



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

RAPHAEL HENRIQUE DE CARVALHO MONTEIRO

**PRÁTICAS INFORMACIONAIS NO METAVERSO: um estudo sob a ótica dos
usuários**

Recife

2025

RAPHAEL HENRIQUE DE CARVALHO MONTEIRO

**PRÁTICAS INFORMACIONAIS NO METAVERSO: um estudo sob a ótica dos
usuários**

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

Orientador: Prof. Dr. Antonio de Souza Silva Júnior

**Recife
2025**

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

Monteiro, Raphael Henrique de Carvalho.

Práticas informacionais no metaverso: um estudo sob a ótica dos usuários /
Raphael Henrique de Carvalho Monteiro. - Recife, 2025.
97 : il., tab.

Orientador(a): Antonio de Souza Silva Júnior

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

Inclui referências, apêndices, anexos.

1. metaverso. 2. práticas informacionais. 3. comunidades virtuais. 4.
comportamento informacional. 5. gestão da informação. I. Silva Júnior, Antonio
de Souza . (Orientação). II. Título.

020 CDD (22.ed.)



Serviço Público Federal

Universidade Federal de Pernambuco Centro de Artes e Comunicação

Departamento de Ciência da Informação

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO
FOLHA DE APROVAÇÃO**

PRÁTICAS INFORMACIONAIS NO METAVERSO: um estudo sob a ótica dos usuários

(Título do TCC)

Raphael Henrique de Carvalho Monteiro
(Autor)

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 11 de dezembro de 2025

Banca Examinadora:

Prof. Antônio de Souza Silva Júnior - Orientador(a)
Universidade Federal de Pernambuco - DCI

Profa. Sandra de Albuquerque Siebra – Examinador(a) 1
Universidade Federal de Pernambuco - DCI

Allycia Marya Dias de Lima - Examinador(a) 2
Universidade Federal de Pernambuco

AGRADECIMENTOS

Dedico este trabalho às pessoas importantes da minha vida, que foram essenciais em toda a minha trajetória. Pessoas que me ajudaram a ser um homem melhor, que me educaram da melhor forma possível e me fizeram chegar até aqui. Sem vocês, eu não seria nada.

Em primeiro lugar, agradeço a Deus. Rendo graças à Ele por me sustentar durante esse processo, me dando forças para permanecer e me dedicar com excelência ao curso, por colocar amigos que tornaram essa experiência leve e prazerosa. Mesmo diante das circunstâncias, em todo o momento houve o sustento que veio do Céu. Quando orei para estar exatamente neste lugar, Ele agiu prontamente em meu favor e me deu algo maior do que imaginei! Louvado seja o nome do Senhor.

Às mulheres que foram fundamentais para o meu crescimento, para o meu processo de amadurecimento, na formação do meu caráter: Edjane, minha mãe, e Nilzete, minha avó. Vocês são, e sempre serão, as guerreiras da minha vida. Em vocês vi o amor em forma de sacrifício, presenciei lutas dolorosas travadas, mas que tinham meu futuro como propósito maior. Serei grato até o meu último dia de vida, as levarei por onde for.

Aos homens que foram e ainda são minha inspiração, Francisco Júnior, meu pai; Waldeci, meu falecido avô; Djalma e Daniel, meus tios. Obrigado por terem sido os melhores exemplos que eu poderia ter! Dos primeiros passos às conversas mais profundas, devo isso a todos. Foi de cada um que surgiu a minha essência e uma parte daquilo que me tornei.

À minha esposa Jéssica, o melhor de mim e tudo o que eu sou te dedico! Você é a minha inspiração de todos os dias, a garra e a força de vontade para persistir. Diariamente, desde o dia em que te conheci, suas palavras são a coragem que eu precisava para vencer meus medos e correr atrás dos meus objetivos. E hoje, estou desfrutando das minhas conquistas com você.

À minha irmã Yasmin, saiba que esta conquista também é sua. Tudo o que alcanço reflete a nossa história. Sempre esteve ao meu lado, nos momentos mais importantes da minha vida, compartilhei contigo momentos únicos. Crescemos, amadurecemos e hoje somos adultos responsáveis graças a nossa família! Mesmo com o passar do tempo, você sempre será a pessoa pelo qual darei o meu melhor para ser um exemplo.

À minha prima Sophia, que está crescendo e se desenvolvendo como ser humano. Desejo deixar para você um exemplo de capacidade e superação, mostrando que é possível nos

tornarmos pessoas melhores mesmo quando nem tudo é favorável. Tenho certeza de que você será alguém maior e melhor do que eu, é isso que peço a Deus e desejo todos os dias da minha vida. Que, mesmo em meio às minhas falhas, eu possa ser um exemplo para você.

Gratidão ao meu professor Antonio. O cara da minha graduação, sempre acessível e disponível para qualquer tipo de ajuda. Depositou toda a confiança em mim durante o desenvolvimento do trabalho, me deixando confortável para seguir rumo ao objetivo final. O senhor é inesquecível e o levarei para minha vida.

Aos meus amigos, que tornaram essa graduação uma experiência única. Do período remoto ao presencial, foram os melhores momentos que eu poderia ter. Os trabalhos, apresentações, noites na call conversando sobre o futuro e como as coisas iriam se construir. Vocês foram excepcionais nesse processo e a amizade de vocês é inegociável.

Obrigado a todos!

RESUMO

O metaverso tem se consolidado como um ambiente digital imersivo que integra elementos do mundo real e virtual, transformando as formas de interação, sociabilidade e produção de informação. Compreender como os usuários buscam, compartilham e utilizam informações torna-se fundamental para analisar as dinâmicas informacionais que emergem nesses espaços. Neste contexto, este trabalho tem como objetivo investigar as práticas informacionais da comunidade brasileira que participa de ambientes associados ao metaverso, considerando seus comportamentos, necessidades e modos de circulação da informação. A pesquisa, de natureza quantitativa e caráter exploratório, utilizou um questionário estruturado aplicado em plataformas como Instagram, WhatsApp e Discord, alcançando indivíduos com diferentes níveis de familiaridade com ambientes virtuais. A fundamentação teórica baseia-se em autores da Ciência da Informação, como Savolainen, Wilson e Dervin, permitindo relacionar práticas informacionais a aspectos sociais, culturais e tecnológicos que moldam o comportamento dos usuários. Os resultados evidenciam que as práticas informacionais no metaverso são influenciadas pela participação comunitária, pelo caráter colaborativo das interações e pela construção coletiva de conhecimento, reforçando o papel da Gestão da Informação na mediação dessas experiências. Observou-se também que o uso de ambientes virtuais amplia as formas de aprendizagem, comunicação e compartilhamento de conteúdo, ao mesmo tempo em que apresenta desafios relacionados à organização, confiabilidade e clareza das informações. Assim, o estudo contribui para a compreensão do papel da informação na integração entre o mundo real e o digital, destacando a relevância de práticas informacionais estruturadas para aprimorar a experiência dos usuários em ambientes imersivos.

Palavras-chave: metaverso; práticas informacionais; comunidades virtuais; comportamento informacional; gestão da informação.

ABSTRACT

The metaverse has emerged as an immersive digital environment that integrates elements of both the physical and virtual worlds, transforming the ways in which individuals interact, socialize, and produce information. In this context, understanding how users seek, share, and use information is essential for analyzing the informational dynamics that arise within these spaces. This study aims to investigate the informational practices of the Brazilian community that participates in metaverse-related environments, considering their behaviors, needs, and modes of information circulation. This quantitative and exploratory research employed a structured questionnaire distributed through platforms such as Instagram, WhatsApp, and Discord, reaching individuals with varying levels of familiarity with virtual environments. The theoretical framework is grounded in Information Science authors such as Savolainen, Wilson, and Dervin, enabling the relationship between informational practices and the social, cultural, and technological factors that shape user behavior. The findings indicate that informational practices in the metaverse are influenced by community participation, collaborative interactions, and the collective construction of knowledge, reinforcing the role of Information Management in mediating these experiences. The study also shows that virtual environments expand opportunities for learning, communication, and content sharing, while simultaneously presenting challenges related to organization, reliability, and clarity of information. Thus, this research contributes to a broader understanding of the role of information in integrating real and virtual experiences, highlighting the relevance of structured informational practices in enhancing user engagement in immersive environments.

Keywords: metaverse; informational practices; virtual communities; information behavior; information management.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Os diferentes tipos de interatividade	21
Quadro 2 – Manifestações sobre o conceito de Informação na CI	33
Quadro 3 – Perguntas baseadas nas práticas informacionais	48
Quadro 4 – Modelos de práticas informacionais adaptado de Savolainen (1995, 2008, 2017) para comunidades imersivas no metaverso	49
Quadro 5 – Variáveis sobre o metaverso, as práticas informacionais e o papel da GI na integração entre o mundo real e virtual	51
Quadro 6 – Questionário: Variáveis independentes	76

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 –	Evento Astronomical de Travis Scott no Fortnite	23
Figura 2 –	Agência virtual do Banco do Brasil no servidor de GTA RolePlay	24
Figura 3 –	Representação visual do Roblox no metaverso segundo a Internet Matters	25
Figura 4 –	Referências de busca de informações no cotidiano	28
Figura 5 –	Modelo bidimensional de práticas informacionais de McKenzie	30
Figura 6 –	O processo de gerenciamento da informação	36
Figura 7 –	Pontos de atenção no uso de jogos digitais segundo o Guia de Uso de Telas para Crianças e Adolescentes	43
Gráfico 1 –	Qual a sua idade?	54
Gráfico 2 –	Qual o seu nível de familiaridade com redes sociais e/ou ambientes virtuais (metaverso)?	55
Gráfico 3 –	Você participa de algum ambiente virtual considerado parte do metaverso? (Jogos ou ferramentas que incentivam a interação com outros usuários)	56
Gráfico 4 –	Em média, quantas horas por semana você passa nesses ambientes?	57
Gráfico 5 –	Você busca informações antes de participar de atividades nos ambientes virtuais	58
Gráfico 6 –	Com que frequência você compartilha dicas, experiências e aprendizados no metaverso com outras pessoas?	59
Gráfico 7 –	Você considera que conversar com outras pessoas dentro do metaverso influencia suas decisões ou aprendizados?	60
Gráfico 8 –	Você já mudou seu comportamento ou decisões dentro do metaverso com base em algo aprendido em vídeo, rede social ou conversa?	61
Gráfico 9 –	Onde você costuma buscar informações sobre metaverso e/ou assuntos relacionados?	62
Gráfico 10 –	O que te motiva a buscar essas informações?	63
Gráfico 11 –	Como você participa das comunidades dentro do metaverso ou em torno dele?	64
Gráfico 12 –	Como o conhecimento é compartilhado nessas comunidades?	65

Gráfico 13 –	Você sente que sua forma de buscar e usar informações evoluiu conforme passou mais tempo no metaverso?	67
Gráfico 14 –	Você se preocupa com a clareza e organização das informações que compartilha ou encontra nas comunidades virtuais?	68
Gráfico 15 –	Você sente que sua opinião é considerada nas discussões dentro das comunidades do metaverso?	69
Gráfico 16 –	Você utiliza suas habilidades (técnicas, comunicativas, criativas) para ajudar outras pessoas nesses ambientes?	70
Gráfico 17 –	Gráfico de Linearidade – Dispersão	76
Gráfico 18 –	Distribuição da Normalidade – Histograma	77
Gráfico 19 –	Gráfico de Resíduos	78

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ALA	American Library Association
CI	Ciência da Informação
COVID19	Coronavirus Disease 2019
GC	Gestão do Conhecimento
GI	Gestão da Informação
GIC	Gestão da Informação e do Conhecimento
GTA RP	Grand Theft Auto RolePlay
INCT	Institutos Nacionais de Ciência e Tecnologia
MANA	Decentraland
NFT	Non-Fungible Token
SAND	Sandbox
SOL	Solana
TIC	Tecnologias da Informação e Comunicação
UFF	Universidade Federal Fluminense
VR	Virtual Reality

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	REFERENCIAL TEÓRICO	16
2.1	O QUE É O METAVERSO?	16
2.1.1	O metaverso	18
2.1.2	Composição do metaverso	20
2.1.3	Fortnite	23
2.1.4	GTA RolePlay	24
2.1.5	O papel do Roblox do metaverso	25
2.2	GESTÃO DA INFORMAÇÃO X COMUNICAÇÃO SOCIAL	26
2.3	PRÁTICAS INFORMACIONAIS	27
2.3.1	Desinformação e tomada de decisão	31
2.3.2	O papel da Gestão da Informação	34
2.4	A BUSCA INFORMACIONAL DA COMUNIDADE BRASILEIRA NO METAVERSO	37
2.4.1	Práticas informacionais em ambientes virtuais	38
3	JOGOS DIGITAIS COMO ECOSISTEMAS INFORMACIONAIS	40
3.1	VULNERABILIDADES INFORMACIONAIS E SEGURANÇA EM AMBIENTES DE JOGOS DIGITAIS	41
4	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	44
5	ANÁLISE DOS DADOS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	53
5.1	FREQUÊNCIA DE UTILIZAÇÃO DAS PRÁTICAS INFORMACIONAIS	54
5.2	REGRESSÃO LINEAR MÚLTIPLA	72
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	83
	REFERÊNCIAS	88
	APÊNDICE A	92

1 INTRODUÇÃO

O avanço das tecnologias digitais tem ampliado significativamente as formas de interação humana, permitindo a criação de espaços imersivos nos quais os sujeitos podem conviver, trabalhar, aprender e construir relações. Nesse cenário, o metaverso surge como uma extensão híbrida do mundo físico, configurando-se como um ambiente virtual tridimensional no qual usuários interagem entre si e com conteúdos digitais de maneira cada vez mais integrada.

Segundo Kenski (2021), o metaverso constitui um “ecossistema participativo que expande as possibilidades de comunicação, colaboração e criação”, redefinindo a maneira como a informação circula nos meios digitais. Essa expansão tem despertado o interesse de diversas áreas do conhecimento, especialmente da Ciência da Informação, que se volta para compreender como os sujeitos constroem e mobilizam informação nesses contextos.

Durante o desenvolvimento desta pesquisa, identificou-se no estudo de Marques e Batista (2022) uma análise que dialoga diretamente com a proposta deste trabalho, ao discutir o papel das práticas informacionais dentro de ambientes digitais imersivos, como o metaverso. Os autores enfatizam que “a gestão da informação é essencial para a construção de espaços virtuais que favoreçam a circulação e o uso significativo da informação” (Marques; Batista, 2022, p. 15), reforçando que esses ambientes exigem processos informacionais organizados, acessíveis e capazes de promover experiências colaborativas. Tal perspectiva evidencia a pertinência do tema e destaca a contribuição da gestão da informação para a estruturação de interações mais eficientes nesses ecossistemas digitais.

A compreensão das práticas informacionais nesses ambientes pode ser enriquecida quando observada a partir de perspectivas teóricas que consideram o comportamento informacional como resultado de fatores sociais, culturais e tecnológicos. Nesse sentido, Savolainen (2017) ressalta que as práticas informacionais são moldadas pelos valores, normas e rotinas das comunidades em que os sujeitos se inserem, sendo influenciadas tanto pelas condições tecnológicas disponíveis quanto pelas dinâmicas coletivas de compartilhamento de sentido. Essa abordagem ajuda a entender por que o metaverso, com suas interações multilaterais e sua estrutura altamente participativa, se torna um campo fértil para investigar como os indivíduos buscam, compartilham e utilizam informações em situações cotidianas.

Além das referências acadêmicas, realizei também buscas em blogs, sites especializados e portais de notícias, utilizando palavras-chave como “metaverso”, “gestão da informação”, “práticas informacionais”, “comunidades virtuais” e “jogos online”. Essa etapa foi essencial para compreender como essas interações acontecem no cotidiano dos usuários e de que maneira esses ambientes digitais têm se mostrado socialmente expressivos, oferecendo espaços de apoio, aprendizagem informal, criação de conteúdo e construção de comunidades. Tais observações reforçam a importância de investigar as práticas informacionais emergentes nesses contextos, considerando que a informação circula de modo fluido e colaborativo, muitas vezes transformando comportamentos e influenciando processos decisórios.

Diante desse panorama, este trabalho tem como objetivo geral investigar as práticas informacionais utilizadas pela comunidade brasileira no ambiente virtual do metaverso, buscando compreender como essas práticas se manifestam e de que forma contribuem para a integração entre o mundo real e o digital. Para isso, propõe-se investigar a frequência de utilização dessas práticas, identificar aquelas consideradas mais significativas pelos usuários e analisar como as formas de busca e uso da informação impactam as práticas informacionais em ambientes imersivos, além de discutir as novas dinâmicas de comunicação e aprendizagem emergentes no metaverso a partir dessas práticas.

A pesquisa analisa, ainda, as dinâmicas de busca, uso, compartilhamento e organização da informação, considerando os aspectos sociais que permeiam as interações dos usuários, com o intuito de contribuir para uma compreensão mais ampla do papel da informação em contextos digitais imersivos e para o fortalecimento da área de Gestão da Informação no estudo de fenômenos digitais contemporâneos.

A discussão sobre o metaverso também se relaciona com o crescente interesse por ambientes colaborativos e descentralizados, que permitem que os indivíduos assumam papéis múltiplos, como produtores, consumidores e mediadores da informação. De acordo com Jenkins (2009), os ambientes digitais contemporâneos têm favorecido uma cultura participativa, na qual os sujeitos não apenas recebem conteúdos, mas contribuem ativamente para sua construção. Essa perspectiva dialoga com o metaverso ao mostrar que as plataformas imersivas ampliam as possibilidades de interação e tornam a informação um elemento dinâmico, compartilhado e constantemente ressignificado pelos usuários.

Sob outra perspectiva, autores como Wilson (2017) destacam que o comportamento informacional emerge de necessidades específicas, sendo influenciado por motivações pessoais, barreiras tecnológicas e pelo contexto social de uso. No metaverso, essas motivações se transformam conforme os usuários constroem vínculos, participam de comunidades e realizam atividades que envolvem colaboração, aprendizagem e entretenimento. Assim, a investigação das práticas informacionais nesses espaços possibilita compreender não apenas o que os usuários fazem, mas por que fazem, contribuindo para uma análise mais aprofundada das experiências e relações estabelecidas nesses ambientes digitais.

Além disso, a própria estrutura do metaverso, marcada pela imersão, pela interatividade e pela simulação de presença, apresenta novos desafios para a Gestão da Informação. Segundo Davenport (1998), gerir informação implica organizar, contextualizar e tornar acessíveis os dados necessários para apoiar processos decisórios. Em ambientes imersivos, essa gestão precisa considerar características como velocidade das interações, diversidade de conteúdos e multiplicidade de formatos informacionais presentes nessas plataformas. Dessa forma, investigar como as práticas informacionais acontecem no metaverso permite refletir sobre novos métodos e estratégias de organização e mediação da informação que vão além dos ambientes tradicionais.

Outro ponto relevante refere-se à construção de comunidades virtuais e ao sentimento de pertencimento, elementos frequentemente mencionados em estudos sobre sociabilidade digital. Rheingold (1993) argumenta que comunidades mediadas por tecnologias emergem quando as pessoas passam a interagir de forma recorrente, criando laços, normas e práticas coletivas. No metaverso, essas comunidades assumem forma ainda mais orgânica, já que a presença virtual, os avatares e os espaços compartilhados reforçam a sensação de convivência. Assim, compreender como a informação circula nesses grupos contribui para identificar como se formam redes de apoio, como se constroem saberes coletivos e como a colaboração se manifesta.

Por fim, é importante destacar que o crescimento dos ambientes imersivos tem atraído não apenas usuários comuns, mas também empresas, instituições educacionais e organizações que buscam compreender como o metaverso pode ser utilizado para comunicação, aprendizagem, capacitação e interação social. Esse movimento reforça a relevância acadêmica do tema, pois amplia as possibilidades de uso da informação e exige

que novos estudos investiguem como esses espaços podem ser melhor estruturados para garantir acessibilidade, clareza, confiabilidade e ética informacional. Assim, este trabalho se insere em um campo emergente e necessário, contribuindo para lançar luz sobre as experiências dos usuários e sobre o papel da Gestão da Informação na mediação dessas práticas.

Ao pesquisar sobre a temática relacionada ao metaverso, observa-se um campo em expansão para a pesquisa (Kunnathu, 2020). Entretanto, percebi que ainda existem poucos estudos relacionados a metaverso que abordam os fenômenos dessa tecnologia com poderes de transformação e submersão imensos. A crescente digitalização das relações sociais e culturais promove transformações com grande significado, influenciando na forma como os indivíduos interagem com a informação. Nesse contexto, o metaverso surge como um ambiente virtual imersivo e tridimensional que expande as fronteiras entre o mundo real e o virtual, ocasionando em novos espaços de socialização, trabalho, consumo e aprendizagem. Diante dessa realidade, há uma urgência para compreender como se estruturam as práticas informacionais nesses ambientes, que ao serem “unificados”, podem se tornar híbridos, principalmente quando consideramos os desafios relacionados ao acesso, organização e uso da informação.

Neste cenário, a Gestão da Informação desempenha um papel estratégico ao buscar otimizar os fluxos informacionais, garantindo que as informações circulem de maneira eficaz, segura e contextualizada entre os mundos físico e virtual. Investigar essa integração é fundamental para compreender como os sujeitos informacionais constroem sentido, tomam decisões e se posicionam nesses espaços de interação, que muitas vezes sofrem com carência de referências e de certas competências informacionais. Segundo Savolainen (2008), as práticas informacionais estão diretamente relacionadas às rotinas e contextos nos quais os sujeitos buscam e utilizam informações para orientar suas ações. No metaverso, essas práticas se reconfiguram, exigindo dos usuários competências específicas para lidar com a sobrecarga de dados, a desinformação e a fluidez dos ambientes virtuais.

Além disso, a escassez de estudos acadêmicos que abordem o metaverso sob a ótica da Ciência da Informação ressalta a relevância desta pesquisa. Ao investigar como os usuários interagem com a informação dentro desses ambientes virtuais e de que forma os processos da gestão informacional são aplicados nesse contexto, este trabalho busca ampliar o entendimento teórico e metodológico da área. Para além disso, pretende também oferecer

contribuições práticas que possam orientar a atuação de profissionais frente aos desafios e possibilidades apresentados por esses novos espaços digitais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico deste trabalho tem como objetivo fundamentar a análise das práticas informacionais no metaverso, articulando conceitos da Ciência da Informação, da comunicação social e da Gestão da Informação. Inicialmente, discute-se o conceito de metaverso enquanto um ambiente digital imersivo e interconectado, que ultrapassa a dimensão tecnológica e se configura como um espaço de interação social, produção de sentidos e circulação contínua de informações.

Em seguida, são abordadas as práticas informacionais a partir de uma perspectiva sociocultural, compreendendo o sujeito informacional como um agente ativo, cujas formas de buscar, usar e compartilhar informações são influenciadas por fatores sociais, culturais e tecnológicos. Essa discussão dialoga com os estudos sobre comunicação social, ao evidenciar como os fluxos comunicacionais no metaverso impactam processos de aprendizagem, sociabilidade e tomada de decisão, especialmente diante dos desafios relacionados à desinformação.

O papel da Gestão da Informação é então apresentado como elemento na mediação desses processos, contribuindo para a organização, a confiabilidade e o uso estratégico da informação em ambientes digitais imersivos. Por fim, o referencial teórico aproxima essas discussões da realidade empírica ao tratar da busca informacional da comunidade brasileira no metaverso e das práticas informacionais em ambientes virtuais, estabelecendo uma base conceitual integrada que sustenta a análise dos dados e a discussão dos resultados do estudo.

2.1 O QUE É O METAVERSO?

O metaverso pode ser compreendido como um conjunto de ambientes digitais imersivos e interconectados, nos quais usuários interagem entre si e com objetos virtuais por meio de avatares, em experiências que combinam tridimensionalidade, persistência e simulação. Embora seja um conceito recente para o público geral, suas bases não são novas, pois vem sendo construídas a partir de mundos virtuais, jogos online, redes sociais e outras plataformas que já exploravam a presença digital por meio de avatares e simulações (Castranova, 2005; Park; Kim, 2022). Assim, o metaverso não deve ser visto apenas como

uma inovação tecnológica, mas como um espaço onde práticas sociais, comunicacionais e informacionais ganham novas formas e intensidades.

O interesse da Ciência da Informação por esse fenômeno cresce justamente porque o metaverso funciona como um ecossistema informacional vivo. Nele, os sujeitos não apenas acessam informações, mas produzem, transformam, compartilham e reinterpretam conteúdos o tempo todo. Interações acontecem por texto, voz, gestos, imagens e recursos tridimensionais, o que amplia o modo como as pessoas constroem sentidos e aprendem em ambientes digitais. Esse conjunto de processos torna o metaverso um espaço privilegiado para observar práticas informacionais em movimento, especialmente quando envolvem colaboração, tomada de decisão e construção coletiva do conhecimento.

