

O IMPACTO DA DISSEMINAÇÃO DE DESINFORMAÇÃO NO TWITTER DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19 NO BRASIL: UM ESTUDO COM O CONSENSUS AI¹

The Impact of Disinformation Dissemination on Twitter During the COVID-19 Pandemic in Brazil: A Study Using Consensus AI

Gabriel Barbosa Angelim de Aguiar²

Orientação: Profa. Dra. Sandra De Albuquerque Siebra³

RESUMO

A disseminação de desinformação atingiu um ápice durante a pandemia de COVID-19, gerando uma sobrecarga de informações, fidedignas ou não, que influenciaram as ações e comportamentos das pessoas. Diante desse panorama, o presente trabalho objetiva analisar como a disseminação de desinformação no Twitter (atual X) influenciou seus usuários durante a pandemia da COVID-19 no Brasil. Para tal, a pesquisa adota uma abordagem qualitativa e teórica, de natureza bibliográfica, baseada em uma revisão de literatura (2020-2024) em plataformas como Scielo e Google Scholar, buscando mapear as narrativas desinformativas e avaliar seus efeitos na percepção dos usuários. De caráter exploratório, o estudo utilizou a ferramenta Consensus AI que, a partir da pergunta objetiva de pesquisa, identificou cinco estudos que evidenciam a influência da desinformação sobre usuários brasileiros do Twitter. Os resultados apontam efeitos como hesitação vacinal, relaxamento das medidas de isolamento, aumento da polarização e da ansiedade, negação da realidade e baixa percepção dos riscos associados à infecção viral. O estudo contribui para a área de Gestão da Informação, ao examinar a debilidade dos processos de curadoria de informações em momentos de crise e ao oferecer subsídios para a elaboração de estratégias de enfrentamento à infodemia em futuras emergências sanitárias. Além disso, evidenciam-se estudos que correlacionam a exposição à desinformação com o aumento da ansiedade e do estresse dos usuários.

Palavras-chave: Fake news; desinformação; COVID-19; twitter; saúde mental.

ABSTRACT

The dissemination of misinformation reached a peak during the COVID-19 pandemic, generating an overload of information—reliable or not—that influenced people's actions and behaviors. In this context, this study aims to analyze how the spread of misinformation on Twitter (currently X) influenced its users during the COVID-19 pandemic in Brazil. To this end, the research adopts a qualitative and theoretical approach, of a bibliographic nature, based on a literature review (2020–2024) conducted on platforms such as SciELO and Google Scholar, seeking to map

¹ Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Gestão da Informação do Departamento de Ciência da Informação do Centro de Artes e Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), cuja banca de defesa foi composta pelos seguintes membros: Profa. Dra. Elanna Beatriz Americo Ferreira; Profa. Dra. Vildeane da Rocha Borba, na seguinte data: 11 de dezembro de 2025.

² Graduando em Gestão da Informação na UFPE.

³ Professora do Departamento de Ciência da Informação da UFPE.

disinformative narratives and evaluate their effects on users' perceptions. With an exploratory character, the study used the Consensus AI tool which, based on the objective research question, identified five studies that demonstrate the influence of misinformation on Brazilian Twitter users. The results indicate effects such as vaccine hesitancy, relaxation of isolation measures, increased polarization and anxiety, denial of reality, and low risk perception associated with viral infection. The study contributes to the field of Information Management by examining the weakness of information curation processes in times of crisis and by providing support for the development of strategies to confront the infodemic in future public health emergencies. In addition, studies are highlighted that correlate exposure to misinformation with increased anxiety and stress among users.

Keywords: Fake news; disinformation; COVID-19; twitter; mental health.

1 INTRODUÇÃO

A democratização do acesso à Internet e a proliferação do uso de dispositivos móveis, provocou uma reconfiguração na forma como a informação é produzida, distribuída e consumida. O modelo tradicional de comunicação de massa, centralizado e hierárquico, foi gradualmente substituído por um ecossistema comunicacional descentralizado, horizontal e em tempo real. Nesse novo arranjo, as fronteiras entre produtor e consumidor de conteúdo se diluíram, conferindo aos indivíduos um poder sem precedentes de consumir, produzir e disseminar informação de forma ampla.

Neste contexto, as mídias sociais digitais passaram a operar como ambientes centrais de circulação e mediação de informações. Recuero (2009, p. 24) destaca que as mídias sociais “são estruturas compostas por pessoas e suas conexões”, enfatizando que a dinâmica dessas plataformas favorece a rápida circulação de conteúdos, especialmente aqueles carregados de apelos emocionais. Assim, a liberdade e velocidade de disseminação de informações, características intrínsecas destas plataformas, trouxeram um desafio: a necessidade urgente de distinguir entre o vasto volume de dados confiáveis e a crescente maré de informações falsas ou distorcidas (Barbosa, 2012).

Segundo o relatório *Digital 2025: Global Overview Report da DataReportal*, em 2025, o Brasil possui cerca de 144 milhões de identidades de usuários nas mídias sociais, o que corresponde a 67,8 % da população (We Are Social; Meltwater, 2025). O Twitter (atualmente X) figura entre as 10 (dez) mídias sociais mais utilizadas no país, de acordo com os mesmos dados, embora permaneça atrás das plataformas de maior domínio em termos de uso diário. Essa diferença ocorre porque o Twitter se estrutura majoritariamente em postagens curtas e atualizações rápidas, um formato distinto das redes baseadas em imagens ou vídeos, como Instagram, YouTube e TikTok, o que influencia diretamente seu alcance e engajamento.

Neste cenário, com o acesso facilitado e considerando-se o fato que nestes ambientes cada usuário possui a liberdade de expressar-se como quer, estes acabaram sendo ambientes por meio dos quais se propagam a *disinformation*, que pode ser traduzida para desinformação; *misinformation*, que significa má informação; e as notícias falsas (doravante chamadas pelo seu termo original *fake news*), que são um tipo de desinformação e consistem em artigos de notícias que são intencional e verificadamente falsas e podem enganar os leitores (Allcott; Gentzkow

2017). Estas, por sua vez, podem ser intencionais, para atrair visibilidade, ou também podem ser distorções de veracidade. Ou seja, estes ambientes podem contribuir com a circulação acelerada de conteúdos sem filtros rigorosos de veracidade.

Nos últimos anos, o termo *fake news* ganhou destaque entre a população e, inclusive, em 2017, foi eleita a palavra do ano (*Word of the Year 2017*) pelo Collins Dictionary, em razão do aumento expressivo de seu uso global, geralmente associado à tentativas de manipulação da percepção pública. Pois, as *fake news* não apenas distorcem fatos, mas também exploram tendências cognitivas dos usuários das mídias sociais, facilitando sua disseminação. Como observam Allcott e Gentzkow (2017), as pessoas tendem a compartilhar informações que reforçam suas crenças pré-existentes, criando bolhas informacionais que amplificam a polarização. Tanto a desinformação, quanto as *fake news* podem ter consequências graves para a sociedade, especialmente em contextos sensíveis como eleições, crises sociais e emergências de saúde pública (tais como pandemias), como será abordado neste trabalho.

A pandemia de COVID-19, declarada em março de 2020 pela Organização Mundial da Saúde (OMS), gerou uma crise sanitária global que afetou diversas dimensões da vida social. O isolamento social, o medo do contágio e as incertezas econômicas e políticas criaram um cenário propício ao agravamento de quadros de ansiedade, estresse e depressão (Lima et al., 2020). Paralelamente, intensificou-se a circulação de desinformação e *fake news* nas mídias sociais digitais, com destaque para o então Twitter, plataforma que se consolidou como um dos espaços de debate e compartilhamento de informações em tempo real, majoritariamente em textos curtos de até 280 caracteres, durante a pandemia (Twitter, 2017). Essa característica de “tempo real” favoreceu a propagação de conteúdos sem verificação, contribuindo para a disseminação de boatos e *fake news*, que afetaram diretamente a percepção dos usuários tanto sobre a pandemia, quanto sobre as orientações sanitárias.

Nesse contexto, o conceito de “infodemia”, definido pela Organização Mundial de Saúde (OMS) como uma sobrecarga de informações, tanto verdadeiras quanto falsas, que dificultam o acesso a dados confiáveis, tornou-se central. Pois, na época da pandemia do COVID-19, circularam informações enganosas sobre a origem do vírus, métodos de prevenção, eficácia das vacinas e, também, a indicação de tratamentos não comprovados, o que contribuiu para a confusão informacional e a erosão da confiança nas instituições científicas e governamentais (WHO, 2020). No Brasil, esse quadro foi agravado pela polarização política e pela ausência de mecanismos eficazes de regulação das mídias sociais, o que facilitou a propagação de discursos de desinformação de amplo alcance e impacto (Ortellado, 2021).

Além disso, diversas pesquisas indicam que a exposição contínua a conteúdos falsos ou alarmistas pode intensificar sintomas de sofrimento psíquico. Como, por exemplo, a apresentada pela Fiocruz (2021), na qual se observou uma correlação entre o aumento da circulação de *fake news* relacionadas à COVID-19 e a elevação dos níveis de estresse e insegurança da população brasileira. E, também, a pesquisa realizada pela *Early Psychological Impact of the COVID-19 Pandemic in Brazil: A National Survey* com 12.196 adultos de todos os estados brasileiros, que identificou alta prevalência de sintomas de depressão (61,3 %), ansiedade (44,2 %) e estresse (50,8 %) durante o período de isolamento da pandemia (Campos et al., 2020).

