



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
CURSO DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO

Janaina Jessyca Celestina Barbosa Maia da Costa

COMPORTAMENTO INFORMACIONAL EM MÍDIAS SOCIAIS: Uma Análise
Bibliométrica na Base Web of Science

RECIFE

2025

JANAINA JESSYCA CELESTINA BARBOSA MAIA DA COSTA

**COMPORTAMENTO INFORMACIONAL EM MÍDIAS SOCIAIS: Uma Análise
Bibliométrica na Base Web of Science**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Gestão da Informação da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Ciência da Informação.

Orientador: Prof. Natanael Vitor Sobral

Recife

2025

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Costa, Janaina Jessyca Celestina Barbosa Maia da.

Comportamento informacional em mídias sociais: Uma análise
bibliométrica na base Web of Science / Janaina Jessyca Celestina Barbosa
Maia da Costa. - Recife, 2025.

53 : il.

Orientador(a): Natanael Vitor Sobral

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de
Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação, , 2025.

Inclui referências.

1. comportamento informacional. 2. mídias sociais. 3. bibliometria. 4. Web
Of Science. I. Sobral, Natanael Vitor. (Orientação). II. Título.

020 CDD (22.ed.)



Serviço Público Federal
Universidade Federal de
Pernambuco Centro de
Artes e Comunicação
Departamento de Ciência da Informação

FOLHA DE APROVAÇÃO

COMPORTAMENTO INFORMACIONAL EM MÍDIAS SOCIAIS: uma análise bibliométrica na base Web of Science

JANAINA JESSYCA CELESTINA BARBOSA MAIA DA COSTA

Trabalho de Conclusão de Curso submetido à Banca Examinadora, apresentado no Curso de Gestão da Informação, do Departamento de Ciência da Informação, da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Gestão da Informação.

TCC aprovado em 03 de abril de 2025

Banca Examinadora:

NATANAEL VITOR SOBRAL - Orientador(a)
Universidade Federal de Pernambuco - DCI

MARCELA LINO DA SILVA – Examinador(a) 1
Universidade Federal de Pernambuco - DCI

TATYANE LÚCIA CRUZ FONSECA - Examinador(a) 2
Gerente Geral de Gestão da Informação - Prefeitura do Recife

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus, que me concedeu a oportunidade de estar na UFPE e me sustentou durante toda essa trajetória, permitindo que eu concluísse minha formação com sucesso, apesar de todos os desafios.

Agradeço também à minha família, que, de alguma forma, esteve comigo ao longo desse caminho e foi minha rede de apoio: minha mãe, Ijosenilda; meu pai, Mehujael; meu irmão, Jackson; minha tia-madrinha, Ivaldeneide; e, em especial, minha filha, Nicolly, que sempre foi minha maior inspiração para não desistir em nenhum momento. Dedico também um agradecimento especial à minha avó, Zuleide, que, infelizmente, já não está mais aqui para compartilhar essa conquista, mas sempre torceu por mim em todos os aspectos da minha vida.

Sou imensamente grata a todos os professores e professoras que fizeram parte desse processo e foram fundamentais para o meu aprendizado, especialmente ao professor Natan, que aceitou ser meu orientador e me ajudou até a conclusão deste ciclo.

Por fim, agradeço aos meus colegas, que estiveram ao meu lado durante essa caminhada e tornaram essa trajetória mais leve. Juntos, superamos desafios, incentivando-nos mutuamente e seguindo sempre em frente, sem soltar a mão de ninguém.

“O que sabemos é uma gota, o que ignoramos é um oceano.”

(Sir Isaac Newton)

RESUMO

Este estudo tem como objetivo geral analisar a temática “comportamento informacional dos usuários em mídias sociais” a partir de uma perspectiva bibliométrica, utilizando dados da base Web of Science. A metodologia adotada é de natureza exploratória, com ênfase na análise bibliométrica e na revisão bibliográfica. Os procedimentos metodológicos incluíram a aplicação de uma expressão booleana para recuperar estudos sobre o tema, resultando em 456 documentos que compuseram o corpus do estudo. Em seguida, procedeu-se à obtenção dos dados, com o download integral dos registros em formato texto livre de formatação. Na etapa de correção e cruzamento, os dados foram tratados no software The Vantage Point, com ajustes de inconsistências, como variações nos nomes de autores e termos-chave. Por fim, a representação analítica foi realizada com a ferramenta VOSviewer, para visualização de redes sociais, além da própria Web of Science e do Excel® para geração de gráficos e tabulações complementares. Os resultados indicam crescimento significativo nas publicações sobre comportamento informacional em mídias sociais, com destaque para o ano de 2021. A maioria dos artigos concentra-se nas áreas da Saúde e da Ciência da Informação, refletindo o aumento de pesquisas sobre o impacto das mídias sociais nesses campos. As tipologias documentais revelam que 82% das publicações são artigos completos em periódicos, seguidos por trabalhos em anais de eventos e revisões. A análise dos autores mais produtivos destaca sete pesquisadores, com Yuxiang Zhao (Nanjing University) liderando com cinco publicações. Observou-se forte colaboração entre autores de uma mesma instituição ou localidade. Os países mais produtivos incluem Estados Unidos, China e Alemanha. A pesquisa aborda temas como saúde, desinformação e o impacto das mídias sociais, com ênfase na interdisciplinaridade. A pandemia da Covid-19 parece ter sido um fator determinante para o crescimento da produção, dado o papel central das mídias sociais durante o confinamento. Esse cenário favoreceu o aumento expressivo da circulação de informações, inclusive fake news e desinformação, intensificando o interesse por estudos sobre comportamento informacional. Por fim, embora tenha sido identificado um crescimento consistente após 2020, o número de estudos é baixo. Para pesquisas futuras, recomenda-se ampliar o vocabulário de busca e relacionar o comportamento informacional à qualidade da informação, além de expandir o escopo das análises bibliométricas sobre o tema nas mídias sociais.

Palavras-chave: comportamento informacional; mídias sociais; bibliometria; Web Of Science.

ABSTRACT

This study aims to analyze the topic of users' information behavior on social media from a bibliometric perspective, using data from the Web of Science database. The methodology adopted is exploratory in nature, with an emphasis on bibliometric analysis and literature review. The methodological procedures included the application of a Boolean expression to retrieve studies on the topic, resulting in a corpus of 456 documents. Data collection involved downloading the full records in plain text format. During the cleaning and cross-checking stage, the data were processed using The VantagePoint software, which allowed for adjustments of inconsistencies such as variations in author names and keywords. Analytical representations were then created using the VOSviewer tool for social network visualization, as well as the Web of Science platform and Excel® for generating charts and additional tables. The results indicate a significant increase in publications on information behavior in social media, with a notable peak in 2021. Most articles are concentrated in the fields of Health and Information Science, reflecting a growing interest in the impact of social media on these domains. Regarding document types, 82% of the publications are full-length journal articles, followed by conference proceedings and review papers. The analysis of the most productive authors highlights seven researchers, with Yuxiang Zhao (Nanjing University) leading with five publications. Strong collaboration was observed among authors affiliated with the same institutions or regions. The most productive countries include the United States, China, and Germany. The research addresses themes such as health, misinformation, and the impact of social media, with an emphasis on interdisciplinarity. The Covid-19 pandemic appears to have been a key factor in the increase in scholarly output, given the central role of social media during lockdown periods. This context contributed to a surge in information circulation—including fake news and misinformation—intensifying interest in studies focused on information behavior. Finally, although a steady growth in publications was observed after 2020, the overall number of studies remains relatively low. For future research, it is recommended to expand the search vocabulary and explore the relationship between information behavior and information quality, in addition to broadening the scope of bibliometric analyses on this topic within social media environments.

Keywords: information behavior; social media; bibliometrics; Web of Science.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 –	Produção relacionando o comportamento informacional e mídias sociais	27
Gráfico 2 –	Tipologias documentais sobre comportamento informacional e mídias sociais	30
Gráfico 3 –	Autores mais produtivos sobre comportamento informacional em mídias sociais	32
Gráfico 4 –	Instituições mais produtivas em relação à temática comportamento informacional em mídias sociais	34
Gráfico 5 –	Rede de autores relacionando comportamento informacional e mídias sociais	35
Gráfico 6 –	Países mais produtivos em relação ao tema comportamento informacional em mídias sociais	37
Gráfico 7 –	Áreas que produzem mais trabalhos sobre comportamento informacional em mídias sociais	40

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CC	Ciência da Computação
CI	Ciência da Informação
FOB	Faculdade de Odontologia de Bauru
GI	Gestão da Informação
GS	<i>Google Scholar</i>
IA	Inteligência Artificial
STI	Superintendência de Tecnologia da Informação
UFPE	Universidade Federal de Pernambuco
VP	<i>The Vantage Point</i>
WoS	<i>Web of Science</i>

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 REFERENCIAL TEÓRICO	15
2.1 Comportamento Informacional: Aspectos e Definições	15
2.2 Redes e Mídias Sociais: Distinções Conceituais e Implicações para o Acesso à Informação	19
2.2.1 Comportamento Informacional e Qualidade da Informação nas Mídias Sociais	21
3 METODOLOGIA	25
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO	27
4.1 Evolução Temporal e Identificação das Tipologias Documentais Presentes na Produção Científica sobre Comportamento Informacional em Mídias Sociais	27
4.2 Principais Autores, Colaborações e Instituições que publicam sobre o Tema	32
4.3 Contribuições Científicas de Países, Áreas e Identificação das Tendências Emergentes sobre Comportamento Informacional em Mídias Sociais	37
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	46
REFERÊNCIAS	48

1 INTRODUÇÃO

Na sociedade contemporânea, caracterizada pela alta conectividade e pela abundância de informações disponíveis nas mídias sociais, a habilidade de discernir entre conteúdos confiáveis e questionáveis tornou-se uma competência essencial. Em um ambiente onde notícias, estatísticas e conteúdos se proliferam rapidamente, a capacidade de navegar nesse vasto volume de dados de forma crítica é fundamental para a tomada de decisões embasadas.

A cada interação, os indivíduos são expostos a informações oriundas de diversas fontes e plataformas, cuja credibilidade pode variar significativamente. Além disso, essas plataformas consolidaram-se como fontes essenciais de informação para grande parte da população, influenciando opiniões, comportamentos e processos decisórios. No entanto, a qualidade das informações disseminadas nas mídias sociais é frequentemente questionável, em razão da presença de *fake news*, desinformação e conteúdo de baixa qualidade.

De acordo com Almeida *et al.* (2021), as *fake news* são notícias que apresentam informações inverídicas sobre algum tema específico. Essas notícias são disseminadas mais facilmente principalmente nas redes sociais e nos sites da *web*. Já a desinformação refere-se à disseminação intencional de informações falsas ou enganosas com o objetivo de manipular, enganar ou causar algum tipo de prejuízo.

Nagumo, Teles e Silva (2022) ressaltam que a desinformação é um problema que tem crescido consideravelmente devido ao aumento do acesso à internet por meio das redes sociais e de aplicativos de mensagens instantâneas. Além de que, é algo que tem o poder de impactar fortemente na polarização da sociedade, na diminuição da confiança pública e no aumento do negacionismo científico. Segundo Boarini e Ferrari (2020), juntos, os fenômenos da desinformação, das *fake news* e do negacionismo ganharam força e naturalidade, desta forma passaram a demandar uma atenção contínua elencada na multidisciplinaridade, na interdisciplinaridade e na transdisciplinaridade.

A análise bibliométrica do comportamento informacional dos usuários em mídias sociais permite problematizar como esse fenômeno tem sido tratado na produção científica. As mídias sociais, por se configurarem como espaços dinâmicos de circulação de informação, desafiam os modelos tradicionais de busca

e uso da informação, exigindo novas interpretações e abordagens metodológicas. Compreender de que maneira a literatura científica tem explorado essa temática contribui para a identificação de lacunas, a orientação de futuras pesquisas e a reflexão sobre o papel dessas plataformas na construção e mediação do comportamento informacional.

Diante desse cenário, torna-se crucial compreender: como a produção científica indexada na base *Web of Science* (WoS) tem explorado a temática “comportamento informacional dos usuários em mídias sociais”?

É evidente que as mídias sociais transformaram radicalmente a forma como a informação é produzida, compartilhada e consumida. Plataformas como *Facebook*, *X* (antigo *Twitter*), *Instagram* e *TikTok* possibilitam a rápida disseminação de conteúdos, promovendo um fluxo informacional dinâmico e descentralizado. No entanto, essa mesma característica impõe desafios significativos à qualidade da informação disponível nesses ambientes, uma vez que a ausência de mecanismos rigorosos de verificação facilita a propagação da desinformação, *fake news* e conteúdos tendenciosos. Nesse contexto, torna-se essencial compreender o comportamento dos usuários ao interagir com a informação nas mídias sociais e os critérios que utilizam – se é que utilizam – para avaliar sua qualidade.

