemos, 2004.

LOPES, M. M. Q. C. D. Design persuasivo e motivacional: um estudo de padrões de design e práticas críticas. 2017. 128 f. Dissertação (Mestrado em Design de Comunicação e Novos Media) - Universidade de Lisboa, Lisboa, 2017.

LUPINACCI, L. Absentmindedly scrolling through nothing’: liveness and compulsory continuous connectedness in social media. **Media, culture & society**, [S. l.], v. 43, n. 2, p. 273-290, 2021. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0163443720939454>. Acesso em: 27 nov. 2024.

MADRUGA, T. D. B.; COSTA, T.; OLIVEIRA, H. P. C. Estresse digital. **Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**, São Paulo, v. 14, n. esp., p. 1-19, 2021. Disponível em: <https://revistas.ancib.org/index.php/tpbci/article/view/569>. Acesso em: 27 nov. 2024.

MARTINS, R. P. Informação e conhecimento: uma abordagem dos sistemas de recuperação de informações a partir das interações sociais. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Minas Gerais, v. 13, n. 2, p. 77-87, 2008. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/pci/article/view/22367>. Acesso em: 27 nov. 2024.

MORVILLE, P. **Ambient findability**. Sebastopol: O'Really, 2005.

OLIVEIRA, H. P. C.; COSTA, T.; TRINDADE, A. S. C. E. *Doomscrolling e serendipidade: questões tecnológicas e conceituais*. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 22., 2022, Porto Alegre. **Anais [...]**. São Paulo: ANCIB, 2022. Disponível em: <https://enancib.ancib.org/index.php/enancib/xxiiencib/paper/view/1053>. Acesso em: 27 nov. 2024.

OLIVEIRA, H. P. C.; SILVA, J. Ansiedade de informação revisitada: proposta de um questionário de medida. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 19., 2018, Londrina. **Anais [...]**. São Paulo: ANCIB, 2018. Disponível em: http://enancib.marilia.unesp.br/index.php/XIX_ENANCIB/xixenancib/paper/view/1539. Acesso em: 27 nov. 2024.

PINHO, J. A. S. As novas tecnologias da comunicação e informação diante da transversalidade entre natureza e cultura. **Culturas Midiáticas**, João Pessoa, v. 1, n. 1, p. 1-11, 2011. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/cm/article/view/11630>. Acesso em: 27 nov. 2024.

PRICE, M.; LEGRAND, A. C.; BRIER, Z. M. F.; STOLK-COOKE, K. V.; PECK, K.; DODDS, P. S.; DANFORTH, C. M.; ADAMS, Z. W. Doomscrolling during COVID-19: the negative association between daily social and traditional media consumption and mental health symptoms during the covid-19 pandemic. **Psychological Trauma: theory, research, practice, and policy**, [S. l.], v. 14, n. 8, p. 1338-1346 1-13, 2022. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/35157484/>. Acesso em: 27 nov. 2024.

PRODANOV, C. C. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RAGHAVAN, Prabhakar. Brainstorm Tech 2022: organizando as informações do mundo. [Entrevista concedida a] Brian O'Keefe, Fortune, 2022. Disponível em: <https://l1nq.com/QiZaq>. Acesso em: 1 ago. 2022.

RIBEIRO, R. R.; MARTINUZZO, J. A. A reinfosfera na pandemia do novo coronavírus: infodemia, fake news e sociabilidade perversa. **LIINC em Revista**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 1, p. 1-16, 2021. Disponível em: <https://revista.ibict.br/liinc/article/view/5694/5271>. Acesso em: 27 nov. 2024.

SALISBURY, L. On not being able to read: *doomscrolling* and anxiety in pandemic times. **Textual Practice**, Londres, v. 37, n. 6, p. 887-918p. 1-32, 2022. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/37337528/>. Acesso em: 27 nov. 2024.

SANTOS, J. F. **O que é pós-moderno**. São Paulo: Brasiliense, 1986.

