

**ENANCIB 2022**

PORTO ALEGRE | UFRGS | PPGCIN

XXII Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação • ENANCIB
Porto Alegre • 07 a 11 de novembro de 2022**XXII Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação – XXII ENANCIB****ISSN 2177-3688****GT 8 – Informação e Tecnologia*****DOOMSCROLLING E SERENDIPIDADE: QUESTÕES TECNOLÓGICAS E CONCEITUAIS******DOOMSCROLLING AND SERENDIPITY: TECHNOLOGICAL AND CONCEPTUAL ISSUES*****Henry Poncio Cruz de Oliveira. UFPB.****Tâmela da Costa. UFPB.****Alessandra Stefane Cândido Elias da Trindade. UFPB.****Modalidade: Trabalho Completo**

Resumo: A presente pesquisa insere-se na temática de Informação e Tecnologia, com foco em serendipidade e doomscrolling, experiências navegacionais relacionadas ao acesso e uso de informações de natureza digital em ambientes de informação digital. Têm-se como objetivo investigar conceitualmente o fenômeno do doomscrolling e sua relação com a serendipidade, no contexto dos estudos sobre Informação e Tecnologia na Ciência da Informação. Para o alcance desse objetivo empreendeu-se duas técnicas de coleta de dados, em primeiro lugar um levantamento bibliográfico pelo qual buscou-se apresentar de forma sistemática fontes de informação disponíveis. Em segundo, uma pesquisa teórico-metodológica com base na Teoria do Conceito. Resultando no entendimento de que serendipidade e doomscrolling são fenômenos relacionados aos aspectos emocionais que podem ser influenciados pelo comportamento dos sujeitos diante dos ambientes de informação digital.

Palavras-Chave: Navegação. Ambientes de Informação Digital. Serendipidade. *Doomscrolling*.

Abstract: The present research is part of the Information and Technology theme, focusing on serendipity and doomscrolling, navigational experiences related to information access and use in digital information environments. The objective is to conceptually investigate the doomscrolling phenomenon and its relationship with serendipity, in the context of studies on Information and Technology in Information Science. In order to achieve this objective, two data collection techniques were used, firstly, a bibliographic survey through which we sought to systematically present available sources of information. Second, a theoretical-methodological research based on the Theory of Concept. Resulting in the understanding that serendipity and doomscrolling are phenomena related to emotional aspects that can be influenced by the behavior of subjects in the face of digital informational environments.

Keywords: Navigation. Digital Information Environments. Serendipity. *Doomscrolling*.

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho faz parte de um conjunto de pesquisas científicas sobre Informação e Tecnologia, com foco nas experiências navegacionais atuais, que propiciam acesso e uso de informações de natureza digital em ambientes de informação digital.



Dentre esses fenômenos navegacionais, destacam-se a serendipidade (termo cunhado na língua inglesa, *serendipity*, traduzido na língua portuguesa como serendipidade, denomina a experiência de encontrar inesperadamente algo valioso) e o *doomscrolling* (termo cunhado na língua inglesa, sem tradução para a língua portuguesa, que de forma operacional e com base numa fundamentação etimológica definiremos como: ato de perder-se ao rolar/navegar entre os conteúdos disponíveis em ambientes digitais, pois *doom* significa "perda, destruição ou qualquer situação muito ruim que não possa ser evitada" (CAMBRIDGE, 2022) e *scrolling* remete ao ato de rolar (*idem*)).

Os ambientes de informação digital, o que inclui as mídias sociais, são lugares tecnológicos capazes de proporcionar o encontro casual de informações (serendipidade), sobretudo quando os sujeitos estão navegando na web de forma desfocada, e levar ao *doomscrolling*, fenômeno navegacional que nos parece ter alguma relação com a serendipidade.

Isto posto, delimitou-se a seguinte questão de pesquisa: O que é *doomscrolling* e qual sua relação com a serendipidade? Temos como objetivo: Investigar conceitualmente o fenômeno do *doomscrolling* e sua relação com a serendipidade, no contexto dos estudos sobre Informação e Tecnologia na Ciência da Informação (CI).

Segundo Saracevic (1996), a CI tem uma ligação inexorável com as Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC). Os avanços infotecnológicos têm impulsionado o surgimento de novos fenômenos infocomunicacionais que precisam ser observados e discutidos pela CI, no nicho Informação e Tecnologia, entre eles destacam-se os dois conceitos supracitados, contudo, as produções nacionais em CI têm discutido ambos timidamente.

Destarte, justifica-se a presente pesquisa do ponto de vista científico, pois desenvolve conceitos pouco abordados na CI, discute as implicações das TIC e dos ambientes digitais no comportamento informacional dos sujeitos, principalmente no que diz respeito à navegação.

