

<https://doi.org/10.51234/aben.22.e10.c02>

AS MÍDIAS E O CAOS INFORMATIVO: ALGUNS IMPACTOS NA SAÚDE MENTAL DOS IDOSOS

Elisa Shizuê Kitamura¹

ORCID: 0000-0002-4390-7652

Marcelo da Silva Alves¹

ORCID: 0000-0003-0311-1673

Elenir Pereira de Paiva¹

ORCID: 0000-0001-6893-1221

Isabel Cristina Gonçalves Leite¹

ORCID: 0000-0003-1258-7331

¹ Universidade Federal de Juiz de Fora.
Juiz de Fora, Minas Gerais, Brasil.

Autora Correspondente:

Elisa Shizuê Kitamura
elisaskit@gmail.com



Como citar:

Kitamura ES, Alves MS, Paiva EP, Leite ICG. As mídias e o caos informativo: alguns impactos na saúde mental dos idosos. In: In: Cavalcante RB, Castro EAB, (Org.). Infodemia: gênese, contextualizações e interfaces com a pandemia de covid-19. Brasília, DF: Editora ABEn; 2022. p. 14-21 (Série Enfermagem e Pandemias, 7)
<https://doi.org/10.51234/aben.22.e10.c02>

Revisor: Prof. Doutor Tarcísio Laerte Gontijo.
Universidade Federal de São João Del Rei.
Divinópolis, Minas Gerais, Brasil.

INTRODUÇÃO

A superabundância de informações, algumas precisas e outras não, que circulam em diversas mídias, pode gerar confusões, desinformação, conflitos e, por conseguinte, influenciar na saúde mental dos indivíduos, principalmente quando se vivencia uma epidemia. Caracterizada como infodemia, esse excesso de informações pode provocar, ainda, desconfiança nas políticas de saúde pública e o não seguimento das recomendações advindas dos órgãos competentes⁽¹⁾.

Observa-se que a disseminação de informações em distintas tecnologias de comunicação não é um fato propriamente novo, entretanto, esse fenômeno tem sido amplificado na mesma medida em que o acesso à internet aumenta. Os diversos meios e mídias, como a televisão, o rádio, o computador, jornais impressos ou digitais, redes sociais, têm veiculado um constante bombardeio de informações sobre a pandemia de Covid-19. Isso acaba sobrecarregando os indivíduos e levando-os, muitas vezes, a desenvolverem quadros ansiosos, depressivos e de sentimentos de incapacidade de reagirem às demandas que se apresentam⁽²⁾.

Isso posto, há uma preocupação pertinente com a população idosa, uma vez que, além de estar crescentemente exposta às informações da internet, é considerada de risco tanto para complicações da Covid-19 quanto para o desenvolvimento de transtornos na saúde mental⁽³⁾.

DESENVOLVIMENTO

A comunicação tem papel fundamental nos processos de compreensão do mundo e deve ser enxergada como um direito coletivo; seus veículos são o principal espaço de circulação de informação e referência para formação da opinião pública. Portanto, a mídia deve se constituir em uma arena plural e diversa com foco no interesse público e coletivo, em detrimento do direito e interesses individuais⁽⁴⁾.



Ao se transpor esse conceito para a Saúde Coletiva, em regra geral, as mensagens midiáticas envolvendo a saúde e a doença como fatos coletivos não conseguem instituir no indivíduo receptor uma sensação de pertencimento à coletividade. Exceção se faz quando da presença de uma doença essencialmente coletiva, uma epidemia, por exemplo, em que o Estado é o único ente capaz de produzir resposta, em geral drástica e coercitiva, a uma ameaça de doença em escala coletiva⁽⁵⁾.

Na ocorrência de uma situação grave como a de uma pandemia, é essencial que o enfrentamento se dê também na seara do esclarecimento, divulgação de informações claras, verídicas e acessíveis. Entretanto, frente à ambiguidade de informações, o cenário de risco pode ser subestimado ou superestimado⁽⁶⁾. Diante de informações dúbias e até mesmo falsas sobre fatores relacionados à transmissão do novo coronavírus, ao período de incubação, alcance geográfico, número de infectados e a coeficientes de letalidade e mortalidade, sentimentos de insegurança e medo são gerados na sociedade. Além disso, se as respostas do Estado no que diz respeito às medidas de controle e protocolos são insuficientes, essas incertezas impactam diversos setores e influem diretamente na saúde mental da população⁽⁷⁾.