Neste cenário, o objetivo deste artigo é analisar como a disseminação de desinformação no Twitter (atual X) influenciou seus usuários durante a pandemia da COVID-19 no Brasil.

A escolha deste tema surgiu de um interesse pessoal, como estudante de Gestão da Informação, de compreender como as mídias sociais, especialmente o Twitter (atualmente X), influenciam comportamentos e a saúde mental dos usuários. Pois, como usuário ativo dessa rede social, percebi o quanto a desinformação pode influenciar o comportamento e as opiniões das pessoas ao meu redor. A partir dessa vivência, surgiu o desejo de investigar os mecanismos que impulsionam a disseminação de conteúdos falsos e seus impactos na saúde mental e emocional dos usuários.

Especialmente no período da pandemia de COVID-19, a ampla disseminação de notícias falsas (*fake news*), erradas e/ou deturpadas nas mídias sociais, sobretudo no Twitter, expôs a debilidade dos métodos de averiguação e da seleção informacional. Assim, ao examinar a maneira como essas *fake news* foram criadas, disseminadas e intensificadas na plataforma, a pesquisa auxilia no entendimento das ações informacionais em momentos de crise e contribui para a elaboração de planos que incentivem o gerenciamento ético e consciente da informação. De fato, busca-se destacar a importância de compreender o impacto real das *fake news* nas mídias sociais, especialmente em um momento tão delicado quanto o de uma pandemia global, especialmente em um país de dimensões continentais como o Brasil, marcado por polarizações políticas e pela forte influência das mídias sociais sobre a população.

Ademais, este trabalho enfatiza o papel do gestor da informação como um mediador entre a informação e a comunidade, trabalhando na identificação de fontes seguras; no letramento digital dos usuários; no enfrentamento à desinformação e no estímulo ao pensamento crítico sobre o que é disseminado em rede. Além de levantar reflexões sobre o papel das plataformas digitais, como o Twitter (atual X), na mediação de conteúdos informacionais; sobre o impacto que a desinformação pode ter sobre a saúde mental dos usuários, principalmente em cenários de incertezas e vulnerabilidade, como o foi o caso da pandemia do COVID-19; e sobre a urgência de mecanismos mais eficazes para conter a propagação de *fake news*.

2 SOBRE DESINFORMAÇÃO

Para além de conteúdos falsos, Santos-D'Amorim e Miranda (2021) afirmam que o esclarecimento das definições de *misinformation*, *disinformation* e *malinformation* é fundamental, visto que cada categoria possui intencionalidades distintas e, consequentemente, impactos diferenciados na sociedade. De fato, o volume de dados, a velocidade da circulação e a intencionalidade variável por trás dos conteúdos falsos exigem uma distinção conceitual para que o fenômeno possa ser analisado e combatido.

Wardle e Derakhshan (2017) apontam três categorias de conteúdos falsos: a *misinformation* (informação errada compartilhada sem intenção de prejudicar), *disinformation* (informação falsa espalhada de propósito) e *malinformation* (informações verdadeiras usadas para manipular). Assim, em tempos de infodemia, a distinção de se o conteúdo foi compartilhado por erro (*misinformation*) ou com propósito deliberado de dano (*disinformation* e *malinformation*), pode possibilitar ao campo da Ciência da Informação o desenvolvimento de estratégias de combate mais

eficazes, focadas não apenas no conteúdo, mas também na intenção por trás de sua disseminação (Santos-D'Amorim; Miranda, 2021).

Entre os tipos apontados por Wardle e Derakhshan (2017), os autores destacam que a desinformação está em um campo maior, onde a intenção de causar dano ou confusão é o foco. De fato, a desinformação (*disinformation*) é comumente um termo mais abrangente, utilizado para se referir “a tentativas deliberadas (frequentemente orquestradas) para confundir ou manipular pessoas por meio de transmissão de informações desonestas” (UNESCO, 2019, p. 7). Ela engloba qualquer conteúdo falso ou distorcido divulgado de propósito, seja por motivos políticos, ideológicos, financeiros ou até por diversão maliciosa. Nesse sentido, Heller, Jacobi, Borges (2020) pontuam que, apesar de geralmente as pessoas correlacionarem desinformação e *fake news* e confundirem os termos entre si, há diferentes tipos e níveis de desinformação em ação, quando se trata de uma ou de outra.

A *fake news* é entendida como um conteúdo que simula o formato jornalístico com o intuito deliberado de enganar o leitor, ou seja, o ato informacional é totalmente manipulado, criando-se situações inexistentes com elementos presentes na realidade (Allcott; Gentzkow, 2017). Logo, “[...] fake news não são informações, mas, são **inverdades fantasiadas de notícias que usam apelos para atrair atenção do público**, seu conteúdo é uma mescla de informações e fatos presentes no cotidiano com dados inverídicos” (Nogueira et al., 2021, p. 4, grifo nosso). Como ressalta Tandoc Jr., Lim e Ling (2018), as *fake news* diferenciam-se de simples erros jornalísticos, porque são produzidas de forma deliberada, com a intenção de enganar e influenciar comportamentos. Ou seja, são notícias falsas veiculadas com a aparência de notícias verdadeiras, frequentemente, com o objetivo de instigar o pânico, estimular o engajamento ou promover interesses particulares. Sua disseminação é moldada por interesses particulares, distorcendo a verdade e obscurecendo os fatos em prol de agendas específicas (Lima; Ferreira; Souza, 2024).

Segundo Tomaél e Alcará (2018), a informação é um recurso essencial para a tomada de decisão e a geração de conhecimento nas organizações e na sociedade. Assim, o fenômeno da desinformação representa um perigo direto à gestão da informação e à construção do conhecimento socialmente útil. Nesse contexto, as *fake news* podem ser vistas como um desvio intencional do propósito social da informação, visando induzir ao erro em vez de esclarecer. Para Marinho e Tomaél (2020), as *fake news* funcionam como um “ruído informacional” que compromete a comunicação e a qualidade das informações disponíveis, dificultando a tomada de decisões consciente.

Bucci (2021) entende a desinformação como um subproduto tóxico da indústria da imaginação contemporânea, responsável por corroer os laços de confiança social. Dessa forma, embora as *fake news* se constituam um tipo particular de desinformação, marcadas pela simulação de notícias e pelo objetivo claro de ludibriar, a desinformação abrange diversas táticas de manipulação da informação. Ambos os casos, no entanto, colocam em questão os pilares da Ciência da Informação, que se baseia na organização, disseminação e utilização ética da informação como ferramenta de cidadania e progresso social.

3 DESINFORMAÇÃO, MÍDIAS SOCIAIS E A PANDEMIA DA COVID-19

A emergência sanitária global da COVID-19, declarada oficialmente pela Organização Mundial da Saúde (OMS) em março de 2020, surgiu como uma das maiores emergências de saúde do mundo no século atual. Ela não apenas impôs a adoção de medidas drásticas de saúde pública, como o isolamento social, fechamento de fronteiras, suspensão de atividades presenciais, uso obrigatório de máscaras e grandes campanhas de vacinação, mas também desencadeou uma transformação radical na dinâmica social e comunicacional (Ho; Miethke-Morais, 2020).

À medida que as populações eram compelidas ao confinamento físico, a internet ascendeu ao papel de infraestrutura vital, tornando-se o principal canal para a manutenção de laços sociais, o acesso ao entretenimento, o desenvolvimento de atividades profissionais e acadêmicas e, crucialmente, a busca por informações em tempo real sobre a crise. De acordo com o Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), 81% dos brasileiros com mais de 10 anos usaram a internet em 2020, um aumento de 7% em relação a 2019 (CGI.br, 2021). O estudo “We Are Social” (2021) também mostrou que os brasileiros gastaram, em média, 10 horas por dia online, das quais 3 horas e 42 minutos no uso de mídias sociais. Esses dados mostram que a pandemia aumentou a presença dos brasileiros na internet e reforçou o papel das mídias sociais como uma das principais fontes de notícia, comunicação e interação.

Com o aumento da utilização das mídias sociais, destaca-se o que afirmam Ferreira e Lima (2022), que um dos fatores que mais afeta os usuários no uso das mídias sociais é a falta de discernimento para identificar o que tem valor informacional e o que não tem, em um ambiente dinâmico e avassalador, marcado pela manipulação da informação e pela insegurança. Em 2020, a Organização Mundial de Saúde (OMS) descreveu essa situação como uma “infodemia”, que por sua vez é um volume enorme de dados, nem sempre precisos, que torna complicado encontrar informações em que se possa confiar (WHO, 2020). Dessa forma, a enxurrada de informações desconexas nas mídias sociais não só prejudicou a saúde da população, como também afetou o bem-estar mental das pessoas, causando incerteza, falta de fé e um sentimento de que não se podia fazer nada.

No Brasil, a luta contra a pandemia ocorreu em um cenário político instável, com desacordos entre os governos federal, estadual e municipal, o que prejudicou a elaboração de planos de combate ao vírus. Conforme Silva, Castro e Velloso (2024), o negacionismo científico encontrou na internet e, principalmente nas mídias sociais, um mecanismo eficaz de manipulação da população por meio das *fake news*, gerando confusão, desinformação e preocupação infundada sobre diversos assuntos. A natureza polarizada do ambiente político brasileiro, que se refletiu e se amplificou nas mídias sociais, permitiu que a negação da ciência e a promoção de tratamentos ineficazes fossem endossadas por figuras públicas, ganhando tração e legitimidade perante parcelas da população. Assim, a instabilidade e a fragmentação das mensagens oficiais, causadas pelos desacordos políticos no Brasil, criaram um vácuo de credibilidade que foi rapidamente preenchido por narrativas de desinformação.