Outro aspecto importante é a característica de cocriação, muito presente nesses ambientes. Usuários participam da criação de cenários, objetos, eventos e até de normas de convivência. Essa dinâmica reforça a ideia de comunidade e favorece o desenvolvimento de repertórios próprios de cada grupo, como linguagens, valores e modos de solucionar problemas. Do ponto de vista informacional, isso evidencia que os ambientes imersivos não funcionam apenas como espaços de consumo, mas também como locais onde a informação é organizada, validada e compartilhada continuamente. Quando observado pela perspectiva da Gestão da Informação, o metaverso traz desafios e oportunidades. Por exigir interação constante e decisões rápidas, ele faz com que o usuário desenvolva habilidades para interpretar sinais, filtrar conteúdos, identificar fontes confiáveis e agir diante de situações inesperadas. Isso exige uma compreensão informacional e digital cada vez mais robusta, já que a quantidade de dados que circula nesses espaços é intensa e nem sempre fácil de interpretar. Nesse sentido, navegar no metaverso envolve não apenas domínio técnico, mas também consciência crítica sobre o tipo de informação que circula e sobre como ela influencia comportamentos.

Além disso, a forma como os indivíduos constroem suas identidades nesses ambientes revela outra camada das práticas informacionais. A escolha de um avatar, a participação em determinadas comunidades, o tipo de conteúdo compartilhado e as interações realizadas moldam a presença digital do usuário. Tudo isso compõe uma identidade informacional que é dinâmica, negociada e construída coletivamente. O metaverso, portanto, amplia as possibilidades de expressão, mas também exige maior

atenção ao papel que a informação desempenha na maneira como cada pessoa se apresenta, se relaciona e aprende.

Em síntese, entender o metaverso a partir das práticas informacionais significa reconhecer que ele não é apenas uma extensão de ambientes digitais já conhecidos. Trata-se de um espaço complexo onde tecnologias, pessoas e informações se entrelaçam, dando origem a novas formas de interação e de construção de sentido. Sob esse olhar, o metaverso se torna um campo importante para compreender como a informação circula, é apropriada e influencia a vida dos sujeitos, destacando a contribuição da Gestão da Informação para promover experiências mais críticas, seguras e significativas nesses ambientes imersivos.

2.1.1 O metaverso

O termo “metaverso” surgiu da junção de “meta”, do grego, que significa “além” e “universo”. “Metaverso é uma palavra composta de transcendência meta e universo, refere-se a um mundo virtual tridimensional em que avatares se envolvem em atividades políticas, econômicas, sociais e culturais.” (Park; Kim, 2022, p. 4216, tradução própria). Ele se torna um mundo paralelo, mas que se torna real e dá a possibilidade de realizar atividades do cotidiano como trabalho, estudos, lazer etc. As diferentes linguagens e códigos de comunicação já fazem parte do dia a dia das pessoas, principalmente nos ambientes virtuais. No metaverso, essa diversidade de linguagens influencia a forma como informação e conhecimento são compartilhados. Por isso, é importante entender como o sujeito informacional percebe e utiliza esse espaço. Essa tecnologia é vista como a próxima geração da internet, onde as pessoas podem interagir entre si com aplicativos ou softwares por meio de avatares em ambientes virtuais (Ritterbusch; Teichmann, 2023). Com uma grande tendência, o metaverso se expande em possibilidades de pesquisas e novas análises na Ciência da Informação.

Segundo Alves (2019, p. 54), o prefixo meta carrega consigo o valor semântico de mudança, posteridade, transcendência e, ainda, as ideias de comunidade e participação. Ambas as abordagens fazem sentido com o termo metaverso pois, conforme será demonstrado a seguir, o conceito pressupõe tanto uma superação/ampliação do significado de presencialidade quanto a existência de uma sociedade em rede. Já o verso faz referência justamente à palavra universo, o que traz a ideia de “tudo aquilo que existe”.

Há uma adaptação do ambiente em relação às rotinas de seus sujeitos, que muitas vezes passam a percebê-lo como uma extensão de suas próprias ações do dia a dia. Não é um mundo fictício, mas um espaço já existente e em constante uso, principalmente por jogadores de grandes marcas. Com uma economia própria, também vem sendo utilizado para atividades como trabalho e estudo. Embora tenha sido pensado para ampliar algumas experiências nas mídias sociais, seu potencial acaba indo muito além, alcançando diversas áreas como a indústria, o comércio, a educação, a saúde, o setor militar e até mesmo o governo. Empresas como a Meta, de Mark Zuckerberg, já exploram o metaverso para gerar lucro e expandir estratégias de marketing. Após o anúncio da mudança de nome do Facebook, em 2021, as buscas pelo termo “metaverso” cresceram de forma expressiva no Google (Narin, 2021). Outras gigantes da tecnologia, como *Epic Games* e Microsoft, também investem bilhões nesse ambiente (Zalan; Barbesino, 2023). Só em 2022, os investimentos no metaverso ultrapassaram a marca de 120 bilhões de dólares.

Durante esses últimos anos, devido ao surgimento, evolução e aperfeiçoamento de uma série de tecnologias, a ideia de explorar mundos virtuais tem se tornado cada vez mais forte. Forma-se, assim, um tipo de variação de mundo paralelo em que relações no âmbito social e econômico ganham mais atenção. Esses, até então chamados de “ambientes virtuais” permitem criar espaços gráficos tridimensionais, dá a possibilidade de sujeitos socializarem de forma telepresencial, sendo uma representação gráfica em 3D ou até mesmo um avatar, criando novas relações por meio de redes sociais digitais. Castranova (2005, p. 4) define os mundos virtuais como “uma ferramenta de ‘realidade virtual prática’, um modo de estabelecer decentemente um espaço de realidade virtual imersiva, disponível praticamente a qualquer um, sob demanda, [...] lugares modelados no computador de forma a acomodar um grande número de pessoas”.

O “Metaverso” é um conceito desenvolvido baseado em um romance de ficção científica *Snow Crash*, em português “Nevasca”, de Neal Stephenson que consiste em um espaço virtual 3D on-line, utilizando realidade aumentada, avatares, blockchain, conecta usuários em diversos aspectos de suas vidas, tendo como finalidade unificar várias plataformas. Logo em seguida, surgiram metaversos como *Active Worlds* e *There*. Entretanto, o *Second Life*, uma plataforma em realidade virtual desenvolvida em 2003 pela Linden Lab, considerada ao mesmo tempo jogo e rede social, destacou-se como o mais popular (Narin, 2021). Nesse ambiente, havia uma economia real, na qual usuários e empresas criavam avatares, estabelecimentos e lojas para comercializar produtos e serviços.

Diversas bibliotecas e centros de documentação também marcaram presença, oferecendo serviços ativos, como ocorreu com a biblioteca da *American Library Association*.

2.1.2 Composição do Metaverso

Segundo Moraes e Mattiazzo (2022), o *Second Life* é visto como o “pai” do metaverso e pode ser compreendido como um jogo 3D que possibilita interação social (Vignoli, 2012). No atual cenário, jogos como o *Roblox*, *Fortnite*, *Virtual Reality Chat* (VR Chat) e *Grand Theft Auto RolePlay* (GTA RP) representam metaversos interativos e que contam com milhares de usuários espalhados pelo mundo. A interação social, a possibilidade de acessar o game ou outras plataformas de qualquer dispositivo são diferenças com um grau de relevância considerável em relação a metaversos que já passaram, como o *Second Life*. Para Park e Kim (2022), o metaverso contemporâneo se afasta do modelo de jogos como *Second Life* e incorpora uma dimensão social que ganha relevância especialmente entre a Geração Z.

Além dessa estrutura para jogos ou redes sociais, a previsão é de que essa tecnologia combine economia, identidade digital, modelos de tomada de decisão descentralizada, bem como diversas outras funcionalidades incorporadas ao sistema. No cenário dos videogames aspectos do metaverso em jogos como *Second Life* e *Fortnite* são perceptíveis. Segundo Matthew Ball, CEO e fundador da *Epyllion*, autor de “O metaverso: e como ele revolucionará tudo”, existe um conflito sobre o que de fato é, o que exige e quando, realmente, se efetivará o metaverso. Esse termo dá a ideia de que a sociedade se transformará; no entanto, há uma evidência de que o metaverso não estabelece uma visão com clareza e alcance do futuro. Porém, uma hipótese de experiência 3D pode ser entendida como uma quarta onda de computação e socialização.

Quadro 1 – Os diferentes tipos de interatividade

Relação com a mensagem e Dispositivo de comunicação	Mensagem linear não-alterável em tempo real.	Interrupção e reorientação do fluxo informacional em tempo real.	Implicação do participante na mensagem.
Difusão unilateral	Imprensa, rádio, televisão, cinema.	Banco de dados multimodais; Hiperdocumentos fixos; Simulações sem imersão.	Videogames com um só participante; Simulações com imersão.
Diálogo, reciprocidade	Correspondência postal entre duas pessoas.	Telefone; Videofone.	Diálogos através de mundos virtuais, cibernamoro.
Diálogo entre vários participantes	Rede de correspondência; Sistema das publicações em comunidade de pesquisa; Correio eletrônico; Conferências eletrônicas.	Teleconferência ou videoconferência com vários participantes; Simulações (com possibilidade de atuar sobre o modelo) como de suportes de debates de uma comunidade.	Videogame em “realidade virtual” com vários participantes; Comunicação em mundos virtuais, negociação contínua dos participantes sobre suas imagens e sua situação comum.

Fonte: Lévy (1999, p. 82)

Quando tratamos do conceito de metaverso, é possível pensar em toda a atmosfera desse “universo” virtual, como transações bancárias, aulas da escola, encontros familiares, compras no shopping ou até mesmo em um ambiente de trabalho sem sair de casa. Em certa

medida, vivemos uma nova era da Realidade Virtual, mas nada que defina como uma experiência completa. Segundo uma pesquisa realizada pela Squarespace em julho de 2021, cerca de 60% da Geração Z e 62% dos Millennials acham mais importante a maneira de se apresentar online do que a forma que se mostram pessoalmente. Junto a isso, algumas grandes empresas já fazem uso do metaverso para explorarem a compatibilidade dos mundos físico e virtual. De forma ampla, esse é o momento para as empresas buscarem esse espaço no mercado que conta com um potencial gigantesco para realizarem seus testes.

Uma das indústrias mais afetadas é a de serviços financeiros, que começam a construir as primeiras comunidades dentro dessa realidade virtual introduzindo novas criptomoedas, como *Decentraland* (MANA), *Solana* (SOL) e *Sandbox* (SAND). Algumas marcas voltadas para o consumo também estão aderindo o metaverso em diferentes níveis. Por exemplo, a Nike começou pelo jogo Roblox, nomeando o ambiente de “*NIKELAND*”. A Adidas também aderiu a visão e iniciou um mercado NFT (*non-fungible token*) e em português (token não fungível), geralmente são comprados com criptomoedas, estão vinculados a imagens ou vídeos.

Partindo para o entretenimento, é possível visualizar os primeiros passos nos jogos digitais, apresentando plataformas com experiências imersivas mais atuais. Shows, eventos, festas, jogos e campeonatos também podem passar por essa adaptação. Pois, durante a pandemia do COVID-19, a sociedade esteve habituada com transmissões ao vivo, e com o avanço da tecnologia, essa possibilidade já é uma realidade. A Gartner realizou um estudo que prevê, até 2026, que 25% das pessoas passarão pelo menos 1 hora do dia no metaverso.

2.1.3 Fortnite

Um exemplo marcante da integração entre os mundos virtuais e experiências sociais ampliadas é o evento Astronomical, realizado por Travis Scott dentro do jogo *Fortnite* em 2020. A apresentação reuniu milhões de jogadores simultaneamente em um mesmo ambiente imersivo, transformando o mapa do jogo em um palco virtual. O evento ilustra como plataformas digitais podem ir além do entretenimento tradicional e se tornar espaços de circulação informacional, cultural e social. Durante e após o show, jogadores compartilharam vídeos, comentários, imagens e interpretações nas redes sociais, mostrando como práticas informacionais emergem de experiências coletivas em ambientes híbridos. Esse tipo de evento reforça como o metaverso e os jogos digitais funcionam como ecossistemas informacionais dinâmicos, capazes de conectar indivíduos, criar sentidos compartilhados e ampliar formas de participação.

Figura 1 – Evento Astronomical de Travis Scott no Fortnite



Fonte: GamesRadar (2020)

2.1.4 GTA RolePlay

Segundo Nogueira (2021), o Banco do Brasil estabeleceu a criação de uma agência dentro de um servidor de GTA *RolePlay* (GTA RP) na cidade do Complexo, reforçando sua aposta no metaverso como canal de inovação institucional e de relacionamento. Segundo a matéria da *Voxel* (2021), o edifício virtual replica o prédio histórico do banco, incluindo a versão do Centro Cultural do Banco do Brasil, permitindo que os jogadores abram contas, recebam benefícios para seus avatares e até “trabalhem” na agência, simulando remessas de valores ou como funcionários de caixa eletrônico.

Figura 2 – Agência virtual do Banco do Brasil no servidor de GTA RolePlay



Fonte: Voxel/Tecmundo (2021)

Para a instituição, essa iniciativa vai além de marketing de marca: é uma forma de construir novas formas de interação financeira com públicos mais jovens e tecnologicamente engajados. A presença do banco em um ambiente de *RolePlay* sugere a criação de um ecossistema informacional híbrido, no qual as práticas de jogo, economia virtual e transações simuladas convergem com elementos próprios do sistema financeiro real.

2.1.5 O papel do Roblox no metaverso

Segundo Higgins (2022), a plataforma Roblox se posiciona no metaverso como um espaço social centrado nas interações humanas e no compartilhamento de experiências imersivas entre os usuários. A essência do metaverso na plataforma está menos nas tecnologias exuberantes, como realidade virtual ou aumentada e mais nas interações humanas. “Co-experiência” é o termo apontado para descrever como os usuários compartilham momentos, criam juntos e se conectam em espaços tridimensionais.

Ela destaca que, embora os recursos de RV e RA potencializam a imersão, eles não são obrigatórios para que o metaverso exista. Para muitos usuários do *Roblox*, a experiência de sentir-se presente e partilhar algo com amigos já é suficiente para caracterizar um ambiente metaversal. Além disso, *Roblox* não se enxerga apenas como um jogo: seus milhões de espaços virtuais permitem que pessoas joguem, criem, socializem, façam compras e participem de eventos como shows, tudo isso como seu avatar digital.

Figura 3 – Representação visual do Roblox no metaverso segundo a Internet Matters



Fonte: Internet Matters (2022)

Outro ponto importante abordado na matéria é o compromisso da empresa com a segurança e a civilidade. *Roblox* investe em mecanismos para que seus ambientes permaneçam acolhedores e positivos, priorizando a criatividade e o respeito entre os usuários. Conforme destaca a *Internet Matters* (2022), esse foco é especialmente relevante

porque muitos jovens utilizam a plataforma: torna-se fundamental garantir que a “co-experiência” no metaverso seja segura, sem descuidar da liberdade de criação.

2.2 GESTÃO DA INFORMAÇÃO X COMUNICAÇÃO SOCIAL

Comunicação social é o nome dado a transmissão de informações e mensagens para o público, visto que também é uma ciência social aplicada e explora fenômenos que acontecem na interação sociedade X meios de comunicação de massa, seja na rádio, televisão, cinema e internet. Esse conceito abrange processos de informação, convencimento e entretenimento.

A comunicação, como parte do comportamento humano, tem grande relevância e muita essência na humanidade. De forma mais ampla, cerca a criação e compartilhamento de conteúdo de maneira eficaz, a fim de atingir objetivos específicos, focando em informar, gerar entretenimento e influência.

No âmbito da gestão da informação, os métodos e processos são voltados para coletar, armazenar, organizar, recuperar e utilizar as informações de forma categórica. Está incluído a análise de dados, os sistemas de informação, a organização do conhecimento e a segurança da informação. O encontro dessas duas áreas fica evidente no uso das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), que não tem apenas a permissão de transmissão rápida de informações, mas também tem a capacidade de gerir grandes volumes de dados, realizando a análise e personalização do conteúdo para o público.

Segundo Valentim (2004), “a gestão da informação envolve o planejamento estratégico de fluxos informacionais, sendo assim essencial para a comunicação eficaz, tanto interna quanto externa”. Um exemplo, na era digital, são empresas de comunicação social que utilizam sistemas de gestão de informação para entender o comportamento de seus públicos com o objetivo de entregar mensagens personalizadas. Existe um outro ponto relevante, que está no impacto da sobreposição de conteúdo. Mas o que seria isso? À medida que há um crescimento no volume de informações, como destaca Castells (2009, p. 148), “a comunicação torna-se mais sobre a gestão de ruído do que sobre disseminação de mensagens claras”. Olhando esse contexto, uma gestão eficaz de informação é crucial para organizar e priorizar conteúdos que realmente tenham impacto.

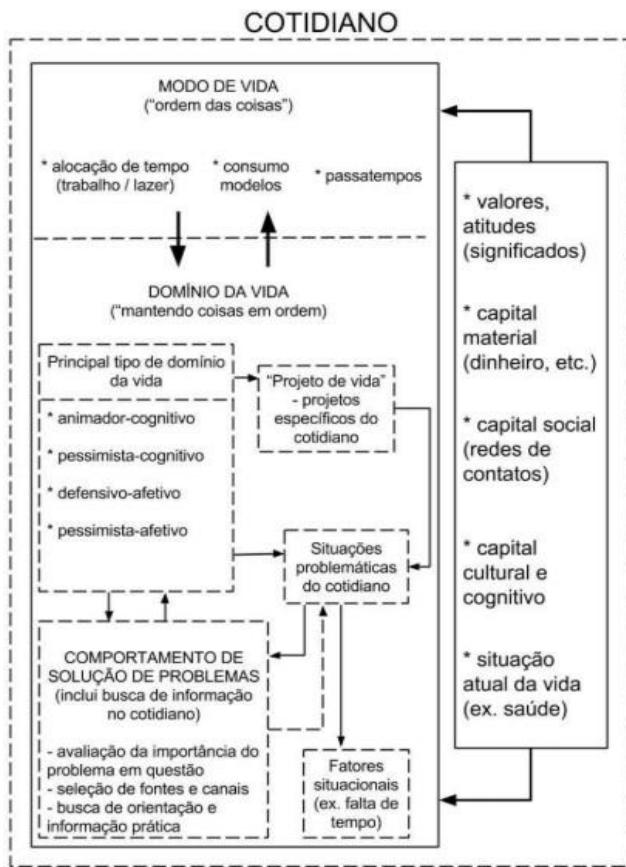
Para estudos da gestão da informação e o processo de comunicação, é essencial que haja uma diferenciação entre os termos informação e comunicação. Há uma discussão sobre a aproximação e o distanciamento entre informação e comunicação está ligada a questões de ordem histórica, técnica e científica (Stumpf, 2003). Segundo Poyares (1974), comunicação se entende como mecanismo no qual as relações humanas existem e evoluem, todos os símbolos da mente unidos ao meio de transmiti-los e preservá-los no tempo.

Aproximar as relações de comunicação, as produções de conteúdo e estreitar o caminho das mensagens entre emissor e receptor é um objetivo. As mídias sociais são, nos dias de hoje, um universo à parte para pessoas de todo o mundo.

2.3 PRÁTICAS INFORMACIONAIS

O conceito de práticas informacionais passou a ser desenvolvido na década de 1990, com contribuições de autores como Savolainen (1995) e Talja (1996). A partir de uma perspectiva social, essas abordagens ampliaram o entendimento da relação entre indivíduo, sociedade e informação, compreendendo o usuário como um sujeito ativo que atribui sentidos às suas práticas informacionais. Savolainen destacou, em 1995, a influência do “modo de vida” nas formas de busca e uso da informação para resolução de problemas cotidianos, apoiando-se no conceito de habitus de Bourdieu (1984), entendido como disposições internalizadas que orientam percepções e ações. Com o objetivo de compreender como as práticas de busca e uso da informação se articulam ao cotidiano dos sujeitos, Savolainen (1995) propõe um modelo que relaciona o modo de vida, os domínios da vida e os fatores situacionais às escolhas informacionais. A figura 1 apresenta essa estrutura conceitual, evidenciando que o comportamento informacional é influenciado por valores, atitudes, capitais sociais e culturais, bem como por situações problemáticas enfrentadas no dia a dia.

Figura 4 – Referências de busca de informações no cotidiano



Fonte: Adaptado de Savolainen (1995)

Para Savolainen (1995), as formas que lidamos com práticas informacionais, como buscamos, selecionamos, interpretamos e usamos não é algo isolado. A esse respeito, existem ligações ao modo que os sujeitos se formam e se transformam ao longo do tempo, em constante interação com o mundo ao seu redor. Por trás disso há uma construção desse sujeito que ocorre por meio da combinação de diferentes fatores, sejam eles culturais, sociais, históricos e tecnológicos, trabalhando juntos mesmo sendo heterogêneos. Não há, dentre esses fatores, um que tenha grau de relevância maior que os demais, mas sim, todos contribuem igualmente para a formação do sujeito. Tudo isso permeia o campo das escolhas informacionais, tudo o que é lido, acreditado e compartilhado, guiados por valores ensinados, com base no que lhe foi ensinado sobre como ocorre o funcionamento do mundo.

Estudar práticas informacionais é, então, uma forma de entender as pessoas, suas histórias e suas escolhas. A pesquisa de Savolainen (1995) buscou compreender como diferentes grupos sociais acessam e utilizam a informação em seu cotidiano, conceitos que ele denomina de práticas informacionais. Para isso, o autor realizou um estudo empírico com

dois grupos distintos: um formado por professores com maior nível de escolaridade e mais tempo livre, e outro por trabalhadores com escolaridade inferior, carga horária de trabalho mais extensa e menos tempo. Esse conceito tem se desenvolvido recentemente, impulsionado pelos avanços da abordagem sociocultural nos estudos de usuários. (Duarte; Araújo; Paula, 2017). Savolainen (2007) foi quem primeiro sugeriu que o termo “comportamento informacional” fosse renunciado e substituído por “práticas informacionais”. Ele afirmou que esses seriam “conceitos guarda-chuva”, a fim de fornecer o contexto de forma mais ampla para a exploração do estudo da informação, que acabaram sendo utilizados para representar as maneiras como as pessoas habitualmente lidam com a mesma (Savolainen, 2007).

Comportamento informacional (*information behavior*) já era utilizado desde a década de 1960, no qual William Paisley, pode ser considerado como um dos pioneiros na defesa dessa abordagem comportamental da utilização da informação. Segundo Paisley, este conceito teria ligação com fatores individuais, como por exemplo seleção de canais, quantitativo de busca e recursos consumidos (Savolainen, 2007). Entretanto, em meados de 1980 o conceito de comportamento informacional se fortalece como “conceito guarda-chuva”, criando a possibilidade de citar como relevantes contribuições dessa interpelação as pesquisas realizadas pelos pesquisadores Wilson (1981, 1999) com seu “Modelo de comportamento informacional” e Dervin (1983) com sua teoria de criação de sentido “*Sense-Making*”, elaborada a partir da década de 1972. Mesmo com a evolução obtida por meio dos estudos realizados usando comportamento informacional, Coimbra (2008) reforça que as pesquisas fundamentadas nesse conceito procedem, com grande frequência, em alguns modelos que apesar de serem importantes, não contam com a capacidade de compreender o conjunto dos fenômenos que se tornam possíveis ao interir entre sujeitos e informação.

A “prática” é um conceito que surge da Etnometodologia e trata como os “fatos sociais” são frequentemente produzidos pelos sujeitos. Nessa ótica, não há regras e estruturas que sejam independentes de interações sociais, adverso a isso, existe a ideia de processo. Isto é, os sujeitos sempre atualizando regras e modelos por meio de seus comportamentos.

Com isso, o conceito de Práticas Informacionais tem vínculo com contatos estabelecidos entre sujeitos e informação, cenários onde o conhecimento é edificado coletivamente e socialmente, e não apenas acumulado (Araújo, 2013). Esse conceito de prática é empregado por Bourdieu a fim de estudar os processos, sejam eles culturais e sociais, avaliando o mesmo nos momentos de sua produção. Segundo Lloyd (2010, p. 93),

essas teorias da prática informacional enfatizam que o conhecimento segue uma relação e, sendo assim, construído; a trajetória é histórica, política e social.

A compreensão das práticas informacionais vai além da simples busca ativa por dados ou conteúdo. McKenzie (2003), ao propor o modelo “*Individual-in-context*”, amplia essa perspectiva ao considerar as múltiplas formas pelas quais os indivíduos se conectam e interagem como fontes de informação em contextos sociais específicos. Este modelo apresenta quatro modos distintos de engajamento informacional, busca ativa, exploração ativa e monitoramento não direcionado. São distribuídos entre as fases de conexão com fontes de informação e interação com elas, conforme ilustrado na figura 5.