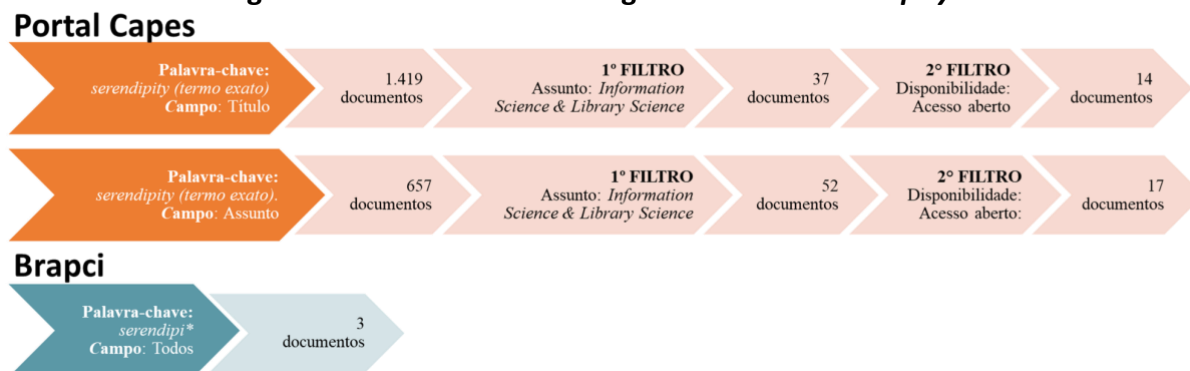
Por fim, destaca-se que esse estudo constrói uma pesquisa teórica sobre “[...] o desenvolvimento de tecnologias de informação e comunicação que envolvam os processos de [...] recuperação, disseminação [e] uso [...] da informação em ambientes digitais” (ANCIB, 2022, n.p, acréscimo nosso), portanto, vincula-se aos estudos sobre Informação e Tecnologia e, conseqüentemente, tem aderência a ementa do GT8 da ANCIB.



2 ASPECTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS

Realizou-se um levantamento bibliográfico em “bancos de informações bibliográficas¹” (LE COADIC, 2004, p. 8). Foram consultados, no dia 4 de maio de 2022, o Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Portal Capes)² e a Base de Dados em Ciência da Informação (Brapci), ver Figura 1.

Figura 1- Levantamento bibliográfico sobre *Serendipity*³.



Fonte: Elaborado pelo/a autor/a (2022).

Na sequência, no dia 02 de junho de 2022, a Scopus e o Portal Capes foram consultados, ver Quadro 1. Destaca-se que o termo *doomscrolling* emergiu na busca como sinônimo de *doomscrolling* e passou a ser considerado como termo de busca.

Quadro 1 - Levantamento bibliográfico sobre *doomscrolling* e *doomscrolling*.

Banco de informação bibliográfica	Campo	Termo Opção: Termo Exato	Número de documentos recuperados
Scopus	Título, Resumo e Palavras-chave	<i>doomscrolling</i>	7
	Título, Resumo e Palavras-chave	<i>doomscrolling</i>	1
Portal Capes	Título	<i>doomscrolling</i>	2
Portal Capes	Assunto	<i>doomscrolling</i>	1
Portal Capes	Qualquer campo	<i>doomscrolling</i>	Consulta inicial: 74 documentos. Filtro “Acesso Aberto”: 10 documentos.
Portal Capes	Qualquer campo	<i>doomscrolling</i>	2
Portal Capes	Título	<i>doomscrolling</i>	1
Portal Capes	Assunto	<i>doomscrolling</i>	1

Fonte: Elaborado pelo/a autor/a (2022).

Outros bancos de informação bibliográfica foram consultados, a saber: Brapci, Scientific Electronic Library Online (SciELO), Literatura Latino-Americana e do Caribe em Ciências da Saúde (LILACS) e Library & Information Science Abstracts (LISA), contudo, nenhum

¹ Utiliza-se “banco de informações bibliográficas” como sugere LeCoadic (2004).

² Sem restrição de idioma, período ou tipo de material e utilizando a Comunidade Acadêmica Federada (CAFe).

³ Aplicou-se truncagem na Brapci para recuperar documentos com o termo em português, inglês e/ou derivados/conjugações (*serendipity*, *serendipitous*, entre outros).



documento foi recuperado. Destaca-se que os documentos recuperados sobre *doomsurfing* e *doomscrolling* foram publicados entre 2020-2022, portanto, são temáticas recentes. O levantamento bibliográfico sinaliza que serendipidade, *doomscrolling* e *doomsurfing* são conceitos pouco explorados nas produções nacionais em CI.

Após deduplicação, os documentos foram lidos e, com base na Teoria do Conceito, os enunciados sobre serendipidade, *doomsurfing* e *doomscrolling* foram identificados, extraídos e analisados.

2.2 Aplicação da Teoria do Conceito como ferramenta teórico-metodológica

Conforme Dahlberg (1978) existem conceitos gerais (objetos situados fora do tempo e do espaço, exemplo: Partidas de futebol, etc.) e conceitos individuais (objetos situados no tempo e espaço, exemplo: Partida de futebol entre o Flamengo e o Fluminense de 1976). O conceito pode ser definido como a “compilação de enunciados verdadeiros sobre determinado objeto, fixada por um símbolo linguístico” (DAHLBERG, 1978, p. 102), pois a soma de enunciados verdadeiros sobre um determinado objeto fornece o conceito do mesmo (*idem*) e “cada enunciado faz referência a algum dos elementos do conceito” (DAHLBERG, 1978, p. 102).

“Suponhamos o objeto individual chamado IBICT [...] Sobre ele podemos formular os seguintes enunciados: — é uma instituição — situada no Rio de Janeiro — relacionada com a coordenação dos sistemas de informação no Brasil — possui cerca de 60 funcionários, etc.” (DAHLBERG, 1978, p. 102). Cada enunciado traduz os atributos do conceito e apresenta elementos/características do objeto designado, aspectos identificados através do método analítico-sintético.