O comportamento informacional, conceito amplamente discutido na literatura da Ciência da Informação (CI), refere-se ao conjunto de ações e reações de um indivíduo em relação à informação, abrangendo desde a identificação de uma necessidade informacional até os processos de busca, análise, seleção e uso da informação (Manabe, 2015). No contexto das mídias sociais, esse comportamento é influenciado por múltiplos fatores, como preferências individuais, algoritmos de recomendação, tendências virais e a confiabilidade das fontes. Investigar como os usuários acessam e disseminam informações pode fornecer *insights* valiosos sobre a dinâmica de construção do conhecimento nesses ambientes digitais e os riscos associados à baixa qualidade informacional.

Paralelamente, a qualidade da informação é um critério essencial para a credibilidade das mídias sociais, sendo determinante para a formação da opinião pública e a tomada de decisões em diversas áreas, como política, saúde e economia. A literatura científica aponta diferentes abordagens para a avaliação da qualidade da informação, considerando aspectos como precisão, atualidade, confiabilidade da fonte e coerência do conteúdo. No entanto, compreender como

esses critérios são percebidos e aplicados pelos usuários das mídias sociais ainda representa um desafio, especialmente em um ambiente onde a rapidez na disseminação da informação muitas vezes supera a verificação de sua veracidade.

Diante disso, este estudo tem como objetivo geral analisar a temática “comportamento informacional dos usuários em mídias sociais” a partir de uma perspectiva bibliométrica, utilizando dados da base WoS.

Para atingir esse propósito, foram definidos os seguintes objetivos específicos:

- Mapear a evolução temporal das publicações sobre comportamento informacional em mídias sociais indexadas na WoS.
- Identificar as tipologias documentais presentes na produção científica sobre comportamento informacional em mídias sociais.
- Destacar os principais autores e instituições que publicam sobre o tema, mapeando colaborações acadêmicas e redes de coautoria.
- Comparar as contribuições científicas de diferentes países e áreas, identificando os principais temas e tendências emergentes na literatura sobre comportamento informacional em mídias sociais por meio da análise de palavras-chave e coocorrências.

A relevância desta pesquisa está relacionada à atualidade do tema, considerando que grande parte da população utiliza as redes sociais como principal meio de acesso à informação. O conteúdo disseminado nessas plataformas exerce influência direta ou indireta sobre o cotidiano das pessoas. Assim, compreender como a produção científica tem se estruturado em torno desse assunto possibilita observar de que forma a comunidade acadêmica vem respondendo a essa problemática, especialmente sob a ótica do comportamento informacional.

Além disso, as *fake news* e a desinformação comprometem a qualidade das informações disponíveis nas mídias sociais e podem influenciar negativamente as decisões dos usuários, sejam elas de ordem pessoal, profissional, social ou política. Analisar aspectos da produção científica sobre a temática “comportamento informacional em mídias sociais” e as práticas informacionais desses indivíduos nas redes, pode auxiliar no desenvolvimento de estratégias de educação digital, na construção de um senso crítico mais aguçado e no aprimoramento das políticas de conteúdo nas plataformas.

A autora desta pesquisa considera o tema de grande relevância, pois reflete seu interesse em compreender como o "comportamento informacional em mídias sociais" tem sido abordado no meio científico. Além disso, permite a aplicação dos conhecimentos adquiridos durante o curso de Bacharelado em Gestão da Informação (GI), contribuindo para sua formação acadêmica e profissional.

Para as áreas da GI e da CI, este estudo é fundamental, pois aborda questões essenciais sobre a curadoria, avaliação e disseminação da informação em ambientes digitais. A análise do "comportamento informacional em mídias sociais" pode auxiliar no desenvolvimento de metodologias e ferramentas para aprimorar a gestão e a qualidade da informação disponível online, promovendo um ambiente mais confiável para os usuários. Além disso, pode subsidiar a criação de estratégias eficazes de organização, recuperação e disseminação da informação.

Para a bibliometria, o estudo é importante, pois permite mapear o desenvolvimento da área, identificar os principais autores e periódicos, além de revelar possíveis padrões e lacunas no campo. Esse tipo de análise contribui para a compreensão do impacto e da evolução do tema dentro da literatura científica, podendo fornecer diversos *insights* para pesquisadores, profissionais e até mesmo instituições acadêmicas.

Por fim, no âmbito social, esta pesquisa se destaca por tratar da informação como um elemento central na vida contemporânea, influenciando a construção da opinião pública, decisões individuais, políticas públicas e o acesso à informação qualificada. A compreensão de como as pessoas interagem com a informação nas redes sociais e os impactos da desinformação pode contribuir para a formulação de políticas educacionais, estratégias de letramento digital e iniciativas regulatórias que incentivem um consumo crítico e consciente das mídias sociais. Dessa forma, fortalece-se o papel da informação como um recurso estratégico para o desenvolvimento social.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O presente referencial teórico tem como propósito fundamentar a discussão sobre o comportamento informacional dos usuários em mídias sociais. Para isso, são abordados conceitos essenciais que estruturam esta pesquisa, como comportamento informacional e mídias sociais, além da distinção entre mídias sociais e redes sociais.

Diante da crescente influência das mídias sociais na disseminação de informações, torna-se fundamental compreender os desafios impostos pela desinformação e pelas *fake news*, bem como o impacto dos algoritmos na forma como os conteúdos são consumidos e compartilhados. Nesse contexto, são discutidos fenômenos como bolhas de filtro e câmaras de eco, que influenciam o acesso à informação e moldam a tomada de decisão dos usuários.

Além disso, destacam-se a educação midiática e a alfabetização informacional como estratégias essenciais para o desenvolvimento do pensamento crítico e para a promoção de um consumo mais consciente e responsável da informação.

Por fim, examina-se o impacto das mídias sociais na formação da opinião pública e na disseminação de informações, considerando sua influência nas decisões individuais e coletivas. A construção deste referencial teórico visa fornecer uma base sólida para a análise bibliométrica proposta na pesquisa, contribuindo para a compreensão dos desafios e oportunidades associados ao comportamento informacional em mídias sociais.

2.1 Comportamento Informacional: aspectos e definições

Para Wilson (2000), comportamento informacional refere-se a todo comportamento humano relacionado às fontes e canais de informação, abrangendo tanto o uso da informação quanto sua busca ativa e passiva. Isso inclui desde a comunicação pessoal e presencial até a recepção passiva de informação, como ocorre, por exemplo, quando um indivíduo assiste a comerciais de televisão sem qualquer intenção específica de obter a informação transmitida.

De forma geral, pode-se definir o comportamento informacional como o conjunto de ações, decisões e estratégias adotadas pelos indivíduos para buscar, acessar, processar, compartilhar e utilizar informações. Esse conceito é amplamente

estudado em diversas áreas, como CI, Psicologia e Comunicação, sendo analisado sob diferentes perspectivas. Os estudos nessa área podem abordar desde a interação dos indivíduos com conteúdos informacionais e os critérios utilizados para avaliar a credibilidade das fontes até os impactos dessas escolhas na construção do conhecimento. No contexto digital, esse tema assume ainda mais relevância, dada a velocidade e o dinamismo das interações com a informação.

Matta (2010) observa que o comportamento informacional está diretamente relacionado à busca pela satisfação das necessidades informacionais. Para suprir essa necessidade, os indivíduos utilizam diferentes meios e métodos de obtenção de informação.

De acordo com Corrêa e Caregnato (2021), o comportamento informacional constitui uma subárea da CI que investiga como as pessoas lidam com a informação em diferentes contextos da sociedade. No ambiente digital, especialmente nas mídias sociais, esse comportamento sofre influência de múltiplos fatores, como preferências individuais, algoritmos e recomendações automatizadas, que impactam significativamente a maneira como os usuários interagem com os conteúdos informacionais.

Wilson (2000) propõe quatro definições principais relacionadas ao comportamento informacional:

1. Comportamento informacional – refere-se à totalidade do comportamento humano em relação ao uso de fontes e canais de informação, incluindo tanto a busca ativa quanto a passiva.
2. Comportamento de busca da informação – trata-se do ato ou ação de buscar informações motivado pela necessidade de atingir um objetivo específico.
3. Comportamento de pesquisa de informação – considerado o nível micro do comportamento informacional, envolve a interação do indivíduo com sistemas de informação de diferentes tipos.
4. Comportamento de uso da informação – compreende o conjunto de ações mentais e físicas relacionadas à assimilação da nova informação ao conhecimento prévio do indivíduo.

Segundo Gasque e Costa (2010), os estudos sobre comportamento informacional na CI integram as abordagens tradicionais dos estudos de usuários de informação, ao mesmo tempo em que incorporam novas questões emergentes no

campo. As autoras também argumentam que, embora a literatura da CI apresente um sistema conceitual básico sobre comportamento informacional humano, as definições podem variar conforme a abordagem utilizada, que pode ser cognitivista, comportamentalista, social ou multifacetada.

Além disso, Hewins (1990) enfatiza como os estudos sobre comportamento informacional passaram por mudanças significativas, buscando compreender tanto as características individuais de cada usuário quanto os processos cognitivos comuns à maioria. Isso inclui aspectos como memórias de curto e longo prazo, estilos de aprendizagem, categorização técnica, motivação, fatores semânticos e diferentes tipos de personalidades (Gasque; Costa, 2010).

O conceito de comportamento informacional tem se ampliado de forma expressiva no século XXI, acompanhando as transformações provocadas pelo avanço das tecnologias digitais. Com o crescimento do volume de dados disponíveis e o uso crescente de algoritmos, surgem novas nuances relacionadas à forma como os indivíduos acessam, buscam, avaliam e compartilham informações. Paralelamente, essas mudanças também trazem à tona importantes questões éticas, como a privacidade, o uso de dados pessoais, a manipulação algorítmica e a propagação de desinformação.

Nesse contexto, compreender o comportamento informacional exige não apenas observar as práticas informacionais dos usuários, mas também refletir criticamente sobre os impactos das tecnologias e os dilemas éticos que permeiam esse processo.

Pettigrew, Fidel e Bruce (2001) defendem que o comportamento informacional deve ser compreendido como um sistema complexo, exigindo a interação de diversas teorias para ser plenamente descrito. Os autores propõem o uso do termo “comportamento informacional”, em substituição à expressão “necessidade e uso da informação”, além de destacarem três abordagens fundamentais para estudá-lo:

1. Cognitiva – avalia o comportamento informacional a partir das convicções, crenças e conhecimentos do indivíduo, determinando suas percepções de mundo.
2. Social – baseia-se nos valores e significados atribuídos pelos indivíduos aos diferentes contextos informacionais.

3. Multifacetada – integra múltiplas abordagens teóricas para oferecer uma visão mais ampla e holística do comportamento informacional.

Já Case (2006) propôs a classificação das pesquisas sobre comportamento informacional em três categorias principais, considerando a profissão, o papel desempenhado e os aspectos demográficos dos usuários. O autor identificou que o elemento central do comportamento informacional é a interação do usuário com um conjunto de fontes de informação que refletem seus interesses e necessidades. Além disso, Case (2006) identificou quatro pontos-chave para o estudo do comportamento informacional:

1. Maior esforço para compreender o funcionamento cognitivo do indivíduo.
2. Maior atenção ao contexto e à influência social na busca e uso da informação.
3. Maior tempo dedicado à observação individualizada dos usuários.
4. Maior profundidade na descrição e análise do comportamento informacional.

Dessa forma, as teorias de diferentes áreas do conhecimento têm sido fundamentais para a consolidação e expansão dos estudos sobre comportamento informacional.

Wilson (2016) concluiu que a interação humana com a informação ocorre como um meio de satisfazer diferentes estados de necessidade, que surgem ao longo da experiência cotidiana dos indivíduos. Esses estados de necessidade incluem situações problemáticas decorrentes de diversos tipos de relações, influenciadas por múltiplos fatores.

Além disso, Wilson (2016) argumenta que o comportamento de busca da informação pode ser casual ou participativo, sendo influenciado pelo sucesso ou fracasso em tomadas de decisão. Para ele, essa busca de informações representa apenas um dos aspectos do comportamento informacional, que pode se manifestar de maneira individual, coletiva ou participativa, incluindo também o compartilhamento, a transferência e até mesmo a rejeição de informações.

Os estudos sobre comportamento informacional são amplos e apresentam variações conforme a área do conhecimento em que são abordados. Dessa forma, observa-se a interseção desse tema com diversas questões, como estudos de

usuários, necessidades de informação, competência informacional, modelos de comportamento informacional e interações humanas.

Nessa perspectiva, não há uma única definição correta ou universal para o conceito de comportamento informacional. Em vez disso, diferentes abordagens e perspectivas teóricas oferecem compreensões complementares, refletindo visões e contextos diversos sobre como os indivíduos lidam com a informação.