Figura 5 – Modelo bidimensional de práticas informacionais de McKenzie

Indivíduo-em-contexto		
↓ Modo	Fase ➡	
		Conectando
Busca ativa	O indivíduo procura de forma deliberada uma fonte específica de informação, na maioria das vezes em um local que ele já sabe que pode fornecer respostas.	Envolve a formulação de perguntas planejadas e o uso de estratégias como fazer listas, anotações ou esquemas para organizar a informação.
Exploração ativa	O sujeito identifica fontes prováveis de informação, mesmo que de forma menos planejada. Pode incluir a navegação em ambientes onde espera encontrar algo útil.	Aproveita as oportunidades inesperadas para fazer perguntas ou buscar esclarecimentos, enquanto observa ou escuta ativamente o ambiente ao redor.
Monitoramento não direcionado	Envolve encontros casuais com informações em locais inesperados, sem uma busca ativa.	O sujeito pode obter informação apenas observando ou ouvindo conversas informais, como durante bate-papos ou trocas casuais com conhecidos.
Por procuração	O indivíduo é percebido por outros como alguém que precisa de informação e, por isso, é encaminhado ou referenciado a uma fonte.	Nesse caso, a informação é recebida sem solicitação direta. Ou seja, a pessoa é simplesmente informada por alguém.

Práticas de informação: podem ser usadas como estratégias perante barreiras de conexão ou comunicação.

Fonte: Adaptado de McKenzie (2003)

2.3.1 Desinformação e tomada de decisão

A maneira como as pessoas lidam com a informação passou por uma mudança muito radical e o mais impressionante de tudo isso está no fato de ter sido em apenas uma geração. Para comprar um produto, por exemplo, o principal consumo é o da informação imediata, no qual há a busca, seleção das fontes mais confiáveis e avaliação sobre o que será comprado. Esse processo está voltado para algo mais orgânico, pelo simples fato de utilizarmos as avaliações de outros compradores para embasar nossas decisões. Essas mudanças informacionais dificultaram de maneira significativa a relação que temos com conteúdo e afetam diretamente as competências. Com a informação assumindo um papel central no desenvolvimento dessas ações, é fundamental capacitar os indivíduos para que possam utilizar essas estratégias de forma consciente. Isso permite tomar decisões mais assertivas, resolver problemas e participar ativamente de processos mais voltados ao social.

As competências infocomunicacionais configuram as inter-relações entre a “[...] capacidade de lidar com informação (localização, avaliação e aplicação) e a capacidade de estabelecer e manter processos de comunicação. Subjacentes a essas duas competências estão as competências operacionais, ligadas ao manuseio de hardware e software.” (Borges *et al.*, 2012, p. 8).

Na sociedade atual, a informação ganhou cada vez mais importância e passou a fazer parte do dia a dia de pessoas, empresas e grupos sociais. No entanto, com tantos usos e definições diferentes, o conceito de informação acabou ficando mais complexo. Isso dificulta a construção de um significado mais claro e consistente (Silva; Gomes, 2015).

Já Capurro e Hjørland (2007) mostram como a ideia de informação mudou ao longo do tempo. Eles explicam, que na Antiguidade e na Idade Média, informação era vista como o ato de dar forma a algo, objetivos ou até mesmo pessoas. Já na Idade Moderna, o conceito passou a ser entendido como a ação de comunicar algo a alguém. Entre os séculos XII e XVI, acreditava-se que tudo no universo era feito de forma e matéria, e a informação seria o que “dava forma” às coisas, numa visão cristã. Mas com a transição da Idade Média para a Moderna, o foco mudou: a informação deixou de estar ligada só à matéria passou a ser algo ligado à mente, uma ideia que seguiu forte até o século XVIII (Lage; Vinagre, Alturas, 2011).

A sociedade vive um estágio da evolução tecnológica onde inteligência artificial, *deep fakes* e *fake news* não se resumem a apenas conceitos, mas também, concepções que moldam nosso mundo. Em um certo período, a ideia que as pessoas tinham sobre inteligência artificial era totalmente deturpada, algo inalcançável e muito futurista. Todavia, lidamos com

ela diariamente, seja acessando via desktop ou smartphone, nos auxiliando em trabalhos que demandam tempo, criando imagens realistas, entre outras coisas. Esse conceito de metaverso surgiu a partir da imaginação fértil de escritores, mas agora se torna uma realidade palpável e nos permite interagir virtualmente com o mundo todo.

Entretanto, conforme a tecnologia avança, percalços surgem durante o caminho. Compartilhamento de informações falsas, manipulação de vídeos usando imagem de terceiros inundam as mídias sociais, alterando a percepção do mundo de quem as vê. Esses fatores impactam diretamente na tomada de decisão, na forma que confiamos em informações nos veículos de comunicação.

O lado positivo de dominar esses temas não nos torna apenas pessoas que dominam a tecnologia de forma consciente, mas nos auxilia a reforçar a proteção da nossa privacidade, distinguir a veracidade dos fatos e usufruir da tecnologia de forma ética. Freitas *et al.* (2018) e Razzolini Filho (2020) explicam que houve uma mudança nos processos organizacionais e no comportamento das pessoas ao serem influenciados pelo desenvolvimento e pelos novos recursos tecnológicos inseridos em seu cotidiano.

A desinformação afeta negativamente o processo de tomada de decisão, levando as pessoas a escolhas erradas e prejudiciais. Essa influência permeia áreas importantes da sociedade, que são:

- a) **Política:** Tem o poder de manipular opiniões e influenciar o voto;
- b) **Saúde:** Podem convencer a tomar decisões perigosas sobre tratamentos ou hábitos;
- c) **Finanças:** Decisões financeiras baseadas em dados irreais, ocasionando em prejuízos financeiros potencialmente irreversíveis.

Quando tratamos de desinformação nas redes sociais, entramos em uma discussão complexa. Pois, a velocidade e o alcance com que informações são compartilhadas, junto a algoritmos que destacam o engajamento. Os algoritmos das redes sociais tendem a apresentar aos usuários conteúdos específicos, com os quais já concordam. Isso acaba gerando “bolhas” de pensamentos que corroboram em opiniões, mesmo quando são baseadas em informações falsas. Segundo reportagem no blog Exame (2024), destaca uma matéria intitulada de “Fake news prejudicam tomada de decisão por afetados em catástrofe”, na época das enchentes no Rio Grande do Sul, realizada por uma pesquisadora da Universidade Federal de Fluminense (UFF), Thaiane Moreira de Oliveira compõe parte de um grupo de pesquisa dos Institutos

Nacionais de Ciência e Tecnologia (INCT) que acompanhava a divulgação de mensagens referentes ao desastre climático no período de chuvas.

Nesse contexto, torna-se evidente a importância da gestão eficaz da informação, sobretudo em cenários de crise, nos quais a circulação de dados confiáveis é essencial para a tomada de decisão. A disseminação de desinformação compromete diretamente a qualidade informacional disponível, impactando negativamente os processos de gestão. Segundo Tarapanoff (2006), a gestão da informação deve assegurar que o conteúdo informacional seja adequado, pertinente e oportuno, contribuindo de forma estratégica para o alcance dos objetivos organizacionais ou sociais. No entanto, quando há sobrecarga de informações falsas ou imprecisas, esse processo se fragiliza. A relevância dessa questão foi evidenciada por uma pesquisa da AtlasIntel divulgada pela CNN Brasil (2024), que mostrou que 65,2% dos gaúchos acreditam que a propagação de fake news dificultou o gerenciamento da crise causada pelas enchentes no Rio Grande do Sul, entre os dias 14 e 21 de maio de 2024. Essa percepção revela como a desinformação atua como um obstáculo à gestão do conhecimento e da informação, dificultando ações coordenadas, minando a confiança nas fontes oficiais e agravando os efeitos das emergências.

Quadro 2 – Manifestações sobre o conceito de Informação na CI

Autor/Instituição	Conceito	Ano
Jesse Shera	Define informação com o que é transmitido, e do contexto, como o ambiente social e cultural.	1971
Nicholas Belkin e Stephen Robertson	Informação é aquilo que é capaz de alterar uma estrutura.	1976
Bertram Brookes	Informação é algo que promove transformações nas estruturas do indivíduo, de caráter subjetivo ou objetivo	1980
Robert Hayes	Informação é uma propriedade dos dados resultante de um processo realizado.	1986
Harrold's Librarian's Glossary	Conjunto de dados organizados de forma comprehensível, registrado para ser comunicado	1989
Yves-François Le Coadic	É um conhecimento gravado sob forma escrita, oral e audiovisual.	1999
Maria Nélida González de Gómez	Descreve informação como objeto cultural, com três dimensões: semântico-discursiva, metainformacional e infra-estrutural.	2000

Birger Hjørland	Um conceito social de informação no âmbito da análise de domínios e comunidades discursivas.	2002
Chun Wei Choo	É um recurso em organizações; a informação como o resultado de pessoas construindo significado a partir de mensagens e instituições.	2004
Bernd Fronhmann	A informação materializada através de investigação do papel documentação na criação de tipos ou categorias, por meios institucionais e tecnológicos	2008

Fonte: Silva e Gomes (2015)

2.3.2 O papel da Gestão da Informação

Antes de apresentar os marcos históricos e os principais personagens da Gestão da Informação e do Conhecimento (GIC), é fundamental esclarecer os conceitos de informação e conhecimento. De acordo com Setzer (1999), o conhecimento é uma abstração interna e pessoal, resultado de uma vivência individual de determinada experiência. Por sua natureza subjetiva, o conhecimento não pode ser plenamente descrito ou transmitido, pois, ao ser representado, se reduz apenas à informação. Quanto à informação, o mesmo autor afirma que ela pode ser entendida como abstração informal que adquire significado para alguém por meio de representações como imagens, sons, textos ou até mesmo animações. Ele também destaca que a informação não pode ser processada diretamente por computadores. Para isso, é preciso que ela seja convertida em dados. Visto que a distinção entre dado e informação está no fato de que o dado possui um caráter objetivo em sua forma de apresentação, mas seu significado é amplamente subjetivo, justamente por depender da interpretação de quem o utiliza. Reforçando essa definição, Davenport e Prusak (1998 *apud* Moura, 2011) afirmam que o conhecimento é derivado da informação, que, por sua vez, tem origem em um conjunto de dados. Os dados são registros, que quando organizados estrategicamente, transformam-se em informação útil para a organização. O conhecimento, nesse contexto, corresponde a um conjunto de informações bem estruturadas e direcionadas, capazes de apoiar os processos de gestão.

A Gestão do Conhecimento (GC) é considerada um ativo intangível, pois não possui existência material. Entre os elementos que compõem esse ativo estão o sistema de inteligência emocional, os valores, as crenças e o próprio conhecimento. Reconhecendo seu valor estratégico, a informação e o conhecimento tornam-se elementos integrados ao dia a

dia organizacional, sendo utilizados de forma coletiva para orientar decisões e favorecer as ações de gestão. Ainda nesse contexto, o uso da inteligência da informação está diretamente relacionado ao conhecimento. Segundo Moura (2011), com base em Polanyi (1993), é possível distinguir dois tipos de conhecimento: o tácito, que é pessoal, adquirido através de experiências e difícil de ser documentado; e o explícito, que pode ser documentado, compartilhado e sistematizado.

No âmbito da Gestão da Informação, os fluxos informacionais são as bases primordiais que suportam os processos e tomadas de decisão. Há vários modelos dos autores clássicos que se aprofundam e um deles é o modelo de Choo (2003), que atende o ciclo de conhecimento, no qual um fluxo contínuo de informações é conservado entre a criação de significado, a construção de conhecimento e a tomada de decisões, de modo que o resultado do uso de informações oferece um elaborado contexto, tal como mais recursos para uso da informação nas outras etapas. Nesse sentido, verificar cada etapa desse processo pode ter grande importância para as iniciativas que têm em vista observar e combater a circulação de notícias falsas, antes que elas ganhem alcance e impacte decisivamente a vida dos cidadãos.

É de suma importância entender que o surgimento das Fake News afetou o desempenho do trabalho jornalístico e por isso é relevante estudar seu fluxo de informações.

Em uma discussão teórico-argumentativa mais desenvolvida para o campo da Ciência da Informação, Santos D’Ámorim e Miranda (2021) refletem sobre a repercussão da desinformação no processo de geração de novos conhecimentos, verificando o fenômeno do prejuízo provocado na fluidez da informação de baixa qualidade. Assim sendo, a desinformação pode afetar de forma contundente toda uma cadeia cíclica de produção, disseminação, consumo e reprodução de informação na sociedade, gerando um impacto na comunicação e na informação.

O modelo de Davenport (1998) aponta o homem como ponto focal do processo informacional, de forma que possa compreender e administrar o ambiente organizacional, tendo em vista os fatores culturais, políticos e estruturais a fim de orientar o gerenciamento da informação, de maneira que possa garantir o uso eficiente da informação, conforme a figura 6, fundamentada em quatro passos: i) determinação das exigências; ii) obtenção; iii) distribuição; e iv) utilização.

Figura 6 – O processo de gerenciamento da informação



Fonte: Davenport (1998, p. 172)

O primeiro passo — Determinar as exigências — envolve os processos de interpretação da rotina através das informações, incluindo as não estruturadas, e das atividades desenvolvidas na organização, com a finalidade de identificar as necessidades informacionais da organização diante da sua dificuldade e determinar as informações que subsidiarão o processo gerencial.

A fase de coleta de informações é amplamente influenciada pela cultura organizacional. Porque é preciso explorar, classificar, formatar, estruturar e divulgar informações. Davenport (1994, p. 107) entende a cultura organizacional como “comportamentos e padrões de comportamento” expressar a atitude orientada para a informação da empresa.” Esta etapa requer um processo contínuo em que as informações obtidas são filtradas, atribuindo-lhes um valor, e as informações redundantes são filtradas. O fluxo de informações é eliminado.

Quanto à distribuição da informação, Davenport (1998) defende que esse passo comprehende a forma em que a informação está disponível para usuários, os alicerces políticos da organização e os recursos tecnológicos disponibilizados. É de suma importância definir as estratégias de distribuição da informação, seja na divulgação ou procura, de forma que a informação adequada esteja acessível a cada agente da organização.

Partindo para o último passo do fluxo de informações, ainda com Davenport (1998), aborda esse uso. Nessa etapa que a informação é matéria prima, capaz de subsidiar a tomada de decisão e planejamento estratégico, e ainda assim, avaliar o desempenho da organização. Esse modelo de gestão de fluxo de informação estabelecido por Davenport reforça o uso da informação como fase crucial no sucesso do processo gerencial.

2.4 A BUSCA INFORMACIONAL DA COMUNIDADE BRASILEIRA NO METAVERSO

A necessidade informacional parte para o lado da subjetividade e é relativa, dependendo do ambiente em que o sujeito informacional está inserido. Wilson (1981) enfatiza que a necessidade informacional ocorre quando uma pessoa percebe um vácuo entre o conhecimento que possui e o conhecimento necessário para alcançar um objetivo específico. No conceito do metaverso, essa carência expõe características próprias devido à natureza digital e mútua desse ambiente. Conforme Moura (2015), a netnografia é uma metodologia que permite a origem e a imersão no ambiente digital, viabilizando uma percepção detalhada das práticas informacionais dos usuários. Para fortalecer a estrutura da fundamentação teórica, Wilson (1997) propôs um modelo de comportamento informacional embasado em três elementos primordiais: pessoal, papel desempenhado e ambiente. Citado anteriormente, esse conceito de metaverso tem raízes na ficção científica, especificamente, em *Snow Crash* de Neal Stephenson (1992).

Mas partindo para uma outra ótica, Schlemmer e Backes (2008) apontam o metaverso como uma tecnologia baseada no ciberespaço no qual se materializa por meio de mundos virtuais com formato em 3D, promovendo novos espaços para incentivar a convivência. O *Second Life*, criado pela Linden Lab no ano de 2003, exemplo central e notável nesse conceito de metaverso, reuniu cerca de 750 mil usuários ativos, conforme apontado pela Fast Company (2023). A economia virtual ganha destaque e se torna um fator crucial na busca informacional dos usuários. Os mesmos podem adquirir os serviços dispostos no universo virtual utilizando a moeda digital *Linden Dollar* (L\$), podendo ser convertida em real. Schlemmer e Backes (2008) descrevem a sociedade do *Second Life* como uma fusão entre o capitalismo digital e a colaboração social, com regras de convivência desenvolvidas pela comunidade.

Essa busca informacional no *Second Life* não ocorre apenas no contexto da plataforma, mas também em meios externos. Tajra (2003) delineia comunidades virtuais como organizações compostas por elementos físicos, lógicos, humanos e ideológicos que se interligam habitualmente. A disseminação do conhecimento gerado nesses cenários se dá por meio de chats de texto e voz, grupos temáticos, eventos sociais e comércio virtual. As redes sociais, como Facebook, X (antigo Twitter) e Instagram, desempenham um papel essencial para que isso ocorra de forma adequada. Um dos aspectos relevantes tratados neste

trabalho é a importância do mundo real no quesito comportamento informacional dos usuários. Há um destaque nos fatores pessoais, emocionais, demográficos, educacionais e sociais que ocasionam no impacto pela busca por informação, Wilson e Walsh (1996). Um exemplo real e palpável da atividade dessa comunidade foi a eleição presidencial de 2022, que gerou debates políticos enfáticos. A tragédia do Rio Grande do Sul, no ano de 2024, despertou a criação de eventos dentro do metaverso em prol das pessoas prejudicadas pela catástrofe, a fim de arrecadar fundos. Conforme apontado por Bartalo, Di Chiara e Cotrini (2011, p. 1), “o comportamento informacional engloba atividades como busca, comparação, avaliação e uso da informação”. Oliveira (2013, p. 45) complementa essa ideia ao afirmar que “a subjetividade do usuário influencia diretamente sua ação e obtenção de conhecimento”.

2.4.1 Práticas informacionais em ambientes virtuais

É notório desde a origem que há uma expansão do campo dos Estudos de Usuários referente a necessidade de analisar a complexidade do fenômeno informacional em uma sociedade. Pinto e Araújo (2012) afirmam a inserção do conceito de práticas informacionais no campo da Ciência da Informação (CI), destinada a proporcionar o entendimento dos elementos complexos que constroem a relação dos sujeitos com a informação, de forma que forneça abrangência aos aspectos sociais e culturais antes negligenciados em estudos tradicionais. A adoção da terminologia de práticas informacionais e da postura sociocultural para delinear estudos daquele que passamos a denominar não mais como usuários da informação, mas sim, sujeito informacional. Todavia, ressaltando desse modo seu caráter de ator, considerando as relações dialógicas entre sujeito e contexto (Duarte; Araújo; Paula, 2017, p. 4).

Considerando a conexão da CI com os presentes desafios e as dinâmicas socioculturais que envolvem práticas informacionais em ambientes virtuais, que são obtidos cada vez mais por meio das tecnologias da informação e comunicação. O campo é fundamental para a produção de conceitos informacionais ordenados nesse contexto tecnológico. No que se refere aos estudos, estão associados conhecimentos que descendem das Ciências Sociais, proporcionando abordar os sujeitos informacionais de maneira complexa, sendo contextualizada, pressupondo múltiplas instâncias que permeiam estruturas mentais e estruturas sociais, além da interpretação que os sujeitos dão a esses materiais.

Compreender práticas informacionais, ainda que seja um exercício complexo dadas as suas definições, também consiste em um elemento indispensável para a compreensão das práticas informacionais.

Marteleteo (1995, p. 80), em sua concepção, aborda práticas informacionais como uma representação que procura analisar o comportamento dos sujeitos quando a questão é informação, seja na busca, acesso, uso ou disseminação, de modo a considerar que estas ações citadas anteriormente ocorrem e resultam das interações sociais, em que estão atreladas instâncias semiológicas, envolvendo uma reação dialógica sujeito-contexto. Seguindo nesse viés, a relação entre os sujeitos e a informação passa por modificações à medida que fatores sociais, culturais e econômicos alcancem o estado de evolução.

3 JOGOS DIGITAIS COMO ECOSISTEMAS INFORMACIONAIS

Os jogos digitais têm se consolidado como ambientes complexos de produção, circulação e uso da informação, desempenhando um papel central na constituição de espaços imersivos contemporâneos. Antes mesmo do avanço recente do conceito de metaverso, plataformas de jogos já operavam como ecossistemas informacionais multifacetados, nos quais os usuários interagem, aprendem, tomam decisões e constroem coletivamente significados. Nesse sentido, compreender a dinâmica informacional presentes nesses ambientes é fundamental para estudos que investigam práticas informacionais em contextos imersivos, especialmente sob a perspectiva da GI e da CI.

Huizinga (2014) já apontava que a atividade lúdica possui um caráter estruturante da cultura humana, atuando como um espaço de criação de regras, símbolos e repertórios. Nos ambientes digitais, esse potencial é amplificado, pois o jogo passa a ser também um espaço de comunicação mediada, onde circulam informações de naturezas diversas, sejam elas: estratégicas, sociais, estéticas, narrativas e colaborativas. Para Castranova (2005), esses mundos constituem verdadeiros “economias vivas”, nas quais fluxos informacionais sustentam a interação e a permanência dos jogadores, permitindo que comunidades se formem e se autorregulem. Assim, os jogos não podem ser compreendidos apenas como entretenimento, mas como ambientes sociotécnicos que estruturam práticas informacionais complexas.

No campo da aprendizagem, Gee (2007) destaca que os jogos digitais operam como sistemas semióticos nos quais os jogadores interpretam sinais, constroem significados e mobilizam conhecimentos para resolver problemas. Esse processo envolve práticas de busca, troca e uso da informação, como observar outros jogadores, consultar tutoriais, analisar estatísticas, interpretar feedbacks do sistema e testar estratégias. Tais comportamentos aproximam os jogos daquilo que Savolainen (2008) comprehende como práticas informacionais situadas, moldadas por rotinas, valores e repertórios compartilhados dentro de um grupo. Dessa forma, a cultura gamer se configura como um ambiente no qual o sujeito não apenas consome informação, mas a ressignifica e a compartilha dentro de comunidades colaborativas.

Além da dimensão colaborativa, a interação entre jogadores e sistemas computacionais torna os jogos ambientes propícios para observar como os indivíduos

avaliam e utilizam informações em tempo real. Pesquisas como as de Park e Kim (2020) mostram que jogadores utilizam diversas fontes informacionais: vídeos, fóruns, chats, Discord, transmissões ao vivo, e tudo isso para embasar decisões, melhorar desempenho, adaptar estratégias e construir interpretações sobre o ambiente. Esse movimento evidencia que as práticas informacionais nesse contexto extrapolam o jogo e se estendem para uma rede mais ampla de plataformas digitais, fortalecendo a construção social do conhecimento. Do ponto de vista da GI, os jogos digitais apresentam características importantes para análise: são ambientes organizados por regras e sistemas de informação, exigem constante tomada de decisão, dependem de fluxos de comunicação eficientes e mobilizam o processo de aprendizagem. Nessas comunidades, os usuários desempenham papéis de produtores, mediadores e consumidores de informação, operando em uma lógica distribuída e colaborativa.

Diante disso, é possível afirmar que os jogos funcionam como laboratórios contemporâneos de práticas informacionais, no quais os indivíduos experimentam, constroem e negociam sentidos por meio da interação com outros jogadores, com sistemas automatizados e com conteúdos gerados coletivamente. Para estudos que investigam o metaverso, essa compreensão é particularmente relevante, pois muitos dos comportamentos, estruturas e rotinas informacionais presentes nesses ambientes originam-se diretamente da cultura dos jogos digitais. Portanto, analisar os jogos como ecossistemas informacionais oferece uma base sólida para compreender como os sujeitos se engajam, aprendem, compartilham e produzem informação em espaços verdadeiramente imersivos.

3.1 VULNERABILIDADES INFORMACIONAIS E SEGURANÇA EM AMBIENTES DE JOGOS DIGITAIS

Embora os jogos digitais sejam amplamente reconhecidos por seu potencial educativo, colaborativo e cultural, também é necessário considerar os riscos que emergem da sua estrutura sociotécnica. Em ambientes online altamente interativos, como jogos multiplayer e plataformas de criação, a circulação constante de informações pessoais, comportamentais e comunicacionais coloca os usuários em situações de vulnerabilidade. No Brasil, pesquisas e reportagens recentes têm demonstrado que crianças, adolescentes e jovens adultos estão entre os grupos mais expostos a riscos relacionados à segurança digital

e informacional, principalmente porque esses ambientes não foram concebidos originalmente com foco na proteção de dados ou na mediação responsável das interações entre seus participantes.

Um dos principais desafios está na socialização com desconhecidos, característica comum em jogos populares e massivamente utilizados. De acordo com a pesquisa *TIC Kids Online Brasil* (2024), um número expressivo de jovens brasileiros joga e interage com pessoas que não fazem parte do seu círculo presencial. Nesses ambientes, conversas por chat ou voz podem envolver desde trocas de estratégias do jogo até solicitações de informações pessoais, como idade, localização ou dados privados. Esse cenário indica que as práticas informacionais dos jogadores, muitas vezes naturais e espontâneas, podem resultar em exposição indevida, especialmente em momentos de engajamento emocional elevado, quando há menos cautela no compartilhamento de dados.

Um ponto importante que merece atenção é o aspecto tecnológico da segurança. Segundo a *Kaspersky* (2025), jogos populares entre jovens constituem alvos frequentes de golpes de engenharia social, invasões de contas e tentativas de roubo de dados. Estratégias comuns incluem links fraudulentos prometendo moedas virtuais, itens exclusivos ou vantagens dentro do jogo, direcionando o jogador a páginas falsas destinadas à captura de senhas. Esses incidentes revelam que, além dos riscos sociais, existe uma dimensão técnica relevante, pois o comportamento informacional do jogador, como clicar em links, confiar em desconhecidos ou reutilizar senhas, influencia diretamente sua exposição a ameaças.