A aplicação da Teoria do Conceito como uma ferramenta teórico-metodológica nos pareceu razoável, pois viabilizou a identificação, extração, análise e articulação dos conceitos e identificar as relações entre eles.

3 SERENDIPITY OU SERENDIPIDADE

A palavra *serendipity* foi cunhada em 1754 pelo escritor, historiador e político inglês Horace Walpole. Este, em uma carta para seu amigo Horace Mann, descreveu como os personagens principais do conto persa “Os Três Príncipes de Serendip” fazem, frequentemente, descobertas acidentais/sagazes de coisas (CARR, 2015) e “propõe



‘*serendipity*’ como uma denominação adequada para tais descobertas” (CARR, 2015, p. 833, tradução nossa), utilizando *Serendip* como raiz da nova palavra (ERDELEZ; MAKRI, 2020).

Até meados do século XX o termo *serendipity* pouco foi utilizado. Começou a ser difundido em meados de 1800, após a publicação do livro de Walpole (CARR, 2015). Contudo, o significado mudou ao longo do tempo, distanciando-se da concepção original concebida pelo escritor, atualmente significa, principalmente, descoberta acidental de qualquer coisa (informações, pessoas, recursos, soluções) (BJÖRNEBORN, 2017; CARR, 2015; DANTONIO; MAKRI; BLANDFORD, 2012). O Quadro 2 apresenta os enunciados coletados na literatura sobre serendipidade.

Quadro 2 - Enunciados sobre serendipidade.

AUTORIA	DEFINIÇÃO/ENUNCIADO	FONTE
Walpole (1754)	“instância de sagacidade acidental”	Erdelez e Makri (2020, p. 732)
Fine e Deegan (1996, p. 434)	“o resultado interativo de 'misturas' únicas e contingentes de insight juntamente com o acaso”	Mccay-Peet e Toms (2015, p. 1463) e Björneborn (2017, p. 1057)
Luxford (2009)	Experiência fortuita	Mccay-Peet e Toms (2015, p. 1463)
Case (2007, p. 337)	“a ação de, ou aptidão para, encontrar informações relevantes por acidente”	Sun, Sharples e Makri (2011, p. 2) e Vechiato e Farias (2020, p. 5)
Case (2012a)	“a descoberta aparentemente acidental de informações relevantes”	Agarwal (2015, p. 37)
Cunha (2005, p. 320)	“a descoberta acidental de algo que, <i>post hoc</i> , acaba por ser valioso”.	Sun, Sharples e Makri (2011, p. 2) e Vechiato e Farias (2020, p. 5)
Foster (2006, p. 157)	“um método para alcançar amplitude e identificar informações ou fontes de direções desconhecidas ou parcialmente desconhecidas”	Sun, Sharples e Makri (2011, p. 2) e Vechiato e Farias (2020, p. 5)
André et al. (2009, p. 313)	“encontrar inadvertidamente algo de interesse pessoal [...] chame entre um fenômeno percebido e uma oportunidade para uma nova invenção”	Sun, Sharples e Makri (2011, p. 2)
Erdelez (1995, p. 44)	descoberta acidental	Dantonio, Makri e Blandford (2012)
The International Encyclopedia of Information and Library Science (2003)	“a capacidade para perceber o potencial ou utilidade imediata de informações encontradas enquanto não ativamente sendo procurado no momento”	Carr (2015, p. 835)
Foster e Ford (2003)	descoberta inesperada de informação (ou seja, valor inesperado da informação e/ou a fonte inesperada da informação)	Sun, Sharples e Makri (2011)
Erdelez (1997)	“encontro de informações”	Agarwal (2015, p. 5)
Erdelez (2005, p. 179)	“aquisição oportunista de informações”	Agarwal (2015, p. 5)
Williamson (1998)	“aquisição incidental de informações”	Agarwal (2015, p. 5)
Andel (1994)	“arte de fazer uma descoberta inesperada”	Davison (2019, p. 275)
Oxford English Dictionary ([201-?])	“a faculdade de fazer descobertas felizes e inesperadas por acidente.”	Davison (2019, p. 275)
Björneborn (2017, p. 1071)	“de maneiras não planejadas, encontramos recursos (informações, coisas, pessoas, etc.) [...] a serendipidade realmente acontece toda vez que, de forma não planejada, encontramos recursos que achamos interessantes em relação aos nossos inúmeros interesses menores e maiores, emergentes ou já estabelecidos”	Björneborn (2017, p. 1071)
Mccay-Peet e Toms (2015, p. 1474)	“uma experiência inesperada motivada pela interação valiosa de um indivíduo com ideias, informações, objetos ou fenômenos”.	Mccay-Peet e Toms (2015, p. 1474)