Nesse sentido, estudo realizado pelo Centro de Pesquisa em Comunicação Política e Saúde Pública da Universidade de Brasília (CPS/UnB), em parceria com a Universidade Federal do Paraná (UFPR), Universidade Federal de Goiás (UFG) e Western University, do Canadá, apontam que a polarização política associada ao

nível de informação dos cidadãos influenciou diretamente o comportamento e a intenção de adesão a medidas sanitárias, como o uso de máscara e o isolamento social (UFPR, 2020). Essa sobreposição da crise política com a crise sanitária no ambiente digital intensificou o clima de incerteza, tornando as TICs não apenas ferramentas essenciais para a vida diária, mas também a principal via de exposição à manipulação e à insegurança informacional.

Na pandemia, a desinformação contribuiu com a disseminação de ideias erradas sobre prevenção, sintomas, tratamentos e vacinas da COVID-19. Como demonstra Galhardi et al. (2020), a disseminação de conteúdos enganosos durante a pandemia esteve profundamente associada à propagação de boatos que exploravam medo, incerteza e especulações sobre tratamentos e prevenção. Nesse cenário, a busca frenética por respostas criou terreno fértil para a circulação de informações falsas relacionadas à COVID-19, desde a negação da gravidade da doença até a defesa de medicamentos ineficazes. O que endossa os achados dos estudos de Dias e Almeida (2020) que indicam que a desinformação se intensifica em momentos de incerteza, quando as pessoas estão mais vulneráveis emocionalmente e tendem a buscar informações que confirmem seus medos e crenças, o que pode agravar quadros de ansiedade e estresse.

O Ministério da Saúde (2022) informou que o número de boatos confirmados durante a pandemia ultrapassou 700 em menos de dois anos, e mais da metade estava relacionada às vacinas. Além disso, uma pesquisa do Instituto Reuters (2021) revelou que 85% dos brasileiros relataram ter encontrado algum tipo de desinformação sobre a COVID-19 em suas mídias sociais. A infodemia, segundo a OMS (2020), agiu em conjunto com o próprio vírus, espalhando desinformação globalmente. Essa sobrecarga de informações dificultou a distinção entre o que era verdade e o que era mentira, causando cansaço mental e intensificando sentimentos de impotência e desconfiança. Assim, as fake news durante a pandemia da COVID-19 não só desinformaram a população, mas também afetaram o bem-estar psicológico/mental, prejudicando a capacidade coletiva de responder de forma racional e coordenada à crise.

Além dos impactos na saúde mental das pessoas, estudiosos da Ciência da Informação e áreas correlatas destacam que a desinformação põe em risco a saúde do sistema de informação, comprometendo a confiança nas instituições, na mídia e nos meios de mediação da informação. Por exemplo, um levantamento de Surjatmodjo et al. (2024) mostrou que a circulação rápida de desinformação em plataformas digitais reduz a confiança pública e mina a credibilidade das fontes institucionais, especialmente em cenários de crise. Segundo Lustosa (2021), a proliferação de *fake news* durante a pandemia agravou a desordem informacional e afetou a capacidade de tomada de decisão dos indivíduos, ao mesmo tempo em que fragilizou vínculos de confiança social.

No contexto da pandemia, a circulação intensiva de conteúdos alarmistas, favorecida pela estrutura de mídias sociais, potencializou o efeito da desinformação sobre a percepção coletiva, contribuindo para a desestabilização do espaço informacional (Recuero; Soares; Zago, 2021). Esse deslocamento estrutural na forma de produzir, compartilhar e consumir informação expõe a fragilidade das redes informacionais contemporâneas frente ao “disorder informacional” (Ricard; Yañez; Hora, 2025), reforçando que o problema não se limita ao conteúdo, mas atinge diretamente a integridade do sistema de informação.

Esse ambiente não se formou de maneira isolada, a própria arquitetura das plataformas digitais atuou como catalisadora da desinformação. Nunes (2020), em

estudo desenvolvido no Departamento de Ciência da Informação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), analisou como “máquinas sociais”, sistemas algorítmicos, *scripts* automatizados e dinâmicas de engajamento, amplificam conteúdos sensacionalistas e favorecem sua propagação em larga escala, contribuindo para a formação de ecossistemas informacionais frágeis e suscetíveis a manipulações.

Para Floridi (2014), a desinformação deve ser vista como um problema que faz parte da “infosfera” — o ambiente em que dados, informações e saberes humanos circulam. Nesse ambiente, o excesso de informação ruim reduz a capacidade das pessoas de entender e decidir. Essa ideia se liga à pandemia da COVID-19, em que a grande quantidade de informações, muitas não confiáveis, causou uma “poluição informacional” (Floridi, 2014), afetando o comportamento e o bem-estar emocional das pessoas. Essa lógica emocional, ampliada pelos algoritmos das mídias sociais, explica por que *fake news* se espalham tão rapidamente e causam grandes impactos na mente.

Neste cenário, a intensificação da busca urgente por respostas e o contexto de incerteza, transformou plataformas como o Twitter em palcos de debate e noticiário, mas também em vetores de um volume de dados sem precedentes. Essa nova centralidade das mídias sociais, contudo, veio acompanhada de um desafio intrínseco: a facilidade com que o conteúdo não verificado se propaga, preparando o terreno para a crise de infodemia que viria a sobrecarregar o debate público. Pesquisas como a de Recuero, Soares e Zago (2021) mostraram como o Twitter se configurou como um espaço estratégico para a circulação de desinformação, impulsionado por dinâmicas de polarização, hiperpartidarismo e câmaras de eco que amplificaram narrativas falsas sobre a pandemia.

No contexto da comunicação digital contemporânea, é fundamental estabelecer a distinção conceitual entre mídias sociais e redes sociais, termos frequentemente utilizados como sinônimos no senso comum. Enquanto as redes sociais representam a estrutura de conexões e relacionamentos entre atores (indivíduos ou organizações), as mídias sociais configuram-se como as plataformas e ferramentas tecnológicas que viabilizam a interação, a produção e o compartilhamento descentralizado de conteúdo. Com base na funcionalidade predominante e na dinâmica de engajamento do usuário, é possível categorizar essas ferramentas em gêneros específicos, conforme demonstrado no quadro 1.

Quadro 1 – Principais tipos de mídias sociais e suas características

Tipo de mídia social	Características principais	Exemplos de plataformas
Redes sociais	Estruturadas a partir de perfis pessoais ou institucionais, conexões entre usuários e formação de comunidades. Permitem o compartilhamento de conteúdos diversos (texto, imagem, vídeo) e a interação social contínua.	Facebook, Instagram, LinkedIn
Microblogs	Baseiam-se na publicação de mensagens curtas, organizadas em fluxo cronológico e em tempo real. Favorecem a rápida disseminação de informações, opiniões e acontecimentos, com alto potencial de viralização.	Twitter (X), Threads
Blogs	Plataformas voltadas à publicação de textos mais extensos, com caráter informativo, opinativo ou jornalístico. Permitem comentários e interação, porém com menor imediatismo.	WordPress, Blogger
Plataformas de compartilhamento de mídia	Destinadas ao compartilhamento e consumo de conteúdos audiovisuais, como vídeos, imagens e transmissões ao vivo, estimulando o engajamento por curtidas, comentários e compartilhamentos.	YouTube, TikTok, Kwai
Messageiros instantâneos	Aplicações focadas na comunicação privada ou em grupos fechados, com troca rápida de mensagens, áudios, imagens e links, podendo também funcionar como canais de disseminação de informações.	WhatsApp, Telegram
Fóruns e comunidades online	Espaços organizados por tópicos ou interesses específicos, nos quais usuários participam de discussões mais aprofundadas e colaborativas.	Reddit

Fonte: Elaborado pelo autor

3.1 O *Twitter* e a Propagação de Desinformação

O *Twitter* é uma rede social de *microblogging*, criada em 2006, que permite aos usuários publicar e compartilhar mensagens curtas, chamadas *tweets*. Originalmente limitados a 140 caracteres, posteriormente ampliados para 280, esses posts podem incluir texto, imagens, vídeos, *links* e *hashtags*. (Wikipédia, 2025) Por sua arquitetura de comunicação focada na brevidade, na agilidade e na viralidade através do mecanismo de *retweet*, essa plataforma consolidou-se como um dos palcos digitais mais influentes e complexos durante a crise sanitária da COVID-19.

Diferentemente de outras plataformas que favorecem o conteúdo visual ou a comunicação privada, o *Twitter* opera como uma praça pública digital em tempo real, onde o debate, a notícia e a controvérsia política são instantaneamente expostos e amplificados. Essa característica intrínseca de transmissão instantânea o transformou em uma ferramenta poderosa para a rápida divulgação de comunicados oficiais por autoridades de saúde, mas, simultaneamente, o tornou um ambiente vulnerável à manipulação e à disseminação em massa de desinformação. Logo, o *Twitter* acabou por servir como um canal de rápida disseminação de conteúdos alarmantes e rumores sem qualquer validação (Wardle; Derakhshan, 2017; Marques; Teixeira, 2021). O que é endossado por Bastos e Mercea (2019), que afirma que a forma de comunicação do *Twitter* amplia o impacto de dados com forte apelo emocional e político, servindo como um “indicador” do diálogo social. Tal cenário ficou nítido na pandemia, com líderes, repórteres, estudiosos e pessoas comuns usando a plataforma para expor dados, pareceres e informes sobre o vírus.