2.2 Redes e mídias sociais: distinções conceituais e implicações para o acesso à informação

As mídias sociais são, essencialmente, plataformas digitais que possibilitam a criação, o compartilhamento, o consumo e a interação com conteúdos gerados pelos próprios usuários. Podem ser utilizadas tanto para fins pessoais quanto profissionais, sendo amplamente empregadas para divulgação de marcas, veiculação de informações e distribuição de conteúdos. Essas plataformas promovem a comunicação em tempo real, a formação de comunidades e o engajamento por meio de diferentes formatos, como imagens, textos, vídeos e transmissões ao vivo. Seu impacto transcende o entretenimento, influenciando diretamente áreas como educação, política, jornalismo e *marketing*.

Nessa perspectiva, a principal diferença entre mídias sociais e redes sociais reside no foco da interação. Enquanto as redes sociais priorizam a conexão entre indivíduos com interesses em comum, as mídias sociais referem-se às plataformas que viabilizam o consumo e a disseminação de conteúdos.

Segundo Zhang (2010), uma rede social é um grupo de indivíduos ou entidades que estão relacionadas entre si. Pode ser apresentada em grafo, onde cada ator é descrito como um nó e cada vínculo como uma linha. Em suma, contempla um conjunto de nós e suas relações (laços), independentemente destes relacionamentos ocorrerem em âmbito tecnológico, dependendo apenas das conexões (Friemel, 2017).

Já o conceito de “mídias sociais” tem um escopo mais amplo, abrangendo plataformas baseadas na *Internet* destinadas não apenas à manutenção de relacionamentos, mas também à criação e ao compartilhamento de conteúdos. Dessa forma, as mídias sociais incentivam mecanismos de colaboração que aprimoram as interações entre os usuários, potencializando a comunicação digital.

Kaplan e Haenlein (2010) categorizam as mídias sociais em diversos tipos, incluindo *wikis*, *blogs*, fóruns, plataformas de vídeos e redes sociais como *Instagram*, *Facebook* e X (antigo *Twitter*). No entanto, a rápida circulação de informações nessas plataformas eleva o risco de disseminação de conteúdos imprecisos, dificultando a verificação da veracidade das informações compartilhadas.

A desinformação representa um dos maiores desafios das mídias sociais, pois conteúdos falsos ou enganosos podem se espalhar rapidamente, influenciando a percepção da realidade dos usuários. Wardle e Derakhshan (2017) destacam que as *fake news* são uma das principais formas de desinformação, frequentemente utilizadas para manipular opiniões, influenciar decisões políticas e intensificar a polarização social.

Durante a pandemia da Covid-19, a disseminação de notícias falsas tornou-se especialmente evidente, com desinformação sobre vacinas e a própria doença causada pelo vírus. Da mesma forma, novas *fake news* surgiram no período pós-pandemia, abordando temas como mudanças no sistema financeiro — a exemplo do método de pagamento brasileiro “Pix” — e até as alterações nas mídias sociais anunciadas pela empresa Meta. A ausência de mecanismos eficientes de checagem, aliada à alta taxa de viralização desses conteúdos, torna as mídias sociais um ambiente propício para a propagação da desinformação, reforçando a necessidade de estratégias como alfabetização informacional e checagem de fatos para mitigar esse problema.

Os algoritmos das plataformas digitais exercem influência direta sobre o comportamento informacional dos usuários, criando fenômenos como as bolhas de filtro e as câmaras de eco. O conceito de bolha de filtro (*filter bubble*), desenvolvido por Eli Pariser, refere-se ao isolamento informacional causado pela personalização algorítmica, que restringe a exposição dos usuários a conteúdos alinhados às suas crenças e interesses preexistentes (Pariser, 2011). Esse mecanismo reduz a diversidade informacional e limita o contato com perspectivas divergentes.

Por sua vez, as câmaras de eco ocorrem quando os indivíduos interagem predominantemente com pessoas que compartilham opiniões semelhantes, reforçando suas visões de mundo e dificultando a consideração de diferentes perspectivas. Esses fenômenos comprometem a qualidade da informação

consumida, reduzem a diversidade de pensamento e podem influenciar processos democráticos.

Sunstein (2018) argumenta que, embora as mídias sociais possam fortalecer a democracia ao ampliar o acesso à informação, também representam um risco, pois a proliferação de bolhas informacionais e a disseminação de *fake news* impulsionam a fragmentação social, o extremismo e a polarização.

Diante desse cenário, as mídias sociais emergem como um espaço dinâmico e multifacetado, capaz de democratizar o acesso à informação, mas também de potencializar desafios como a desinformação e a formação de bolhas informacionais. Seu impacto vai além da comunicação cotidiana, influenciando processos sociais, políticos e econômicos. Assim, compreender o funcionamento dessas plataformas e seus efeitos no comportamento informacional dos usuários é essencial para desenvolver estratégias que promovam um ambiente digital mais transparente e confiável. A alfabetização midiática, a checagem de fatos e a regulação dos algoritmos tornam-se medidas fundamentais para equilibrar os benefícios e os riscos inerentes ao uso dessas tecnologias.

2.2.1 Comportamento Informacional e qualidade da informação nas mídias sociais

O comportamento informacional nas mídias sociais impacta tanto a produção quanto o consumo de informações. Quando há um consumo passivo, compartilhamento impulsivo e reforço de vieses pessoais, conteúdos de baixa qualidade propagam-se com maior facilidade. No entanto, quando os usuários priorizam fontes confiáveis, verificam informações antes de compartilhá-las e interagem criticamente com os conteúdos, contribuem para um ambiente informacional mais qualificado.

Ciribeli e Paiva (2011) ressaltam que o sucesso das redes sociais na *Internet* está fortemente associado à liberdade de expressão e à espontaneidade dos conteúdos postados. Contudo, essa liberdade também abre espaço para a disseminação de informações imprecisas e sensacionalistas.

Diferentes fatores podem impactar a qualidade da informação nas mídias sociais, como por exemplo:

- Bolhas de filtro e câmaras de eco – Os algoritmos personalizam o conteúdo conforme as interações do usuário, reduzindo a exposição a informações diversificadas.
- Compartilhamento rápido e superficial – Muitos usuários replicam conteúdos sem verificar sua veracidade, facilitando a propagação da desinformação.
- Engajamento e viralização – O modelo de negócios das mídias sociais prioriza conteúdos emocionais e polêmicos, o que pode comprometer a qualidade da informação amplamente acessada.
- Autoridade e influência – Usuários tendem a confiar mais em informações vindas de pessoas próximas ou influenciadores, independentemente da credibilidade das fontes.
- Sobrecarga informacional e fadiga cognitiva – O excesso de informações pode dificultar a análise crítica, tornando os usuários mais suscetíveis a conteúdos enganosos.
- Educação midiática e alfabetização digital – O desenvolvimento da competência informacional permite que os usuários avaliem a confiabilidade das fontes e combatam a desinformação.
- Moderação de conteúdo e responsabilidade das plataformas – A regulação dos conteúdos nas mídias sociais depende da pressão social e das políticas das empresas de tecnologia.

Dessa forma, a relação entre comportamento informacional e qualidade da informação depende tanto das escolhas individuais quanto das regras de funcionamento das plataformas. Torna-se essencial promover a educação midiática e a alfabetização informacional para capacitar os usuários na avaliação crítica das informações que compartilham e consomem.

Buckingham (2010) menciona que a expressão "letramento digital" é frequentemente mal definida, sendo muitas vezes reduzida a habilidades operacionais básicas em computação. No entanto, Belluzzo (2004) propõe um conceito mais amplo, definindo a *Information Literacy* como um conjunto de habilidades essenciais para que os indivíduos possam aprender autonomamente ao longo da vida, desenvolvendo sua capacidade de buscar, avaliar e utilizar informações de forma crítica.

Dudziak (2003) conceitua a competência informacional como um processo contínuo de internalização de fundamentos conceituais e habilidades necessárias para compreender e interagir com o universo da informação. Esse processo envolve não apenas a busca e o uso de informações, mas também a capacidade de compartilhá-las de forma ética e responsável.

Nos Estados Unidos, Rainbolt *et al.* (2010) destacam que o pensamento crítico se refere tanto a um movimento acadêmico quanto a uma habilidade específica de avaliar argumentos e construir raciocínios sólidos. Doyle (1994) reforça que a alfabetização informacional é alcançada quando um indivíduo consegue reconhecer sua necessidade de informação, identificar fontes confiáveis, avaliar a veracidade dos conteúdos e integrar novos conhecimentos ao seu repertório.

As mídias sociais desempenham um papel significativo na formação da opinião pública e na disseminação de informações, influenciando decisões políticas, econômicas e sociais. Diante desse cenário, torna-se essencial desenvolver mais pesquisas sobre o tema, além de implementar estratégias para mitigar os impactos negativos da desinformação e promover práticas que fortaleçam o pensamento crítico dos usuários, no intuito de promover a qualidade da informação em mídias sociais.

A educação midiática e a alfabetização digital são fundamentais para capacitar os indivíduos a navegarem nas mídias sociais de maneira mais consciente, contribuindo para um ambiente informacional mais confiável e transparente.

Diante do exposto, é possível compreender que o comportamento informacional dos usuários em mídias sociais desempenha um papel determinante na construção de um ecossistema informacional mais saudável e confiável. A maneira como os indivíduos buscam, selecionam, compartilham e consomem informações impacta diretamente a qualidade do conteúdo que circula nessas plataformas.

Nesse contexto, destaca-se a importância de práticas fundamentadas na ética informacional, no pensamento crítico e na avaliação criteriosa das fontes. Além disso, torna-se imprescindível o fortalecimento de iniciativas de educação midiática e alfabetização informacional, visando não apenas mitigar os efeitos da

desinformação, mas também fomentar uma cultura de responsabilidade e reflexão no uso das mídias sociais.

Assim, a promoção da qualidade da informação e o desenvolvimento de comportamentos informacionais críticos e conscientes são fundamentais para enfrentar os desafios contemporâneos relacionados à circulação de conteúdos nas mídias sociais.

3 METODOLOGIA

A presente pesquisa, quanto a sua finalidade, está classificada como exploratória, pois busca investigar dois temas relacionados. Quanto aos meios, foi fundamentalmente utilizada a técnica de pesquisa em bases de dados científicas focada em obter um levantamento bibliométrico sobre assuntos específicos. Além disso, o trabalho utilizou-se de pesquisa bibliográfica buscando sistematizar referências válidas para a melhor compreensão dos temas discutidos.

Em relação aos procedimentos metodológicos, preferiu-se repetir com alguns ajustes, a metodologia apresentada em Bufrem *et al.* (2016), que analisaram o tema: ciência orientada a dados a partir dos termos *data science* e *e-science*, considerando no estudo a WoS, que é a mesma base desta pesquisa. Desta forma, seguiram-se as próximas etapas:

- 1) Busca de informações: para a execução desta etapa, foi indispensável utilizar o Portal Periódicos Capes, por meio da opção de acesso CAFE (Comunidade Acadêmica Federada). Esse recurso viabiliza o acesso remoto ao conteúdo disponibilizado pelo Portal de Periódicos para instituições integradas à Rede Nacional de Ensino e Pesquisa (RNP). Em seguida, pesquisou-se a base WoS - Coleção Principal (Clarivate Analytics). Na interface da base mencionada, buscou-se a seguinte query: *“Information behavior” OR “Information-seeking behavior” OR “Information usage behavior” OR “Information-seeking and use” OR “Information retrieval behavior” OR “User information behavior” OR “Information interaction behavior” OR “Information consumption behavior” AND (“Social media” OR “Social networks” OR “Social networking sites” OR Facebook OR YouTube OR WhatsApp OR Instagram OR WeChat OR TikTok OR “Facebook Messenger” OR Telegram OR Snapchat OR Twitter OR “Twitter/X” OR “X/Twitter”)* (Topic), no campo tópico, considerando todo o período da base (1945 a 2025), sem filtros de restrição. A expressão booleana indicada acima foi feita com o intuito de buscar especificamente pela temática de comportamento informação em mídias sociais, considerando sinônimos e termos específicos. A busca retornou 456 resultados, valor este, que compôs o *corpus* do trabalho. Ressalta-se que a pesquisa foi realizada em fevereiro de 2025.

- 2) Obtenção dos dados: em seguida, foram realizados os *downloads* dos registros bibliométricos explicitados pela base de dados. O formato selecionado foi o texto sem formatação, compatível com *Microsoft Excel*®. É importante lembrar que a WoS só permite o download de registros de 500 em 500, porém, como o *corpus* informacional foi menor que este valor, foi possível baixar os dados de uma só vez.
- 3) Correção e cruzamento dos dados: através da ferramenta *The Vantage Point* (VP), foi possível corrigir os registros e realizar eventuais agrupamentos de dados, como junção de palavras-chave com significados semelhantes e autores que estavam representados com grafias diferentes, mudanças de nomes, abreviações e nomes incompletos. O VP é uma ferramenta de mineração de dados e textos utilizada na organização do conhecimento resultante de buscas em bases de dados. A sua principal funcionalidade é a combinação de relações entre os dados, cruzando os campos, e possibilitando a criação de matrizes legíveis por ferramentas de análise de redes sociais.
- 4) Representação analítica dos dados: com o propósito de apresentar os resultados, foi utilizada a ferramenta *VOSviewer* (VAN ECK; WALTMAN, 2010). Através da técnica de análise de redes sociais as relações tornaram-se visíveis, o que possibilitou a análise dos dados frente aos comportamentos verificados e aos referenciais teóricos adequados. Para a elaboração de outros gráficos, a ferramenta de análise de resultados da WoS e o *Microsoft Excel*® foram acionados.