Agarwal (2015, p. 3)	“uma descoberta inesperada de informações baseada em incidentes que leva a um aha! momento em que um ator naturalmente alerta está em um estado passivo e não intencional ou em um estado ativo e intencional, seguido por um período de incubação que leva ao insight e ao valor”.	Agarwal (2015, p. 3)
Cooksey (2004)	Convergência da mente com as condições ambientais.	Vechiato e Farias (2020, p. 5)
Agarwal (2015, p. 1), baseado em diversos autores ⁴ .	A descoberta casual de informações [...] trata-se mais de encontrar ou tropeçar em informações quando não estão diretamente procurando por elas [...] Pensamos na serendipidade como o encontro casual de informações pertinentes, seja quando não se procura algo em particular ou quando se procura informação sobre outra coisa.	Agarwal (2015, p. 1).
Agarwal (2015, p. [12])	[...] qualquer situação em que um sujeito não esteja necessariamente buscando ou procurando informações. Em vez disso, a pessoa acidentalmente encontra as informações em um momento no tempo. Quando isso ocorre, o sentimento, reação ou resultado geralmente é feliz ou benéfico [...].	Agarwal (2015, p. 12) Vechiato e Farias (2020, p. 6)

Fonte: Elaborado pelo/a autor/a (2022).

Percebe-se, através dos enunciados apresentados que serendipidade está associada ao acaso, a descobertas inesperadas e felizes, portanto, é uma experiência positiva para o sujeito. Ela “desempenha um papel integral na forma como descobrimos, exploramos e aprendemos em todos os campos da vida” (BJÖRNEBORN, 2017, p. 1054, tradução nossa).

4 DOOMSCROLLING

Doomscrolling e *doomsurfing* são neologismos da língua inglesa, sem tradução para a língua portuguesa, que possuem significado sinônimo, o primeiro é mais usado na literatura científica, por isso, o utilizaremos doravante nesse texto. Ambos possuem como prefixo a partícula “*doom*” que significa morte, destruição ou qualquer situação muito ruim que não possa ser evitada (CAMBRIDGE, 2022). “*Scrolling*”⁵, por sua vez, pode ser traduzida como rolagem e “*Surfing*” como surfar e também pode ser utilizada para descrever a atividade de passar o tempo visitando diferentes ambientes digitais na internet (CAMBRIDGE, 2022).

Para Ytre-Arne e Moe (2021) “*doom*” empreende uma perspectiva de escuridão, mal, julgamento e destino, a expressão “*surf*” originalmente está relacionada ao processo de troca de canais de televisão, mas foi adaptada/trazida para o contexto digital e “*scrolling*” destaca a proeminência dos smartphones. Os autores esclarecem que:

Comentários culturais atribuem a cunhagem do termo *doomscrolling* a um post anônimo no Twitter em 2018, e sua recente ascensão à repórter

⁴ Erdelez (1995, 1997, 2005), Toms (2000a, 2000b), Cunha (2005), Lawley e Tompkins (2008), McCay -Peet e Tom (2010), Makri e Blandford (2012a, 2012b).

⁵ *Scrolling* é a conjugação do verbo *scroll* que significa percorrer, deslocar ou rolar.



financeira canadense Karen K. Ho, cujos lembretes do Twitter para parar o *doomscrolling* rapidamente ganharam seus milhares de seguidores no início de 2020 (YTRE-ARNE; MOE, 2021, p. 1741, tradução nossa).

O Quadro 3 apresenta enunciados coletados na literatura sobre *doomscrolling*.

Quadro 3 - Enunciados sobre *doomscrolling*.

AUTORIA	DEFINIÇÃO/ENUNCIADO	FONTE
American Dialect Society ([202-?])	“varrer obsessivamente as mídias sociais e sites em busca de más notícias”	Mohr (2021, p. 1)
Business Today (2020)	“se refere à leitura ou rolagem de notícias negativas nos telefones ou nos feeds de mídia social”.	Anand et al., (2022, p. 170)
Blades (2021)	“Consumo de notícias negativas [...] Padrão de monitoramento frequente [...] espiral negativa”	Blades (2021, p. 428)
Price et al. (2022)	“consumir repetidamente notícias negativas e conteúdo de mídia na web”	Stupinski et al., (2022, p. 2)
Dicionário Oxford (2020)	“a tendência de continuar navegando ou rolando entre más notícias, mesmo que essas notícias sejam tristes, desanimadoras ou deprimentes”	Fergen, Jacquet e Shukla (2021, p. [5])
Webster (2020)	“tendência de continuar a navegar ou percorrendo más notícias, embora essa notícia seja triste, desanimadora ou deprimente”	Ytre-Arne e Moe (2021, p. 1741)
Chisholm e Hartman-Caverly (2022, p. 58)	“a ação de rolar compulsivamente pelas mídias sociais ou feeds de notícias relacionados a más notícias”.	Chisholm e Hartman-Caverly (2022, p. 58)

Fonte: Elaborado pelo/a autor/a (2022)

Através dos conceitos apresentados percebemos que *doomscrolling* é associada ao processo de rolar, navegar, buscar, consumir notícias ruins, portanto, exprime aspectos negativos. Ytre-Arne e Moe (2021) afirmam que *doomscrolling* está associado ao consumo frequente de conteúdos informacionais negativos através de dispositivos móveis.

5 SERENDIPIDADE E *DOOMSCROLLING*: APROFUNDAMENTO

Cresce, desde a década 1990, o número de estudos que buscam entender a serendipidade em ambientes de informação analógica e digital. Na CI, esse conceito é frequentemente abordado em estudos de comportamento informacional, busca e aquisição de informação e comumente associada à descoberta de informação (MAKRI; BLANDFORD, 2012; AGARWAL, 2015; ERDELEZ; MAKRI, 2020; VECHIATO; FARIAS, 2020).