De fato, a rapidez com que as informações eram disseminadas no *Twitter* trouxe problemas, já que ficou mais difícil saber se as fontes do que era postado eram confiáveis e se o que era publicado era verídico. Com isso, a rápida divulgação de mensagens falsas afetou a percepção de risco da população e a confiança nas autoridades de saúde. Adicionalmente, o impacto dessas informações enganosas foi ampliado pelos algoritmos utilizados no *Twitter*, que valorizam o conteúdo com muita

interação, mesmo que seja falso. Tudo isso facilitou a disseminação de *fake news* que, além de confundir, também contribuíram com o sofrimento mental dos usuários. Some-se ao que foi pontuado, o que afirmam Pariser (2011) e Sunstein (2018), que na internet é comum as pessoas ficarem “presas”, consumindo conteúdo, em grupos onde só veem opiniões parecidas com as delas.

Estudos como o realizado pelo MIT com dados do *Twitter* mostram que *fake news* tendem a se espalhar significativamente mais rápido e com maior alcance do que notícias verdadeiras, o que facilita a viralização de conteúdos falsos, mesmo em contextos de crise (Vosoughi; Roy; AraL, 2018). Em cenários de pandemia, essa característica da rede, combinada com a polarização social, torna as plataformas digitais particularmente vulneráveis à infodemia. Em consequência, a disseminação descontrolada de desinformação comprometeu tanto a resposta coletiva à COVID-19, quanto o equilíbrio emocional de muitos usuários. Assim, a abundância de informações, muitas delas imprecisas, intensificou o medo, a ansiedade e a incerteza, afetando profundamente a saúde mental das pessoas (Fiocruz, 2021).

Uma pesquisa da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz, 2021) mostrou que as *fake news* mais comuns envolviam teorias da conspiração sobre a criação do vírus em laboratório, recomendações perigosas de tratamentos sem comprovação científica (como cloroquina e ivermectina) e alegações falsas sobre os riscos da vacinação ou sobre a própria eficácia da vacina. Essas informações foram amplamente compartilhadas em plataformas como WhatsApp, Facebook, Instagram e *Twitter*, alcançando milhões de pessoas e afetando diretamente o comportamento da população.

Nesse contexto, a aplicação das categorias de Wardle e Derakhshan (2017) torna-se crucial para a análise do cenário pandêmico no *Twitter*. A *disinformation*, frequentemente envolveu a promoção de curas milagrosas (como o uso de ivermectina ou cloroquina) ou a negação intencional da gravidade da doença, muitas vezes impulsionada por interesses políticos ou financeiros camuflados. Já a *misinformation*, amplificou exponencialmente o alcance das narrativas falsas, criando uma ilusão de consenso ou veracidade sobre temas sensíveis. Por fim, a *malinformation* pode ser observada no uso de dados oficiais (verdadeiros) descontextualizados ou distorcidos, empregados para minar a confiança em autoridades sanitárias ou para inflamar a polarização social. Essa complexidade intencional exige, portanto, que a análise do impacto da desinformação no Twitter transcenda a mera identificação do conteúdo falso, dedicando-se também a desvendar as motivações e as redes de propagação por trás de cada tipo de conteúdo.

Por fim, é importante destacar que a propagação de desinformação e *fake news* não só desorganizou o debate público, mas também teve efeitos diretos na saúde mental das pessoas. De acordo com a Fiocruz (2021), houve uma associação entre o aumento da circulação de notícias falsas e o aumento dos níveis de ansiedade, estresse e insegurança emocional entre os brasileiros. Dessa forma, o impacto da desinformação no contexto da pandemia da COVID-19 ultrapassou a esfera biomédica e alcançou diretamente a saúde mental da população brasileira. Pois, a desinformação, ao criar conflitos entre informações oficiais e boatos alarmistas, intensificou os estados de ansiedade, insegurança e estresse informacional.

3.2 Pandemia, Twitter e Saúde Mental

A crise global de saúde da COVID-19 impôs à sociedade não apenas desafios biológicos, mas uma tensão psicológica coletiva sem precedentes, acentuando drasticamente as dificuldades relacionadas ao bem-estar mental. A necessidade de isolamento físico, a incerteza sobre o futuro e a ameaça invisível do vírus encontraram nas mídias digitais o principal vetor de consumo de notícias e interação social. Contudo, essa dependência intensificada do ambiente virtual rapidamente transformou-se em um fator de risco. A exposição contínua a um fluxo ininterrupto de conteúdos alarmistas sobre a pandemia, frequentemente recheados de desinformação e *fake news*, criou um ambiente de estresse informacional tóxico. Pesquisas internacionais indicam que essa sobrecarga digital foi diretamente associada ao aumento considerável nos níveis de aflição, prostração e tensão entre os usuários (Gao et al., 2020).

No contexto brasileiro, essa situação foi amplificada pela circulação massiva de conteúdos inverídicos e teorias da conspiração no *Twitter*, que serviu como um amplificador de pavor e impotência, impactando negativamente a saúde mental e o comportamento preventivo da população (Fiocruz, 2021). A dinâmica peculiar do Twitter, caracterizada por atualizações instantâneas e pela viralização de mensagens concisas, impulsionou uma espécie de “transmissão emocional” virtual.

Segundo Cinelli et al. (2020), as emoções negativas, como ira e medo, tendem a se propagar mais facilmente nas mídias sociais, criando um ambiente psicologicamente exaustivo. Durante a pandemia, essa dinâmica ficou evidente em discussões sobre imunizantes, políticas governamentais e restrições de circulação, frequentemente acompanhadas de informações deturpadas ou teorias da conspiração. O resultado foi um ciclo de boatos e tensão coletiva, em que a busca por informação acabava se tornando fonte de angústia psíquica.

De acordo com Soroya et al. (2021), há pesquisas que indicam que o uso excessivo de plataformas sociais durante momentos de crise pode levar ao chamado cansaço informacional, um estado de esgotamento mental provocado pelo excesso de dados e pela dificuldade de discernir o que é real do que é falso. Esse cansaço foi amplamente constatado durante a pandemia e está associado à diminuição da confiança nas instituições de referência em saúde e à deterioração da saúde mental. No *Twitter*, o fluxo ininterrupto de publicações e a radicalização dos debates contribuíram para intensificar essa sobrecarga emocional (Ortellado, 2021).

Ademais, a desinformação sobre a COVID-19 gerou impactos concretos no comportamento da população e na maneira como a crise foi enfrentada. Conforme o estudo de Segundo Bento et al. (2020), a exposição à desinformação esteve associada à menor adesão às medidas preventivas e à redução da disposição para se vacinar, o que contribuiu para prolongar o clima de incerteza e estresse social durante a pandemia. Portanto, o impacto psicológico da desordem informacional não se restringiu, portanto, ao mal-estar subjetivo ou ao esgotamento individual. A corrosão da confiança e o intenso sofrimento psíquico, como o cansaço informacional observado durante a pandemia (Soroya et al., 2021) e a ansiedade fomentada pelo fluxo persistente de boatos e conteúdos enganosos que circularam intensamente no Brasil (Machado et al., 2020), tiveram efeitos diretos na esfera pública e nas decisões coletivas.

A confusão mental e a desorientação geradas pela infodemia fragilizaram a capacidade crítica dos indivíduos de distinguir informações oficiais das mensagens

falsas, comprometendo a adesão às recomendações de saúde pública e ampliando a distância entre o conhecimento científico e as atitudes adotadas. Essa falha de comunicação, intensificada pelo ambiente emocional e acelerado do *Twitter*, transformou o desespero psicológico em resistência comportamental no mundo offline, afetando a disposição da população em seguir medidas preventivas essenciais para a contenção da crise sanitária. Nesse sentido, Lustosa (2021) aponta que as *fake news* atuaram como um agente patogênico simbólico, contribuindo para agravar o sofrimento psicológico e aprofundar os impactos sociais da crise sanitária.

Desse modo, observa-se que a ligação entre saúde mental e desinformação não se limita ao âmbito individual, mas abrange aspectos sociais e comunicacionais em larga escala, afetando a união e a confiança pública. Assim, entender como o *Twitter* influenciou as opiniões e as emoções no período da pandemia pode contribuir nas discussões atuais sobre saúde mental. A vivência da COVID-19 mostrou a importância de incentivar o conhecimento sobre mídias, o uso consciente da internet e das normas de comunicação ética, com o objetivo de diminuir os impactos negativos das *fake news* e melhorar o bem-estar geral em momentos críticos.

4 METODOLOGIA

Este estudo adotou uma análise qualitativa, de natureza bibliográfica, visando investigar como a desinformação disseminada no Twitter durante a pandemia da COVID-19 influenciaram o cenário brasileiro. De acordo com Gil (2008), a pesquisa bibliográfica se apoia na análise de materiais já publicados e artigos acadêmicos permitindo um entendimento mais completo sobre um fenômeno específico, a partir do saber reunido por outros estudiosos.

Desta forma, este estudo procura elaborar uma análise teórica e interpretativa, unindo diferentes pontos de vista acadêmicos sobre os impactos psicológicos e sociais da desinformação e das *fake news* no meio digital. Para tanto, foi realizada uma revisão de literatura, abrangendo trabalhos acadêmicos publicados entre 2020 e 2024, de forma a abranger as publicações do período da pandemia e o pós-pandemia, nas plataformas *Scielo*, *Google Scholar* e o Portal da Fiocruz para construção do escopo da pesquisa. A seleção dos materiais seguiu critérios de relevância para o alcance do objetivo do estudo e atualidade.