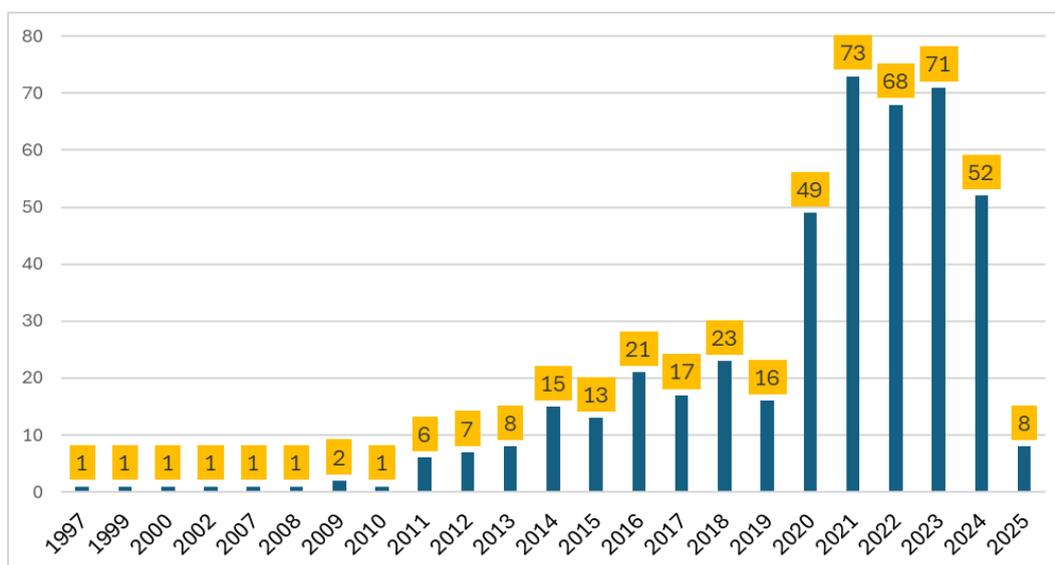
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados estão organizados em subtópicos. O primeiro aborda a evolução temporal das publicações e a identificação das tipologias documentais presentes na produção científica sobre comportamento informacional em mídias sociais. O segundo destaca os principais autores e instituições que publicam sobre o tema, mapeando colaborações acadêmicas e redes de coautoria. O terceiro compara as contribuições científicas de diferentes países e áreas, identificando os principais temas e tendências emergentes na literatura sobre comportamento informacional em mídias sociais por meio da análise de palavras-chave e coocorrências.

4.1 Evolução temporal e identificação das tipologias documentais presentes na produção científica sobre Comportamento Informacional em mídias sociais

O Gráfico 1 lista a produção científica sobre comportamento informacional e mídias sociais no período compreendido entre 1997, ano do artigo seminal, e, 2025. Para isto, utiliza-se um gráfico de colunas com rótulos identificando o quantitativo da produção. Com isto, espera-se analisar as perspectivas de crescimento do campo e traçar uma breve historiografia da produção relacionada ao tema estudado.

Gráfico 1: Produção relacionando comportamento informacional e mídias sociais.



Fonte: Dados da Pesquisa (2025)

O levantamento apresentado no Gráfico 1 evidencia que, até o momento, o ano de 2021 permanece liderando com a maior quantidade de publicações relacionadas ao tema. Observa-se um crescimento na produção científica nos

últimos anos, entretanto, como os dados foram coletados em fevereiro de 2025, este ano ainda não apresenta um número expressivo de artigos publicados.

A primeira produção científica relacionada ao tema foi o artigo intitulado “*Health information-seeking behavior and older African American women*”, publicado em 1997, pela autora Claudia Gollop, em Chicago. O trabalho insere-se na área de CI e Biblioteconomia, e teve como objetivo explorar as formas pelas quais mulheres urbanas, idosas e afro-americanas buscam informações sobre saúde, bem como os fatores que influenciam essa atividade, tais como mobilidade, acesso à informação e alfabetização em saúde percebida (Gollop, 1997).

O segundo artigo relevante, também precursor na área, é intitulado “*An integrated human information behavior research framework for information studies*”, publicado em 1999, por Diane H. Sonnenwald e Marjo livonen, em Nova Iorque. O objetivo do estudo foi identificar facetas importantes do comportamento informacional humano e compreender como diferentes métodos podem ser utilizados de forma mais eficaz para investigar tais aspectos. O artigo apresenta uma abordagem integradora para projetar e sintetizar pesquisas nessa temática, incorporando a estrutura de Ranganathan para a organização do conhecimento. Os autores propõem que estudos sobre comportamento informacional considerem dimensões como tempo, espaço, personalidade, matéria e energia (Sonnenwald; livonen, 1999).

É importante destacar que esses artigos são considerados textos seminais — ou seja, os primeiros registros publicados sobre o tema na base de dados analisada — e, por isso, podem ter sido responsáveis por iniciar as discussões na área. Segundo Lahlou (2011), textos seminais costumam ser escritos por um único autor, denominado “descobridor”, que apresenta uma visão abrangente e inovadora sobre um assunto ainda pouco explorado, sendo capazes de provocar epifanias nos leitores.

Apesar de o ano de 2025 ainda não apresentar resultados expressivos devido ao curto período de análise, já é possível identificar publicações sobre uma diversidade de temas. Dentre elas, destacam-se artigos que abordam: experiências religiosas e espirituais relacionadas à informação; fontes de informação *online* sobre gravidez e a influência da ansiedade nesse período; o impacto do extremismo político, da confiança na mídia e do uso das redes sociais na exposição à desinformação durante a pandemia de Covid-19; um estudo de caso sobre a

percepção de possíveis peregrinos no X (antigo *Twitter*) diante de eventos específicos; comportamento de busca de informações de saúde online entre pacientes com câncer de mama; autogerenciamento do estilo de vida com base no comportamento informacional; conhecimento e busca de informação entre pessoas com esclerose múltipla atendidas em clínicas especializadas; relação entre taxas de vacinação contra a Covid-19 e a dependência de fontes de informação da internet no Japão; mecanismos neurais envolvidos na busca por informações adversas; comportamento informacional de estudantes de medicina e a aplicação de informações de saúde obtidas na internet; uso de mídias sociais por mulheres da Geração Z para fins de informação em saúde; avaliação da qualidade de vídeos sobre retinopatia da prematuridade no *YouTube* com fins educacionais; entre outros.

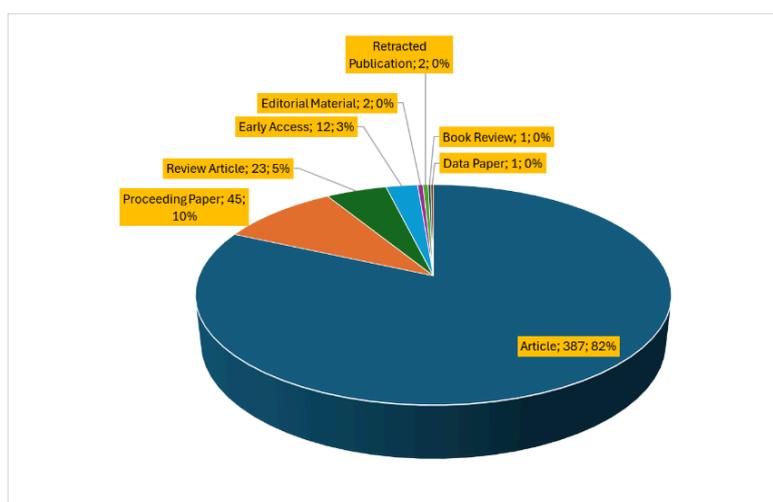
Dessa forma, os dados revelam que a maioria dos textos publicados em 2025, até o momento, está de alguma maneira relacionada à área da saúde. Um exemplo é o artigo “*Online health information seeking behavior among breast cancer patients and survivors: a scoping review*”, uma revisão de escopo que busca resumir o comportamento de busca de informações de saúde online entre pacientes e sobreviventes de câncer de mama, além de identificar lacunas na literatura e oferecer *insights* relevantes para pesquisas futuras (Chen *et al.*, 2025).

A análise da produção científica sobre comportamento informacional e mídias sociais ao longo do tempo evidencia um crescimento significativo na área, especialmente nos últimos anos. O destaque para 2021 como o ano com maior número de publicações reflete um interesse crescente na temática, possivelmente impulsionado por desafios informacionais enfrentados durante a pandemia de Covid-19.

Além disso, a presença de textos seminais publicados no final dos anos 1990 demonstra que o campo se estruturou a partir de abordagens pioneiras sobre comportamento informacional em diferentes contextos. Embora 2025 ainda apresente um número reduzido de publicações devido ao período curto de coleta de dados, já se observa uma forte tendência de estudos voltados à saúde, reforçando o papel das mídias sociais como fontes de informação para pacientes e profissionais. Esse panorama sugere que o comportamento informacional em ambientes digitais continuará sendo um tema de relevância acadêmica, com potencial para influenciar políticas de comunicação científica e práticas informacionais nos mais diversos domínios do conhecimento.

O Gráfico 2, do tipo “setores”, apresenta as tipologias documentais relacionadas ao “comportamento informacional em mídias sociais”. Os rótulos indicam a distribuição percentual e quantitativa das publicações, e as cores foram utilizadas para representar as diferentes tipologias, facilitando a visualização e compreensão dos dados.

Gráfico 2: Tipologias documentais sobre comportamento informacional em mídias sociais.



Fonte: Dados da Pesquisa (2025)

Conforme apresentado no Gráfico 2, 82% da produção científica sobre o tema no período analisado corresponde a artigos completos publicados em periódicos (n=387), sendo o mais representativo. O restante da produção está distribuído entre diferentes tipologias documentais, conforme descrito a seguir:

- Trabalhos publicados em anais de eventos (n=45): textos resultantes de apresentações em congressos, simpósios ou conferências, publicados nos respectivos anais;
- Revisões de artigo (n=23): publicações que analisam, sintetizam e discutem pesquisas previamente publicadas sobre determinado tema;
- Acesso antecipado (n=12): artigos disponibilizados eletronicamente antes de serem oficialmente atribuídos a um volume ou número específico do periódico;
- Material editorial (n=2): textos opinativos sobre pessoas, organizações ou grupos, incluindo editoriais, comentários, entrevistas, discussões entre

especialistas, relatos de conferências clínicas e simpósios em formato de mesas-redondas;

- Retratação de publicação (n=2): artigos retratados por instituições, autores, editores ou editoras devido a dados infundados, equívocos ou outras irregularidades;
- Papel de dados (n=1): publicações que descrevem conjuntos específicos de dados ou coleções de conjuntos de dados com o intuito de documentar e compartilhar essas informações;
- Resenha de livro (n=1): avaliação crítica de uma obra, na qual o revisor analisa e comenta o conteúdo do livro, oferecendo sua opinião fundamentada.

Segundo Garcia *et al.* (2019), no meio acadêmico, a disseminação de pesquisas através da publicação de artigos estimula o avanço da ciência, incentivando o desenvolvimento de novas investigações, tanto pela contribuição de conhecimentos construídos previamente, como por investimentos financeiros que possibilitam o desempenho de novos projetos.