Também é importante avaliar o impacto dos servidores paralelos, como *Discord*, WhatsApp ou plataformas de streaming, amplamente utilizados por jogadores para socializar e compartilhar informações relacionadas às suas atividades. Embora úteis para colaboração, esses ambientes externos ampliam a superfície de risco, já que podem conter grupos pouco moderados ou permitir que adultos se passem por jovens. Observa-se que a prática informacional nesses ecossistemas vai além do jogo em si e alcança redes de comunicação diversificadas, nas quais a circulação de dados, imagens, links e opiniões ocorre de forma acelerada e nem sempre controlada.

Ambientes de jogos podem se tornar terreno fértil para conteúdos enganosos, assédios e manipulações. O Guia de Uso de Telas para Crianças (Brasil, 2025), destaca que muitos jogos não possuem mecanismos eficazes para impedir comportamentos abusivos ou para filtrar conteúdos sensíveis. Situações como *cyberbullying*, ataques discriminatórios,

discursos de ódio, ou ainda tentativas de aproximação por indivíduos mal-intencionados, são relatadas com frequência por famílias e educadores. Esses comportamentos não apenas ameaçam a segurança emocional dos usuários, mas também afetam sua integridade informacional, já que manipulações podem distorcer a compreensão da realidade, afetar decisões e gerar dependência de relações nocivas. Com o objetivo de sintetizar os principais riscos associados ao uso de jogos digitais por crianças e adolescentes, a figura 7 apresenta pontos de atenção destacados no Guia de Uso de Telas para Crianças e Adolescentes, elaborado pela Secretaria de Comunicação Social do Governo Federal. A figura evidencia aspectos relacionados à exposição a conteúdos sensíveis, práticas abusivas, riscos à privacidade e vulnerabilidades informacionais, especialmente em ambientes interativos e socialmente mediados, como os jogos digitais.

Figura 7 – Pontos de atenção no uso de jogos digitais segundo o Guia de Uso de Telas para Crianças e Adolescentes

The screenshot shows the official website of the Brazilian Federal Government's Secretary of Communications. At the top, there is a navigation bar with the logo of the Secretary of Communications, a search bar labeled 'O que você procura?' (What are you looking for?), and a magnifying glass icon. Below the header, a text box states: 'Como muitos dos jogos digitais não foram desenvolvidos pensando na segurança de crianças e adolescentes e, por isso, precisam de regulação, seu uso e presença deixam os usuários sujeitos a:'

The main content area contains eight colored boxes, each containing a tip:

- Yellow box (top-left):** **Discursos extremistas e de ódio:** estudos mostram como plataformas relacionadas a jogos online são apropriadas e utilizadas para a disseminação de discursos extremistas e de ódio.
- Purple box (top-right):** **Práticas de cyberbullying:** essas há práticas de intimidação sistemática virtual são tão presentes nos ambientes online — com especial foco nos de jogos — que foram enquadradas como crime.
- Pink box (middle-left):** **Falhas de privacidade e tratamento indevido de dados pessoais:** apesar do que diz a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais em seu artigo 14, sobre o tratamento de dados de crianças e adolescentes, há riscos de uso indevido dos dados, da venda a terceiros e de vazamento de informações.
- Blue box (middle-right):** **Exposição a pessoas desconhecidas e predadores sexuais:** crianças e adolescentes podem interagir com quaisquer usuários da rede, tornando-se vítimas potenciais para golpes, assédio e violências.
- Grey box (bottom-left):** **Exposição a assédios:** pesquisa mostrou que 60% dos adolescentes participantes, entre 13 e 17 anos, já sofreram algum tipo de assédio em jogos online multijogadores.
- Orange box (bottom-right):** **Exposição à pornografia:** a TIC Kids online de 2023 reportou que entre usuários mais assíduos, na faixa etária de 15 a 17 anos, 32% relataram ter recebido conteúdo sexual online e que as plataformas de jogos figuram como um dos meios para o tráfego desse tipo de conteúdo.
- Yellow box (bottom-middle-left):** **Exposição à publicidade e comunicação mercadológica:** seja em forma de anúncios, seja como parte dos próprios jogos (*advergames*), crianças e adolescentes são expostos a apelos de consumo e de marcas que podem se caracterizar como abusivos.
- Purple box (bottom-middle-right):** **Exposição a apostas esportivas, jogos de fantasia e de azar:** o público infantojuvenil é particularmente vulnerável aos apelos de ganhos e está mais sujeito a fornecer dados pessoais e financeiros próprios e de seus familiares e pessoas cuidadoras.

Fonte: Secretaria de Comunicação Social do Governo Federal (2023)

Do ponto de vista jurídico e social, a proteção de usuários mais jovens ainda representa um desafio significativo. Especialistas apontam que a legislação brasileira sobre

jogos digitais e ambientes online, embora tenha avançado nos últimos anos, ainda não cobre adequadamente questões como coleta de dados sensíveis, transparência algorítmica e formas de moderação. Reportagens recentes em veículos nacionais reforçam que a ausência de diretrizes robustas abre espaço para práticas predatórias, exploração emocional, radicalização de comportamentos e manipulações informacionais. Assim, compreender os riscos associados aos jogos digitais é fundamental não apenas para proteger os usuários, mas também para orientar práticas de alfabetização informacional que os tornem mais conscientes, críticos e preparados para lidar com ambientes complexos.

Nesse sentido, reforça-se que os jogos digitais, apesar de promoverem interação e aprendizagem, constituem ecossistemas informacionais que exigem atenção rigorosa à segurança e à integridade dos dados. A análise desses riscos permite compreender como práticas informacionais inadequadas podem resultar em vulnerabilidades significativas. Mais do que alertar sobre perigos, essa discussão contribui para ampliar o entendimento sobre o papel da Gestão da Informação na construção de estratégias seguras, éticas e responsáveis para o uso dos jogos digitais como espaços de sociabilidade e de circulação informacional.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta é uma pesquisa exploratória cujo objetivo é investigar as práticas informacionais utilizadas pela comunidade brasileira no ambiente virtual, o metaverso. O estudo é de natureza quantitativa, concentrando-se na coleta e análise de dados numéricos, empregando o questionário do *Google Forms* como ferramenta de coleta. Essa metodologia permitiu a identificação e análise dos comportamentos, atitudes e características associados às práticas informacionais dos participantes, oferecendo uma perspectiva abrangente de como a Gestão da Informação pode ajudar na integração de experiências entre os dois contextos.

As bases de dados Brapci, SciELO e Google Acadêmico foram utilizadas para a busca inicial de publicações científicas. A escolha da Brapci e da SciELO deve-se ao seu amplo reconhecimento e relevância no campo da Ciência da Informação. Já o Google Acadêmico foi adotado como complemento, principalmente para localizar materiais relacionados à esfera das redes sociais, jogos onlines eletrônicos integrados à vida real, garantindo, ao mesmo tempo, a confiabilidade das fontes consultadas. O objetivo inicial era

localizar estudos que abordam os conceitos de práticas informacionais, comportamento informacional e estudo do usuário. Para isso, empreguei operadores booleanos e termos-chave, como "práticas informacionais", "comportamentos informacionais", "necessidades informacionais" e "modelos de práticas informacionais". Para expandir a pesquisa, adicionei termos mais específicos, como "metaverso", "jogos online", "redes sociais" e "*Discord*", com o objetivo de entender como essas teorias se relacionam com o metaverso. Apesar da busca ampliada, foi desafiador encontrar estudos que tratassem diretamente do tema com usuários focados no metaverso. Por essa razão, escolhi manter o foco da pesquisa em cada um desses conceitos separadamente, antes de conectá-los ao meu objeto de estudo.

Além desses procedimentos, se tornou necessário contextualizar o ambiente no qual os participantes estão inseridos. O metaverso, entendido como um espaço virtual tridimensional, imersivo e interativo, é composto por ambientes digitais nos quais os usuários, representados por avatares, podem socializar, consumir conteúdos, participar de atividades, trabalhar, estudar ou simplesmente explorar novos cenários. Trata-se de um ecossistema híbrido que integra elementos de redes sociais, jogos online, plataformas de realidade virtual e comunidades digitais. Seu acesso ocorre principalmente por meio de dispositivos como computadores, consoles, smartphones e, quando disponível, óculos de realidade virtual, que ampliam a sensação de imersão e presença.

Nesse contexto, qualquer pessoa com acesso à internet e familiaridade com plataformas digitais pode se tornar parte do metaverso, o que contribui para uma comunidade heterogênea, composta por jogadores, criadores de conteúdo, estudantes, profissionais da área de tecnologia, entusiastas de mundos virtuais e usuários ocasionais em busca de entretenimento ou interação social. Embora teoricamente aberto a todos, o engajamento frequente tende a concentrar-se em grupos que apresentam afinidade com tecnologia, interesse por ambientes digitais e familiaridade com práticas colaborativas presentes em jogos online e redes sociais.

Embora o estudo de Marques e Batista (2022) dialogue diretamente com esta pesquisa ao enfatizar a relevância da gestão da informação na constituição de ambientes digitais imersivos, o presente trabalho diferencia-se por direcionar seu olhar para as práticas informacionais efetivamente realizadas pelos usuários, a partir de suas experiências cotidianas no metaverso. Enquanto os autores concentram-se em uma abordagem mais conceitual e estrutural, voltada à organização e à gestão da informação nesses ambientes, esta pesquisa privilegia a análise do comportamento informacional da comunidade brasileira,

considerando como os sujeitos buscam, utilizam, compartilham e se expõem à informação em contextos interativos específicos.

Além disso, este estudo avança ao incorporar exemplos empíricos vinculados a jogos digitais e plataformas sociais imersivas, discutindo não apenas o potencial informacional do metaverso, mas também os riscos, tensões e vulnerabilidades associados às práticas informacionais, especialmente em situações de engajamento emocional e interação social intensa. Dessa forma, o trabalho contribui para ampliar o debate ao articular a perspectiva teórica da gestão da informação com uma análise situada das práticas informacionais no metaverso, reforçando a centralidade do indivíduo em interação com o ambiente digital.

Complementando, Savolainen (2017) enfatiza que as práticas informacionais estão intimamente ligadas aos contextos sociais e tecnológicos nos quais os indivíduos atuam, sendo moldadas por valores, normas e rotinas de cada comunidade. Essa perspectiva ajuda a compreender como as dinâmicas informacionais se estruturam em ambientes digitais, especialmente no metaverso, onde a interação e o compartilhamento de informação assumem novas formas e significados. Além das referências acadêmicas, realizei também buscas em blogs, sites especializados e portais de notícias, utilizando palavras-chave como “metaverso”, “gestão da informação”, “práticas informacionais”, “comunidades virtuais” e “jogos online”. Essa etapa foi de extrema importância para compreender como as interações e trocas informacionais acontecem no cotidiano dos usuários e como esses ambientes digitais estão sendo efetivos socialmente.

O formulário foi aplicado de forma online, tendo ao todo 112 respondentes, distribuídos por meio do Instagram, de grupos no WhatsApp e também nos canais dos servidores do *Discord*. Essa estratégia permitiu alcançar um público diversificado e mais representativo das comunidades virtuais analisadas. O instrumento foi estruturado em três seções: a primeira destinada à coleta de dados pessoais e informação sobre o perfil dos usuários. A segunda voltada à investigação das práticas informacionais, fundamentada em conceitos das práticas informacionais, especialmente nos estudos de Wilson (1999) e Savolainen (2007). E a terceira dedicada à percepção dos participantes sobre a integração entre o mundo real e o virtual, aspecto central para compreender o papel da Gestão da Informação nesse contexto. É possível observar um conjunto de participantes que, embora diverso, compartilham algumas características comuns, como a familiaridade com plataformas digitais, participação ativa em ambientes online e interesse por temas relacionados ao metaverso, jogos, tecnologia ou interação social virtual.

Ao mesmo tempo, há diferenças notáveis entre os perfis, incluindo a variação de idade, diferentes níveis de profundidade no uso do metaverso, motivações diversificadas e diferentes níveis de engajamento, desde os usuários pouco frequentes até participantes altamente imersos em comunidades virtuais. A quantidade de pessoas que compõem essa comunidade específica varia de acordo com o alcance das plataformas utilizadas, como os servidores do Discord, por exemplo, que reúnem centenas a milhares de membros, embora nem todos sejam igualmente ativos. Já a amostra alcançada pelo formulário representa uma fração desse universo, refletindo aqueles que, além de fazerem parte dessas redes, demonstraram interesse e disponibilidade para contribuir com a pesquisa.

Dessa forma, incluir a caracterização do metaverso e se seus usuários nos procedimentos metodológicos ajudam a compreender melhor o contexto em que as práticas informacionais acontecem. Essa compreensão permite analisar com maior precisão como os participantes interagem com informações, como buscam conhecimento dentro desses ambientes e de que forma a Gestão da Informação pode contribuir para a mediação entre experiências do mundo real e virtual. A construção do instrumento de coleta de dados foi orientada por autores clássicos e contemporâneos da área de práticas informacionais. Nesse sentido, o quadro 3 apresenta as perguntas utilizadas na pesquisa, bem como os autores e conceitos teóricos que sustentam cada uma delas.

Quadro 3 – Perguntas baseadas nas práticas informacionais

Perguntas	Autores	Conceitos
Você busca informações antes de participar de atividades nos ambientes virtuais.	Savolainen, 1995	A busca por informações antes de participar de atividades virtuais reflete o comportamento de busca da informação e o modo como os indivíduos procuram e utilizam informações conforme suas necessidades e contextos.
Com que frequência você compartilha dicas, experiências ou aprendizados no metaverso com outras pessoas?	Savolainen, 2008	O compartilhamento de informações no metaverso expressa uma prática informacional colaborativa, em que os indivíduos trocam experiências e aprendizados para construir sentido coletivo e ampliar o conhecimento no ambiente virtual
Você considera que conversar com outras pessoas dentro do metaverso influencia suas decisões ou aprendizados?	Lave e Wenger, 1991	As interações sociais no metaverso influenciam os processos de aprendizagem e tomada de decisão, pois o conhecimento é construído de forma coletiva e mediada pelas trocas informacionais entre os participantes.
Você já mudou seu comportamento ou decisões dentro do metaverso com base em algo aprendido em vídeo, rede social ou conversa?	Wilson, 1999	A mudança de comportamento a partir de informações obtidas em diferentes mídias evidencia como os indivíduos reinterpretam e aplicam o conhecimento adquirido em novos contextos, refletindo um processo contínuo de aprendizagem informacional.

Onde você costuma buscar informações sobre metaverso e/ou assuntos relacionados?	Dervin, 1992	A busca por informações sobre o metaverso demonstra como os indivíduos selecionam fontes conforme suas necessidades e confiança nelas, caracterizando um comportamento informacional orientado pelo contexto e pelos objetivos pessoais.
--	--------------	--

Fonte: Elaborado pelo autor (2025)

Esta seção foi elaborada a partir de uma adaptação do modelo de práticas informacionais proposto por Savolainen (1995, 2008, 2017), cuja abordagem sociocultural fornece uma compreensão ampla sobre como os sujeitos lidam com a informação no cotidiano. Esse modelo permite analisar como valores, rotinas e contextos influenciam a busca, o uso e o compartilhamento de informações. No presente estudo, o quadro 4 foi ajustado para refletir as especificidades das comunidades imersivas do metaverso, considerando seus fluxos informacionais, interações e dinâmicas próprias desses ambientes.

Quadro 4 – Modelos de práticas informacionais adaptado de Savolainen (1995, 2008, 2017) para comunidades imersivas no metaverso

Categoria	Pergunta
Modo de vida (Way of Life)	Como sua rotina dentro do metaverso influencia a maneira como você busca ou compartilha informações?
Domínio da ação (Mastery of Life)	Quando precisa aprender algo no metaverso, como você decide onde buscar informação?
Práticas de busca da informação	Você costuma buscar informaçõesativamente ou aprende mais observando outros jogadores?

Práticas de compartilhamento da informação	Com que frequência você compartilha dicas, experiências ou aprendizados com outras pessoas no metaverso?
Práticas sociais de informação	As conversas dentro do metaverso influenciam suas decisões ou aprendizados? De que forma?
Acessibilidade e confiabilidade informacional	Você se preocupa com a clareza, organização e confiabilidade das informações que encontra ou compartilha dentro das comunidades virtuais?

Fonte: Elaborado pelo autor (2025)

A amostra é representada pelo subgrupo da população que participou do estudo, através da técnica probabilística, com isso cada indivíduo tinha a mesma chance de ser incluído na amostra (Malhotra, 2006). Foi realizado um corte transversal (Malhotra, 2006).

Este trabalho não necessitou de avaliação pelo Comitê de Ética, pois está de acordo com a Resolução nº 510/2016, do Sistema dos Comitês de Ética em Pesquisa (CEP) / Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CONEP), criado pela Resolução do Conselho Nacional de Saúde (CNS) 196/96. Nesta Resolução, o Art. 1º, parágrafo único, de sete de abril de 2016, afirma que uma pesquisa objetivada apenas no aprofundamento teórico de situação emergentes de forma espontânea e contingencialmente focadas na prática profissional não necessitam de avaliação pelo Comitê, uma vez que não identifiquem o sujeito participante com os dados que serão apresentados na pesquisa.

Foi desenvolvido um questionário, contendo 16 questões, baseado na literatura especializada (Apêndice A), abordando as variáveis apontadas no quadro 5.

Quadro 5 – Variáveis sobre o metaverso, as práticas informacionais e o papel da GI na integração entre o mundo real e virtual

Variáveis
Qual a sua idade?
Qual o seu nível de familiaridade com redes sociais e/ou ambientes virtuais (metaverso)?
Você participa de algum ambiente virtual considerado parte do metaverso? (Jogos ou ferramentas que incentivam a interação com outros usuários)
Em média, quantas horas por semana você passa nesses ambientes?
Você busca informações antes de participar de atividades nos ambientes virtuais.
Com que frequência você compartilha dicas, experiências ou aprendizados no metaverso com outras pessoas?
Você considera que conversar com outras pessoas dentro do metaverso influencia suas decisões ou aprendizados?
Você já mudou seu comportamento ou decisões dentro do metaverso com base em algo aprendido em vídeo, rede social ou conversa?
Onde você costuma buscar informações sobre metaverso e/ou assuntos relacionados?
O que te motiva a buscar essas informações?
Como você participa das comunidades dentro do metaverso ou em torno dele?
Como o conhecimento é compartilhado nessas comunidades?
Você sente que sua forma de buscar e usar informações evoluiu conforme passou mais tempo no metaverso?
Você se preocupa com a clareza e organização das informações que compartilha ou encontra nas comunidades virtuais?
Você sente que sua opinião é considerada nas discussões dentro das comunidades do metaverso?
Você utiliza suas habilidades (técnicas, comunicativas, criativas) para ajudar outras pessoas nesses ambientes?

Fonte: Dados do autor (2025)

Para melhor delineamento do questionário, foi realizado um pré-teste com 10 respondentes, referente a cada um dos questionários, durante o mês de julho de 2025. Em seguida, foram feitas as correções e aprimoramentos necessários para a realização da pesquisa final e a coleta ocorreu no mês de agosto de 2025.

Na análise da fidedignidade foi calculado o alfa de *Cronbach*, pois este é o método mais utilizado nas ciências sociais (Maroco; Garcia-Marques, 2006). Este cálculo tem como proposta verificar a consistência interna do questionário aplicado. O valor obtido de Alfa foi 0,80. Para Hair *et al.* (2009) o valor de Alfa maior que 0,70 indica a confiabilidade do constructo.

Referente a dimensão da amostra foi utilizado o critério de Hair *et al.* (2006) que defende um quantitativo de, pelo menos, cinco participantes por variável. Participaram da pesquisa 111 respondentes, gerando uma razão de aproximadamente 7. Então, seguiu-se a análise dos dados de acordo com as seguintes etapas. Para tanto, utilizou-se o software SPSS 20.

a) Análise descritiva

Primeiramente, foi realizada uma análise descritiva das variáveis pesquisadas, cujo objetivo foi identificar o percentual de concordância dos respondentes nas questões apontadas no questionário, e assim identificar o perfil dos mesmos.

b) Regressão Linear Múltipla

Em seguida, foi obtida através de regressão linear múltipla, sendo esta uma técnica que permite verificar a relação linear entre a variável dependente e as suas variáveis independentes. Optou-se pela utilização desta técnica, pois a mesma indica a relação entre as variáveis independentes e dependentes, com o intuito de identificar as práticas informacionais mais significativas para aprendizagem e melhoria na performance dos jogadores. A regressão linear múltipla descreve o comportamento de uma variável em função de uma outra, analisando sua dependência estatística e as classificando (Cunha, Coelho, 2011).

5 ANÁLISE DOS DADOS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Esta seção apresenta a análise dos dados coletados por meio do questionário estruturado aplicado aos usuários brasileiros que participam de ambientes associados ao metaverso. O instrumento de pesquisa permitiu reunir informações relacionadas ao perfil dos respondentes, ao nível de familiaridade com ambientes virtuais e, principalmente, às práticas informacionais desenvolvidas nesses espaços, como a busca, o uso, o compartilhamento e a organização da informação. A análise dos resultados foi realizada a partir de procedimentos estatísticos descritivos, possibilitando identificar padrões, tendências e recorrências nas respostas obtidas.

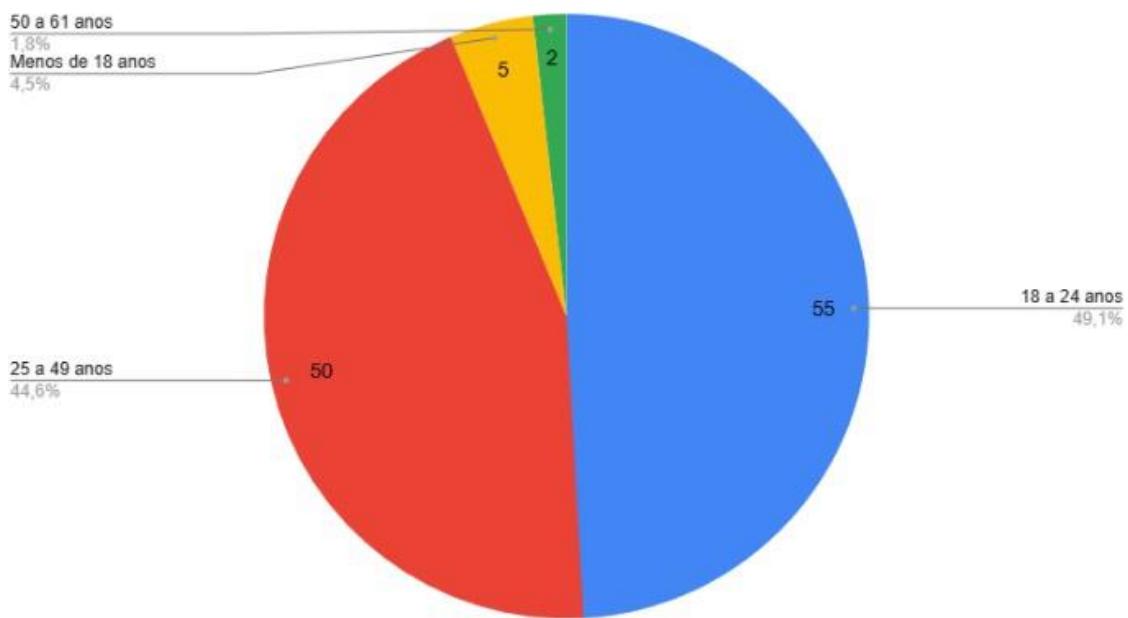
Os dados analisados são discutidos à luz do referencial teórico apresentado nos capítulos anteriores, especialmente a partir das contribuições de autores da Ciência da Informação que abordam práticas informacionais, comportamento informacional e gestão da informação em contextos sociotécnicos. Dessa forma, os resultados não são apresentados de maneira isolada, mas interpretados considerando os aspectos sociais, culturais e tecnológicos que caracterizam os ambientes imersivos do metaverso e influenciam a experiência dos usuários.

A organização desta seção segue a lógica dos objetivos específicos da pesquisa, buscando compreender a frequência de utilização das práticas informacionais, identificar as formas mais recorrentes de busca e compartilhamento de informação e analisar como a participação em comunidades virtuais impacta os processos de aprendizagem, tomada de decisão e construção coletiva do conhecimento. Assim, a análise dos dados contribui para aprofundar a compreensão sobre o papel da informação na integração entre o mundo real e o virtual, bem como para evidenciar a relevância da Gestão da Informação na mediação dessas práticas em ambientes digitais imersivos.

5.1 FREQUÊNCIA DE UTILIZAÇÃO DAS PRÁTICAS INFORMACIONAIS

Gráfico 1 – Qual a sua idade?