SATICI, S. A.; TEKIN, E G.; DENIZ, M. E.; SATICI, B. Doomscrolling Scale: its association with personality traits, psychological distress, social media use, and wellbeing. **Applied Research In Quality Of Life**, [S. l.], v. 18, n. 2, p. 833-847, p. 1-15, out. 2022. Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11482-022-10110-7>. Acesso em: 27 nov. 2024.

SHARMA, B.; LEE, S. S.; JOHNSON, B. K. Supplemental Material for The dark at the end of the tunnel: doomscrolling on social media newsfeeds. **Technology, Mind, And Behavior**, Washington, v. 3, n. 1, p. 1-13, 2022. Disponível em: <https://tmb.apaopen.org/pub/nn9uaqsz/release/3>. Acesso em: 27 nov. 2024.

VALTONEN, T; TADRE, M.; MÄKITALO, K.; VARTIAINEN, H. Media literacy education in the age of machine learning. **Journal Of Media Literacy Education**, [S. l.], v. 11, n. 2, p. 20-36, set. 2019. Disponível em: <https://digitalcommons.uri.edu/jmle/vol11/iss2/2/>. Acesso em: 27 nov. 2024.

VERD, J. M. *et al.* La homofilia/heterofilia en el marco de la teoría y análisis de redes sociales. Orientación metodológica, medición y aplicaciones. **Metodología de Encuestas**, Barcelona, v. 16, p. 5-25, 2014. Disponível em: <https://ddd.uab.cat/record/274754>. Acesso em: 27 nov. 2024.

WILSON, T. D. Human information behavior. **Informing Science Research**, [S. l.], v. 3, n. 2, p. 49-53, 2000. Disponível em: <https://inform.nu/Articles/Vol3/v3n2p49-56.pdf>. Acesso em: 27 nov. 2024.

YTRE-ARNE, B.; MOE, H. Doomscrolling, monitoring and avoiding: news use in covid-19 pandemic lockdown. **Journalism Studies**, Londres, v. 22, n. 13, p. 1739-1755, 2021. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1461670X.2021.1952475>. Acesso em: 27 nov. 2024.

DOOMSCROLLING: WHY DO PEOPLE SPEND SO MUCH TIME "CONSUMING" CONTENT ON SOCIAL MEDIA?

ABSTRACT

Objective: To present the factors influencing the practice of doomscrolling.

Methodology: Theoretical research with a qualitative approach and explanatory nature, with data collection conducted through bibliographic research in the Brapci, LILACS, Scopus, and Web of Science databases. **Results:** Doomscrolling is a behavior influenced by technological, contextual, and individual factors, opening new perspectives for research in Information Science, particularly in the areas of information behavior, information anxiety, and information appropriation. **Conclusions:** The behavior of doomscrolling arises in an infotechnological scenario that fosters its development and is associated with negative emotions and sensations, such as fatigue and frustration.

Descriptors: Social media. Smartphones. Doomscrolling. Online browsing.

DOOMSCROLLING: ¿POR QUÉ LA GENTE PASA TANTO TIEMPO EN LAS REDES SOCIALES "CONSUMIENDO" CONTENIDO?

RESUMEN

Objetivo: Presentar los factores que influyen en la práctica del doomscrolling.

Metodología: Investigación teórica con enfoque cualitativo y naturaleza explicativa, con recolección de datos realizada mediante investigación bibliográfica en las bases Brapci, LILACS, Scopus y Web of Science. **Resultados:** El doomscrolling es un comportamiento influenciado por factores tecnológicos, contextuales e individuales, abriendo nuevas perspectivas para la investigación en Ciencias de la Información, particularmente en las áreas de comportamiento informacional, ansiedad de información y apropiación de información. **Conclusiones:** El comportamiento de doomscrolling surge en un escenario infotecnológico que favorece su desarrollo y está asociado con emociones y sensaciones negativas, como la fatiga y la frustración.

Descriptores: Redes sociales. Smartphones. Doomscrolling. Navegación en línea.

Recebido em: 06.04.2023

Aceito em: 09.10.2024