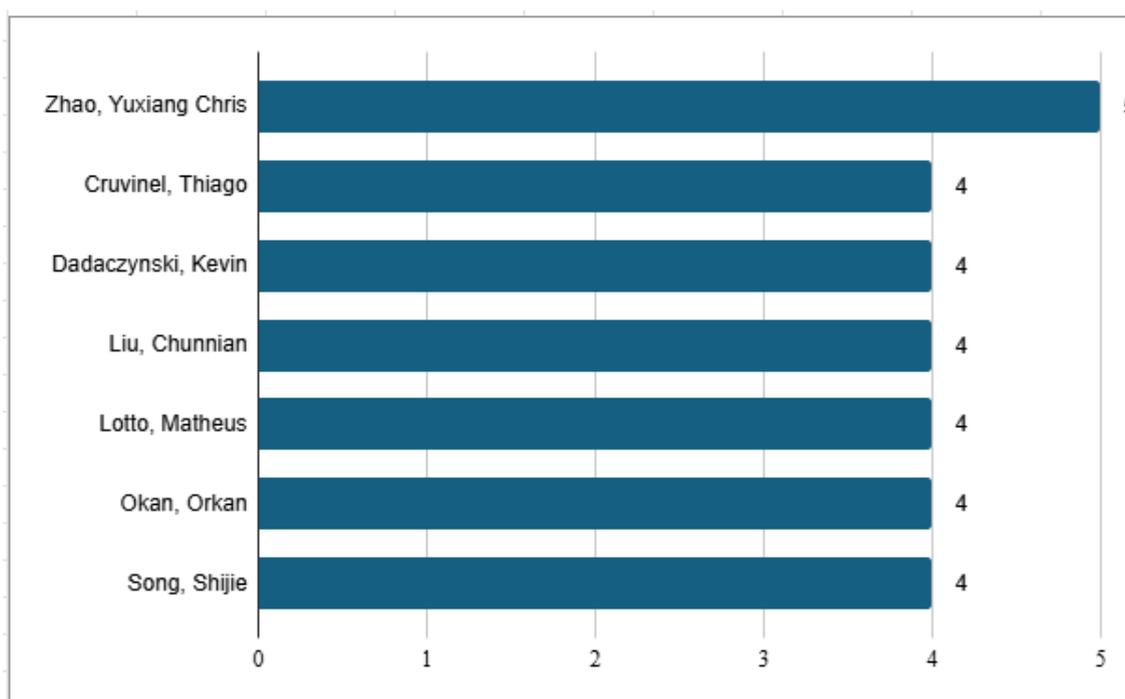
A predominância de artigos completos publicados em periódicos como principal tipologia documental reflete a relevância dessa forma de disseminação científica para a consolidação do conhecimento sobre “comportamento informacional em mídias sociais”. Essa tendência indica a valorização da revisão por pares e da indexação em bases de dados de alto impacto como critérios fundamentais para a validação acadêmica das pesquisas.

Além disso, a presença de outras tipologias, como trabalhos em anais de eventos e revisões de artigos, demonstra a diversidade de abordagens e formatos utilizados para compartilhar descobertas e promover debates científicos. Esse cenário reforça a importância dos periódicos como veículos essenciais para a comunicação acadêmica, ao mesmo tempo em que aponta para a necessidade de considerar diferentes formas de publicação na construção de um panorama abrangente da produção científica sobre o tema.

4.2 Principais autores, colaborações e instituições que publicam sobre o tema

O Gráfico 3, do tipo “barras”, analisa os autores mais produtivos sobre o tema comportamento informacional em mídias sociais. Importante ressaltar que aqui foram destacados apenas os autores que possuíam quatro ou mais publicações, para melhor visualização, já que a maioria possuía apenas um texto publicado.

Gráfico 3: Autores mais produtivos sobre comportamento informacional em mídias sociais.



Fonte: Dados da Pesquisa (2025)

Como indicado no Gráfico 3, sete autores se destacam como os mais produtivos em relação à temática abordada na pesquisa, dentro do período analisado. Para esse *ranking*, foram considerados apenas os autores com quatro ou mais artigos. Em primeiro lugar está Yuxiang Zhao, com cinco publicações (n=5). Em seguida, aparecem seis autores com o mesmo número de artigos (n=4) cada: Thiago Cruvinel, Kevin Dadaczynski, Chunnian Liu, Matheus Lotto, Orkan Okan e Shijie Song.

Ao aprofundar a pesquisa, foram identificadas algumas informações relevantes sobre esses autores:

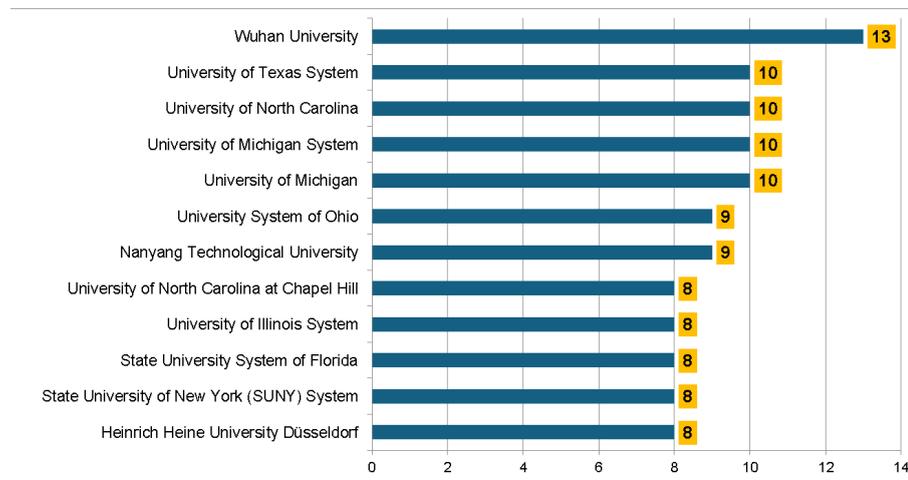
- Yuxiang Chris Zhao, da *Nanjing University* (China), possui um total de 69 publicações indexadas na WoS. Suas áreas de atuação incluem Ciência da

Computação, Ciência da Informação e Biblioteconomia, Negócios e Economia, Engenharia, além de Ciências e Serviços de Saúde.

- Thiago Cruvinel Silva, da Universidade de São Paulo (Brasil), é professor da FOB e possui 103 publicações indexadas na WoS. Sua produção científica abrange áreas como Odontologia, Cirurgia Oral e Medicina, Ciências e Serviços de Saúde, Pediatria, Oncologia e Saúde Pública, Ambiental e Ocupacional.
- Kevin Dadaczynski, da *Hochschule Fulda* (Alemanha), possui 137 publicações indexadas na WoS. Suas áreas de interesse incluem Saúde Pública, Ambiental e Ocupacional, Ciências Ambientais e Ecologia, Ciências e Serviços de Saúde, Psicologia, Educação e Pesquisa Educacional.
- Chunnian Liu, da *Nanchang University* (China), tem um total de 81 publicações indexadas na WoS. Suas principais áreas de pesquisa abrangem Ciência da Computação, Engenharia, Negócios e Economia, Sistemas de Automação e Controle, e Ciência da Informação e Biblioteconomia.
- Matheus Lotto, da Faculdade de Odontologia de Bauru da Universidade de São Paulo (FOB/USP) (Brasil), possui 43 publicações indexadas na WoS. Suas áreas de atuação incluem Odontologia, Cirurgia Oral e Medicina, Saúde Pública, Ambiental e Ocupacional, Ciências e Serviços de Saúde, Informática Médica e Pediatria.
- Orkan Okan, da *Technical University of Munich* (TUM) (Alemanha), possui 173 publicações indexadas na WoS. Seus trabalhos estão concentrados nas áreas de Saúde Pública, Ambiental e Ocupacional, Ciências Ambientais e Ecologia, Ciências e Serviços de Saúde, Medicina Geral e Interna, e Informática Médica.
- Shijie Song, da *Hohai University* (China), possui 39 publicações indexadas na WoS. Sua produção está relacionada a áreas como Ciência da Computação, Ciência da Informação e Biblioteconomia, Ciências e Serviços de Saúde, Informática Médica e Negócios e Economia.

No Gráfico 4, do tipo “barras”, foram apresentadas as instituições mais produtivas em relação à temática comportamento informacional em mídias sociais. Aqui foram elencadas apenas as instituições com oito ou mais publicações relacionadas ao assunto.

Gráfico 4: Instituições mais produtivas em relação à temática comportamento informacional em mídias sociais.



Fonte: Dados da Pesquisa (2025)

Ao analisar as instituições, obteve-se o seguinte panorama: a *Wuhan University* se destaca com o maior número de publicações ($n=13$). Logo após, aparecem a *University of Michigan* ($n=10$), a *University of Michigan System* ($n=10$), a *University of North Carolina* ($n=10$) e a *University of Texas System* ($n=10$). Também apresentam números significativos a *Nanyang Technological University* ($n=9$) e a *University System of Ohio* ($n=9$). Completam a lista das instituições com maior produção científica sobre o tema a *Heinrich Heine University Düsseldorf* ($n=8$), a *State University of New York (SUNY) System* ($n=8$), a *State University System of Florida* ($n=8$), a *University of Illinois System* ($n=8$) e a *University of North Carolina at Chapel Hill* ($n=8$).

Observa-se que, entre as 12 instituições mais representativas — ou seja, aquelas com oito ou mais publicações — os Estados Unidos lideram o *ranking* com nove universidades. A China aparece com apenas uma instituição, enquanto a Alemanha e Singapura marcam presença com a *Heinrich Heine University Düsseldorf* e a *Nanyang Technological University*, respectivamente. Esse cenário chama atenção, pois se distancia da tendência geral em que apenas os Estados Unidos e a China costumam se destacar.

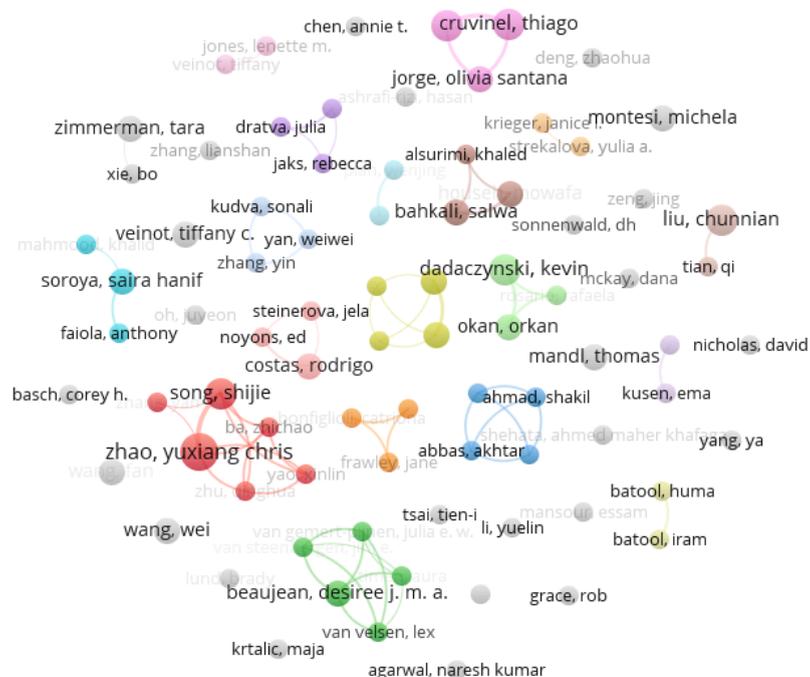
A análise da produtividade dos autores e das instituições reforça a relevância crescente do estudo do “comportamento informacional em mídias sociais” dentro de diferentes campos do conhecimento. Observa-se que a produção científica sobre o tema é impulsionada por pesquisadores com formações diversas, abrangendo

desde a CI e a Ciência da Computação (CC) até as áreas da Saúde e Psicologia, o que evidencia a interdisciplinaridade do assunto.

Ademais, a predominância de instituições estadunidenses na lista das mais produtivas ressalta a influência dos Estados Unidos na pesquisa global sobre o tema, enquanto a presença limitada da China e da Europa sugere oportunidades para uma maior diversificação geográfica nas contribuições acadêmicas. Esse panorama aponta para a necessidade de ampliar colaborações internacionais e fortalecer redes de pesquisa que permitam uma compreensão ainda mais abrangente das dinâmicas informacionais no ambiente digital.

O Gráfico 5 apresenta uma rede de autores relacionada ao “comportamento informacional em mídias sociais”. As cores baseiam-se na clusterização, representando os grupos de autores que publicam em conjunto. O tamanho dos nós é proporcional à quantidade de *links* que o pesquisador possui. Esta dimensão gráfica facilita a visualização e compreensão das conexões estabelecidas entre os pesquisadores.

Gráfico 5: Rede de autores relacionando comportamento informacional e mídias sociais.



Fonte: Dados da Pesquisa (2025)

O gráfico 5 possui 82 nós que representam os autores mais representativos, 44 *clusters*, 64 *links* e *Total Link Strength* (TLS) de 119. Este indicador reflete o somatório do peso de todos os nós da rede. Inicialmente, conclui-se que se trata de um grafo de baixa densidade, havendo alguns sub-grupos sobressalentes.

Os principais pares de autores que colaboraram em publicações sobre o tema, considerando a quantidade de coautorias identificadas na rede, são: Lotto, Matheus & Cruvinel, Thiago (n=4); Zhao, Yuxiang Chris & Song, Shijie (n=4); Okan, Orkan & Dadaczynski, Kevin (n=4); Lotto, Matheus & Jorge, Olivia Santana (n=3); Cruvinel, Thiago & Jorge, Olivia Santana (n=3); e Scheibe, Katrin & Zimmer, Franziska (n=3).

Em relação à coautoria, observaram-se algumas similaridades. Lotto, Matheus & Cruvinel, Thiago, são da Faculdade de Odontologia de Bauru (FOB), ambos colaboram conjuntamente, em especial, com Jorge, Olívia Santana, também da mesma universidade.

Geralmente, há uma grande tendência na concentração de colaboração científica entre autores da mesma universidade, o que pode indicar subgrupos de pesquisa isolados (Dal'Evedove *et al.*, 2018).