1. Qual a sua idade?

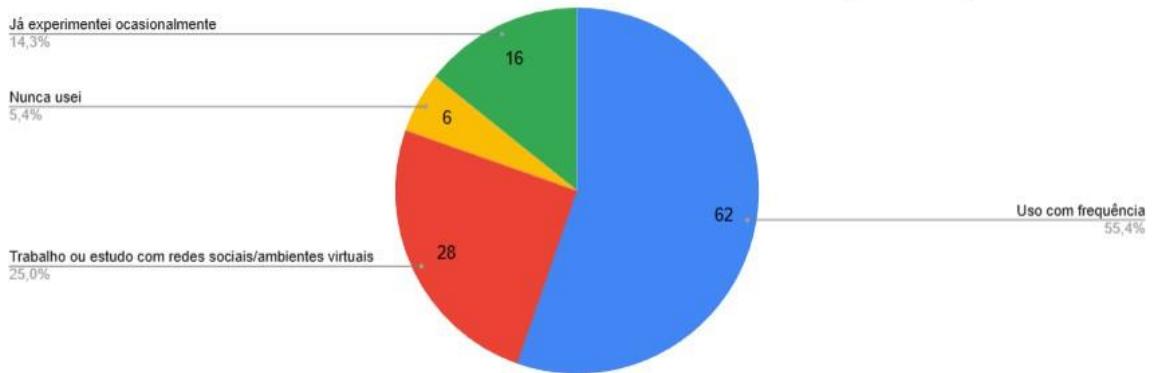


Fonte: Dados coletados via Google Forms (2025)

Ao analisar os dados fica evidente que a maioria dos participantes da pesquisa se concentra nas faixas etárias entre 18 e 49 anos. O grupo mais representativo é o de 18 a 24 anos, que corresponde a 49,1% do total de participantes desta pesquisa, seguido de perto pelo grupo de 25 a 49 anos, com 44,6%. Juntos, esses dois grupos representam 93,7% da amostra, destacando que a população da pesquisa é composta principalmente por jovens adultos e indivíduos em idade produtiva. Já as demais faixas etárias têm participação mais discreta: apenas uma pequena parcela, que equivale a 4,5%, corresponde a pessoas com menos de 18 anos e outra fração igualmente pequena está entre 50 e 61 anos, cerca de 1,8%. Não houve registros de participantes com mais de 62 anos. Esses resultados indicam que o perfil etário da amostra é fortemente concentrado em indivíduos jovens e adultos, com baixa representatividade de adolescentes e pessoas acima de 50 anos.

Gráfico 2 – Qual o seu nível de familiaridade com redes sociais e/ou ambientes virtuais (metaverso)?

2. Qual o seu nível de familiaridade com redes sociais e/ou ambientes virtuais (metaverso)?

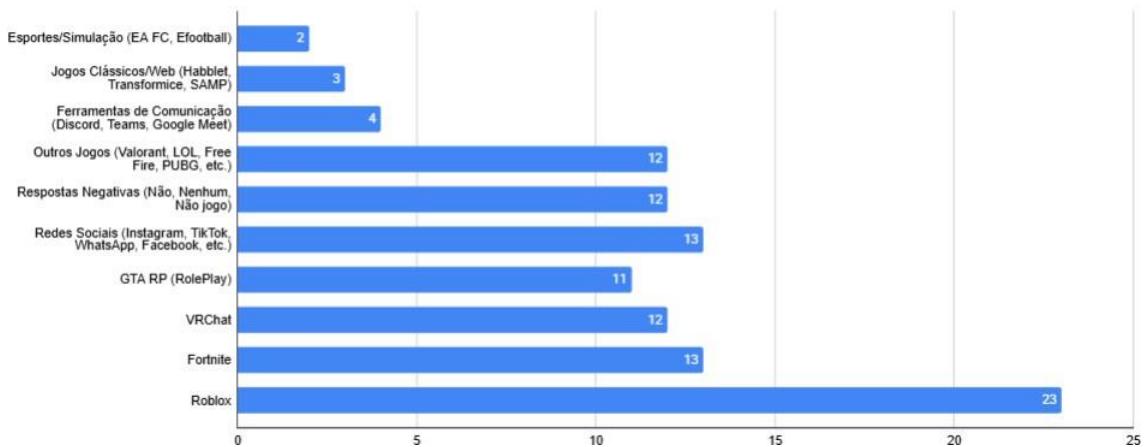


Fonte: Dados coletados via Google Forms (2025)

É notório que a maioria dos participantes mantém uma relação bastante próxima com redes sociais e ambientes virtuais. O grupo mais representativo corresponde aos usuários frequentes dessas plataformas, totalizando 55,4% dos respondentes. Em segundo lugar, 25% indicaram trabalhar ou estudar diretamente com redes sociais ou ambientes digitais, demonstrando um envolvimento mais profundo com esses recursos tecnológicos. Por outro lado, 14,3% mencionaram utilizar tais plataformas apenas ocasionalmente, enquanto uma minoria quase insignificante, cerca de 5,4% afirmou nunca ter tido contato com esses meios. Esses resultados mostram que o público pesquisado é, em grande parte, habituado ao uso dessas ferramentas, com uma porção expressiva já integrada profissional ou academicamente nesse universo, enquanto o número de indivíduos sem experiência é mínimo dentro da amostra.

Gráfico 3 – Você participa de algum ambiente virtual considerado parte do metaverso?
 (Jogos ou ferramentas que incentivam a interação com outros usuários)

3. Você participa de algum ambiente virtual considerado parte do metaverso? (Jogos ou ferramentas que incentivam a interação com outros usuários)



Fonte: Dados coletados via Google Forms (2025)

Neste caso, há uma variedade imensa relacionada à participação dos usuários em ambientes virtuais que compõem o metaverso. O destaque fica para o *Roblox*, que concentra 22,3% das respostas, sendo a plataforma mais mencionada. Em segundo lugar aparece o *Fortnite*, com 11,6%, seguido por *VRChat* e *GTA RP (RolePlay)*, ambos com 9,8%. Além das opções com mais destaque citadas anteriormente, há menções a outras plataformas e ferramentas, como:

- 1. Instagram, Facebook e WhatsApp** (redes sociais e plataforma para comunicação);
- 2. Valorant** (jogos eletrônicos);
- 3. Battlefield** (jogos eletrônicos);
- 4. Pubg Mobile** (jogos eletrônicos);
- 5. Habblet** (jogos eletrônicos);
- 6. Transformice** (jogos eletrônicos);
- 7. Discord** (plataforma para comunicação);
- 8. League of Legends - LOL** (jogos eletrônicos);
- 9. EA FC** (jogos eletrônicos);
- 10. Free Fire** (jogos eletrônicos);
- 11. Call of Duty** (jogos eletrônicos);

12. Google Meet (plataforma para comunicação);

13. Nenhum.

O Gráfico 3 evidencia que, embora exista uma concentração em alguns jogos e plataformas específicas, o público participante apresenta uma ampla variedade de escolhas, indicando diferentes formas de interação com ambientes virtuais. De modo geral, pode-se concluir que há uma presença significativa em ambientes ligados ao entretenimento digital e à socialização virtual, com destaque especial para o *Roblox*, mas sem uma predominância absoluta, o que o destaca como um público diverso em seus variados hábitos no metaverso.

Gráfico 4 – Em média, quantas horas por semana você passa nesses ambientes?



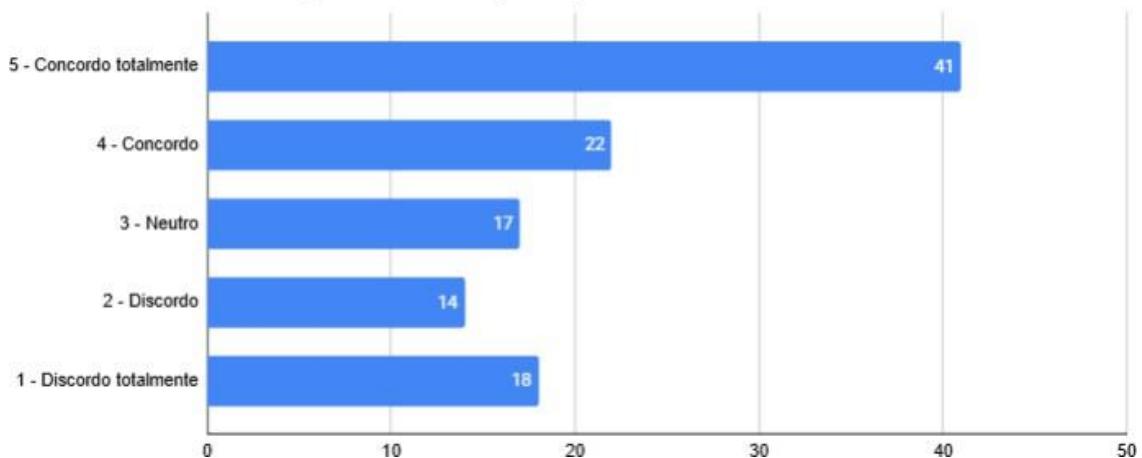
Fonte: Dados coletados via Google Forms (2025)

O destaque está na frequência de tempo dedicada semanalmente pelos respondentes a esses ambientes, revelando uma tendência concentrada em menores períodos de tempo. É notório que 49,1% dos participantes declararam permanecer menos de 2 horas por semana e isso sugere um contato com grandes intervalos e com baixa intensidade. Em contrapartida, 23,2% indicaram investir entre 2 a 5 horas, representando um grupo que ainda mantém o uso moderado com respectivas ferramentas. Já 13,4% afirmaram dispor de 6 a 10 horas semanais, revelando um envolvimento mais consistente, enquanto 8% relataram permanecer entre 11 a 15 horas, mostrando um padrão de uso mais intenso. Por fim, apenas 6,3% ultrapassaram

a marca de 15 horas semanais, caracterizando assim um perfil minoritário, mas de maior imersão.

Gráfico 5 – Você busca informações antes de participar de atividades nos ambientes virtuais.

5. Você busca informações antes de participar de atividades nos ambientes virtuais.



Fonte: Dados coletados via Google Forms (2025)

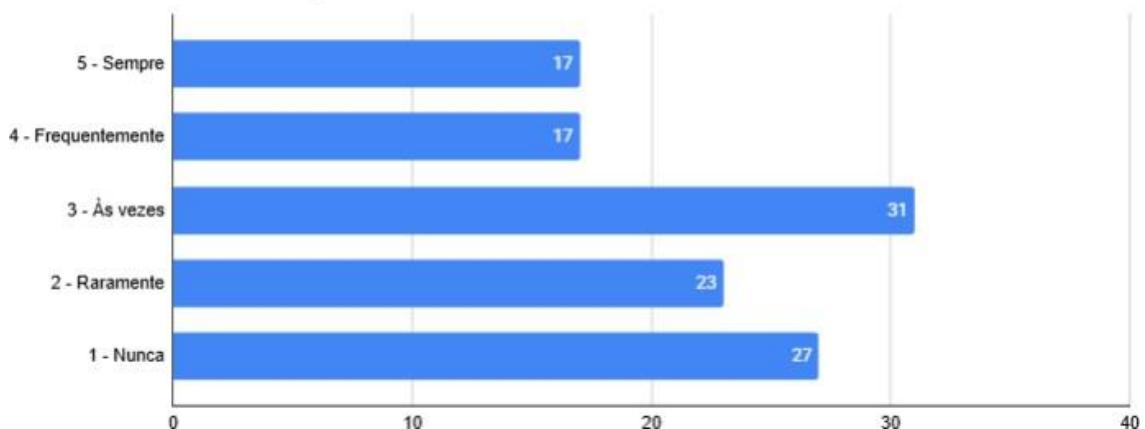
Os resultados mostram que a maioria das pessoas costuma buscar informações antes de participar de atividades em ambientes virtuais. As respostas mais altas ficaram nas opções 4 (19,4%) e 5 (36,6%), o que indica que boa parte dos participantes prefere se informar antes de agir, seja vendo vídeos, lendo algo ou trocando ideias com outras pessoas. Esse comportamento mostra que, para boa parte, a informação serve como uma forma de preparo, ajudando a entender melhor o que vão fazer e a se sentir mais seguros dentro do ambiente virtual.

Por outro lado, um grupo menor, cerca de 25% dos respondentes, demonstrou que não tem esse hábito, o que pode estar ligado à espontaneidade ou confiança em explorar por conta própria. Já os que ficam no meio da escala (15,2%) parecem variar o comportamento conforme a situação, chegando a pesquisar de forma esporádica. No geral, os dados apontam que buscar a informação antes de agir é uma prática comum e valorizada, o que reforça a importância do conhecimento nas experiências digitais. Segundo González de Gómez (1999), as práticas informacionais expressam a forma como os sujeitos se relacionam com a

informação e constroem sentido a partir dela, o que se evidencia aqui, já que o ato de buscar antes de agir demonstra uma interação consciente e intencional com o conteúdo disponível.

Gráfico 6 – Com que frequência você compartilha dicas, experiências e aprendizados no metaverso com outras pessoas?

6. Com que frequência você compartilha dicas, experiências ou aprendizados no metaverso com outras pessoas?



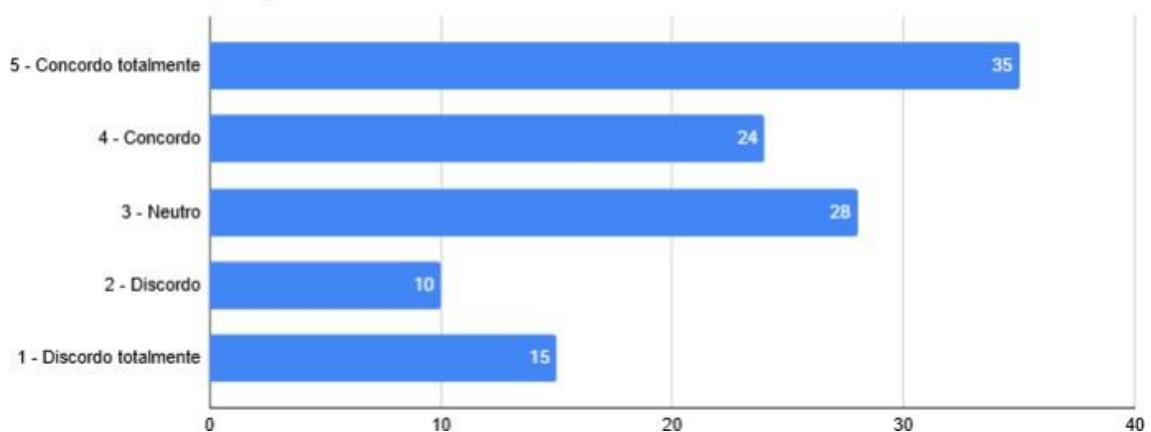
Fonte: Dados coletados via Google Forms (2025)

Esses dados mostram que o compartilhamento de dicas, experiências e aprendizados no metaverso ainda não é uma prática tão comum entre os participantes da pesquisa. Grande parte das respostas se concentram nas opções de menor frequência: 25,9% afirmaram nunca compartilhar (opção 1) e 20,5% disseram fazer isso raramente (opção 2). Já uma parcela de 26,8% se posicionou de forma neutra (opção 3), indicando que o comportamento de troca pode ocorrer ocasionalmente, dependendo do contexto. Apenas 13,4% dos respondentes marcaram as opções 4 e 5, demonstrando uma frequência mais constante nesse tipo de interação.

Esses resultados sugerem que, embora o metaverso possibilite espaços colaborativos e de socialização, muitos usuários ainda adotam uma postura mais individual em suas experiências digitais. Essa tendência pode estar relacionada à falta de familiaridade com os ambientes virtuais ou ausência de vínculos sociais fortes. Segundo Rehm e Goel (2023), a colaboração e o compartilhamento de conhecimento em ambientes imersivos dependem de fatores como confiança, engajamento e senso de pertencimento, o que reforça a importância de promover práticas informacionais mais colaborativas.

Gráfico 7 – Você considera que conversar com outras pessoas dentro do metaverso influencia suas decisões ou aprendizados?

7. Você considera que conversar com outras pessoas dentro do metaverso influencia suas decisões ou aprendizados?



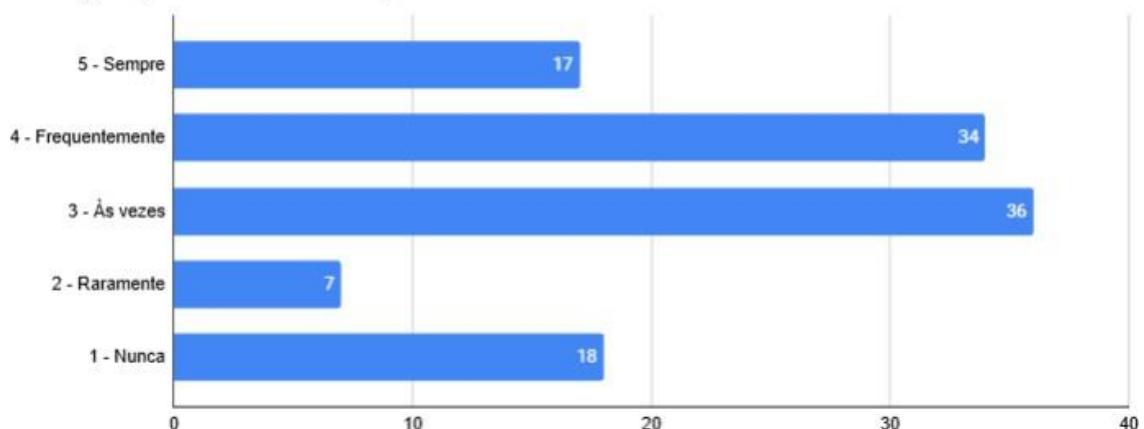
Fonte: Dados coletados via Google Forms (2025)

Os resultados apresentados mostram que a maior parte dos participantes reconhece que as interações no metaverso influenciam suas decisões e aprendizados. As respostas de “concordo totalmente” (31,3%) e “concordo parcialmente” (21,4%) somam mais da metade dos respondentes, indicando que o diálogo e a troca de experiências dentro desses espaços têm impacto relevante nas atitudes dos usuários. Em contrapartida, 22,3% (somando os que marcaram 1 e 2) discordam dessa influência, e 25% adotam uma posição mais neutra.

Esse cenário reforça a ideia de que o metaverso, além de um ambiente de imersão tecnológica, funciona como um espaço de aprendizagem coletiva e construção de sentido a partir da interação social. Segundo Lévy (1999), o conhecimento se amplia quando compartilhado e construído de forma colaborativa, o que se aplica diretamente aos contextos virtuais, onde trocas informacionais moldam o comportamento dos participantes.

Gráfico 8 – Você já mudou seu comportamento ou decisões dentro do metaverso com base em algo aprendido em vídeo, rede social ou conversa?

8. Você já mudou seu comportamento ou decisões dentro do metaverso com base em algo aprendido em vídeo, rede social ou conversa?



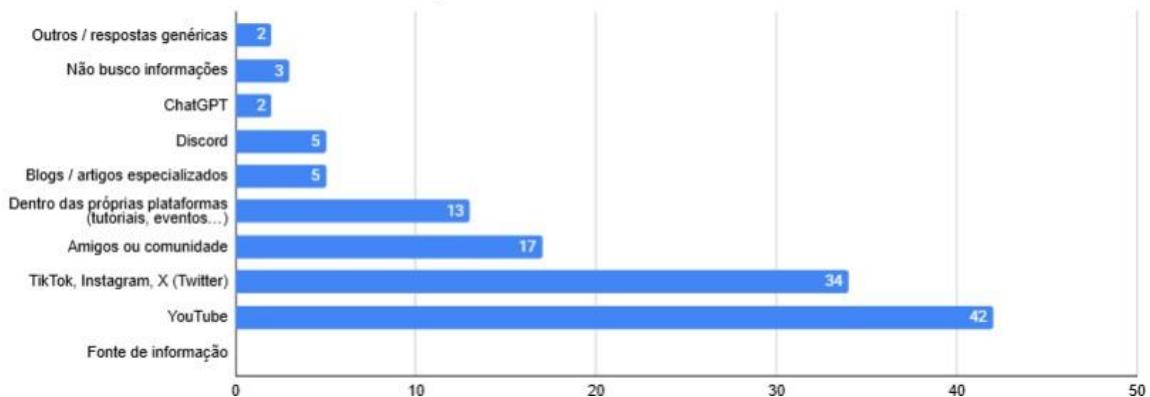
Fonte: Dados coletados via Google Forms (2025)

A análise dos dados apresentados acima revela que a maioria dos participantes demonstra ter sido, em alguma medida, influenciada por conteúdos informacionais advindos de vídeos, redes sociais ou conversas. Observa-se que 32,1% dos participantes se posicionaram no nível 3 da escala, seguido por 30,4% no nível 4 e 15,2% no nível 5, o que representa um total de 77,7% de indivíduos que reconheceram algum grau de mudança em seus comportamentos ou decisões com base nas informações que são assimiladas nesses ambientes. Por outro lado, apenas 16,1% afirmaram nunca ter mudado (nível 1) e 6,3% apresentaram baixo índice de influência (nível 2).

Esses resultados evidenciam a relevância das dinâmicas informacionais no contexto das interações virtuais. No metaverso, os fluxos de informação se manifestam de diversos modos, combinando texto, imagem, som e imersão. Conforme destaca Capurro (2003), o ato de buscar, receber e reinterpretar informações está intimamente ligado à constituição dos sujeitos e como as coisas acontecem no mundo. As transformações comportamentais identificadas entre os participantes reforçam que o ambiente informacional do metaverso não apenas transmite conhecimento, mas também modela atitudes e decisões.

Gráfico 9 – Onde você costuma buscar informações sobre metaverso e/ou assuntos relacionados?

9. Onde você costuma buscar informações sobre metaverso e/ou assuntos relacionados?



Fonte: Dados coletados via Google Forms (2025)

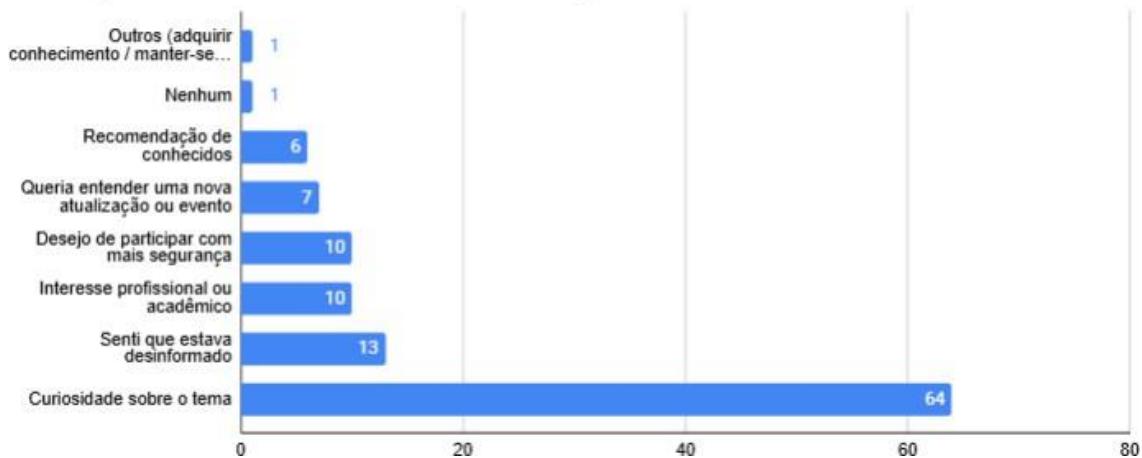
A análise revela que as plataformas de vídeo e redes sociais são as principais fontes utilizadas. O Youtube aparece em primeiro lugar, concentrando 38,4% das escolhas, vindo logo em seguida o TikTok, Instagram e X (Twitter), que somam 28,8%. Esses dados indicam uma preferência por conteúdos rápidos, que sejam acessíveis e facilitam o entendimento de temas complexos, tendo como exemplo o metaverso. Na sequência, aparecem algumas outras opções de busca, um pouco mais discretas: os fóruns online, tendo o *Reddit* como mais usual com 11,6%. *Discord*, voltado para comunidades virtuais, com 8,9%. Existem também algumas menções a blogs voltados para assuntos específicos, amigos ou comunidades e até mesmo às informações fornecidas dentro das próprias plataformas (como tutoriais internos), apesar das porcentagens menos expressivas. Vale destacar ainda que a presença de respostas alternativas, como a utilização do ChatGPT ou a menção a fontes seguras de informação, que na Ciência da Informação seriam as fontes primárias na qual as informações são transmitidas. Além de uma parcela de indivíduos que afirmaram não buscar informações sobre o tema.

Em resumo, os resultados mostram que o acesso às informações sobre o metaverso ocorre de forma majoritária em ambientes digitais de ampla circulação, priorizando conteúdos dinâmicos e interativos, enquanto fontes mais especializadas ou acadêmicas acabam tendo menor procura. Isso nos sugere que a busca pelo aprendizado sobre temas do interesse vá mais pelo consumo em redes sociais do que por aprofundamento em canais

técnicos.

Gráfico 10 – O que te motiva a buscar essas informações?