Para o alcance da resposta objetiva da problemática central deste artigo, empregou-se a ferramenta *Consensus AI*, que facilitou a identificação e a síntese de evidências científicas, a partir de estudos revisados por pares. O uso dessa tecnologia foi exploratório, ajudando a encontrar artigos recentes sobre temáticas chave da pesquisa, como desinformação digital, pandemia e bem-estar mental e o uso das mídias sociais durante a pandemia. Após a seleção inicial dos estudos via *Consensus AI*, foi realizado um procedimento de verificação e validação, no qual cada artigo encontrado foi conferido manualmente em suas bases originais, assegurando autenticidade e confiabilidade das fontes utilizadas. Além disso, a ferramenta gerou sínteses preliminares que auxiliaram na leitura crítica do material, orientando a identificação de lacunas temáticas e as convergências teóricas entre os materiais. O uso da pesquisa bibliográfica permitiu a construção do referencial teórico deste estudo, e o *Consensus AI* os resultados discutidos posteriormente.

A Consensus AI é uma ferramenta de busca acadêmica baseada em inteligência artificial, projetada para auxiliar na identificação e síntese de evidências científicas. A plataforma consulta um amplo conjunto de artigos científicos revisados por pares, provenientes de bases como Semantic Scholar e OpenAlex, utilizando uma combinação de busca semântica e por palavras-chave. A partir da pergunta de pesquisa, os estudos recuperados são filtrados e classificados de acordo com critérios de relevância, atualidade e impacto científico. Em seguida, a ferramenta sintetiza os achados por meio de modelos de linguagem, apresentando respostas fundamentadas em estudos específicos, o que contribui para a sistematização da revisão de literatura e para análises baseadas em evidências.

A partir da descoberta na fase anterior do impacto negativo da desinformação e fake news disseminadas no twitter, a fim de refinar e sumarizar os resultados obtidos, submeteu-se ao Consensus AI a seguinte pergunta: ***“Did the dissemination of fake news and disinformation negatively influence Twitter users during the COVID-19 pandemic in Brazil?”*** (“A disseminação de *fake news* e desinformação influenciou negativamente os usuários do Twitter durante a pandemia de COVID-19 no Brasil?”). A ferramenta retornou uma resposta afirmativa, indicando a relevância de cinco estudos revisados por pares que dariam embasamento para responder a pergunta feita. Estes cinco estudos estavam em fontes confiáveis, e 5 foram revisados por pares e 4 estavam disponíveis em rede, por isso foram incorporados à revisão bibliográfica e serviram para refinar o que foi apresentado no referencial teórico.

Destaca-se que a utilização do Consensus AI, não substituiu o julgamento analítico do pesquisador, mas funcionou como um instrumento complementar, ampliando a eficiência da revisão de literatura e fortalecendo o rigor científico deste estudo. A ferramenta mostrou-se eficaz ao validar a convergência teórica entre artigos diversos, permitindo sintetizar resultados consistentes. O cruzamento entre o uso de inteligência artificial para a síntese de evidências e a revisão bibliográfica tradicional fortaleceu a robustez da pesquisa, garantindo o acesso a um corpo de evidências atualizado e revisado por pares.

5 SUMARIZAÇÃO DOS IMPACTOS NEGATIVOS DA DESINFORMAÇÃO NO TWITTER NO PERÍODO DA PANDEMIA DA COVID-19

A busca realizada no Consensus AI com a pergunta ***“Did the dissemination of fake news and disinformation negatively influence Twitter users during the COVID-19 pandemic in Brazil?”*** retornou uma resposta afirmativa para a questão e destacou cinco estudos que endossavam a influência negativa da desinformação no Twitter durante a pandemia. Os cinco estudos destacados foram: Galhardi et al.(2022), Biancovilli et al.(2021), Brum et al.(2022), Ferreira et al.(2022) e Lanier et al.(2022). Eles permitiram categorizar os impactos negativos da desinformação e das *fake news* no *Twitter* em três eixos centrais: (1) Impactos na Saúde Pública e Comportamento Preventivo; (2) Efeitos Psicológicos e Sociais; e na (3) Dinâmica de Percepção de Risco e Disseminação.

5.1 Impactos na Saúde Pública e Comportamento Preventivo

Os resultados indicam que a desinformação atuou como uma barreira direta às estratégias de contenção do vírus. Conforme apontado por Galhardi et al. (2022),

a circulação massiva de notícias falsas, especialmente aquelas que questionavam a segurança e a eficácia das vacinas, foi um fator determinante para a hesitação vacinal no Brasil. O estudo revela que o Twitter serviu como caixa de ressonância para discursos antivacina, muitas vezes politizados, que desencorajaram parte da população a aderir às campanhas de imunização.

Além da vacinação, a desinformação promoveu o relaxamento das medidas não farmacológicas. Biancovilli, Makszin e Jurberg (2021) destacam que a promoção de "tratamentos precoces" sem comprovação científica (como a cloroquina) e a negação da gravidade da doença geraram uma falsa sensação de segurança. Isso levou usuários a ignorarem recomendações de distanciamento social e uso de máscaras, ampliando os riscos à saúde coletiva e dificultando o controle da pandemia no país.

5.2 Efeitos Psicológicos e Polarização Social

A análise do conteúdo circulante no *Twitter* evidenciou que a infodemia não afetou apenas a saúde física, mas deteriorou o bem-estar psicológico e a coesão social. Brum et al. (2022) observaram que a polarização política na plataforma foi um catalisador de sentimentos negativos. A discussão sobre a pandemia no *Twitter* brasileiro foi marcada por discursos de ódio e pela divisão ideológica, onde a desinformação foi usada como arma política, elevando os níveis de estresse e ansiedade dos usuários que se viam em meio a um conflito de narrativas.

Nesse contexto, Lanier et al. (2022) analisaram o uso de hashtags conspiratórias como #scamdemic (pandemia fraude) e #plandemic (pandemia planejada). O estudo retrospectivo mostrou que usuários engajados nessas narrativas estavam em um estado de negação da realidade, disseminando desconfiança nas instituições de saúde. Para os demais usuários, a exposição a esse tipo de conteúdo gerou confusão mental e insegurança, corroborando a tese de que o ambiente tóxico do *Twitter* contribuiu para o sofrimento psíquico durante a crise de saúde.

5.3 Dinâmica de Disseminação e Percepção de Risco

Um achado relevante sobre o comportamento dos usuários no *Twitter* foi trazido por Ferreira et al. (2022). O estudo identificou uma correlação inversa entre a percepção de risco e o compartilhamento de *fake news*. Usuários com baixa percepção de risco sobre a COVID-19 (aqueles que subestimavam o vírus) foram os mais propensos a compartilhar informações falsas e prejudiciais.

Por outro lado, o mesmo estudo notou que grupos com níveis mais elevados de ansiedade tenderam a buscar e compartilhar informações respaldadas cientificamente, numa tentativa de reduzir a incerteza. Isso sugere que a desinformação prosperou justamente entre aqueles que já adotavam uma postura negacionista ou de indiferença, criando "câmaras de eco" ou bolhas informacionais que reforçavam crenças erradas e isolavam esses grupos da evidência científica (De Oliveira; Albuquerque, 2021).

5.4 Síntese dos Impactos

Para sintetizar os achados, o Quadro 1 apresenta os principais efeitos negativos identificados na literatura analisada sobre o uso do *Twitter* no Brasil durante a pandemia.

Quadro 2 – Principais efeitos da desinformação no Twitter durante a pandemia

Efeito Identificado	Descrição e Impacto	Fonte Principal
Hesitação Vacinal	Disseminação de medos infundados sobre as vacinas, reduzindo a adesão às campanhas de imunização.	Galhardi et al. (2022)
Relaxamento de Medidas	Promoção de tratamentos ineficazes e negação da gravidade, levando ao descumprimento do isolamento social.	Biancovilli et al. (2021)
Polarização e Ansiedade	Politização do vírus e discursos de ódio que aumentaram o estresse e a divisão social.	Brum et al. (2022)
Negação da Realidade	Uso de hashtags conspiratórias para negar a existência ou gravidade da pandemia.	Lanier et al. (2022)
Baixa Percepção de Risco	Usuários que subestimaram o vírus foram os maiores vetores de disseminação de conteúdo falso.	Ferreira et al. (2022)

Fonte: Elaborado pelo autor com base nos estudos retornado do Consensus AI (2024)

Os resultados demonstram que a desinformação no Twitter teve impactos amplos, multidimensionais e profundamente interligados durante a pandemia da COVID-19 no Brasil. A análise integrada dos dados permite compreender que o fenômeno não ocorreu de forma isolada, mas como parte de um ecossistema complexo de falhas comunicacionais e vulnerabilidades sociais.

Inicialmente, no que tange à dinâmica de circulação, observa-se que o *Twitter* operou como um ambiente propício para a amplificação de conteúdos enganosos. O estudo de Lanier et al. (2022) revelou que *hashtags* conspiratórias atuaram como centros de coordenação discursiva, reforçando narrativas negacionistas e criando comunidades ideologicamente homogêneas. Esse fenômeno reflete o conceito de “sociedade em rede” de Castells (2009), na qual os fluxos informacionais possuem a capacidade de consolidar grupos coesos e identitários, independentemente da veracidade das informações compartilhadas. Durante a pandemia, essa característica arquitetônica da rede resultou na consolidação de “bolhas desinformacionais” ativas e resistentes a fatos.