Já Zhao, Yuxiang Chris & Song, Shijie, são professores, um da *Nanjing University* e o outro da *Business School, Hohai University*, respectivamente. Apesar de aparentemente não trabalharem na mesma universidade, ambas estão localizadas em Nanquim, Jiangsu, na China. Os autores possuem, junto com outros, diversas publicações. Okan, Orkan & Dadaczynski, Kevin, também possuem outras publicações juntos. Ambos são professores, um da *Technical University of Munich* e o outro da *Fulda University of Applied Sciences*, respectivamente. As duas universidades são na Alemanha.

Pesquisadores geograficamente próximos têm maior inclinação em termos de colaboração, devido à maior facilidade de transferência de conhecimento, especialmente tácito (Costa; Gonçalves; Garcia, 2021).

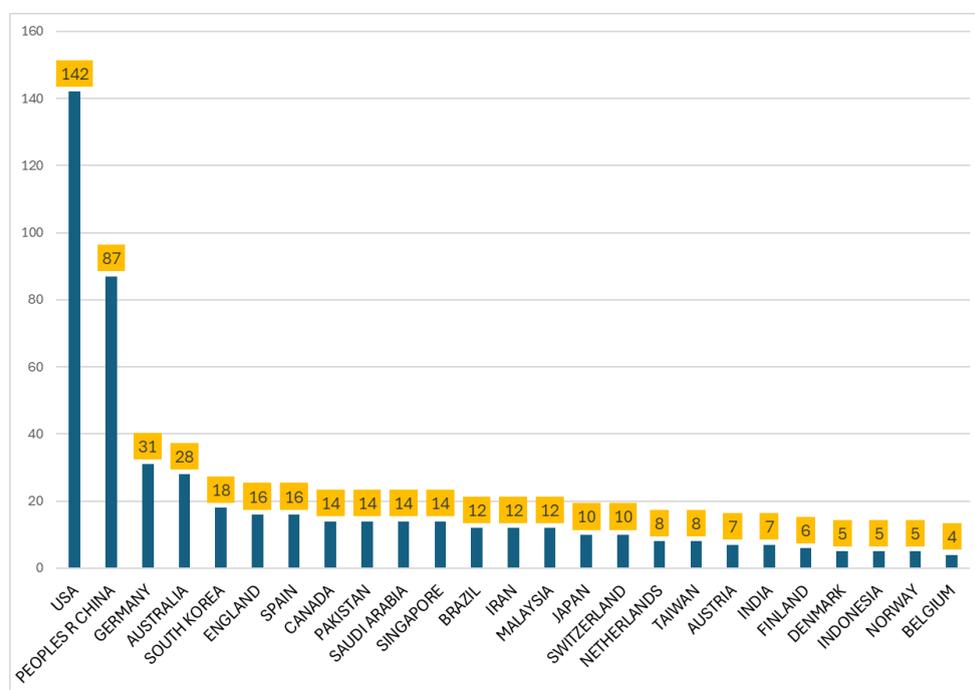
A análise da rede de coautoria evidencia a existência de colaborações estratégicas entre pesquisadores de diferentes instituições e países, refletindo o caráter global das investigações sobre "comportamento informacional em mídias sociais". Apesar da baixa densidade do grafo, a presença de subgrupos bem definidos sugere que há núcleos de pesquisa ativos que concentram esforços na produção científica sobre o tema.

A proximidade institucional e geográfica de alguns autores pode indicar que parcerias regionais desempenham um papel relevante na construção do conhecimento na área, ao passo que colaborações internacionais, como a vista entre Scheibe, Katrin (*Heinrich Heine University Düsseldorf, Alemanha*) & Zimmer, Franziska (*The University of Tokyo, Japão*), reforçam a importância do intercâmbio acadêmico para a diversificação das abordagens e perspectivas sobre o assunto. Esses aspectos ressaltam não apenas a relevância do tema no cenário científico, mas também a necessidade de fortalecer redes de pesquisa para expandir o entendimento sobre as dinâmicas informacionais nas mídias sociais.

4.3 Contribuições científicas de países, áreas e identificação das tendências emergentes sobre comportamento informacional em mídias sociais

No Gráfico 6, do tipo “colunas”, é destacado os países mais produtivos em relação ao tema comportamento informacional em mídias sociais. Ao todo, o gráfico aborda 25 países, contando apenas com os que possuem quatro ou mais publicações, no período analisado

Gráfico 6: Países mais produtivos em relação ao tema comportamento informacional em mídias sociais.



Fonte: Dados da Pesquisa (2025)

Como apresentado no Gráfico 6, com maior destaque, estão os Estados Unidos (n=142), em primeiro lugar, a China (n=87), em segundo, a Alemanha (n=31), em terceiro, e a Austrália (n=28), em quarto lugar.

Como é possível observar através dos dados apresentados, além das notícias divulgadas frequentemente, é visível que existe uma grande competição científica entre os Estados Unidos e a China, especialmente em termos de tecnologia, como é o caso das mídias sociais, e, mais recentemente, da inteligência artificial (IA).

Na temática de comportamento informacional em mídias sociais, os artigos mais citados variam conforme o país, refletindo diferentes focos de pesquisa e impacto acadêmico.

Nos Estados Unidos, o artigo mais citado é “*Online Social Networking by Patients with Diabetes: A Qualitative Evaluation of Communication with Facebook*”, publicado no *Journal of General Internal Medicine* em março de 2011, com 462 citações. Esse estudo investiga como pacientes com diabetes utilizam o Facebook para se comunicar e trocar informações sobre a doença. A pesquisa enfatiza o papel das redes sociais na criação de comunidades de apoio e na disseminação de conhecimento sobre saúde, analisando os benefícios e desafios desse tipo de interação (Greene, 2011).

Os temas mais trabalhados na produção estadunidense são: *Health Literacy* (n=43), *Information Literacy* (n=14), *Journalism* (n=7), *Internet Addiction* (n=6), *Bibliometrics* (n=6) e *Vaccine Hesitancy* (n=5). A *Health literacy* é essencial para que os indivíduos possam administrar sua própria saúde com sucesso, por isso inclui várias habilidades e conhecimentos sobre saúde e assistência médica, como encontrar, interpretar, entender e comunicar informações de saúde, buscar assistência apropriada, além de conseguir tomar decisões críticas de saúde, quando necessário (Keleher; Hagger, 2007).

Na China, dois artigos compartilham o posto de mais citados, ambos com 182 citações. O primeiro é “*Online Health Information Seeking Behavior: A Systematic Review*”, publicado na revista *Healthcare*, que realiza uma revisão sistemática sobre os comportamentos de busca de informações sobre saúde online. O estudo identifica padrões comportamentais gerais e fatores de influência, como credibilidade das fontes, nível de alfabetização educacional e confiança na informação disponível (Jia; Pang; Liu, 2021).

O segundo artigo, “*Digital Health Literacy and Web-Based Information-Seeking Behaviors of University Students in Germany During the COVID-19 Pandemic: Cross-sectional Survey Study*”, publicado no *Journal of Medical Internet Research*, analisa a alfabetização digital em saúde e os comportamentos de busca por informações na web entre universitários durante o período inicial da pandemia da Covid-19 na Alemanha (Dadaczynski *et al.*, 2021).

Ao aprofundar a análise, nota-se que a China possui um perfil temático similar aos EUA: Health Literacy (n=29), Journalism (n=7), Complex Networks (n=6), Information Literacy (n=6), Science Communication (n=6), Customer Satisfaction (n=6), Bibliometrics (n=5) e Internet Addiction (n=4). A principal diferença é Complex Networks ou Redes Complexas, que podem ser definidas como redes sem escala, onde alguns hubs são conhecidos por executar o papel essencial de manter a rede unida, desta forma, o padrão de conexão dos hubs tem efeito considerável no comportamento da rede (Zhao, 2006).

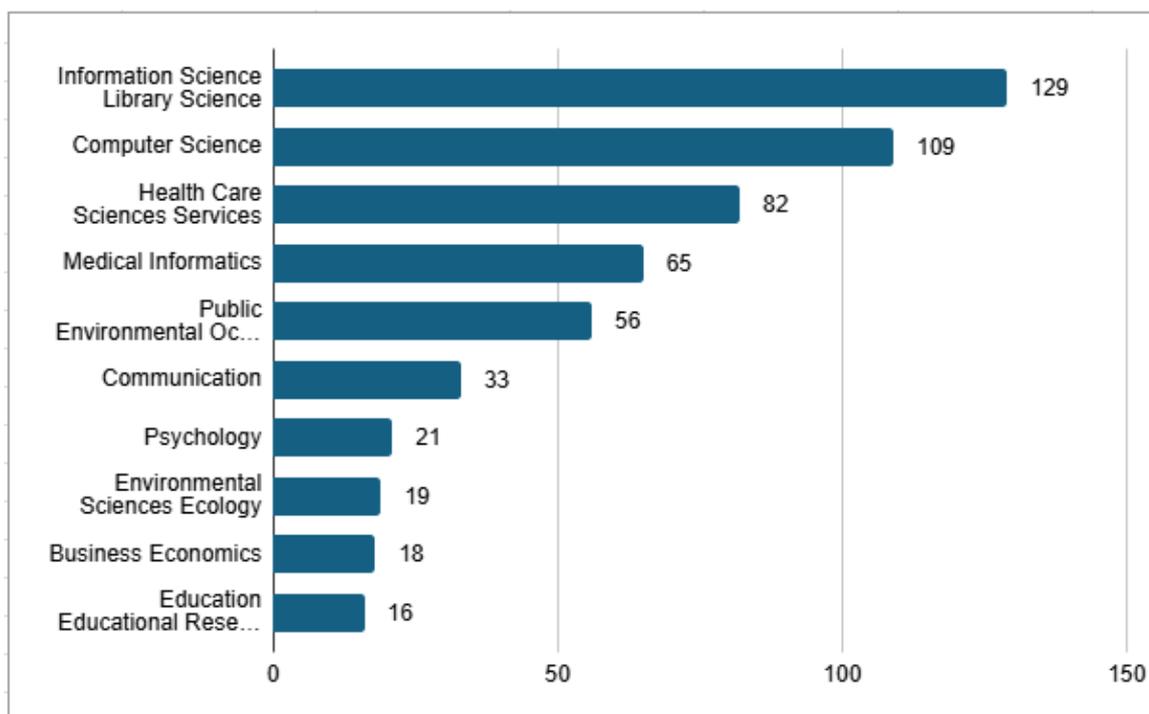
No Brasil, o artigo de maior impacto é “*Characterization of False or Misleading Fluoride Content on Instagram: Infodemiology Study*”, publicado no *Journal of Medical Internet Research*, com 34 citações. O estudo analisa conteúdos enganosos ou falsos sobre flúor no Instagram (Lotto *et al.*, 2022).

Apesar de não ter tantas publicações relacionadas ao “comportamento informacional em mídias sociais”, com base nos dados coletados, é possível observar que o Brasil possui um perfil temático bem diferente dos Estados Unidos e da China: Knowledge Engineering & Representation (n=5), Health Literacy & Telemedicine (n=4), Communication (n=2), Psychiatry (n=1), Neuroscanning (n=1). A Knowledge Engineering & Representation ou Engenharia do Conhecimento e Representação, engloba ferramentas e metodologias para adquirir e modelar conhecimento com o objetivo de torná-lo independente dos indivíduos, de modo a formalizá-lo e permitir que seja feita a apropriação por sistemas ou organizações, desta maneira, o conhecimento é representado por um elemento descritivo, que representa as coisas do mundo e um elemento dinâmico que extrai novas informações das que estão representadas (Abel; Fiorini, 2013).

Esses artigos evidenciam como o “comportamento informacional em mídias sociais” se desdobra em diferentes contextos nacionais, sendo fortemente influenciado por questões de saúde, desinformação e uso de plataformas digitais para disseminação de conhecimento.

No Gráfico 7, do tipo “barras”, foram apresentadas as áreas que produzem mais trabalhos sobre comportamento informacional em mídias sociais. Ao todo, foram destacadas as 10 principais áreas, de acordo com os dados coletados.

Gráfico 7: Áreas que produzem mais trabalhos sobre comportamento informacional em mídias sociais.



Fonte: Dados da Pesquisa (2025)

A maior produção científica sobre o assunto, dentro do período analisado, é da área de *Information Science Library Science* (n=129), seguida pela *Computer Science* (n=109), depois pela *Health Care Sciences Services* (n=82), *Medical Informatics* (n=65) ficou em quarto lugar, *Public Environmental Occupational Health* (n=56) em quinto, seguidos por *Communication* (n=33), *Psychology* (n=21), *Environmental Sciences Ecology* (n=19), *Business Economics* (n=18) e *Education Educational Research* (n=16).

A predominância da CI era esperada, considerando sua apropriação de temas relacionados ao comportamento informacional. Os estudos sobre usuários e seus comportamentos na busca por informações evidenciam a crescente valorização do aspecto humano-social pelas ciências, sobretudo pela CI (Santa Anna, 2018). Vale destacar que o principal autor sobre a temática, Thomas D. Wilson, que desenvolveu modelos teóricos que contribuem para os estudos sobre o

assunto, conforme seu perfil público e autodeclarado no Google Scholar (GS), é pesquisador da área e consolidou esse campo dentro da CI.