10. O que te motiva a buscar essas informações?



Fonte: Dados coletados via Google Forms (2025)

Essa análise dos dados referentes à questão 10 revelou que a curiosidade sobre o tema é o principal fator de estímulo entre os participantes, representando a maioria com 57,1% das respostas. Esse dado demonstra que a busca por informações, é impulsionada por um interesse espontâneo em sua maioria, relacionado ao desejo de entender um fenômeno em constante transformação. Em seguida, observa-se que 11,8% dos respondentes afirmaram buscar informações para “entender uma nova atualização ou evento”, o que revela um perfil atento às mudanças e à dinamicidade do mundo contemporâneo, marcado pela rapidez da circulação informacional. As motivações “Desejo de participar com mais segurança” e “Interesse profissional ou acadêmico” aparecem empatadas, com 8,9% cada, evidenciando que, além da curiosidade, há também a intenção de adquirir conhecimento para uma participação mais consciente e informada em diferentes contextos sociais e profissionais.

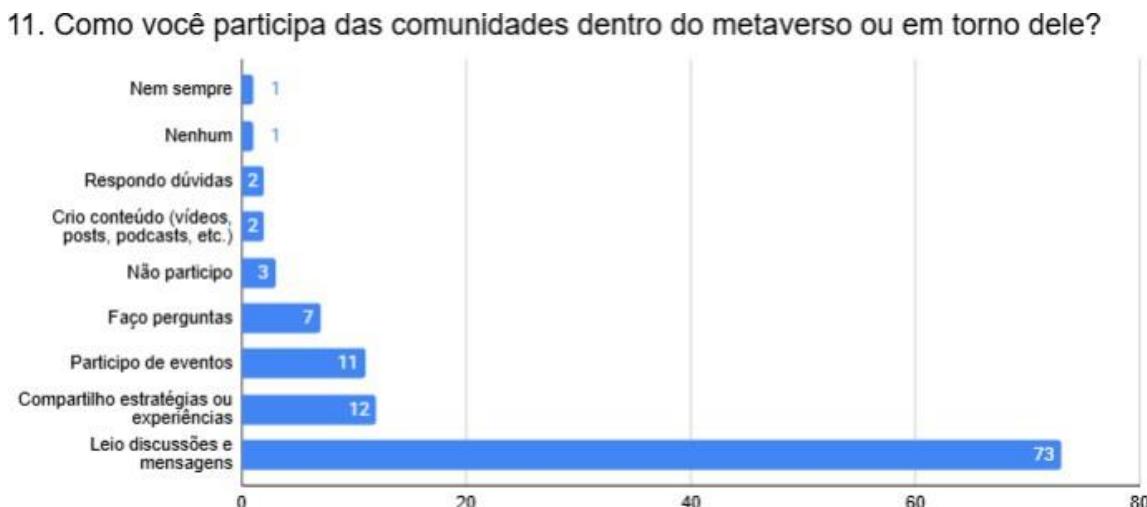
As respostas “Adquirir conhecimento, me manter informado” (5,4%), “Senti que estava desinformado” (4,5%) e “Recomendação de conhecidos” (2,7%) correspondem a motivações complementares, reforçando que a busca informacional não é apenas em decorrência da falta de informação, mas também orientada pela necessidade de atualização constante. A baixa incidência da alternativa “Nenhum” (0,7%) reforça que quase todos os

participantes demonstram algum tipo de envolvimento ativo com o processo de obtenção de informações.

Esses resultados se alinham ao modelo proposto por Wilson (1999), segundo o qual o comportamento de busca de informação é influenciado por fatores contextuais e pessoais, que englobam tanto motivações cognitivas, como a curiosidade e o desejo de compreender. Nesse sentido, a predominância da curiosidade como principal fator motivador indica que os sujeitos atuam movidos por necessidades cognitivas, buscando informação para preencher lacunas de conhecimento, interpretar melhor o mundo e compreender os fenômenos que os cercam.

Dessa forma, sob a ótica da Ciência da Informação, esse comportamento evidencia a presença de sujeitos informacionais autônomos, capazes de reconhecer suas próprias necessidades e de agir de forma ativa para sanar essas dúvidas. A curiosidade e o interesse em acompanhar atualizações demonstram uma postura de engajamento com o fluxo informacional, característica de uma sociedade em que o acesso e o uso da informação são elementos centrais para a tomada de decisão e o exercício da cidadania.

Gráfico 11 – Como você participa das comunidades dentro do metaverso ou em torno dele?



Fonte: Dados coletados via Google Forms (2025)

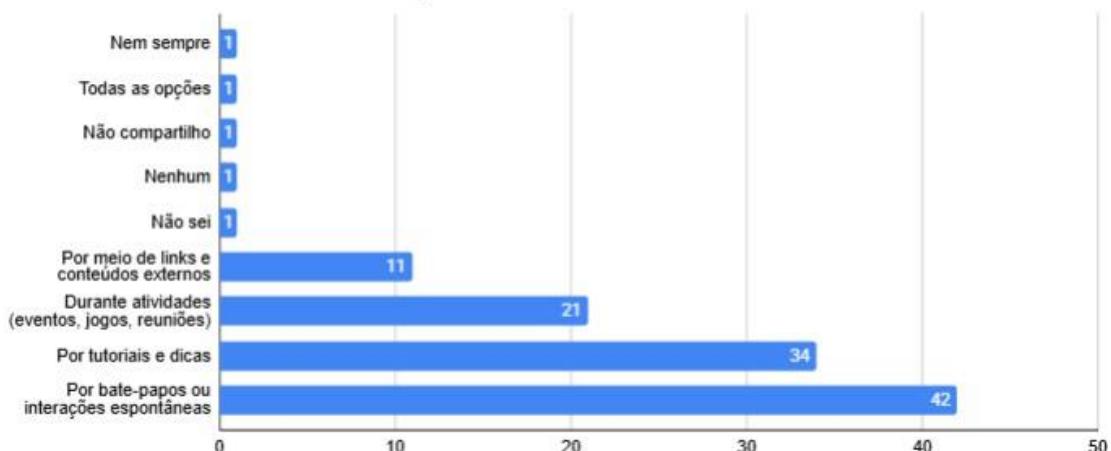
O gráfico 11 apresenta os resultados evidenciando os diferentes modos de envolvimento informacional dos participantes em ambientes virtuais. Observa-se que a maioria, correspondente a 65,2%, afirma ler discussões e mensagens, o que demonstra uma

forma de participação muito significativa no sentido de observar e receber. Esse dado nos sugere que, embora os sujeitos estejam inseridos em comunidades virtuais, a interação ocorre em sua maioria, por meio da leitura e acompanhamento de conteúdos, e não necessariamente através de ações que sejam interativas e colaborativas. Em seguida, as respostas para “Não participo” (10,7%) e “Faço perguntas” (9,8%), revelam dois comportamentos totalmente diferentes: o primeiro, é o distanciamento das atividades informacionais coletivas, e o segundo, o envolvimento ativo por meio da busca de respostas e da comunicação. Ainda que tenha uma menor proporção, outras formas de engajamento também foram mencionadas, como “Crio conteúdo (vídeos, podcasts, etc.)” (4,5%), “Compartilho estratégias ou experiências” (4,5%) e “Respondo dúvidas” (3,6%). Essas categorias refletem práticas informacionais mais participativas, nas quais o indivíduo deixa de ser apenas receptor e passa a desempenhar o papel de produtor e mediador de informação dentro das comunidades virtuais.

Esses resultados se alinham à concepção de Savolainen (1995), que entende o comportamento informacional como um processo socialmente construído, no qual o indivíduo opta por adotar estratégias de busca, compartilhamento e uso da informação conforme seus contextos e hábitos diários. Assim, o predomínio da leitura e da observação indica uma prática informacional de natureza um pouco passiva, típica de sujeitos que acompanham conteúdos para se manterem atualizados, mas que participam indiretamente nas trocas comunicacionais.

Gráfico 12 – Como o conhecimento é compartilhado nessas comunidades?

12. Como o conhecimento é compartilhado nessas comunidades?



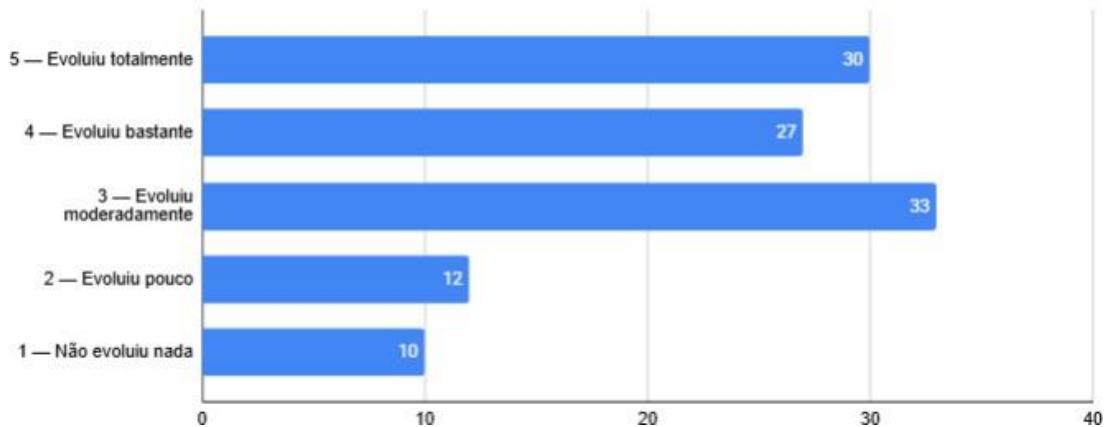
Fonte: Dados coletados via Google Forms (2025)

Ao analisar as formas de compartilhamento de conhecimento nas comunidades virtuais, é perceptível que há uma predominância de práticas baseadas na interação diária entre os participantes. Conforme é indicado no gráfico, a opção “Por bate-papos ou interações espontâneas” foi a mais mencionada, correspondendo a 37,5% das respostas. Esse resultado tem o objetivo de revelar que o compartilhamento informacional ocorre, principalmente, de maneira orgânica e participativa. Logo em seguida, 30,4% dos participantes afirmaram que o conhecimento divulgado “por tutoriais e dicas”, que evidencia a valorização de conteúdos que auxiliam no aprendizado coletivo, especialmente em ambientes digitais como o metaverso, onde a compreensão de ferramentas e práticas exige constante atualização. Já a alternativa “Nenhum”, com 18,8%, indica que uma parcela expressiva dos participantes não identifica ou não participa ativamente dos processos de compartilhamento, assumindo um possível papel mais observador. A opção “Por meio de links e conteúdos externos”, que representa 9,8%, demonstra que as interações também se espalham para além das plataformas principais.

A partir disso, é possível compreender que o fluxo informacional nas comunidades virtuais se dá através de uma aprendizagem social e participativa, onde os tutoriais, dicas e conversas espontâneas criam uma rede de apoio e de construção coletiva do conhecimento. Assim, o compartilhamento do conhecimento não depende apenas de ferramentas tecnológicas, mas da disposição dos sujeitos em contribuir e isso é uma característica essencial das práticas informacionais contemporâneas.

Gráfico 13 – Você sente que sua forma de buscar e usar informações evoluiu conforme passou mais tempo no metaverso?

13. Você sente que sua forma de buscar e usar informações evoluiu conforme passou mais tempo no metaverso?



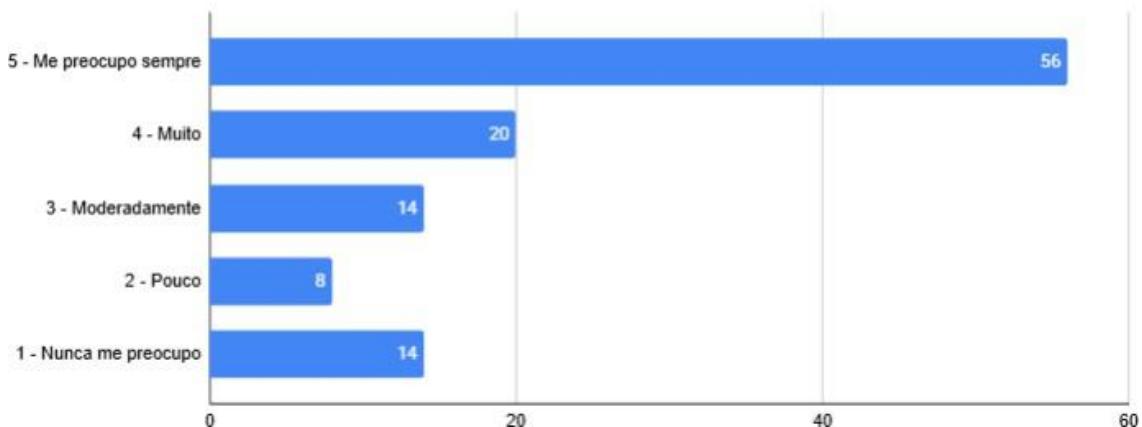
Fonte: Dados coletados via Google Forms (2025)

Esse gráfico apresenta uma distribuição que indica uma percepção positiva em relação ao desenvolvimento das práticas informacionais dos participantes. Observa-se que as maiores concentrações de respostas estão na coluna 3 (29,5%), 4 (24,1%) e 5 (26,8%), o que demonstra que a maioria percebeu algum grau de evolução em suas formas de busca e uso da informação à medida que se engajou mais nas experiências do metaverso. Apenas 8,9% afirmaram que não houve evolução (nível 1) e 10,7% atribuíram nota 2, o que reforça a ideia de que, para a maioria, houve progresso nesse processo.

Essa tendência pode ser interpretada à luz do que Davenport e Prusak (1998) apontam sobre o aprendizado informacional em ambientes dinâmicos, por exemplo: o contato contínuo com fluxos de informação diversificados tende a estimular a melhoria das habilidades de seleção, interpretação e aplicação da informação. No contexto do metaverso, esses fluxos se tornam ainda mais intensos e imersivos, contribuindo para o desenvolvimento de novas competências informacionais. Além disso, o resultado revela que o metaverso não se configura apenas como um espaço de entretenimento, mas também como um ambiente formativo, onde o sujeito constrói suas práticas de busca e uso da informação por meio da interação constante com conteúdo, ferramentas e outros usuários. Como destacam González de Gómez (2012) e Belluzzo (2018), a competência informacional é um processo em constante construção, profundamente influenciado pelos contextos tecnológicos e sociais nos quais o indivíduo está inserido.

Gráfico 14 – Você se preocupa com a clareza e organização das informações que compartilha ou encontra nas comunidades virtuais?

14. Você se preocupa com a clareza e organização das informações que compartilha ou encontra nas comunidades virtuais?



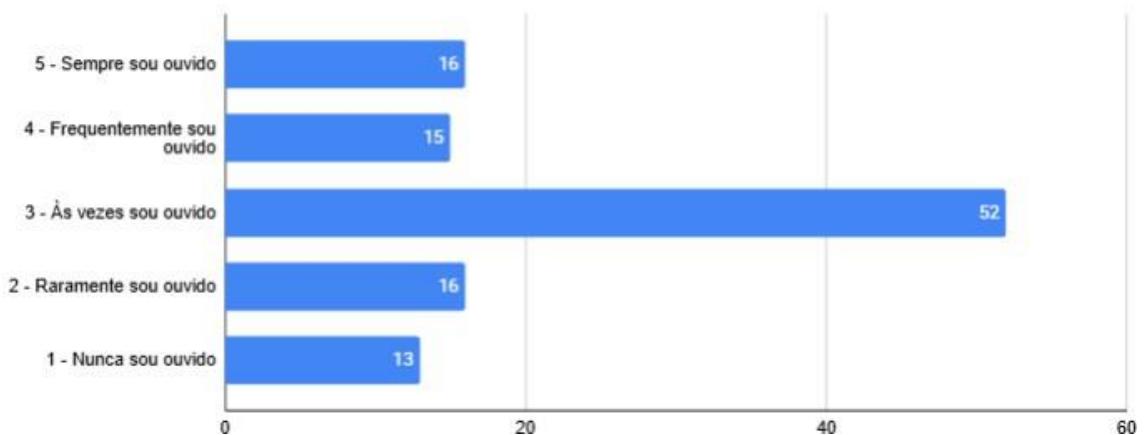
Fonte: Dados coletados via Google Forms (2025)

Entre os participantes da pesquisa, observa-se uma expressiva valorização da clareza e da organização das informações trocadas nas comunidades virtuais. A maior parte dos respondentes (49,1%) afirmou se preocupar sempre com esses aspectos, enquanto 20,5% demonstraram um alto nível de atenção ao marcar o grau 4 na escala. Esses resultados apontam que a maioria dos usuários adota uma postura responsável quanto à forma de comunicar e consumir informações nesses espaços digitais.

Por outro lado, apenas uma parcela reduzida, cerca de 17,8%, indicou níveis baixos de preocupação (coluna 1 e 2), sugerindo que poucos participantes tratam esse cuidado como algo secundário. Já 12,5% se mantiveram em posição neutra (coluna 3), o que pode indicar uma preocupação situacional, variando conforme o tipo de conteúdo ou contexto. De modo geral, o gráfico revela que a prática informacional no metaverso tende a ser orientada pela busca por precisão e clareza, reforçando o compromisso dos usuários com a qualidade da informação que circula nas comunidades virtuais.

Gráfico 15 – Você sente que sua opinião é considerada nas discussões dentro das comunidades do metaverso?

15. Você sente que sua opinião é considerada nas discussões dentro das comunidades do metaverso?



Fonte: Dados coletados via Google Forms (2025)

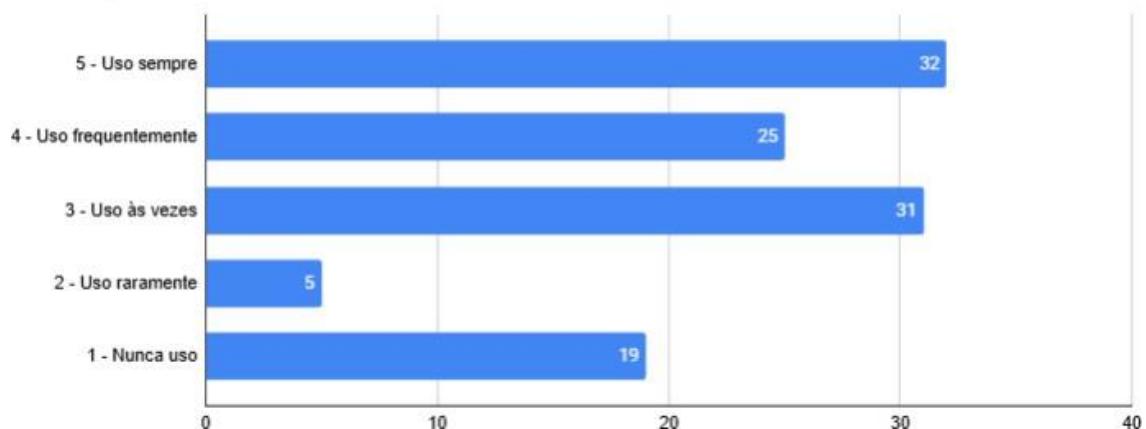
A percepção de conhecimento das opiniões dentro das comunidades virtuais do metaverso apresenta um equilíbrio, embora com uma tendência voltada para neutralidade. Conforme apresenta o gráfico, 48,4% dos participantes escolheram o nível intermediário (coluna 3), sugerindo que, em muitos casos, os usuários não se sentem completamente ignorados, mas também não percebem que suas contribuições sejam bastante valorizadas. Essa neutralidade pode refletir dinâmicas sociais típicas dos ambientes digitais.

Já entre as respostas das extremidades, observa-se que 11,6% dos participantes afirmaram nunca se sentirem ouvidos (nível 1), e 14,3% marcaram o nível 2, reforçando a percepção de certa limitação na escuta ativa dentro desses espaços. Por outro lado, 13,4% escolheram o nível 4 e outros 14,3% o nível 5 (máximo), demonstrando que uma parcela considerável encontra abertura e reconhecimento em suas interações. Esses resultados indicam que, embora haja espaços que possibilitem essas trocas, ainda existem barreiras comunicacionais que dificultam a valorização das opiniões.

Capurro (2003) destaca que a comunicação informacional só se concretiza plenamente quando há reciprocidade na troca de sentidos. Desse modo, o dado revela que a prática informacional no metaverso ainda se encontra em construção, exigindo o fortalecimento de vínculos comunicativos que foquem em promover a escuta, participação e reconhecimento mútuo nas interações virtuais.

Gráfico 16 – Você utiliza suas habilidades (técnicas, comunicativas, criativas) para ajudar outras pessoas nesses ambientes?

16. Você utiliza suas habilidades (técnicas, comunicativas, criativas) para ajudar outras pessoas nesses ambientes?



Fonte: Dados coletados via Google Forms (2025)

Essa análise revela que existe uma tendência positiva quanto ao uso das habilidades individuais, técnicas, comunicativas ou criativas, para colaborar com outras pessoas nos ambientes virtuais do metaverso. Conforme o gráfico, 28,8% dos participantes afirmaram sempre utilizar suas competências para auxiliar os demais (nível 5), enquanto 22,3% escolheram o nível 4, indicando um envolvimento frequente. Somados, esses dois grupos representam mais da metade dos respondentes (51,1%), destacando uma disposição significativa para o compartilhamento de saberes nesses espaços digitais. Por outro lado, 27,7% dos participantes se posicionaram de forma neutra (nível 3), o que pode indicar uma atuação eventual, que depende de um determinado contexto ou afinidade com comunidades. Já 21,5% relataram usar pouco ou nunca suas habilidades para ajudar (níveis 1 e 2), sugerindo que ainda há um grupo que adota uma postura mais observadora.

Essa diversidade de posturas reflete a natureza multifacetada das práticas informacionais no metaverso. Conforme propõe Savolainen (2008), a ação informational está relacionada a diversos valores e contextos de vida dos sujeitos. Nesse sentido, os dados demonstram que o metaverso se apresenta como um ambiente com potencial expressivo para a troca de saberes e o fortalecimento de competências, mas que ainda exige estímulos à construção de redes de apoio mais consolidadas.

A análise da frequência de ocorrência das práticas revelou aspectos com bastante significado sobre as formas como os participantes se relacionam com o metaverso e com a informação dentro desses ambientes virtuais. A discussão que se segue busca interpretar esses resultados à luz dos conceitos apresentados no referencial teórico, procurando adequá-los de acordo com o campo da Gestão da Informação e das práticas informacionais.

Inicialmente, foi observado que uma parte expressiva dos respondentes relatou já ter vivenciado experiências em ambientes do metaverso, ainda que em diferentes níveis de entrega. Esse dado reforça a ideia de que o metaverso deixou de ser um conceito distante para se tornar um espaço acessível e ligado ao cotidiano digital dos indivíduos. Conforme destacam Moraes e Mattiazzo (2022), o metaverso se configura como uma extensão da vida social, na qual o sujeito percorre entre o real e o virtual, explorando novas possibilidades de interação, expressão e aprendizagem. Essa presença crescente sugere que o metaverso é uma tecnologia que está se consolidando como um ambiente que chega para se tornar um mediador informacional, no qual circulam informações diversificadas, desde conteúdos de entretenimento até práticas de aprendizado visando as trocas de conhecimento.

Em relação às práticas informacionais, os resultados indicaram que os participantes buscam informações sobre o metaverso principalmente em redes sociais e vídeos, seguidos por fóruns e comunidades virtuais. Esse comportamento revela uma preferência por fontes dinâmicas e de fácil acesso, o que corrobora o que Savolainen (2008) define como práticas informacionais cotidianas, processos influenciados por hábitos, rotinas e contextos sociais. A escolha dessas fontes também evidencia a importância da interação social na construção do conhecimento digital, pois as redes e plataformas colaborativas permitem que a informação seja constantemente reestruturada e validada de forma coletiva.

Outro ponto importante identificado na pesquisa foi a influência das interações virtuais no comportamento e nas decisões dos participantes. Muitos relataram que as conversas e recomendações obtidas no metaverso contribuíram para ampliar conhecimentos e modificar percepções. Isso confirma que o metaverso vai além do entretenimento, funcionando também como espaço de aprendizagem e troca simbólica. Moraes e Mattiazzo (2022) destacam que seu valor está justamente na capacidade de promover experiências coletivas que superam barreiras físicas e temporais, fortalecendo comunidades virtuais e construindo novos significados informacionais.

Quanto à confiabilidade das informações, os resultados mostraram percepções diversas. Embora a maioria reconheça a importância de verificar a veracidade dos conteúdos, parte dos participantes ainda confia em informações compartilhadas por conhecidos ou influenciadores, sem checar fontes originais. Esse comportamento reflete a necessidade de uma gestão informacional mais responsável, como defendem Tarapanoff (2006) e Valentin (2004), para desenvolver competências críticas que permitam avaliar e aplicar a informação de forma ética e contextualizada.

A pesquisa também evidenciou que o metaverso estimula a colaboração e o compartilhamento de conhecimento. Muitos afirmaram aprender ou aprimorar habilidades por meio das interações com outros usuários. Tal achado reforça a visão de Savolainen (2008), segundo a qual as práticas informacionais são construídas socialmente e orientadas pela busca de significado. No metaverso, o aprendizado ocorre de forma coletiva e descentralizada, fortalecendo o papel da informação como elemento central da vida digital.