Adicionalmente, a correlação entre percepção de risco e compartilhamento de informações falsas, identificada por Ferreira et al. (2022), é particularmente relevante para a Ciência da Informação. Ela demonstra que fatores psicológicos influenciam diretamente o engajamento com a desinformação, sugerindo que o fenômeno possui uma dimensão estrutural que depende não apenas do conteúdo em si, mas das vulnerabilidades emocionais dos indivíduos. Isso corrobora a visão de que a desinformação preenche lacunas cognitivas em momentos de incerteza.

Do ponto de vista da saúde pública, os achados confirmam que a circulação de desinformação no *Twitter* produziu consequências práticas severas, como a hesitação vacinal, a menor adesão às medidas não farmacológicas e o enfraquecimento da comunicação institucional. Esses efeitos, amplamente discutidos por Galhardi et al. (2022), evidenciaram a ligação empírica entre o consumo de informações falsas e a adoção de atitudes que aumentaram o risco coletivo. A desinformação, portanto, não apenas gerou confusão, mas interferiu no comportamento social, criando uma desconexão perigosa entre as diretrizes científicas e as práticas cotidianas da população.

No campo psicológico, a discussão aponta que a infodemia intensificou quadros de ansiedade, medo e sensação de incerteza, emoções que, segundo a

literatura, fragilizam o raciocínio crítico e tornam os indivíduos mais suscetíveis a boatos (Recuero et al., 2020; Ortellado, 2021). Esse ciclo retroalimentado explica o alto alcance dos conteúdos falsos: eles se inseriram em um ambiente emocionalmente vulnerável, onde a busca por segurança cognitiva levou os usuários a aceitarem respostas simplistas e enganosas para a crise complexa que vivenciavam.

Em suma, a discussão demonstra que os efeitos da desinformação no *Twitter* no período pandêmico, no contexto brasileiro foram profundos e multifacetados, afetando desde decisões individuais até a esfera pública. O *Twitter* não atuou apenas como um vetor de circulação, mas como um catalisador de dinâmicas sociais que, ao privilegiarem o engajamento em detrimento da verdade, agravaram significativamente a crise sanitária no país.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proliferação de desinformação tem sido um tema de debate nas últimas décadas, intensificado pelo avanço das plataformas sociais, que impulsionaram a difusão generalizada de informações falsas. Na pandemia da COVID-19, esse problema se agravou, criando um cenário informacional confuso que dificultou o acesso da população a dados e informações fidedignas (WHO, 2020).

Nesse contexto, o presente estudo dedicou-se a investigar o impacto da desinformação disseminada no Twitter (atual X) durante a pandemia da COVID-19 no Brasil, examinando de que forma esse fenômeno influenciou o comportamento social e a saúde mental dos usuários. A partir da revisão bibliográfica e da síntese das evidências científicas encontradas, incluindo resultados obtidos por meio da ferramenta Consensus AI, confirmou-se que a arquitetura da plataforma, aliada ao contexto sociopolítico polarizado do período, atuou como um vetor de amplificação da infodemia, produzindo efeitos negativos profundos e mensuráveis.

Os achados demonstram que o Twitter não operou apenas como um meio de comunicação, mas como um espaço de disputa simbólica e narrativa, no qual a velocidade, o apelo emocional e a lógica algorítmica se sobrepuseram à acurácia das informações. A propagação de conteúdos falsos impactou diretamente a saúde pública ao alimentar a hesitação vacinal, intensificar discursos negacionistas e contribuir para o relaxamento das medidas de prevenção. Paralelamente, verificou-se um agravamento significativo da saúde mental dos usuários, marcado por ansiedade, estresse, sobrecarga informacional e sensação de insegurança, evidenciando que a desinformação não apenas desorienta, mas também afeta psicologicamente a população.

Sob a ótica da Ciência da Informação, este trabalho evidencia que o fenômeno da desinformação ultrapassa a dimensão tecnológica e se insere em uma crise mais ampla de mediação e competência informacional. A competência informacional consiste no desenvolvimento de habilidades que permitem ao indivíduo identificar suas necessidades informacionais, buscar, avaliar criticamente, selecionar e utilizar informações de forma ética e responsável (Belluzo, 2018; Gasque, 2010). Em contextos digitais marcados pela rápida circulação de conteúdos, como ocorreu durante a pandemia de COVID-19, essa competência torna-se fundamental para o enfrentamento da desinformação e das fake news, especialmente nas redes sociais (Campello; Caldeira, 2016). A dificuldade crescente

dos usuários em distinguir fontes confiáveis de conteúdos enganosos, agravada pelos mecanismos de personalização e recomendação das plataformas, reforça a necessidade de fortalecer a curadoria, a alfabetização midiática e a educação informacional. Pois, a informação, quando destituída de qualidade, contexto e intencionalidade ética, deixa de cumprir sua função social e passa a atuar como agente de desestabilização cognitiva e social.

Conclui-se, portanto, que o enfrentamento da desinformação em momentos de crise sanitária demanda ações integradas e multidimensionais. Mais do que iniciativas pontuais de verificação de fatos, é imprescindível a cooperação entre plataformas digitais, órgãos públicos, instituições de saúde, pesquisadores e profissionais da informação para promover ambientes informacionais mais saudáveis e resilientes. Para o campo da Gestão da Informação, emerge o desafio de desenvolver estratégias de filtragem, classificação e disseminação de dados fidedignos, capazes de competir com a viralidade dos conteúdos enganosos. Além disso, entender a influência da desinformação no contexto da pandemia da COVID-19 significa reconhecer que ela atua não é um conteúdo falso que afeta crenças, emoções, atitudes e a saúde mental da sociedade.

Diante disso, a pesquisa limitou-se à utilização de apenas uma ferramenta de inteligência artificial, a Consensus AI; portanto, o uso de outras ferramentas com o mesmo propósito pode resultar em respostas distintas. Como sugestão para pesquisas futuras, recomenda-se a utilização de diferentes ferramentas para a análise dos resultados finais e dos impactos apontados na presente pesquisa, bem como a realização de estudos empíricos que avaliem a eficácia de programas de letramento informacional na redução da suscetibilidade à desinformação. Ademais, sugere-se a realização de investigações que analisem os impactos de longo prazo da infodemia na confiança da população brasileira nas instituições científicas e nos meios de comunicação.

REFERÊNCIAS

ALLCOTT, Hunt; GENTZKOW, Matthew Social Media and Fake News in the 2016 Election. **Journal of Economic Perspectives**, v. 31, n. 2, p. 211-236, 2017. Disponível em: [10.1257/jep.31.2.211](https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211). Acesso em: 26 de nov 2025

BARBOSA, Luciano Ribeiro. **A linguagem e seu processo de evolução**. Trabalho de conclusão de curso. Brasília: Universidade Católica de Brasília, 2012. Disponível em: <https://repositorio.ucb.br:9443/jspui/handle/10869/882>. Acesso em: 25 de out 2025.

BASTOS, Marcos; MERCEA, Dan. The Brexit Botnet and User-Generated Hyperpartisan. **Social Science Computer Review**, v. 37, n. 1, p. 38–54, 2019.

BENTO, Ana. Information and misperceptions about COVID-19: A survey study. **PLOS ONE**, v. 15, n. 12, e0238747, 2020. Disponível em: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0241259>. Acesso em: 25 de out 2025

BIANCOVILLI, Pedro; MAKSZIN, Lili; JURBERG, Claudia. Misinformation on social networks during the novel coronavirus pandemic: a quali-quantitative case study of

Brazil. **BMC Public Health**, v. 21, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1186/s12889-021-11165-1>. Acesso em: 01 dez. 2025.

BRUM, Patrick et al. Political polarization on Twitter during the COVID-19 pandemic: a case study in Brazil. **Social Network Analysis and Mining**, v. 12, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s13278-022-00949-x>. Acesso em: 01 dez. 2025.

BUCCI, Eugênio. **A superindústria do imaginário**: como o capital transformou o olhar em trabalho e se apropriou de tudo que é visível. Belo Horizonte: Autêntica, 2021. Disponível em: <https://repositorio.usp.br/item/003079178>. Acesso em: 30 nov. 2025,

CAMPOS, Juliana Alvares Duarte Bonini Campos; MARTINS, Bianca. Early Psychological Impact of the COVID-19 Pandemic in Brazil: A National Survey. **Journal of Clinical Medicine**, Basel, v. 9, n. 9, p. 2976, 2020. Disponível em: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC7565796/> Acesso em: 30 nov. 2025.

CASTELLS, Manuel. **Communication Power**. Oxford: Oxford University Press, 2009. Disponível em : https://books.google.com/books/about/Communication_Power.html?id=m2uA0AEACAAJ. Acesso em: 25 out. 2035

CGI.br. **TIC Domicílios 2020**: Pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação e comunicação nos domicílios brasileiros. São Paulo: NIC.br, 2021 Disponível em- <https://cgi.br/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao-nos-domicilios-brasileiros-tic-domicilios-2020/>. Acesso em: 30 out. 2025.

CINELLI, Matteo; QUATTROCIOCCHI, Walter; GALEAZZI, Alessandro; VALENSISE, Carlo Michele; BRUGNOLI, Emanuele; SCHIMIDT, Ana Lucia; ZOLA, Paola; ZOLLO, Fabiana; SCALA, Antonio. The COVID-19 social media infodemic. **Scientific Reports**, v. 10, n. 16598, 2020. Disponível em: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC7538912/>. Acesso em: 23 out. 2025

COLLINS DICTIONARY. **Word of the Year 2017**: Fake news. 2017. Disponível em: <https://www.collinsdictionary.com/word-of-the-year/2017>. Acesso em: 12 nov. 2025.