A CI é a área que mais se desenvolve em relação aos estudos científicos dentro das áreas de Ciências Sociais Aplicadas I (Pinto; Fausto, 2012). Ela se dedica a buscar soluções para problemas relacionados à natureza, gestão, economia, produção, processamento, organização, disseminação, recuperação, recepção e uso da informação, tanto para organizações, como para pessoas, basta que essa informação esteja registrada em algum suporte físico ou em espaços virtuais. Nessa perspectiva, é possível notar a capacidade da CI em introduzir uma coisa à outra, o que faz com que ela consiga facilmente ter relações interdisciplinares com outras áreas do saber (Moraes; Carelli, 2016).

Segundo Borko (1968), a CI é uma ciência interdisciplinar que investiga as propriedades e o comportamento da informação, assim como o fluxo da informação e os meios de processamento, para melhor usabilidade e acessibilidade. Ela abrange desde a origem, a coleta, a organização, o armazenamento, a recuperação, a interpretação, a transmissão, a transformação e utilização da informação, até a pesquisa de representações da informação, seja em sistemas naturais ou artificiais. Está fortemente relacionada com diversas áreas do conhecimento, como a matemática, lógica, linguística, psicologia, tecnologia da computação, pesquisa operacional, artes gráficas, comunicação, biblioteconomia, gestão, além de outras áreas correlatas.

A CC é uma área do conhecimento que possui um caráter universal e mediador, desta forma possibilita várias conexões interdisciplinares importantes, tanto para a sua própria evolução enquanto ciência, quanto para a sua aplicação na resolução de problemas mais complexos (Cassel, 2011).

Para Brookshear (2000), a CC é uma grande área que busca construir fundamentos científicos para assuntos como: projeto de computadores, programação, processamento de informações, soluções algorítmicas e processos algorítmicos. Seu objetivo, nesse caso, é prover fundamentos às aplicações de computadores atuais, assim como aplicações futuras.

A presença da CC como a segunda área com maior produção científica sobre a temática “comportamento informacional em mídias sociais” pode ser justificada pela sua relevância no desenvolvimento de tecnologias que influenciam diretamente a forma como as pessoas buscam, acessam e interagem com a informação nesses

ambientes. A computação desempenha um papel essencial na criação de algoritmos de recomendação, sistemas de recuperação da informação, mineração de dados e IA, que são fundamentais para estruturar e analisar grandes volumes de dados gerados nas plataformas digitais. Além disso, a crescente preocupação com a qualidade da informação e a disseminação de desinformação tem impulsionado pesquisas na área, focadas no desenvolvimento de modelos computacionais que auxiliem na verificação de fatos, na identificação de padrões de comportamento informacional, estudo de usuários e na mitigação dos efeitos de viés algorítmico. Dessa forma, a interseção entre a CC e os estudos sobre comportamento informacional não apenas reflete a necessidade de compreender os mecanismos que moldam o fluxo de informações online, mas também destaca a importância de soluções tecnológicas para aprimorar o acesso e a confiabilidade dos dados disponíveis em mídias sociais.

Observou-se que, ao agrupar as áreas relacionadas à saúde, sua representatividade na pesquisa é aumentada. Vale ressaltar, que a área da saúde é de grande relevância quando fala-se em comportamento informacional, visto que muitas das informações que são influenciadas pelo comportamento dos usuários de mídias sociais, estão diretamente ou indiretamente ligadas à área, assim como também muitas das publicações sobre o assunto são de subáreas ligadas a saúde.

Segundo Carvalho (1996), a informática médica é a parte da ciência que engloba o armazenamento e manuseio computacional de dados, informações e conhecimento biomédico, com o objetivo de resolver problemas e apoiar decisões. Deste modo, ela também é responsável pela criação de novas tecnologias computacionais, informatização dos dados e de informações, disponibilização para serviços de saúde, aplicação de novas metodologias, além da implementação da pesquisa biomédica. Para alcançar tais objetivos são utilizadas várias ferramentas e métodos científicos baseados na lógica, estatística, telemedicina e até mesmo IA.

Nesse caso, é importante lembrar, que o comportamento informacional abrange as razões internas e externas do indivíduo, e isso que o leva a buscar e compartilhar informações. As motivações internas estão ligadas aos interesses pessoais, as necessidades de conhecimento e a satisfação intelectual própria. Enquanto as motivações externas abrangem as influências sociais e recompensas superficiais que podem influenciar nas escolhas informacionais das pessoas. Sendo assim, é possível que essas razões possam influenciar tanto na disseminação

quanto na aceitação de informações enganosas, já que esses indivíduos ficam mais propensos a compartilhar informações que estejam de acordo com as suas crenças preexistentes, mesmo que seja uma informação falsa (Suedde *et al.*, 2023).

A forma como as pessoas interagem com a informação nas mídias sociais não ocorre de maneira neutra. Os algoritmos dessas plataformas desempenham um papel ativo na mediação do acesso à informação, priorizando conteúdos que geram maior engajamento e mantendo os usuários imersos em um fluxo contínuo de publicações alinhadas às suas preferências e comportamentos passados. Esse mecanismo contribui diretamente para a formação das chamadas bolhas de filtro, nas quais os indivíduos recebem predominantemente informações compatíveis com seus interesses e crenças preexistentes, reduzindo o contato com conteúdos que poderiam oferecer perspectivas alternativas.

Esse fenômeno, já discutido anteriormente, se intensifica com a criação das câmaras de eco, onde a repetição contínua de ideias semelhantes reforça convicções pessoais e diminui a disposição para considerar informações divergentes. Como resultado, esses ambientes fechados não apenas limitam a diversidade informacional, mas também favorecem a aceitação acrítica de determinados discursos, aumentando a vulnerabilidade à desinformação. Quando expostos repetidamente a conteúdos enganosos ou polarizados, os indivíduos tendem a reforçar suas crenças sem buscar validação externa, o que potencializa a disseminação de informações falsas nas mídias sociais.

De acordo com Suedde *et al.* (2023), a psicologia desempenha um papel essencial na compreensão do comportamento informacional relacionado à desinformação. Fatores como viés de confirmação, disseminação em massa de teorias da conspiração e a sensação de pertencer a determinados grupos sociais, tem o poder de influenciar fortemente a maneira como as pessoas interagem com informações enganosas ou *fake news*. O crescimento da desinformação é um fenômeno extremamente complexo que está envolto não apenas de fatores políticos e tecnológicos, mas também está bastante ligado a aspectos psicológicos e sociais que influenciam essas pessoas e o entendimento destes aspectos pode auxiliar de forma eficaz na diminuição da disseminação de desinformação.

Esses fenômenos contribuem significativamente para o crescimento da desinformação nas mídias sociais, pois dificultam a circulação de informações diversas e reduzem a capacidade crítica dos indivíduos de avaliar a qualidade da

informação. Assim, a compreensão dessas dinâmicas é essencial para desenvolver estratégias que promovam uma informação mais equilibrada e confiável no ambiente digital.

Nesta perspectiva, como mencionado anteriormente, aparentemente o aumento na produção científica sobre o tema em dado período está diretamente ou indiretamente relacionado à pandemia da Covid-19, visto que devido a esta circunstância, as pessoas precisaram ficar mais dentro de casa, seja trabalhando, estudando ou passando o tempo em suas mídias sociais, por isso é provável que tenha sido enxergada uma maior necessidade de pesquisas em torno do comportamento informacional nas mídias sociais.

De acordo com Rossoni (2020), a gravidade desta situação não levou apenas às ciências médicas e biológicas a dar grande atenção ao seu combate, mas também acabou exigindo que as demais áreas, inclusive aquelas vinculadas às ciências sociais, refletissem sobre as consequências dessa ameaça. Da mesma forma, os estudos organizacionais e a área de negócios, ainda estão avaliando quais os possíveis impactos dessa desaceleração repentina na atividade econômica e na mudança da dinâmica de interação entre as pessoas.

Vale ressaltar que a comunicação também é uma área muito importante para o tema comportamento informacional em mídias sociais, apesar de não ter tantas publicações na base, pois as mídias sociais estão diretamente ligadas à comunicação.

Para Maximo (2016), a comunicação é uma área mediadora de sentidos que proporciona a abertura de espaços para o diálogo, acabando com a detenção das falas. Através dela, é possível construir confiança, estabelecer vínculos significativos e reconstruir as percepções do indivíduo, tanto no cenário social, quanto no empresarial. O diálogo estabelecido com base na comunicação é responsável por possíveis mudanças de comportamento, por gerar reflexão pessoal, fazendo com que a pessoa enxergue as necessidades relacionadas às emoções e ao afeto.

Diante desse panorama, percebe-se que o estudo do comportamento informacional em mídias sociais não pode ser restrito a uma única área do conhecimento, pois envolve questões tecnológicas, psicológicas, comunicacionais e até mesmo de saúde pública. A interdisciplinaridade evidenciada nos dados reforça a complexidade do fenômeno e a necessidade de abordagens múltiplas para

compreender os impactos das bolhas de filtro e das câmaras de eco na disseminação da informação.

Desta feita, a crescente produção científica sobre o tema demonstra uma preocupação global em investigar como os processos informacionais influenciam a sociedade, especialmente em momentos críticos, como a pandemia da Covid-19. Assim, torna-se cada vez mais necessário o desenvolvimento de estratégias que favoreçam um ambiente digital mais transparente, crítico e confiável, capaz de mitigar os efeitos da desinformação e fomentar a circulação de conteúdos diversos e de qualidade.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como objetivo analisar a temática “comportamento informacional dos usuários em mídias sociais”, a partir de uma perspectiva bibliométrica, utilizando dados da base WoS. Pode-se considerar que o objetivo foi alcançado, uma vez que foi possível coletar os dados necessários para realizar a análise proposta. Por outro lado, esperava-se encontrar uma quantidade mais expressiva de trabalhos publicados sobre o tema, considerando sua relevância e o impacto que pode gerar em diferentes contextos.

Apesar disso, a análise realizada permitiu identificar um crescimento consistente na produção científica sobre comportamento informacional em mídias sociais ao longo dos anos. Em especial, a partir de 2020, observou-se que a produção triplicou em relação ao ano anterior (2019). Esse salto expressivo representa um acréscimo de 33 publicações em números absolutos e indica uma intensificação do interesse científico pelo tema.

Considerando o contexto, é possível que a pandemia da Covid-19 tenha sido um fator determinante para esse crescimento, uma vez que, com o confinamento e as medidas de *lockdown*, as mídias sociais tornaram-se ferramentas essenciais para a comunicação. Esse cenário resultou em um aumento significativo no volume de informações circulando nessas plataformas, incluindo a disseminação de *fake news* e desinformação, o que intensificou a necessidade de estudos voltados ao comportamento informacional dos usuários.

Quanto às limitações e dificuldades enfrentadas, é importante destacar que o estudo foi realizado com base nos dados de uma única plataforma — a WoS. Além disso, foram identificadas instabilidades pontuais no acesso à base, o que restringiu o trabalho de coleta de dados via *home office*, demandando que as atividades fossem realizadas na Universidade, mesmo com a possibilidade do acesso CAFe, o que deve ser reportado adiante à Superintendência de Tecnologia da Informação (STI) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).

Também vale mencionar que o ano de 2025 não pôde ser analisado em sua totalidade, visto que os dados foram coletados ainda em fevereiro deste ano. Por se tratar de uma temática ampla e de alta complexidade terminológica, é possível que alguns termos não tenham sido contemplados na busca, apesar de ter sido realizado um esforço intenso para que isto não ocorresse.

Como sugestão para estudos futuros, recomenda-se a realização de análises que relacionem o comportamento informacional à qualidade da informação, considerando os processos de busca, uso e compartilhamento por usuários de mídias sociais. Além disso, estudos bibliométricos com escopo ampliado — incorporando uma gama maior de termos correlatos — podem contribuir para uma compreensão mais abrangente sobre o comportamento informacional nesse ambiente digital. Ademais, sugere-se que a produção indexada a outras bases de dados seja perfilada, tendo em vista que a WoS foca apenas em registros de documentos internacionalizados e de grande impacto.