De modo geral, os resultados demonstram que as práticas informacionais no metaverso representam novas formas de lidar com a informação, sejam elas mais interativas, descentralizadas e ligadas às experiências pessoais. Ao mesmo tempo, evidenciam a importância da Gestão da Informação como mediadora entre o excesso de dados e a necessidade de confiabilidade e relevância. Assim, compreender o papel da Gestão da Informação nesses ambientes é essencial para que as experiências digitais sejam não apenas inovadoras, mas também éticas e socialmente significativas.

5.2 REGRESSÃO LINEAR MÚLTIPLA

Identificadas as frequências de ocorrência das práticas, a análise agora focaliza em quais destas são percebidas como mais significativas. Para tanto, para que a análise estatística fosse concluída, foi preciso realizar a verificação dos seguintes fatores condicionantes, para uma maior consistência na medição das variáveis do modelo (Cunha; Coelho, 2011).

1. Fatores Condicionantes

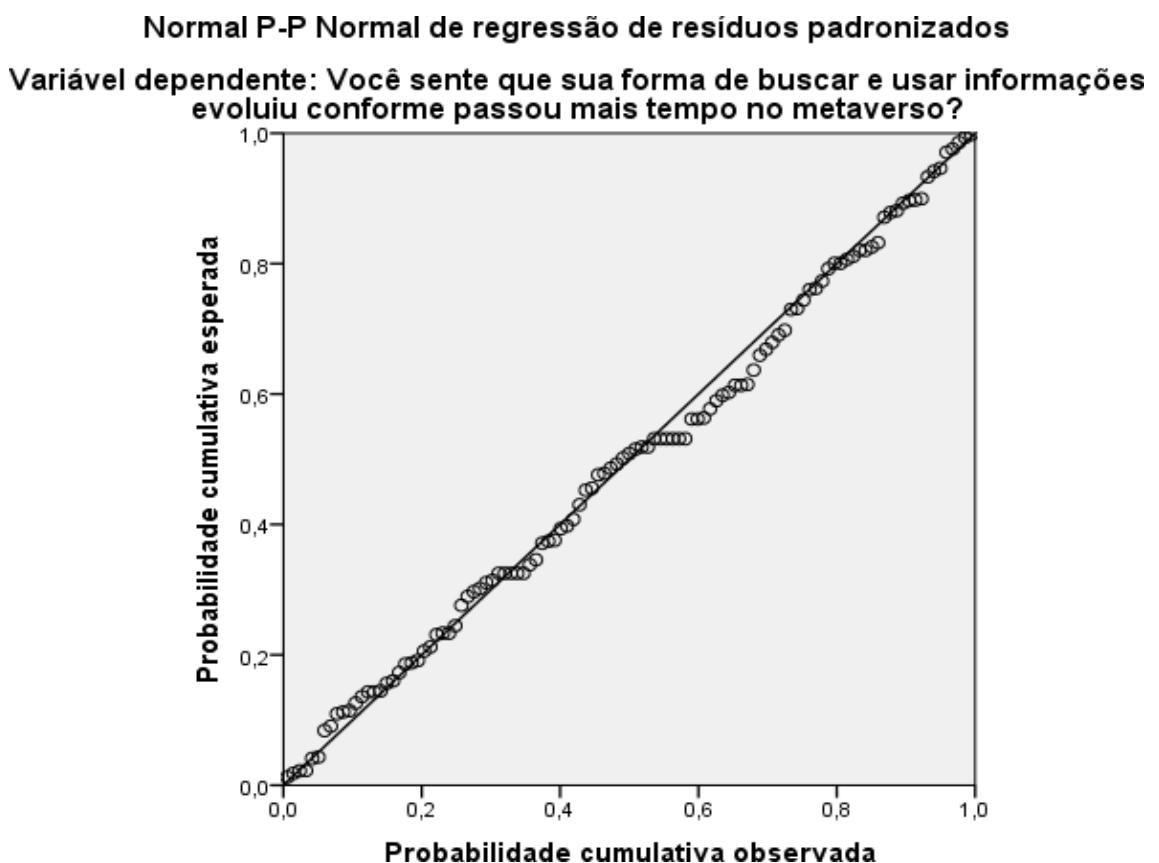
Para que se tenha um bom resultado na regressão, é necessário ser cauteloso no que tange aos resíduos, ou seja, na diferença entre os pontos observados e a curva estimada. Pelo

motivo que esses resíduos dizem respeito, principalmente, a impedir estimativas inseguras e inadequadas. Diante disso, para que a análise estatística fosse concluída, foi preciso realizar a verificação dos seguintes fatores condicionantes, para uma maior consistência na medição das variáveis do modelo (Cunha; Coelho, 2011).

a) Linearidade

A linearidade da regressão é representada pelo grau em que o ponto na variável dependente é co-participante com a variável independente de maneira linear. Se maior for a linearidade, menor será a diferença entre medidas estimadas e observadas. A linearidade é apresentada em forma de diagramas de dispersão, na qual analisa o comportamento da variável independente de acordo com a variável dependente. A partir da análise gráfica, os resíduos (ε) devem manter uma abrangência aproximadamente constante em relação ao eixo horizontal zero (Cunha; Coelho, 2011). De acordo com o gráfico 17.

Gráfico 17 – Gráfico de Linearidade – Dispersão

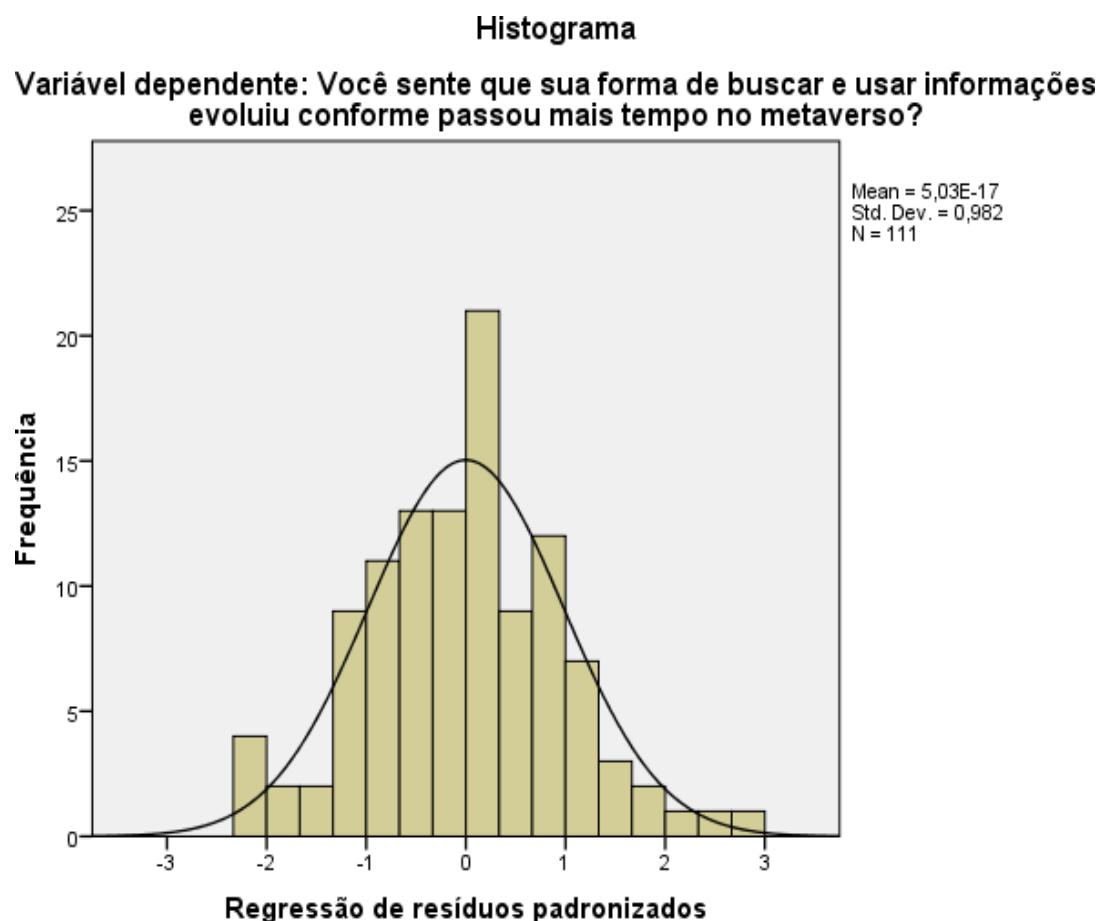


Fonte: Dados coletados (2025)

b) Normalidade

Para os resíduos se enquadrarem nesta condição, eles devem apresentar distribuição normal, de acordo com uma normalidade nos casos amostrados, em toda extensão populacional. Alguns dos motivos podem ser apontados para a ausência de normalidade, como o encobrimento de variáveis explicativas fundamentais, entre outras. O gráfico normal de probabilidade é essencial para averiguar a normalidade da distribuição em torno da reta (Cunha; Coelho, 2011). Conforme os gráficos 17 e 18, os pontos estão orientados perto da linha reta, concluindo-se que a amostra é proveniente de uma distribuição aproximadamente normal.

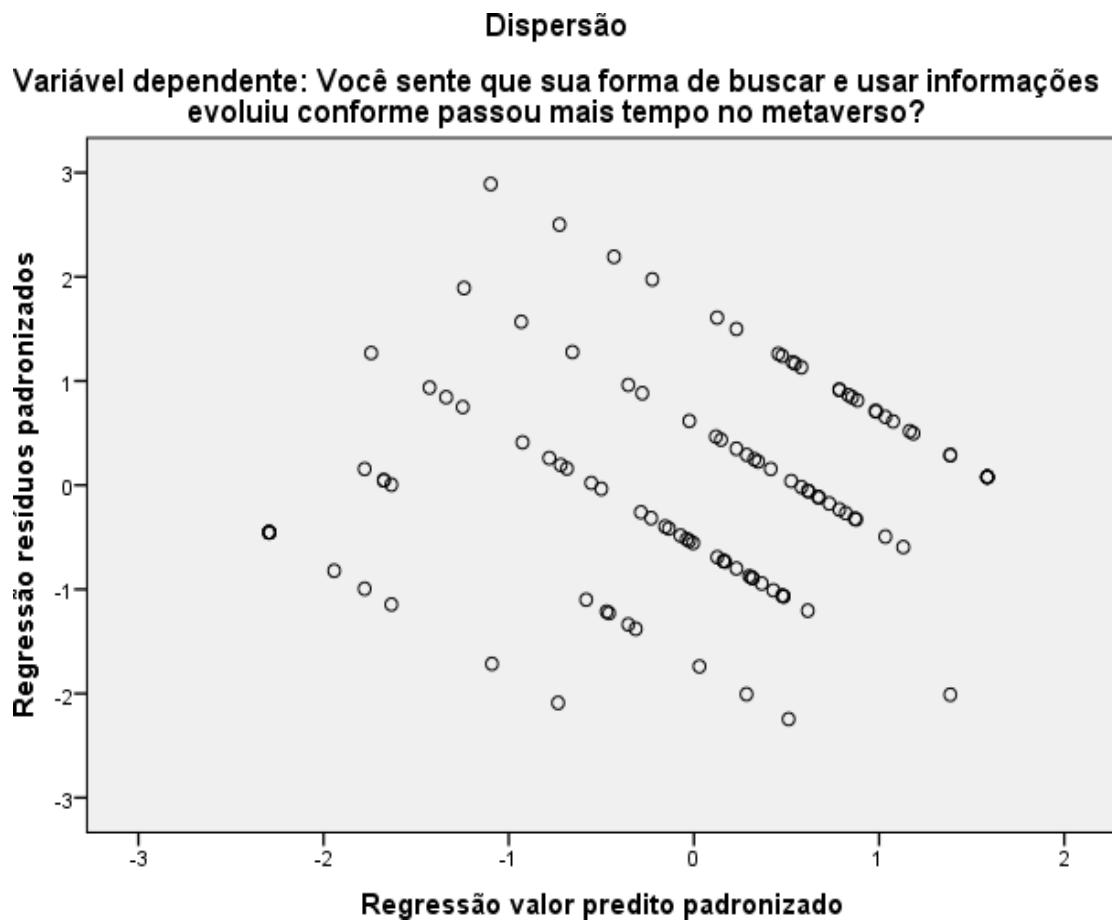
Gráfico 18 – Distribuição da Normalidade – Histograma



Fonte: Dados coletados (2025)

Pode-se considerar que o histograma dos resíduos apresentou distribuição normal.

Gráfico 19 – Gráfico de Resíduos



Fonte: Dados coletados (2025)

Os resíduos estão relativamente alinhados à reta, o que se pode considerar que atendeu a este requisito.

c) Ausência de autocorrelação serial

No exame da variável dependente há uma inexistência de autocorrelação a partir do valor da estatística do teste Durbin-Watson, em que quanto mais perto seu valor é de 2, menor é a probabilidade de existir autocorrelação no modelo. Isto porque, implica no efeito que dada a observação a variável é nula, de forma que não há causalidade entre a variável dependente e os resíduos (Cunha; Coelho, 2011). O valor do teste de Durbin-Watson, neste estudo, é de 1,97 sendo próximo de 2, apontando a inexistência de autocorrelação.

d) Colinearidade

As variáveis explicativas devem ser independentes, não multicolineares. Acontece que, quando duas ou mais variáveis independentes do modelo, explanam o mesmo fato, dando o acesso a informações semelhantes acerca das previsões e explicações, o que acarreta a perda de significância de uma destas, na apresentação do comportamento do fenômeno (Cooper; Schindler, 2011; Cunha; Coelho, 2011).

Foi realizado teste para verificar se havia multicolinearidade entre as variáveis independentes, o VIF - Valores de VIF superiores a 10 indicam problema de multicolinearidade (O'Brien, 2007). Neste estudo o valor foi de 1,28, 1,09 e 1,13. Além dos valores de tolerância serem maiores que 0,1: 0,81, 0,92 e 0,8. O estudo atende ao requisito.

e) Seleção das variáveis

Observados os fatores condicionantes, foi necessário selecionar as variáveis independentes que irão fazer parte do modelo. Primeiramente, será explicado como foi realizada a seleção das variáveis independentes. No caso da análise de regressão linear múltipla utilizou-se como variável dependente: **Você sente que sua forma de buscar e usar informações evoluiu conforme passou mais tempo no metaverso?** Como possíveis variáveis independentes, foram elencadas:

Quadro 6 – Questionário: Variáveis independentes

Variáveis independentes	
1	Qual a sua idade?
2	Qual o seu nível de familiaridade com redes sociais e/ou ambientes virtuais (metaverso)?
3	Você participa de algum ambiente virtual considerado parte do metaverso? (Jogos ou ferramentas que incentivam a interação com outros usuários)
4	Em média, quantas horas por semana você passa nesses ambientes?
5	Você busca informações antes de participar de atividades nos ambientes virtuais.
6	Com que frequência você compartilha dicas, experiências ou aprendizados no metaverso com outras pessoas?
7	Você considera que conversar com outras pessoas dentro do metaverso influencia suas decisões ou aprendizados?

8	Você já mudou seu comportamento ou decisões dentro do metaverso com base em algo aprendido em vídeo, rede social ou conversa?
9	Onde você costuma buscar informações sobre metaverso e/ou assuntos relacionados?
10	O que te motiva a buscar essas informações?
11	Como você participa das comunidades dentro do metaverso ou em torno dele?
12	Como o conhecimento é compartilhado nessas comunidades?
13	Você sente que sua forma de buscar e usar informações evoluiu conforme passou mais tempo no metaverso?
14	Você se preocupa com a clareza e organização das informações que compartilha ou encontra nas comunidades virtuais?
15	Você sente que sua opinião é considerada nas discussões dentro das comunidades do metaverso?
16	Você utiliza suas habilidades (técnicas, comunicativas, criativas) para ajudar outras pessoas nesses ambientes?

Fonte: Elaborado pelo autor (2025)

A seleção das variáveis independentes se deu a partir do método forward stepwise que é muito utilizado em regressão linear. Este método determina quais as variáveis precisam ser retidas e visando a contribuição de cada variável independente ao modelo. Logo, são incluídas as variáveis independentes, sem anular as que já tinham sido introduzidas, até que a menor soma dos quadrados dos resíduos seja achada (Cunha; Coelho, 2011).

f) Qualidade do modelo

Para comprovar a qualidade do modelo, foi observado o R^2 ajustado (coeficiente ajustado de determinação), que decifra o percentual da variável dependente explicada por meio das variáveis independentes. O R^2 ajustado revela o poder explicativo do modelo e evita dificuldade na hora da interpretação. O coeficiente ajustado de determinação “[...] é particularmente útil na comparação entre equações de regressão que envolvem diferentes números de variáveis independentes ou diferentes tamanhos de amostra [...]” (Hair *et al.*, 2009, p. 182). A Tabela 1 apresenta os dados da qualidade do modelo de regressão:

Tabela 1 – Qualidade do modelo de regressão

R	R²	R² ajustado	F (4,106)	Erros de estimativas estandardizados	p
0,730	0,53	0,51	30,234	0,87	0,03

Fonte: Dados coletados (2025)

Onde R é o coeficiente de correlação, R² é o coeficiente de determinação, R² ajustado é o coeficiente ajustado de determinação, F (4,106) é o teste parcial e o p que representa a significância estatística do resultado da regressão linear. Para esse modelo de regressão o resultado do R² ajustado foi de 0,51, o que significa que ela explica 51% da variação possível na variável dependente.

1. Modelo gerado

A Tabela 2 demonstra, por meio de algumas das variáveis independentes, o modelo de regressão linear múltipla gerado:

Tabela 2 – Modelo de regressão gerado

Variável	b*	Erros de estimativas estandardizados de b*	b	t	p
Você utiliza suas habilidades (técnicas, comunicativas, criativas) para ajudar outras pessoas nesses ambientes?	0,23	0,07	0,25	3,05	0,00
Você considera que conversar com outras pessoas dentro do metaverso influencia suas decisões ou aprendizados?	0,32	0,6	0,35	4,62	0,00
Com que frequência você compartilha dicas, experiências ou aprendizados no metaverso com outras pessoas?	0,18	0,07	0,19	2,48	0,01

Você se preocupa com a clareza e organização das informações que compartilha ou encontra nas comunidades virtuais?	0,15	0,7	0,16	2,09	0,03
--	------	-----	------	------	------

Fonte: Dados coletados (2025)

Onde b^* é o coeficiente que representa se a variável independente tem uma conexão com a variável dependente, t é o teste parcial sendo seu valor aproximadamente a raiz quadrada do valor de F.

Para a análise, restaram três variáveis independentes que proporcionam reflexões sobre como cada uma delas contribui para a variação da variável dependente e, potencialmente, identificar quais possuem um impacto significativo. Essas variáveis são mencionadas no quadro acima, e serão detalhadas logo a seguir.

a) A utilização de habilidades (técnicas, comunicativas, criativas) para ajudar outras pessoas nos ambientes.

Essa prática representa o comportamento de indivíduos que utilizam seus conhecimentos e competências dentro do metaverso para auxiliar outros usuários. Envolve desde orientações técnicas sobre o uso de plataformas e ferramentas até contribuições mais detalhadas, como o compartilhamento de ideias, dicas e estratégias criativas. Essa postura reflete um tipo de engajamento colaborativo que vai além do consumo de informação, mas também, trata-se de um ato de mediação e cooperação.

Nos ambientes virtuais, ajudar outras pessoas significa participar ativamente da construção coletiva do conhecimento, fortalecendo laços sociais e contribuindo para o desenvolvimento de comunidades digitais. Sob a ótica das práticas informacionais, esse comportamento é compreendido como parte das práticas colaborativas de informação, nas quais o usuário se torna um agente que cria, transforma e distribui conhecimento. Assim, o uso de habilidades técnicas comunicativas e criativas simboliza a maturidade informational dos participantes e o compromisso com um ecossistema digital mais solidário e participativo.

A análise estatística reforça a relevância dessa prática, uma vez que apresentou um coeficiente padronizado ($b^* = 0,23$) e nível de significância ($p = 0,00$), evidenciando uma

correlação positiva e estatisticamente significativa com a variável dependente. Isso indica que os participantes que utilizam suas habilidades para apoiar outros usuários tendem a apresentar uma evolução mais acentuada em sua forma de buscar e usar informações dentro do metaverso. Tal relação demonstra que o ato de compartilhar conhecimento e oferecer suporte técnico, comunicativo e criativo gera um processo contínuo de aprendizagem e refinamento das próprias competências informacionais. Na perspectiva de Savolainen (2008), esse tipo de comportamento reforça a noção de práticas colaborativas de informação, nas quais a troca interpessoal e o engajamento coletivo ampliam o repertório informacional dos indivíduos.

b) A influência da conversa com outras pessoas, dentro do metaverso, nas decisões ou aprendizados.

Conversar com outras pessoas dentro do metaverso é uma das práticas informacionais mais importantes nesse tipo de ambiente. A troca de experiências, opiniões e interpretações entre os usuários permite que o conhecimento circule e seja ressignificado coletivamente. Essa prática está ligada à dimensão social das práticas informacionais, em que o saber se constrói a partir da interação e da comunicação entre os sujeitos, sendo resultado das experiências e contextos compartilhados (Araújo, 2013; Lloyd, 2010).

No contexto do metaverso, a conversa vai além da simples troca de mensagens: ela representa um espaço de negociação de sentidos e validação de informações, no qual as experiências pessoais se tornam referências compartilhadas. A influência dessas interações se manifesta quando o indivíduo passa a modificar suas decisões ou compreensões a partir do diálogo com outros. Dessa forma, essa prática demonstra como o aprendizado e o comportamento informacional são moldados pela coletividade. Ou seja, o metaverso atua como um ambiente de coaprendizagem, em que as trocas verbais são parte essencial do processo informacional.

Entre as práticas analisadas, esta apresentou o maior impacto sobre a variável dependente, com coeficiente padronizado de 0,32 e significância ($p = 0,00$), o que indica uma forte relação entre a interação social e a evolução das práticas informacionais. Isso evidencia que o diálogo e a convivência em ambientes virtuais atuam como mediadores do aprendizado, favorecendo a construção coletiva do conhecimento e o desenvolvimento de estratégias de busca mais críticas e contextualizadas. Essa constatação se alinha à visão de Savolainen (2008), que destaca que as práticas informacionais refletem valores e contextos

sociais compartilhados pelos sujeitos, e de Araújo (2013), que comprehende o conhecimento como um processo coletivo e socialmente construído. No contexto do metaverso, conversar com outros usuários não apenas amplia a perspectiva dos participantes, mas também orienta a tomada de decisão baseada em informações compartilhadas e vividas coletivamente.

c) A frequência de compartilhamento de dicas, experiências ou aprendizados no metaverso com outras pessoas.

O ato de compartilhar informações, experiências e aprendizados é uma prática que expressa disposição para a colaboração e o envolvimento comunitário. Quanto maior a frequência desse comportamento, mais ativa é a participação do usuário nas redes de troca de conhecimento que se formam dentro do metaverso. Essa prática não se limita ao repasse de conteúdos, mas envolve também a interpretação e a reconstrução de saberes, tornando o usuário um agente disseminador de informação.

Sob o ponto de vista teórico, o compartilhamento é reconhecido por Wilson (1999) como uma das etapas mais complexas do comportamento informacional, pois pressupõe tanto o domínio da informação quanto o desejo de contribuir com o outro. McKenzie (2003) complementa ao afirmar que o ato de compartilhar é motivado por fatores como confiança, pertencimento e reconhecimento social. No contexto do metaverso, essa prática revela a existência de redes de cooperação e aprendizado contínuo, nas quais o conhecimento circula livremente, fortalecendo o senso de comunidade e a construção coletiva do saber.

Essa prática também apresentou influência estatisticamente significativa ($b^* = 0,18$; $p = 0,01$), revelando que quanto mais frequentemente os usuários compartilham informações, mais desenvolvidas tendem a ser suas habilidades de busca e uso informacional. Isso mostra que a participação ativa e o hábito de dividir aprendizados transformam o usuário em um agente disseminador e organizador de conhecimento, fortalecendo as dinâmicas de colaboração dentro do metaverso. De acordo com Savolainen (2017), o compartilhamento contínuo de informação em ambientes digitais contribui para a consolidação de “práticas informacionais participativas”, nas quais o conhecimento circula e é constantemente reformulado a partir das interações sociais.

d) A preocupação com a clareza e organização das informações que compartilha ou encontra nas comunidades virtuais.

Essa prática reflete uma postura crítica e responsável diante do fluxo informacional no metaverso. Preocupar-se com a clareza e a organização das informações significa compreender o valor da comunicação eficiente e da confiabilidade dos dados em ambientes digitais. O usuário que adota essa atitude demonstra não apenas competência informacional, mas também consciência ética em relação à informação.

Essa prática se aproxima do conceito de gestão e curadoria informacional, que envolve selecionar, estruturar e contextualizar informações de modo que se tornem comprehensíveis e úteis para outras pessoas. No metaverso, essa preocupação se manifesta na forma como os usuários filtram conteúdos, escolhem fontes e organizam o que compartilham. Trata-se de uma prática que contribui para a qualidade das interações informacionais e para a construção de ambientes digitais mais seguros, colaborativos e transparentes. Essa perspectiva está de acordo com Valentim (2004), ao afirmar que a gestão da informação requer planejamento estratégico dos fluxos informacionais, e com Tarapanoff (2006), que ressalta a importância da pertinência e contextualização das informações no processo de tomada de decisão.