A maioria dos enunciados/definições de serendipidade, na CI, enfatizam o caráter ocasional e acidental da descoberta de informação (SUN; SHARPLES; MAKRI, 2011). Contudo, ambientes de informação digital – sistemas de informação, redes sociais digitais, plataformas de *e-commerce*, entre outros - podem ser projetados para criar oportunidades de serendipidade e ter características que impulsionam essa experiência. Alguns fatores pessoais



estimulam o ocorrência de serendipidade: Traços de personalidade (abertura à experiência, curiosidade), Mente preparada (conhecimento e experiência prévia/acumulada do indivíduo e/ou preocupação com um determinado problema), Capacidade de fazer conexões (reconhecer uma relação entre o dado/informação encontrada e o conhecimento/experiência própria) (MCCAY-PEET; TOMS; KELLOWAY, 2015; MCCAY-PEET; TOMS, 2015; VECHIATO; FARIAS, 2020).

A serendipidade está mais associada ao comportamento de busca de informação divergente (exploratório, impulsivo, intuitivo) e a navegação exploratória/impulsiva, porém, pode ocorrer durante uma busca de informação passiva (o sujeito não está em um processo de busca, ou seja, está apenas explorando/rolando/navegando um ambiente informacional) ou ativa (o sujeito está ativamente buscando informação) (AGARWAL, 2015; BJÖRNEBORN, 2008; ERDELEZ; MAKRI, 2020).

A maneira como os recursos informacionais são exibidos, organizados e dispostos, assim como a organização do ambiente informacional, pode estimular experiências de serendipidade, para isto, eles precisam: a) despertar a atenção e a curiosidade dos usuários; b) impulsionar a navegação exploratória; c) disponibilizar conteúdo interessante, útil, diversificado (assuntos, gêneros, etc.), compatível com os interesses e as necessidades dos sujeitos; d) disponibilizar gatilhos (pistas verbais, textuais ou visuais que iniciam ou estimulam a experiência de serendipidade) (MCCAY-PEET; TOMS; KELLOWAY, 2015; BJÖRNEBORN, 2008). Em contrapartida, o aumento de personalização e a filtragem algorítmica podem diminuir a probabilidade de ocorrer situações de serendipidade, pois constroem uma experiência previsível baseada em homofilia (*homophily*) (LUTZ; HOFFMANN; MECKEL, 2017).

Doomscrolling, por sua vez, não é um conceito amplamente abordado na CI, mas pode ser discutido em estudos de comportamento informacional, busca e aquisição de informação, entre outros nichos relacionados à temática de Informação e Tecnologia.

Características sociocognitivas influenciam o comportamento de busca e o modo como os sujeitos consomem informação. Kormelink e Gunnewiek (2022) defendem que, frente à lacuna informacional, ambiguidade e incerteza os indivíduos tendem a buscar informações para dar sentido à crise inesperada que estão vivenciando. Charpentier et al. (2022), por sua vez, indicam que o estado cognitivo - ansiedade, tendência a desenvolver comportamentos compulsivos - dos sujeitos pode influenciar a busca de informação. A informação pode



“aumentar a sensação de controle, reduzir a sensação aversiva de incerteza e ajudar a orientar as ações” (CHARPENTIER, 2022, p. 1, tradução nossa).

O sujeito pode começar o processo de busca de forma despretensiosa, otimista e positiva, mas entrar em um ciclo de *doomscrolling* e ficar preso em um padrão de monitoramento frequente, o que leva a uma piora de humor e a uma rolagem mais ansiosa (ANAND et al., 2022; BLADES, 2021; CHARPENTIER, 2022). No contexto digital, a atenção é um recurso valioso e escasso.

O design persuasivo para a engenharia de atenção destina-se a embalar as pessoas em um estado atemporal de auto-esquecimento e a **empurrá-las para comportamentos automáticos e compulsivos, como doomscrolling** (ZUBOFF, 2019 p. 450–51 apud CHISHOLM; HARTMAN-CAVERLY, 2022, p. 64, grifo e tradução nossa).

Chisholm e Hartman-Caverly (2022, p. 54, tradução nossa) afirmam que “a exibição de rolagem infinita tornou mais fácil ser sugado para um ciclo interminável de *doomscrolling*”. Lupinacci (2022, p. 285, tradução nossa), por sua vez, defende que “a aparente infinidade de transmissões de mídia social é frequentemente posicionada como responsável para criar um estado de alerta constante, que muitas vezes solicita ‘rolagem de estresse’ ou ‘*doomscrolling*’”, assim como os algoritmos de seleção/exibição de conteúdo (LUPINACCI, 2022; YTRE-ARNE; MOE, 2021). Todos esses recursos são mecanismos para atrair a atenção dos sujeitos e estão relacionados a disseminação, acesso, consumo e uso de informação digital e juntos podem levar ao uso excessivo de dispositivos móveis por longos períodos de tempo e o consumo exacerbado de conteúdos pouco importantes/relevantes (CHISHOLM; HARTMAN-CAVERLY, 2022; LUPINACCI, 2022; YTRE-ARNE; MOE, 2021).