FIGUEIREDO, Carolina Dantas; NETO, Otavio Temóteo de Oliveira. Desinformação como política: Uma análise dos conteúdos sobre o Coronavírus postados no perfil de Twitter do presidente Jair Bolsonaro entre janeiro e maio de 2020. **Comunicação & Informação**, Goiânia, v. 27, p. 39–65, 2024. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/ci/article/view/78987>. Acesso em: 25 out. 2025.

FERREIRA, João Rodrigo Santos; LIMA, Paulo Ricardo Silva; SOUZA, Edivanio Duarte de. Desinformação, infodemia e caos social: impactos negativos das fake news no cenário da COVID-19. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 27, n. 1, p. 30–53, 2020. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/102195>. Acesso em: 13 nov. 2025.

FIOCRUZ. **Fake news e COVID-19**: análise e enfrentamento da desinformação em saúde. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2021.

FIOCRUZ. **Fake news e desinformação durante a pandemia de COVID-19:** impactos sociais e comunicacionais. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2021. Disponível em: https://arca.fiocruz.br/items/5324b357-7482-4162-8dad-e501dbcaaac5?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 21 out. 2025.

FIOCRUZ. **Fake News e Saúde:** Relatório sobre Desinformação na Pandemia. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2021. Disponível em: <https://arca.fiocruz.br>. Acesso em: 21 out. 2025

FLORIDI, Luciano. **The Fourth Revolution:** How the Infosphere is Reshaping Human Reality. Oxford: Oxford University Press, 2014. Disponível em: <https://global.oup.com/academic/product/the-fourth-revolution-9780198716082>. Acesso em: 21 out. 2025.

GALHARDI, Claudia Pereira; FREIRE, Neyson Pinheiro; MINAYO, Maria Cecilia de Souza; FAGUNDES, Maria Clara Marques. Fato ou fake? Uma análise da desinformação frente à pandemia da COVID-19 no Brasil. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 25, n. 10, p. 4201–4210, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csc/a/XnfpYRR45Z4nXskC3PTnp8z/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 02 dez. 2025.

GALHARDI, Claudia Pereira; FREIRE, Neyson Pinheiro; MINAYO, Maria Cecilia de Souza; FAGUNDES, Maria Clara Marques; CUNHA, Isabel Cristina Kowal Olm. Fake News and vaccine hesitancy in the COVID-19 pandemic in Brazil. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 27, n. 5, p. 1849-1858, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1413-81232022275.24092021>. Acesso em: 02 dez. 2025.

GAO, Junling; ZHENG, Pinpin; JIA, Yingnan; CHEN, Hao; MAO, Yimeng; CHEN, Suhong; WANG, Yi; FU, Hua; DAI, Junming. Mental health problems and social media exposure during COVID-19 outbreak. **PLOS ONE**, v. 15, n. 4, e0231924, 2020. Disponível em: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0231924>. Acesso em: 30 nov. 2025.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HELLER, Bruna; JACOBI, Greison; BORGES, Jussara. Por uma compreensão da desinformação sob a perspectiva da ciência da informação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 49, n. 2, p. 189-204, maio/ago. 2020. Disponível em: <https://cutt.ly/dQj719q>. Acesso em: 1 dez. 2025.

HO, Y. L.; MIETHKE-MORAIS, A. COVID-19: o que aprendemos? **Jornal Brasileiro de Pneumologia**, São Paulo, v. 46, n. 3, p. e20200216, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/jbpneu/a/BKjJPMMf3rrjkFVnZdmTBGF/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 8 dez. 2025.

LANIER, Heather; DIAZ, Marlon; SALEH, Sameh; LEHMANN, Christoph; MEDFORD, Richard. Analyzing COVID-19 disinformation on Twitter using the hashtags #scamdemic and #plandemic: Retrospective study. **PLoS ONE**, v. 17, 2022. DOI: 10.1371/journal.pone.0268409. Disponível em:

<https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0268409>. Acesso em: 23 out. 2025.

LIMA, Bruno Garcia; JÚNIOR, Júlio Alves Caixêta. Desinformação digital no contexto da pós-verdade: da massificação das mídias sociais ao PL 2.630/2020. **ARACÊ**, [S. l.], v. 7, n. 10, p. e8787, 2025. Disponível em: <https://periodicos.newsciencepubl.com/arace/article/view/8787>. Acesso em: 25 out. 2025.

LIMA, Carlos Kennedy Tavares; CARVALHO, Poliana Moreira de Medeiros; LIMA, Igor de Araujo Araruna Silva; NUNES, José Victor Alexandre de Oliveira; SARAIVA, Jeferson Steves; DE SOUZA, Ricardo Inácio; DA SILVA, Cláudio Gleidiston Lima; NETO, Modesto Leite Rolim. The emotional impact of Coronavirus 2019-nCoV (new Coronavirus disease). **Psychiatry Research**, v. 287, p. 112915, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2020.112915>. Acesso em: 01 nov. 2025.

LIMA, Paulo Ricardo Silva; FERREIRA, João Rodrigo Santos; DE SOUZA, Edivanio Duarte. Regime de Desinformação nas Redes Sociais Digitais: Dinâmicas Ocultas do Capitalismo de Vigilância. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB, 24., 2024, Vitória. **Anais [...]**. Vitória: ANCIB, 2024. Disponível em: <https://enancib.ancib.org/index.php/enancib/xxivenancib/paper/viewFile/2817/1803>. Acesso em: 13 nov. 2025.

LUSTOSA, Rafaela Ferreira Pessôa. **Desinformação, fake news e pós-verdade: (re)configurações da circulação de informação em tempos de pandemia**. 2021. Dissertação (Mestrado) — Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/41293/1/DISSERTA%C3%87%C3%83O%20Rafaela%20Ferreira%20Pess%C3%B4a%20Lustosa.pdf>. Acesso em: 02 dez. 2025.

INTERNETLAB. Desinformação e pandemia: análise de circulação de boatos sobre COVID-19 no Brasil. Relatório Anual InternetLab 2020. São Paulo: InternetLab, 2020. Disponível em: <https://internetlab.org.br/wp-content/uploads/2021/12/Relatorio-anual-internetlab-2020.pdf>. Acesso em: 02 dez. 2025.

MAHLOUS, Ahmed Redha. The Impact of Fake News on Social Media Users During the COVID-19 Pandemic, Health, Political and Religious Conflicts: A Deep Look. **International Journal of Religion**, 2024. DOI: 10.61707/fkvb5h58. Disponível em: <https://ijor.co.uk/ijor/article/view/3285>. Acesso em: 02 dez. 2025.

MARINHO, T. O.; TOMAÉL, M. I. Fake news e o ruído informacional na sociedade em rede. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB, 22., 2020, João Pessoa. **Anais [...]**. João Pessoa: ANCIB, 2020. Disponível em: <https://enancib.ancib.org/index.php/enancib/xxiiencib/paper/view/1499>. Acesso em: 12 nov. 2025.

MARQUES, J. G. B.; TEIXEIRA, T. da S. Desinformação, redes sociais e pandemia: notas sobre a circulação de conteúdos falsos durante a COVID-19. **Reciis – Revista**

Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde, v. 15, n. 2, p. 239–256, 2021. Disponível em: <https://www.reciis.iciict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/2372>. Acesso em: 30 nov. 2025.

MINISTÉRIO DA SAÚDE (Brasil). **Boatos sobre a COVID-19**. Brasília: Ministério da Saúde, 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/saude>. Acesso em: 05 dez. 2025.

NOGUEIRA, Cibele Andrade; DOMINGUES, Roger Pereira; SANTOS, Vagner Almeida dos. Desinformação e fake news no contexto das Bibliotecas Universitárias. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS – SNBU, 21., 2020, Goiânia. **Anais** [...]. Goiânia: UFG, 2020. Disponível em: <http://repositorio.febab.org.br/items/show/6918>. Acesso em: 05 dez. 2025.

NUNES, Amanda Maria de Almeida. **Máquinas sociais e desinformação em rede**: o papel das entidades de software na formação de opinião na internet. 2020. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/38549>. Acesso em: 05 dez. 2025.

ORTELLADO, Pablo. **Desinformação, Política e Redes Sociais no Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 2021.

ORTELLADO, P. Desinformação e polarização no Brasil: o papel das plataformas digitais. **Revista Estudos Avançados**, 2021.

ORTELLADO, P. **Desinformação, polarização e pandemia**: o papel das redes sociais na crise brasileira. São Paulo: USP, 2021.

PARISER, Eli. **The Filter Bubble**: What the Internet is Hiding from You. New York: Penguin Press, 2011. Disponível em: https://www.penguinrandomhouse.com/books/309214/the-filter-bubble-by-eli-pariser/9781101515129?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 02 dez. 2025.

RECUERO, Raquel. **mídias sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. Disponível em: https://books.google.com/books/about/Redes_sociais_na_Internet.html?id=yQaLPgAACAAJ&utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 23 out. 2025.

RECUERO, Raquel; SOARES, Felipe; ZAGO, Gabriela. Polarização, hiperpartidarismo e câmaras de eco: como circula a desinformação sobre Covid-19 no Twitter. **Contracampo**, Niterói, 2021. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/45611>. Acesso em: 02 dez. 2025.

REUTERS INSTITUTE. **Digital News Report 2021**. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford University, 2021. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021>. Acesso em: 30 nov. 2025.