A prática da clareza e da organização informacional, embora tenha apresentado um coeficiente menor ($b^* = 0,15$), também demonstrou significância estatística ($p = 0,03$), o que confirma seu papel relevante no comportamento informacional dos participantes. Isso indica que indivíduos que demonstram maior cuidado na estruturação das informações, seja ao produzir, compartilhar ou interpretar conteúdos, tendem a aprimorar suas próprias práticas de busca e uso informacional. Tal resultado corrobora a ideia de que a gestão da informação, quando introduzida ao cotidiano dos ambientes virtuais, favorece a construção de ecossistemas informacionais mais coerentes e acessíveis. Para Wilson (2017), essa preocupação reflete a maturidade informacional do sujeito, traduzida na capacidade de organizar, avaliar e reaproveitar informações de modo eficiente e colaborativo.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As análises realizadas ao longo deste trabalho permitiram compreender como as práticas informacionais se manifestam e se estruturam no contexto do metaverso, especialmente entre os usuários brasileiros que participam de ambientes virtuais imersivos. Os resultados obtidos evidenciam que a informação, nesse cenário, assume um papel central não apenas como elemento de mediação tecnológica, mas como um recurso social que conecta sujeitos, saberes e experiências.

Nesse sentido, o objetivo geral da pesquisa, que consistiu em analisar as práticas informacionais no metaverso a partir da ótica dos usuários, foi plenamente atendido, uma vez que o estudo possibilitou identificar como os sujeitos buscam, utilizam, compartilham e organizam informações em ambientes virtuais imersivos, bem como compreender os significados atribuídos a essas práticas no cotidiano das interações digitais.

O estudo revelou que as práticas informacionais mais expressivas entre os participantes estão associadas à utilização de habilidades técnicas, comunicativas e criativas para auxiliar outras pessoas, frequência de compartilhamento de dicas e experiências, e a preocupação com a clareza e organização das informações que são compartilhadas ou encontradas nas comunidades virtuais. Essas quatro práticas, destacadas a partir dos dados empíricos, traduzem a essência do comportamento informacional contemporâneo, que se caracteriza pela colaboração, pela troca simbólica e pela construção coletiva do conhecimento.

A prática de utilizar habilidades para ajudar outras pessoas se destacou por evidenciar o espírito colaborativo e solidário que marca as comunidades digitais. No metaverso, é comum que os usuários compartilhem conhecimentos técnicos, criativos ou comunicativos com quem está começando ou enfrenta alguma dificuldade. Esse gesto, que muitas vezes nasce de forma espontânea, mostra como o ambiente virtual se torna um espaço de apoio e troca constante.

O sujeito informacional deixa de ser apenas alguém que consome conteúdo e passa a ocupar um papel ativo, mediando, orientando e contribuindo para o aprendizado dos outros. Essa postura revela um movimento de reciprocidade que fortalece os vínculos sociais e cria redes de aprendizado, mostrando que a informação circula não apenas por necessidades, mas também por empatia e vontade de colaborar. Essa dinâmica dialoga com o que Savolainen (2008) descreve ao afirmar que as práticas informacionais são moldadas pelos valores, hábitos e contextos nos quais os indivíduos estão inseridos.

No metaverso, essa ideia ganha vida de forma muito clara, seja em cada troca, cada conversa ou gesto de ajuda reforça a noção de que aprender é um processo coletivo. As interações que acontecem nesses ambientes vão muito além do entretenimento, mas sim, se transformam em oportunidades de crescimento mútuo. As conversas entre os usuários, sejam elas sobre estratégias de jogo, criação de conteúdo ou simplesmente sobre experiências de vida, acabam influenciando comportamentos e decisões. O aprendizado, nesse sentido, não surge de forma isolada, mas é construído a partir do diálogo e da convivência.

O compartilhamento de dicas, experiências e aprendizados foi outra prática amplamente observada, evidenciando a existência de uma cultura colaborativa que estimula a circulação de informações e o fortalecimento de comunidades virtuais. Essa prática reforça a ideia de que o valor da informação está na capacidade de gerar conexões e promover o aprendizado mútuo. Compartilhar passa a ser um ato de produção de sentido e não apenas de disseminação de conteúdo, pois envolve interpretação e adaptação conforme as necessidades do grupo. Já a preocupação com a clareza e a organização das informações, embora menos frequente, mostrou-se altamente significativa por refletir um nível mais elevado de maturidade informacional. Ela demonstra consciência sobre a importância da qualidade, da coerência e da responsabilidade na comunicação, aspectos diretamente relacionados à curadoria informacional, conceito que envolve selecionar, estruturar e contextualizar informações para torná-las compreensíveis e úteis dentro das comunidades virtuais.

Entretanto, ao observar o conjunto dos resultados, percebe-se que as práticas mais significativas nem sempre são as mais praticadas. Algumas, como o compartilhamento e a cooperação, aparecem com alta frequência, enquanto outras, como a preocupação com a clareza e a curadoria da informação, ocorrem de maneira mais pontual, mas possuem impacto expressivo na qualidade e na confiabilidade dos fluxos informacionais. Isso indica que o valor de uma prática informacional não se define apenas pela sua recorrência, mas pela sua contribuição para fortalecimento da cultura informacional e pela sua capacidade de gerar sentido e aprendizado coletivo. As práticas mais maduras tendem a surgir entre usuários que desenvolveram competências informacionais e digitais mais apuradas, reforçando a ideia de que há diferentes níveis de envolvimento e apropriação da informação dentro dos ambientes virtuais.

Ao retomar os objetivos específicos propostos, é possível perceber como cada um se concretizou ao longo das análises e reflexões realizadas. O primeiro deles, que buscou

analisar como a forma de buscar e usar informações impacta nas práticas informacionais no metaverso, revelou que o modo como os usuários se relacionam com a informação interfere diretamente em suas ações e interações dentro desses ambientes. A pesquisa mostrou que a busca informacional vai além de um ato técnico, mas sim, um processo interpretativo e social, no qual os sujeitos escolhem, adaptam e ressignificam os conteúdos de acordo com suas experiências e objetivos pessoais. Essa forma de lidar com a informação influencia não apenas o comportamento individual, mas também o modo como as práticas coletivas se estruturam, pois, a informação, quando compartilhada, se transforma em um elo de aprendizado e pertencimento dentro das comunidades virtuais.

Observou-se, por exemplo, que os participantes que demonstram maior familiaridade com redes sociais e ambientes virtuais também apresentam práticas mais ativas de colaboração e compartilhamento. Isso indica que o uso consciente da informação e o desenvolvimento de habilidades informacionais contribuem para uma atuação mais participativa, reforçando o papel da informação como um elemento que media relações, orienta decisões e impulsiona a criação de novos conhecimentos. Assim, compreender como as pessoas buscam, avaliam e utilizam informações no metaverso permite entender como se formam as redes de apoio, as trocas de saberes e as dinâmicas de ajuda que foram tão evidentes nos resultados deste estudo.

Há um objetivo voltado a discutir as novas dinâmicas de comunicação e aprendizagem no metaverso a partir das práticas informacionais, que ampliou a compreensão sobre o papel social da informação nesses contextos. As interações observadas demonstram que o metaverso se consolida como um ambiente de aprendizagem coletiva, onde a comunicação se torna o principal canal de construção de sentido. As conversas, os tutoriais, os eventos e as trocas informais são espaços de produção de conhecimento que desafiam as fronteiras entre ensino e convivência, mostrando que aprender e se comunicar são ações que se interligam. Essas novas dinâmicas refletem um processo de aprendizagem contínua e horizontal, no qual todos podem ensinar e aprender simultaneamente. O conhecimento deixa de ser centralizado e passa a circular entre os sujeitos, de forma colaborativa e espontânea.

A prática informacional, nesse sentido, assume uma dimensão transformadora, e ela não apenas organiza e transmite informação, mas cria oportunidades de diálogo, reflexão e crescimento mútuo. Isso demonstra que o metaverso é mais do que um espaço tecnológico, mas também, um ambiente cultural e social, no qual a informação é o elemento que conecta experiências e constrói significados compartilhados.

Nesse sentido, a análise desses objetivos permitiu compreender que as práticas informacionais no metaverso estão profundamente ligadas à forma como os indivíduos se relacionam com a informação e com os outros, unindo aspectos cognitivos, comunicativos e sociais. Examinar o impacto da busca e do uso da informação, bem como discutir as novas formas de comunicação e aprendizagem que emergem desses ambientes, possibilitou entender o metaverso como um ecossistema informacional em expansão, no qual o conhecimento é construído coletivamente e a informação se consolida como um eixo central das interações humanas.

De modo geral, as evidências apontam que as práticas informacionais observadas no metaverso refletem uma integração natural entre o mundo real e o digital. A interação, a colaboração e o compartilhamento de saberes se configuram como comportamentos informacionais típicos dessa nova era imersiva, em que o sujeito informacional é simultaneamente produtor, mediador e consumidor de conhecimento.

Nesse contexto, destaca-se o papel estratégico do gestor da informação, profissional fundamental para atuar na mediação dos fluxos informacionais, na curadoria de conteúdos, na promoção da qualidade da informação e no desenvolvimento de competências informacionais nos ambientes digitais. Em uma sociedade cada vez mais conectada, interativa e marcada pela produção contínua de dados, o gestor da informação assume a responsabilidade de articular tecnologias, sujeitos e informações, contribuindo para a organização, confiabilidade e uso ético da informação em ecossistemas complexos como o metaverso.

A gestão da informação, nesse cenário, desempenha um papel fundamental ao atuar como um mecanismo de equilíbrio entre o excesso de dados e a necessidade de organização, clareza e confiabilidade. Ela possibilita que a informação circule de forma significativa, sustentando a construção de conhecimento e promovendo o uso ético e consciente dos recursos digitais. Assim, compreender essas práticas dentro do metaverso permite compreender também os novos caminhos da gestão da informação em uma sociedade cada vez mais conectada e interativa.

As práticas informacionais, quando observadas sob essa ótica, revelam-se como instrumentos de aprendizado, socialização e pertencimento, permitindo identificar as dinâmicas que orientam o comportamento dos sujeitos informacionais e os significados que atribuem ao ato de buscar, compartilhar e organizar informações. Embora existam diferenças individuais entre os usuários, as análises demonstram que há um padrão coletivo que

perpassa essas interações, no qual se destaca o desejo de comunicar, colaborar e aprender continuamente.

Por fim, é importante reconhecer as limitações deste estudo, que se relacionam principalmente ao recorte metodológico adotado e à utilização de questionários online, os quais, embora eficazes para captar tendências gerais, não permitem aprofundar as dimensões subjetivas das experiências vivenciadas pelos usuários no metaverso. Além disso, a amostra concentrou-se em sujeitos com acesso às tecnologias digitais e familiaridade com ambientes virtuais, o que pode limitar a generalização dos resultados para outros perfis de usuários.

Diante dessas limitações, sugere-se que trabalhos futuros aprofundem a temática por meio de abordagens qualitativas, como entrevistas em profundidade, etnografias digitais ou estudos de caso, bem como investigações comparativas entre diferentes plataformas do metaverso. Recomenda-se ainda que pesquisas futuras explorem de forma mais específica a atuação do gestor da informação nesses ambientes imersivos, considerando aspectos como ética informacional, curadoria, combate à desinformação e desenvolvimento de competências informacionais.

Conclui-se, portanto, que o metaverso se consolida como um ambiente fértil para o estudo das práticas informacionais, pois nele a informação adquire novas dimensões e sentidos, transcendendo o espaço técnico e assumindo um papel essencial na formação de comunidades e na construção de saberes compartilhados. A partir da perspectiva da Gestão da Informação, é possível afirmar que o metaverso representa um território em expansão, onde o conhecimento é constantemente produzido, mediado e ressignificado por meio da interação humana. As práticas analisadas neste trabalho demonstram que a informação, nesse contexto, não é apenas um recurso instrumental, mas uma ligação que une o real e o virtual, expressando a capacidade humana de criar, aprender e transformar a partir das conexões que estabelece.

REFERÊNCIAS

BBC NEWS BRASIL. **NFT**: o que é, como funciona e por que é um certificado que gera polêmica entre artistas. 2023. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-64647106>. Acesso em: 25 set. 2024.

BOURDIEU, Pierre. **Distinction**: a social critique of the judgement of taste. Cambridge: Harvard University Press, 1984. Disponível em: <https://archive.org/details/PierreBourdieuDistinctionASocialCritiqueOfTheJudgementOfTaste1984>. Acesso em: 10 jul. 2025.

BRASIL. **Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018**. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Brasília, DF: Presidência da República, 2018. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm. Acesso em: 29 set. 2024.

BRASIL. Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom/PR). **Crianças, adolescentes e telas: guia sobre usos de dispositivos digitais**. Brasília: Secom/PR, 10 mar. 2025. Disponível em: https://www.gov.br/secom/pt-br/assuntos/uso-de-telas-por-criancas-e-adolescentes/guia/250108_guia-de-telas_sobre-usos-de-dispositivos-digitais_versaoweb.pdf. Acesso em: 18 dez. 2025.

BUGELON, B. M. Gestão da informação e o processo de comunicação: qual a função das relações públicas. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL (INTERCOM), 8., 2007, Santa Maria. **Anais** [...]. São Paulo: Intercom, 2007. p. 1–14. Disponível em: <http://intercom.org.br/papers/regionais/sul2007/resumos/R0135-2.pdf>. Acesso em: 26 set. 2024.

CASTELLS, Manuel. **Comunicação e poder**. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2009. Disponível em: <https://books.google.com/books?id=8o1rDwAAQBAJ>. Acesso em: 10 jul. 2025.

CASTRONOVA, Edward. **Synthetic worlds**: the business and culture of online games. Chicago: The University of Chicago Press, 2005. Disponível em: <https://archive.org/details/syntheticworldsb0000cast>. Acesso em: 10 jul. 2025.

CHOI, Chun Wei. **A organização do conhecimento**: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões. São Paulo: Senac, 2003. Disponível em: <https://lucianabicalho.wordpress.com/wp-content/uploads/2013/09/choi-chun-wei-a-organizacao-do-conhecimento.pdf>. Acesso em: 27 set. 2024.

DAVENPORT, Thomas H.; MARCHAND, Donald A. A GC é apenas uma boa gestão da informação? In: DAVENPORT, Thomas H.; MARCHAND, Donald A.; DICKSON, Timothy (org.). **Dominando a Gestão da Informação**. Porto Alegre: Bookman, 2004. p. 189–194. Disponível em: <https://books.google.com/books?id=YyPjAAAACAAJ>. Acesso em: 10 jul. 2025.

G1. Metaverso movimentou US\$ 120 bilhões em investimentos de janeiro a maio de 2022. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/globonews/jornal-globonews-edicao-das->

16/video/metaverso-movimentou-us-120-bilhoes-em-investimentos-de-janeiro-a-maio-de-2022-10784044.ghtml. Acesso em: 1 set. 2025.

GAMESRADAR. *Travis Scott's Astronomical performance proved Fortnite is changing entertainment*. 2020. Disponível em: <https://www.gamesradar.com/if-the-travis-scott-astronomical-performance-proved-anything-its-that-fortnite-is-changing-the-game-and-music-industries-forever/>. Acesso em: 28 nov. 2025.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009. Disponível em: <https://archive.org/details/culturadaconvergencia>. Acesso em: 27 nov. 2025.

KASPERSKY. *Gen Z's favorite games used as bait in over 19 million attempted cyberattacks*. Woburn: Kaspersky, 09 jun. 2025. Disponível em: [<https://www2.kaspersky.com/about/press-releases/gen-zs-favorite-games-used-as-bait-in-over-19-million-attempted-cyberattacks>](https://www2.kaspersky.com/about/press-releases/gen-zs-favorite-games-used-as-bait-in-over-19-million-attempted-cyberattacks). Acesso em: 01 dez. 2025.

KENSKI, Vani Moreira. **Cultura digital e educação**: desafios contemporâneos. Campinas: Papirus, 2021. Disponível em: <https://www.editorapapirus.com.br/produto/cultura-digital-e-educacao>. Acesso em: 27 nov. 2025.

LLOYD, Annemariee. **Information literacy landscapes**: information literacy in education, workplace and everyday contexts. Oxford: Chandos Publishing, 2010. Disponível em: https://www.academia.edu/112632240/Information_Literacy_Landscapes. Acesso em: 10 jul. 2025.

MARQUES, Marcos; BATISTA, Fabiana. Gestão da informação e ambientes digitais: desafios e perspectivas no contexto do metaverso. **Informação & Sociedade**: Estudos, João Pessoa, v. 32, n. 2, p. 1–15, 2022. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/64045>. Acesso em: 10 jul. 2025.

MCKENZIE, Pamela J. A model of information practices in accounts of everyday-life information seeking. **Journal of Documentation**, Londres, v. 59, n. 1, p. 19–40, 2003. DOI: <https://doi.org/10.1108/00220410310457993>. Acesso em: 10 jul. 2025.

MELO, Daniella Alves de. **Práticas informacionais e a construção da competência crítica em informação**. 2019. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/16253>. Acesso em: 10 jul. 2025.

MORAIS, Felipe; MATTIAZZO, Maya. **Metaverso**: o que é, como entrar e por que explorar um universo que já fatura bilhões. São Paulo: Benvirá, 2022. Disponível em: <https://books.google.com/books?id=6hI0EAAAQBAJ>. Acesso em: 10 jul. 2025.

MOURA, Maria Aparecida. Netnografia: a realidade social sob o véu digital. In: ARAÚJO, Ronaldo Ferreira de (org.). **Estudos métricos da informação na web**. Maceió: EDUFAL, 2015. p. 95–118. Disponível em: <https://edufal.ufal.br/catalogo/estudos-metricos-da-informacao-na-web/>. Acesso em: 10 jul. 2025.

NARIN, Metin. Metaverse: a new digital universe and its implications. **Journal of Digital Media & Interaction**, v. 4, n. 2, p. 45–58, 2021. Disponível em: <https://proa.ua.pt/index.php/jdmi/article/view/28133>. Acesso em: 27 nov. 2025.

PARK, Sang-Min; KIM, Young-Gab. A metaverse: taxonomy, components, applications, and open challenges. **IEEE Access**, v. 10, p. 4209–4251, 2022. Disponível em: <https://ieeexplore.ieee.org/document/9695181> Acesso em: 27 nov. 2025.

REHM, Sean V.; GOEL, L. Collaboration in the metaverse: a framework for social and informational exchange in virtual environments. **Journal of Information Technology**, Londres, v. 38, n. 1, p. 41–57, 2023. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/02683962221143804>. Acesso em: 10 jul. 2025.

RITTERBUSCH, Helmut; TEICHMANN, Karsten. The metaverse as the next stage of the internet: opportunities and challenges. **Journal of Business Research**, v. 157, 2023. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296322009549> Acesso em: 27 nov. 2025.

SANTOS D’ÁMORIM, Kátia; MIRANDA, Maria Yêda. Desinformação, fake news e seus impactos nos processos informacionais. **Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v. 31, n. 3, p. 1–18, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/ies/article/view/56095> Acesso em: 27 nov. 2025.

SAVOLAINEN, Reijo. **Everyday information practices**: a social phenomenological perspective. Lanham: Scarecrow Press, 2008. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/31863814>. Acesso em: 9 jul. 2025.

SAVOLAINEN, Reijo. Everyday life information seeking: approaching information seeking in the context of way of life. **Library & Information Science Research**, v. 17, n. 3, p. 259–294, 1995. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0740818895900488>. Acesso em: 10 jul. 2025.

SAVOLAINEN, Reijo. Information practices in a changing world: theoretical challenges and opportunities. **Information Research**, v. 22, n. 4, 2017. Disponível em: <http://informationr.net/ir/22-4/paper785.html>. Acesso em: 12 out. 2025.

SCHLEMMER, Eliane; BACKES, Luciana. Metaversos: novos espaços para construção do conhecimento. **Revista Diálogo Educacional**, Curitiba, v. 8, n. 24, p. 519–532, 2008. Disponível em: <https://periodicos.pucpr.br/dialogoeducacional/article/view/3724>. Acesso em: 10 jul. 2025.

SETZER, Valdemar W. **Informação, conhecimento e significado**. São Paulo: Escola do Futuro/USP, 1999. Disponível em: <https://www.ime.usp.br/~vwsetzer/dado-info.html>. Acesso em: 10 jul. 2025.

SILVA, Laelson Felipe da *et al.* Práticas informacionais em ambientes virtuais. **Informação & Informação**, Londrina, v. 25, n. 4, p. 431–451, 2020. Disponível em: <https://periodicos.uel.br/ojs/index.php/informacao/article/view/40807>. Acesso em: 10 jul. 2025.

TARAPANOFF, Kira (org.). **Inteligência organizacional e competitiva**. Brasília: Ed. UnB, 2006. Disponível em: <https://repositorio.unb.br/handle/10482/15481>. Acesso em: 10 jul. 2025.

WILSON, Tom D. Information behaviour: an interdisciplinary perspective. **Information Processing & Management**, v. 53, n. 1, p. 1–17, 2017. Disponível em:
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S030645731630673X> Acesso em: 27 nov. 2025.

WILSON, Tom D. On user studies and information needs. **Journal of Documentation**, London, v. 37, n. 1, p. 3–15, 1981. Disponível em:
<https://informationr.net/tdw/publ/papers/1981Userstudies.pdf>. Acesso em: 10 jul. 2025.

ZALAN, Tatiana; BARBESINO, Federica. The metaverse: business, technology and societal implications. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 189, 2023. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0040162523001300> Acesso em: 27 nov. 2025.

APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO SOBRE PRÁTICAS INFORMACIONAIS NO METAVERSO

1. Qual a sua idade?

- () Menos de 18 anos
() 18 a 24 anos
() 25 a 49 anos
() 50 a 61 anos
() Mais de 62 anos

2. Qual o seu nível de familiaridade com redes sociais e/ou ambientes virtuais (metaverso)?

- () Nunca usei
() Já experimentei ocasionalmente
() Uso com frequência
() Trabalho ou estudo com redes sociais/ambientes virtuais
() Outro:

3. Você participa de algum ambiente virtual considerado parte do metaverso? (Jogos ou ferramentas que incentivam a interação com outros usuários)

- () Fortnite
() Roblox
() VRChat
() GTA RP (RolePlay)
() Outro:

4. Em média, quantas horas por semana você passa nesses ambientes?

- () Menos de 2 horas
() 2 a 5 horas

() 6 a 10 horas

() 11 a 15 horas

() Mais de 15 horas

5. Você busca informações antes de participar de atividades nos ambientes virtuais.

(1) – Discordo totalmente (2) (3) (4) (5) – Concordo totalmente

6. Com que frequência você compartilha dicas, experiências ou aprendizados no metaverso com outras pessoas?

(1) – Nunca (2) (3) (4) (5) – Sempre

7. Você considera que conversar com outras pessoas dentro do metaverso influencia suas decisões ou aprendizados?

(1) – Discordo totalmente (2) (3) (4) (5) – Concordo totalmente

8. Você já mudou seu comportamento ou decisões dentro do metaverso com base em algo aprendido em vídeo, rede social ou conversa?

(1) – Nunca (2) (3) (4) (5) – Sempre

9. Onde você costuma buscar informações sobre metaverso e/ou assuntos relacionados?

() YouTube

() TikTok, Instagram, X (Twitter)

() Fóruns online (Reddit)

() Discord

() Blogs/artigos especializados

() Amigos ou comunidade

() Dentro das próprias plataformas (tutoriais, eventos, suporte)

() Outro:

10. O que te motiva a buscar essas informações?

() Curiosidade sobre o tema

() Desejo de participar com mais segurança

() Interesse profissional ou acadêmico

() Queria entender uma nova atualização ou evento

() Senti que estava desinformado

() Recomendação de conhecidos

() Outro:

11. Como você participa das comunidades dentro do metaverso ou em torno dele?

() Leio discussões e mensagens

- Faço perguntas
- Respondo dúvidas
- Compartilho estratégias ou experiências
- Crio conteúdo (vídeos, posts, podcasts etc.)
- Participo de eventos
- Outro:

12. Como o conhecimento é compartilhado nessas comunidades?

- Por tutoriais e dicas
- Por bate-papos ou interações espontâneas
- Por meio de links e conteúdos externos
- Durante atividades (eventos, jogos, reuniões)
- Outro:

13. Você sente que sua forma de buscar e usar informações evoluiu conforme passou mais tempo no metaverso?

(1) – Não evoluiu nada (2) (3) (4) (5) – Evoluiu totalmente

14. Você se preocupa com a clareza e organização das informações que compartilha ou encontra nas comunidades virtuais?

(1) – Nunca me preocupo (2) (3) (4) (5) – Me preocupo sempre

15. Você sente que sua opinião é considerada nas discussões dentro das comunidades do metaverso?

(1) – Nunca sou ouvido (2) (3) (4) (5) – Sempre sou ouvido

16. Você utiliza suas habilidades (técnicas, comunicativas, criativas) para ajudar outras pessoas nesses ambientes?

(1) – Nunca uso (2) (3) (4) (5) – Uso sempre