As interfaces digitais também tentam manter os sujeitos em um constante estado de alerta, principalmente através das notificações (CHISHOLM; HARTMAN-CAVERLY, 2022). O que gera ansiedade da informação e estresse digital, tendo em vista a instauração de “um ciclo vicioso de constante necessidade de saber, uma necessidade constante de *doomsurf* ou *doomscrolling*” (ANAND et al., 2022, p. 171, tradução nossa).

Contudo, não é apenas a tecnologia que influencia o comportamento dos indivíduos. Alguns fatores podem levar os sujeitos a usar plataformas digitais por longos períodos de tempo: tempo ocioso, falta de interação social, mau-humor, humor deprimido, falta de



interesse em atividades/obrigações diárias, altos níveis de fadiga, uso de plataformas digitais para regular o humor (ANAND et al., 2022; CHISHOLM; HARTMAN-CAVERLY, 2022).

O viés de confirmação (inclinação à atribuir peso maior às informações que apóiam suas hipóteses e descartar ou oferecer um peso menor às informações que não confirmam sua perspectiva) e o viés de ancoragem (inclinação à depositar confiança na informação inicial e acumular, durante a busca de informação, informações que sustentam as perspectivas iniciais, ignorando as informações inconsistentes) são aspectos comportamentais que também influenciam o *doomsurfing* (ANAND et al., 2022).

6 RELAÇÕES ENTRE A SERENDIPIDADE E O DOOMSCROLLING

Compreende-se, com base nos enunciados coletados (Quadro 2 e 3), que serendipidade e *doomscrolling* são conceitos gerais (situados fora do tempo e do espaço) e possuem as seguintes características principais, Quadro 4.

Quadro 4 - Serendipidade e *doomscrolling*: síntese das características.

SERENDIPITY	DOOMSCROLLING
- Instância de sagacidade acidental - Experiência fortuita/inesperada/valiosa motivada pela interação do sujeito com idéias, informações, objetos ou fenômenos - Ação/Aptidão/Capacidade para encontrar/descobrir acidentalmente/ocasionalmente/inadvertidamente algo valioso, de interesse pessoal (informações relevantes, recursos interessantes, fontes de informação) - Método para identificar informações/fontes desconhecidas - Capacidade de perceber o potencial/utilidade de informações encontradas em um busca de informação passiva - Aquisição oportunista/incidental de informações - Descobertas felizes e inesperadas	- Ler/rolar notícias negativas nos smartphones e feeds de mídia sociais - Padrão de monitoramento frequente - Consumir repetidamente notícias negativas e conteúdo de mídia na web - Tendência de continuar navegando/rolando/percorrendo entre más notícias, mesmo sendo elas tristes, desanimadoras ou deprimentes - Rolar/varrer compulsivamente más notícias disponíveis plataformas digitais (mídias sociais, feeds de notícias, sites de busca)

Fonte: Elaborado pelo/a autor/a (2022)

Dahlberg (1978) indica que, numa perspectiva semântica, com base nas características do conceito, é possível estabelecer relações e comparações entre conceitos.

Identificou-se, com base Dahlberg (1978), duas relações entre os conceitos serendipidade e *doomscrolling*: a) **relação de Identidade** (ocorre quando as características, ou parte das características dos conceitos são as mesmas): ambos estão relacionados ao comportamento de busca de informação, ocorrem principalmente através da navegação, são experiências que podem acontecer em ambientes de informação digital, influenciadas por características dos sujeitos e dos ambientes de informação, são fenômenos informacionais relacionados ao uso, disseminação, acesso e consumo de informações, entre outros aspectos; b) **relação de oposição do tipo contraditória** (ocorre quando as características dos conceitos



produzem semânticas opostas): na experiência de serendipidade os sujeitos encontram, por acaso, durante uma busca de informação ativa ou passiva, dados e/ou informações valiosas e úteis o que provoca sentimentos/emoções positivas. Através do *doomscrolling* os sujeitos ficam presos em uma busca de informação compulsiva e encontram, por acaso ou intencionalmente, durante uma busca de informação ativa ou passiva, dados e/ou informações com carga semântica negativa (que geram, impulsionam ou intensificam sentimentos/emoções negativos ou patológicos como a ansiedade e depressão) ou pouco úteis.

A seguir, no Quadro 5, são apresentadas características dos sujeitos que estimulam e influenciam a serendipidade e o *doomscrolling*.

Quadro 5 - Fatores internos que influenciam a serendipidade e o *doomscrolling*.

SERENDIPIDADE	DOOMSCROLLING
- Traços de personalidade (abertura à experiência, curiosidade); - Mente preparada (conhecimento e experiência prévia/acumulada e/ou preocupação com um determinado problema); - Capacidade de fazer conexões; - Capacidade de reconhecer dados/informações relevantes; - Comportamento de busca de informação, estilo de navegação e maneira como o sujeito usa/interage com o ambiente informacional;	- Uso excessivo de smartphones por longos períodos de tempo; - Estado cognitivo - ansiedade, tendência a desenvolver comportamentos; - Lacuna informacional, tendo em em vista uma situação de ambiguidade e incerteza; - Tempo ocioso; - Humor deprimido; - Falta de interesse nas atividades/obrigações diárias; - Altos níveis de fadiga; - Uso de plataformas digitais para regular o humor; - Falta de interação social; - Consumo de informações pouco úteis/relevantes;

Fonte: Elaborado pelo/a autor/a (2022)

Apresenta-se a seguir as características dos ambientes de informação, aspectos de contexto, entre outros fatores externos relacionados a serendipidade e *doomscrolling*.