REFERÊNCIAS

- ABEL, M.; FIORINI, S. R. Uma revisão da engenharia do conhecimento: Evolução, paradigmas e aplicações. **International Journal of Knowledge Engineering and Management**, v. 2, n. 2, p. 1-35, 2013. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ijkem/article/view/81475/46166>. Acesso em: 19 mar. 2025.
- ALMEIDA, A. L. D. *et al.* **Modelo matemático apoiado por um algoritmo genético para classificação de fake news na web**. In: Encontro Nacional de Computação dos Institutos Federais (ENCompIF). SBC, 2021. p. 17-20. Disponível em: <https://sol.sbc.org.br/index.php/encompif/article/view/15945/15786>. Acesso em: 20 mar. 2025.
- BOARINI, M.; FERRARI, P. A desinformação é o parasita do século XXI. **Organicom**, v. 17, n. 34, p. 37-47, 2020. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/170549/168689>. Acesso em: 20 mar. 2025.
- BORKO, H. Information Science: what is it? **American Documentation**, v. 19, n.1, p. 3-5, jan. 1968. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/asi.5090190103>. Acesso em: 25 mar. 2025.
- BROOKSHEAR, J. G. **Ciência da Computação: uma visão abrangente**. 5. ed. [S.l.]: Bookman, 2000.
- BUCKINGHAM, D. Cultura digital, educação midiática e o lugar da escolarização. **Educação e realidade**, v. 35, n. 03, p. 37-58, 2010. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/educacaoerealidade/article/view/13077/10270>. Acesso em: 19 mar. 2025.
- BUFREM, L. S.; *et al.*. Produção internacional sobre ciência orientada a dados: análise dos termos data science e e-science na scopus e na web of science. **Informação & Informação**, v. 21, n. 2, 2016. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uell/index.php/informacao/article/view/26543/20114>. Acesso em: 19 fev. 2025.
- CARVALHO, H. S. Aplicações da informática na área médica. **Brasília méd**, p. 127-31, 1996.
- CASE, D. O. Information Behavior. **Annual Review of Information Science and Technology**, v. 40, p. 293-327, 2006.
- CASSEL, L. N. **Interdisciplinary computing is the answer: now, what was the question?** *Acm Inroads*, vol. 2, ed. 1. p. 4-6, 2011.
- CHEN, J. *et al.* Online health information seeking behavior among breast cancer patients and survivors: a scoping review. **BMC Women's Health**, v. 25, n. 1, p. 1, 2025. Disponível em:

<https://bmcwomenshealth.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12905-024-03509-x>. Acesso em: 18 mar. 2025.

CIRIBELI, J. P.; PAIVA, V. H. P. Redes e mídias sociais na internet: realidades e perspectivas de um mundo conectado. **Revista Mediação**, 2011. Disponível em: <https://revista.fumec.br/index.php/mediacao/article/view/509/504>. Acesso em: 15 fev. 2025.

CORRÊA, M. de V.; CAREGNATO, S. E. Desinformação e comportamento informacional nas mídias sociais: a divulgação científica na prevenção ao novo coronavírus. **Informação & Informação**, Londrina, v. 26, n. 1, p. 161-185, jan./mar. 2021. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/41428>. Acesso em: 19 fev. 2025.

COSTA, D. O.; GONÇALVES, E.; GARCIA, R. de C. **Condicionantes Da Colaboração Acadêmica No Sistema Científico Brasileiro**. In: 49º Encontro Nacional de Economia, 2021, On-line. Anais, 2021. Disponível em: https://www.anpec.org.br/encontro/2021/submissao/files_/i9-25e478ac208ddeb708fd70fa5b008a8c.pdf. Acesso em: 20 mar. 2025.

DADACZYNSKI, K. *et al.* Digital health literacy and web-based information-seeking behaviors of university students in Germany during the COVID-19 pandemic: cross-sectional survey study. **Journal of medical Internet research**, v. 23, n. 1, p. e24097, 2021. Disponível em: <https://www.jmir.org/2021/1/e24097/>. Acesso em: 15 fev. 2025.

DAL'EVEDOVE, P. R. *et al.* Estudos sobre análise de assunto no Brasil: estado da arte e perspectivas futuras. **Scire: representación y organización del conocimiento**, p. 35-44, 2018. Disponível em: <https://ibersid.eu/ojs/index.php/scire/article/view/4441/3904>. Acesso em: 25 mar. 2025.

DOYLE, C. S. **Information literacy in an information society**: A concept for the information age. Diane Publishing, 1994.

DUDZIAK, E. A. Information literacy: princípios, filosofia e prática. **Ciência da informação**, v. 32, p. 23-35, 2003. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ci/a/xDBTqDKvmcsvMnmwLWprjmG/?lang=pt&format=html>. Acesso em: 20 mar. 2025.

FRIEMEL, T. N. Social network analysis. **The international encyclopedia of communication research methods**, p. 1-14, 2017. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Thomas-Friemel/publication/315893553_Social_Network_Analysis/links/5a65bf8f0f7e9b6b8fdcabd2/Social-Network-Analysis.pdf?_cf_chl_tk=EmDI0teb.SOnRfdWRCrfU5LhIxQRTrLHdERogIAszMM-1743102780-1.0.1.1-YdzQdErOfLg2Wesen2S8VpEC.MhXemQq8SEUJyjbTA. Acesso em: 15 fev. 2025.

GARCIA, D. C. F. *et al.* A Relevância do Título, do Resumo e de Palavras-chave

para a Escrita de Artigos Científicos. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 23, n. 3, p. 1-9, 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rac/a/KT6TxzgMBQ7WqZWTfrHKkhM/>. Acesso em: 20 mar. 2025.

GASQUE, K. C. G. D.; COSTA, S. M. de S.. Evolução teórico-metodológica dos estudos de comportamento informacional de usuários. **Ciência da Informação**, v. 39, p. 21-32, 2010. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ci/a/wzMJ66VNkZZxxKxnk7G3ktm/?lang=pt>. Acesso em: 25 fev. 2025.

GOLLOP, C. J. Health information-seeking behavior and older African American women. **Bulletin of the Medical Library Association**, v. 85, n. 2, p. 141, 1997.

GREENE, J. A. *et al.* Online social networking by patients with diabetes: a qualitative evaluation of communication with Facebook. **Journal of general internal medicine**, v. 26, p. 287-292, 2011. Disponível em: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC3043192/>. Acesso em: 20 fev. 2025.

JIA, X.; PANG, Y.; LIU, L. S.. Online health information seeking behavior: a systematic review. In: **Healthcare**. MDPI, 2021. p. 1740. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2227-9032/9/12/1740>. Acesso em: 15 fev. 2025.

KAPLAN, A. M.; HAENLEIN, M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. **Business Horizons**, v. 53, n. 1, p. 59-68, 2010. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0007681309001232?via%3Dihub>. Acesso em: 20 fev. 2025.

KELEHER, H.; HAGGER, V. Health literacy in primary health care. **Australian journal of primary health**, v. 13, n. 2, p. 24-30, 2007.

LAHLOU, S. Difusão das representações e inteligência coletiva distribuída. **Teoria das representações sociais**, v. 50, p. 59-97, 2011. Disponível em: <http://www.technopolitik.com.br/files/TRS%2050%20anos2aEdAbr17PDFsRp.pdf#page=79>. Acesso em: 15 mar. 2025.

LOTTO, M. *et al.* Characterization of false or misleading fluoride content on Instagram: infodemiology study. **Journal of Medical Internet Research**, v. 24, n. 5, p. e37519, 2022. Disponível em: <https://www.jmir.org/2022/5/e37519/>. Acesso em: 20 mar. 2025.

MANABE, V. M. M. L. **O comportamento informacional de pacientes odontológicos**. 2015. 89f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2015. Disponível em: <https://repositorio.uel.br/bitstreams/bafc1558-00f3-46c2-849e-fa46519fa8bd/download>. Acesso em: 15 mar. 2025.

MARTÍNEZ-SILVEIRA, M.; ODDONE, N. Necessidades e comportamento informacional: conceituação e modelos. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 36, n. 2,

p. 65-74, ago. 2007. Disponível em:
<https://www.scielo.br/j/ci/a/KrG78hPcXjDbCyKLHWMcKNP/>. Acesso em: 16 fev. 2025.

MATTA, R. O. B. Modelo de comportamento informacional de usuários: uma abordagem teórica. **Gestão, mediação e uso da informação**, p. 127-142, 2010. Disponível em: <https://books.scielo.org/id/j4gkh/pdf/valentim-9788579831171-07.pdf>. Acesso em: 15 fev. 2025.

MAXIMO, C. A comunicação interna eficiente e de caráter apreciativo nas organizações. **Comunicação com Líderes e Empregados**—Artigos de alunos e convidados da Pós-Graduação em Comunicação Corporativa e Relações Públicas da Faculdade Cásper Líbero. Editora In House, p. 27-34, 2016. Disponível em: https://static.casperlibero.edu.br/uploads/2016/09/Artigo-Ebook_A-comunica%C3%A7%C3%A3o-interna-eficiente-e-de-car%C3%A1ter-apreciativo-nas-organiza%C3%A7%C3%B5es_Carolina-Maximo.pdf. Acesso em: 20 mar. 2025.

MORAES, M.; CARELLI, A. E.. A interdisciplinaridade na Ciência da Informação pela perspectiva da análise de citações. **Em Questão**, p. 137-160, 2016. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/56296/36967>. Acesso em: 15 mar. 2025.

NAGUMO, E.; TELES, L. F.; SILVA, L. de A.. Educação e desinformação: letramento midiático, ciência e diálogo. **ETD Educação Temática Digital**, v. 24, n. 1, p. 220-237, 2022. Disponível em:
http://educa.fcc.org.br/scielo.php?pid=S1676-25922022000100220&script=sci_arttext. Acesso em: 20 mar. 2025.

PARISER, E. **The filter bubble**: What the internet is hiding from you. Nova York: Penguin Press, 2011.

PETTIGREW, K. E.; FIDEL, R.; BRUCE, H. Conceptual frameworks in information behavior. **Annual Review of Information Science and Technology**, v. 35, p. 43-78, 2001. Disponível em:
<https://faculty.washington.edu/fidelr/RayaPubs/ConceptualFrameworks.pdf>. Acesso em: 17 fev. 2025.

PINTO, A. L.; FAUSTO, S. Revistas Internacionais para a área de Ciência da Informação: outra visão além do sistema Qualis/Capes. **Informação & Informação**, v. 17, n. 3, p. 23-48, 2012. Disponível em:
<https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/8895/pdf>. Acesso em: 19 fev. 2025.

PONTES JUNIOR, J.; TÁLAMO, M. de F. G. M. Alfabetização digital: proposição de parâmetros metodológicos em competência informacional. **Informação & Sociedade**, v. 19, n. 2, 2009. Disponível em:
<https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/2990/3037>. Acesso em: 16 fev. 2025.

RAINBOLT, G. *et al.* Pensamento crítico. **Fundamento**, n. 1, 2010. Disponível em:

<https://periodicos.ufop.br/fundamento/article/download/2231/1688>. Acesso em: 19 fev. 2025.

ROSSONI, L. COVID-19, Organizações, trabalho em casa e produção científica. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, v. 19, n. 2, p. 158-168, 2020.

Disponível em:

<https://periodicosibepes.org.br/index.php/recadm/article/viewFile/3256/1099>. Acesso em: 20 mar. 2025.

SANTA ANNA, J. Aspectos epistemológicos da ciência da informação e o comportamento informacional : diálogos com Borko, Le Coadic e Saracevic. **RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, SP, v. 16, n. 2, p. 344–364, 2018. DOI: 10.20396/rdbci.v16i2.8649807. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rdbci/article/view/8649807>. Acesso em: 20 mar. 2025.

SONNENWALD, D. H.; IVONEN, M. An integrated human information behavior research framework for information studies. **Library & information Science research**, v. 21, n. 4, p. 429-457, 1999.

SUEDDE, S. de S. F. *et al.* Implicações da pós-verdade no comportamento informacional e em informações de saúde. **Revista Fontes Documentais**, v. 6, n. Ed. Especial, p. 25-50, 2023. Disponível em:

<https://periodicos.ufba.br/index.php/RFD/article/view/60701/32293>. Acesso em: 25 mar. 2025.

SUNSTEIN, C. As mídias sociais são boas ou ruins para a democracia. **Revista Internacional de Direitos Humanos**, v. 15, n. 27, p. 85-92, 2018. Disponível em: <https://sur.conectas.org/wp-content/uploads/2018/07/sur-27-portugues-cass-sunstein.pdf>. Acesso em: 19 fev. 2025.

VAN ECK, N.; WALTMAN, L. Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. **Scientometrics**, v. 84, n. 2, p. 523-538, 2010.

WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. **Council of Europe Report**, 2017.

Disponível em:

<https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>(<https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>). Acesso em: 19 fev. 2025.

WILSON, T. D. 2016, Croatia. **A general theory of human information behaviour**. Zadar: Proceedings Of Isic: The Information Behaviour Conference, 2016.

Disponível em: <https://informationr.net/ir/21-4/isic/isic1601.html>. Acesso em: 19 fev. 2025.

WILSON, T. D. Human information behavior. **Informing Science**, v. 3, n. 2, p. 49-55, 2000. Disponível em: <http://inform.nu/Articles/Vol3/v3n2p49-56.pdf>. Acesso em: 25 mar. 2025.

ZHANG, M. Social network analysis: History, concepts, and research. **Handbook of social network technologies and applications**, p. 3-21, 2010.

ZHAO, J. *et al.* Complex networks theory for analyzing metabolic networks. **Chinese Science Bulletin**, v. 51, p. 1529-1537, 2006.