RICARD, Julie; YAÑEZ, Ivette; HORA, Leticia. A framework for information disorder: modeling mechanisms and implications based on a systematic literature review.

arXiv, 2025. Disponível em: <https://arxiv.org/abs/2504.12537>. Acesso em: 26 nov. 2025.

SANTOS-D'AMORIM, Karen; MIRANDA, Májory Karoline Fernandes de Oliveira. Misinformation, Disinformation, and Malinformation: clarifying the definitions and examples in disinfodemic times. **Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**, Florianópolis, v. 26, 2021. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/147/14768130011/html/>. Acesso em: 30 nov. 2025.

SILVA, J. L. da; CASTRO, D. L. de; VELLOSO, V. P. Negacionismo científico e as fake news em sala de aula: reflexões, práticas e perspectivas para abordagem do tema no ensino médio. **Revista Ciências & Ideias**, [S. l.], v. 15, n. 1, p. e24152692, 2024. Disponível em: <https://revistascientificas.ifrj.edu.br/index.php/reci/article/view/2692>. Acesso em: 13 nov. 2025.

SOROYA, Saira Hanif; FAROOQ, Ali; MAHMOOD, Khalid; ISOAHO, Jouni; ZARA, Shan-e. From information seeking to information avoidance: Understanding the health information behavior during the COVID-19 pandemic. **Journal of Documentation**, v. 77, n. 6, p. 1343–1367, 2021. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S030645732030933X>. Acesso em: 02 dez. 2025.

SOROYA, Saira Hanif; FAROOQ, Ali; MAHMOOD, Khalid; ISOAHO, Jouni; ZARA, Shan-e. Information overload, information anxiety, and intention to discontinue online information seeking during COVID-19. **Journal of Documentation**, v. 77, n. 6, p. 1336–1352, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/JD-06-2020-0090>. Acesso em: 02 dez. 2025.

SUNSTEIN, Cass R. **#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media**. Princeton: Princeton University Press, 2018.

SURJATMODJO, Dwi et al. Information Pandemic: A critical review of disinformation spread on social media and its implications for state resilience. **Social Sciences**, [S. l.], v. 13, n. 8, p. 418, 2024. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2076-0760/13/8/418>. Acesso em: 26 nov. 2025.

TANDOC JR., Edson C.; LIM, Zheng Wei; LING, Richard. Defining “fake news”: A typology of scholarly definitions. **Digital Journalism**, v. 6, n. 2, p. 137–153, 2018. DOI: 10.1080/21670811.2017.1360143. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>. Acesso em: 02 dez. 2025.

TOMÁÉL, M. I.; ALCARÁ, A. R. A informação como recurso estratégico. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 23, n. 1, p. 5-18, 2018.

TOMÁÉL, M. I.; ALCARÁ, A. R. Gestão da informação e do conhecimento. In: MUELLER, Suzana Pinheiro Machado (org.). **Ciência da Informação: teorias, metodologias e aplicações**. Brasília: Thesaurus, 2018.

TWITTER. Official blog post – Twitter expands 280-character tweet limit worldwide. 7 nov. 2017. Disponível em: <https://blog.twitter.com>. Acesso em: 05 dez. 2025.

UNESCO. **Jornalismo, fake News & desinformação**: manual para educação e treinamento em jornalismo. Edição: Cheryl Iretton e Julie Posetti. Paris: UNESCO, 2019. Disponível em: https://brasil.un.org/sites/default/files/2024-01/UNESCO_Manual_Jornalismo_FakeNews.pdf. Acesso em: 1 dez. 2025.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ (UFPR). **Polarização política pode interferir no comportamento dos brasileiros sobre a Covid-19, aponta pesquisa**. Curitiba: UFPR, 28 out. 2020. Disponível em: <https://ufpr.br/polarizacao-politica-pode-interferir-no-comportamento-dos-brasileiros-sobre-a-covid-19-aponta-pesquisa/>. Acesso em: 30 nov. 2025.

VOSOUGHI, Soroush; ROY, Deb; ARAL, Sinan. The Spread of True and False News Online. **Science**, v. 359, n. 6380, p. 1146–1151, 2018.

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

WE ARE SOCIAL; HOOTSUITE. **Digital 2021**: the latest insights into the state of digital. We Are Social Blog, [S. l.], 26 jan. 2021. Disponível em: <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital/>. Acesso em: 26 nov. 2025.

WE ARE SOCIAL; MELTWATER. **Digital 2025**: Brazil – Global Digital Overview Report. 2025. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2025-brazil>. Acesso em: 08 dez. 2025.

WIKIPÉDIA. **Twitter**. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Twitter>. Acesso em: 08 dez. 2025.

WORLD HEALTH ORGANIZATION (WHO). **Managing the COVID-19 Infodemic**: Promoting Healthy Behaviours and Mitigating the Harm from Misinformation and Disinformation. Geneva: WHO, 2020.

WORLD HEALTH ORGANIZATION (WHO). **Novel Coronavirus (2019-nCoV)**: situation report – 13. Geneva: WHO, 2020. Disponível em: <https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200202-sitrep-13-ncov-v3.pdf>. Acesso em: 26 out. 2025.

CONSENSUS. **How Consensus works**. Disponível em: <https://help.consensus.app/en/articles/9922673-how-consensus-works>. Acesso em: 17 dez. 2025.

CONSENSUS. **Consensus: evidence-based answers from scientific research**. Disponível em: <https://consensus.app/>. Acesso em: 17 dez. 2025.

BELLUZZO, Regina Célia Baptista. **Competência em informação: conceitos, práticas e desafios**. São Paulo: FEBAB, 2018.

CAMPELLO, Bernadete Santos; CALDEIRA, Paulo da Terra. **Competência informacional: princípios, práticas e aplicações**. Belo Horizonte: Autêntica, 2016.

GASQUE, Kelley Cristine Gonçalves Dias. **Competência em informação: conceitos, características e desafios**. Ciência da Informação, Brasília, v. 39, n. 3, p. 83-93, 2010.

AGRADECIMENTOS

Escrever agradecimentos é complexo diante de tudo que já se viveu, pois muitas vezes é difícil expressar em palavras sentimentos tão profundos.

Em primeiro lugar, agradeço a Deus, que me deu o dom da vida e todos os dons necessários para que eu pudesse chegar até aqui. Sou grato por tudo que sou, pelo que tenho e pelo que ainda hei de conquistar pelo Seu nome. Esse acolhimento paternal me fortalece a cada dia.

Vossa mãe, Maria Santíssima, Nossa Senhora das Graças e Nossa Senhora Aparecida, presentes em minha vida desde o anúncio do meu nascimento, agradeço pelos milagres constantes e pelo amor que me guia. A todos os títulos marianos, que se manifestam como um só amor, minha gratidão por fazerem parte das minhas conquistas.

À minha mãe, Maria da Conceição, à minha avó, Maria José, e à minha irmã, Helena Karoline, vocês são meu alicerce. Agradeço imensamente pela educação que me proporcionaram, obrigado por terem confiado e dedicado tanto tempo de suas vidas para que eu pudesse realizar meus sonhos, que também foram de vocês. O mérito de ser quem eu sou pertence à tudo que puderam me dar e constantemente corroboram para que eu possa melhorar.

Minha gratidão se estende a toda a minha família, que sempre esteve presente, oferecendo suporte, carinho e inspiração.

O importante é a rosa. Minha segunda família, o EJC (Encontro de Jovens com Cristo), agradeço pelas orações, pelo suporte e pelas amizades que construí durante a graduação devido ao título de pertencimento desde serviço. Especialmente ao EJC Paudalho, obrigado por transformar minha vida e por todos os momentos compartilhados. Faz que é bom!

Agradeço também à minha orientadora, Sandra, pela paciência, dedicação, valiosas orientações e incentivo constante, essenciais para a realização deste trabalho. Mesmo diante dos imprevistos em dois períodos, sua presença e confiança foram fundamentais para que tudo desse certo.

Aos meus amigos e colegas da graduação, que compartilharam experiências, trocaram ideias e proporcionaram momentos de leveza que tornaram este percurso mais agradável, meu muito obrigado. À Flávia (FlaHelo), por todas as situações que vivemos juntos e encarar tudo que tinha a propor, desde das caminhadas para lanchar no Raul às dancinhas ensaiadas para o TikTok, você é uma amiga que levarei no meu coração sempre, pois tudo que vivenciamos em estudos, festas e amizade contribuíram um pouco em quem sou; a Luis Felipe (Flip), o primeiro que me encontrou no twitter, e nos conhecemos antes mesmo de começar as aulas; a Alerrandro, pelas caronas e ensinamentos; à Gabriella, pela parceria nas aulas à tarde; e à Jennifer, que enfrentou comigo as disciplinas do Centro de Informática. Cada um de vocês contribuiu para a pessoa que sou hoje.

Aos amigos da vida, que diariamente oferecem suporte e conselhos: Tarcísio, amigo que jamais imaginei ter, devido a tantas circunstâncias que vivemos, obrigado por todos os jogos e festas que aliviaram os estudos; Bruno, pelas orientações durante a graduação e na vida, mesmo entramos juntos em universidades distintas, mas fomos apoio um ao outro por essa jornada; Flávia Vitória (Flavinha), obrigado por ser uma amiga tão incrível e mostrar a amizade em sua forma mais pura; e a todos os demais que, de alguma forma, colaboraram direta ou indiretamente para a concretização deste TCC, meu sincero agradecimento.

Por fim, presto também gratidão a mim mesmo, por todo esforço, perseverança e resiliência ao longo desta jornada, enfrentando dúvidas e desafios, mas mantendo firme o propósito de chegar até aqui.