Quadro 5 - Fatores externos relacionados a serendipidade e o *doomscrolling*.

SERENDIPIDADE	DOOMSCROLLING
Ocorre em ambientes de informação analógicas e digital	Ocorre em ambientes de informação digital, principalmente em redes sociais digitais e através de dispositivos móveis
Design, arquitetura e recursos dos ambientes de informação que favorecem à serendipidade: - a maneira como os recursos informacionais são exibidos, organizados e dispostos, assim como a organização do ambiente informacional, eles devem estar dispostos de modo a despertar a atenção, a curiosidade e o desejo dos usuários; - o ambiente deve impulsionar a navegação exploratória, disponibilizar gatilhos; - o conteúdo informacional (deve ser interessante, útil, diversificado, compatível com os interesses e as necessidades dos sujeitos).	Design, arquitetura e recursos dos ambientes de informação que favorecem o <i>doomscrolling</i>: - rolagem infinita, engenharia de atenção, design persuasivo, notificações, algoritmos de seleção/disseminação de conteúdo; - o conteúdo informacional: volume, atualização constante.



Design, arquitetura e recursos dos ambientes de informação que podem diminuir a incidência de experiências de serendipidade: O aumento de personalização, filtragem algorítmica, experiência previsível e limitada baseadas em homofilia.	Design, arquitetura e recursos dos ambientes de informação que podem diminuir a incidência de experiências de <i>doomscrolling</i>: - A literatura não apresenta, mas oferece instruções para os sujeitos evitarem que essa experiência aconteça: Anand et al. (2022) destaca a importância de conscientizar e instruir os sujeitos sobre o uso saudável das TIC, minimizar o tempo gasto no uso de smartphones, aumentar o tempo gasto em atividades offline - se envolver em vários outros hobbies com familiares e amigos, garantir que os indivíduos se tornem usuários ativos/intencionais, ao invés de usuários passivos/consumidores compulsivos de tecnologia e informação. Blades (2021), por sua vez, apresenta algumas sugestões para confrontar a espiral negativa <i>doomscrolling</i> : selecionar as notícias, consumi-las em horários específicos do dia, realizar algumas atividades que elevem o humor após consumir informações negativas (ouvir música otimista, exercícios, tomar um banho relaxante).
---	---

Fonte: Elaborado pelo/a autor/a (2022).

Percebe-se, através dos Quadros 4 e 5, que características dos sujeitos e características dos ambientes digitais (design, arquitetura, algoritmos, entre outras) e até mesmo o contexto, podem influenciar o comportamento informacional, os processos navegacionais e, por conseguinte, impulsionar a serendipidade e o *doomscrolling*. Nota-se uma relação de oposição entre ambos os fenômenos, pois, embora eles sejam comportamentos/fenômenos relacionados a disseminação, acesso, uso e consumo de informação digital, serendipidade é uma experiência positiva e *doomscrolling* uma experiência negativa.

Destaca-se que a serendipidade pode ocorrer na esfera analógica e digital, enquanto o *doomscrolling* ocorre apenas na esfera digital, ambos podem ser influenciados por fatores internos, contudo, para a serendipidade a subjetividade dos sujeitos está relacionada à abertura, curiosidade, capacidade de reconhecer dados/informações relevantes nos ambientes, para o *doomscrolling* a subjetividade está relacionada à compulsão, ansiedade, humor deprimido, viés de confirmação e ancoragem, lacunas informacionais, ambiguidade, incerteza, entre outros aspectos.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse estudo teve como objetivo: Investigar conceitualmente o fenômeno do *doomscrolling* e sua relação com a serendipidade, no contexto dos estudos sobre Informação e Tecnologia na CI. Os conceitos foram apresentados e discutidos e, com base nos enunciados coletados, percebeu-se que serendipidade é um conceito mais amplo, pois trata da



descoberta acidental/ocasional de qualquer coisa que o sujeito considere valioso, inclusive informação, seja analógica ou digital, em qualquer contexto, situação ou ambiente, informacional ou não. *Doomscrolling*, por sua vez, é um fenômeno mais específico, pois trata do consumo de conteúdo digital através de ambientes digitais usando dispositivos eletrônicos.

Ambos podem ocorrer durante uma busca de informação ativa ou passiva, contudo, acredita-se que o *doomscrolling* tende a iniciar durante uma busca ativa (tendo em vista uma lacuna informacional) que se transformar em passiva (devido às características das plataformas digitais (rolagem infinita, algoritmos de seleção/exibição de conteúdo) e dos usuários), ambos estão relacionados à sentimentos e emoções que os conteúdos informacionais podem denotar aos sujeitos, serendipidade está associada à aspectos emocionais positivos e *doomscrolling* à aspectos emocionais negativos.

No contexto da CI, no nicho Informação e Tecnologia, ambos são fenômenos relacionados a comportamento informacional, comportamento de busca, encontrabilidade da informação e consumo de informação digital. *Doomscrolling* também pode ser discutido e relacionado a outros estudos sobre ansiedade de informação, economia da atenção, sobrecarga de informação e estresse digital.

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

REFERÊNCIAS

AGARWAL, N. K. Towards a Definition of Serendipity in Information Behaviour. **Information research**, v. 20, n. 3, 2015.

ANAND, N.; et al. *Doomsurfing* and *doomscrolling* mediate psychological distress in COVID-19 lockdown: Implications for awareness of cognitive biases. **Perspectives in psychiatric care**, v. 58, n. 1, p. 170-172, 2022.

ANCIB. **Coordenações e Ementas de GT**. 2022. Disponível em: <https://ancib.org/coordenacoes-e-ementas-de-gt/>. Acesso em: 11 jun. 2022.

BJÖRNEBORN, L. Serendipity dimensions and users' information behaviour in the physical library interface. **Information Research**, Suécia, n. 13, v. 1, dez. 2008.

BJÖRNEBORN, L. Three key affordances for serendipity: Toward a framework connecting environmental and personal factors in serendipitous encounters. **Journal of documentation**, v. 73, n. 5, p. 1053-1081, 2017.

BLADES, R. Protecting the brain against bad news. **CMAJ**, v. 193, n. 12, p. E428-E429, 2021.



CAMBRIDGE. **Cambridge Dictionary**. S.L: Cambridge, 2022. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/doom>. Acesso em: 07 jun. 2022.

CARR, P. L. Serendipity in the Stacks: Libraries, Information Architecture, and the Problems of Accidental Discovery. **College & research libraries**, v. 76, n. 6, p. 831-842, 2015.

CHARPENTIER, C. J.; et al. Anxiety increases information-seeking in response to large changes. **Scientific reports**, v. 12, n. 1, p. 7385-7385, 2022.

CHISHOLM, A.; HARTMAN-CAVERLY, S. Privacy Literacy: From *Doomscrolling* to Digital Wellness. *Portal*, v. 22, n. 1, p. 53-79, 2022.

DAHLBERG, I. Teoria do conceito. **Ciência da Informação**, v. 7, n. 2, 1978.

DANTONIO, L.; MAKRI, S.; BLANDFORD, A. Coming across academic social media content serendipitously. **ASIS&T. Annual Meeting**, v. 49, n. 1, 2012.

DAVISON, R. M. On serendipity: The happy discovery of unsought knowledge. **Information systems journal (Oxford, England)**, v. 29, n. 2, p. 275-278, 2019.

ERDELEZ, S.; MAKRI, S. Information encountering re-encountered: A conceptual re-examination of serendipity in the context of information acquisition. **Journal of documentation**, v. 76, n. 3, p. 731-751, 2020.

FERGEN, J. T.; JACQUET, J. B.; SHUKLA, R. '*Doomscrolling*' in my backyard: Corrosive online communities and contested wind development in rural Ohio. **Energy Research and Social Science**, v. 80, 2021.

KORMELINK, T. G.; GUNNEWIEK, A. K. From "Far Away" to "Shock" to "Fatigue" to "Back to Normal": How Young People Experienced News During the First Wave of the COVID-19 Pandemic. **Journalism Studies**, v. 23, n. 5-6, p. 669-686, 2022.

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

LUPINACCI, L. 'Absentmindedly scrolling through nothing': liveness and compulsory continuous connectedness in social media. **Media, culture & society**, v. 43, n. 2, p. 273-290, 2021.

LUTZ, C.; HOFFMANN, C. P.; MECKEL, M. Online serendipity: A contextual differentiation of antecedents and outcomes. **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, v. 68, n. 7, p. 1698-1710, 2017.

MCCAY-PEET, L.; TOMS, E. G. Investigating serendipity: How it unfolds and what may influence it. **Journal of the Association for Information Science and Technology**, v. 66, n. 7, p. 1463-1476, 2015.

MCCAY-PEET, L.; TOMS, E. G.; KELLOWAY, E. K. Examination of relationships among serendipity, the environment, and individual differences. **Information processing & management**, v. 51, n. 4, p. 391-412, 2015.



ENANCIB 2022

PORTO ALEGRE | UFRGS | PPGCIN

XXII Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação • ENANCIB
Porto Alegre • 07 a 11 de novembro de 2022

MOHR, M. Blursday, doomscrolling, and the words of 2020. **The Christian Science Monitor**. [s.l.], 14 jan. 2021.

SARACEVIC, T. Ciência da informação: origem, evolução e relações. **Perspectivas em Ciência da Informação**, [S.l.], v. 1, n. 1, mar. 2008.

STUPINSKI, A. M.; *et al.* Quantifying Changes in the Language Used Around Mental Health on Twitter Over 10 Years: Observational Study. **JMIR mental health**, v. 9, n. 3, 2022.

SUN, X.; SHARPLES, S.; MAKRI, S. A User-Centred Mobile Diary Study Approach to Understanding Serendipity in Information Research. **Information research**, v. 16, n. 3, 2011.

VECHIATO, F. L.; FARIAS, G. B. de. Serendipidade no contexto da Ciência da Informação: perspectivas para os estudos com sujeitos informacionais. **Encontros Bibli**, v. 25, p. 1-23, 2020.

YTRE-ARNE, B.; MOE, H. *Doomscrolling*, Monitoring and Avoiding: News Use in COVID-19 Pandemic Lockdown. **Journalism Studies**, v. 22, n. 13, p. 1739-1755, 2021.