A informação, descrita de forma objetiva, tem seu significado como subjetivo já que este é dependente do usuário. Então, a informação deve ser vista como algo capaz de alterar de maneira significativa a vida de um cidadão⁽⁸⁾. Dessa forma, é necessário que o consumo de informação seja fortalecido com estabelecimento de consciência proativa e construção de práticas cidadãs, respostas contra as derrapagens éticas e ferramentas para a exigência de qualidade na programação dos meios de comunicação. Contudo, o que se observa no Brasil, é uma oligarquia do sistema de comunicação, levando a uma padronização do noticiário e estandardização do entretenimento⁽⁹⁾.

Além disso, são marcantes o monopólio familiar nos meios de comunicação de massa e o controle de redes locais e regionais por políticos profissionais. O mercado de mídia brasileira pode ser caracterizado pelo surgimento tardio da imprensa, baixa circulação de jornais e orientação para as elites, centralidade na mídia eletrônica (rádio e televisão) e predomínio da televisão como principal meio de acesso a informações⁽¹⁰⁾.

A radiodifusão, propagação de sinais por ondas radioelétricas, como ocorre para o rádio e a televisão (TV), no espaço temporal compreendido entre 1920 e 1999, passou por diversas inovações tecnológicas, consolidando-se como principal meio de comunicação de massa⁽¹¹⁾.

Em pesquisa conduzida pela Secretaria de Comunicação da Presidência da República, em 2015, encontrou-se que as mídias que o brasileiro mais utiliza para se informar sobre assuntos da atualidade são a televisão (89%), o rádio (38%), a internet (37%), jornais (13%) e revistas (4%). A pesquisa revelou ainda que 73% dos brasileiros assiste à TV todos os dias da semana e que o faz, na maior parte das vezes, buscando se informar e saber as notícias (79%)⁽¹²⁾.

Observou-se um crescimento do mercado de TV aberta e rádio mesmo com o aumento da concorrência da internet e a invasão do capital estrangeiro na TV paga. Esse crescimento pode estar relacionado tanto ao fortalecimento das igrejas cristãs na radiodifusão quanto à ascensão econômica da classe C, seu público principal. Buscando-se atender a um consumidor com esse perfil socioeconômico, vêm ocorrendo mudanças na linguagem estética dos programas e adequações na construção de grades de programação⁽¹³⁾.

Em 2018, 96,4% dos domicílios brasileiros possuíam televisão, e em 79,1% a internet era utilizada. O equipamento mais utilizado para se acessar a internet era o telefone móvel celular (98,1%), seguido pelo computador (50,7%). 91,0% dos jovens de 20 a 24 anos utilizavam a internet; já entre as pessoas com 60 anos ou mais, a utilização era de 38,7%⁽¹⁴⁾.

Em uma pesquisa, realizada em 2017, sobre utilização e credibilidade das mídias no Brasil, descobriu-se que 42,6% das pessoas se informavam predominantemente pela internet, entretanto a mais baixa confiabilidade foi atribuída à mídia on-line (redes sociais, *blogs* e canais de vídeo). Já os sites jornalísticos (45%) apresentaram maior confiança atribuída do que a televisão (44%). Entretanto, o meio de comunicação relatado como o mais confiável foi o jornal impresso⁽¹⁵⁾.

No entanto, a mídia impressa necessita de maiores recursos para divulgação e, em geral, tem enfrentado dificuldades financeiras. A internet tem a possibilidade de reunir rádio, TV e jornal em um só ambiente, além disso, atinge o seu público-alvo de forma rápida e fácil⁽¹⁶⁾. Em meados da década de 1980, nos Estados Unidos, a internet surgiu como uma forma de comunicação através da ligação de computadores em rede. No Brasil, a disseminação do acesso à internet se deu a partir de 1996⁽¹⁷⁾.

As telecomunicações pós-advento da internet cresceram de maneira exponencial e caótica. Os dados disponíveis se multiplicaram de maneira acelerada, assim como os *links* entre as informações, e os contatos transversais entre os indivíduos⁽¹⁸⁾. Além disso, estabeleceu-se uma relação de proximidade e inversão de papéis entre produtores e consumidores de informações, assim como a possibilidade destas serem distribuídas em tempo real⁽¹⁹⁾.

A estimativa é a de que mais de 4 bilhões de pessoas estejam utilizando a internet, o que corresponde a 62% da população. A América Latina e Caribe ocupam a terceira posição no que diz respeito à taxa de penetração da internet na população (71,5%), atrás da América do Norte (90,3%) e da Europa (87,2%)⁽²⁰⁾.

No Brasil, desde o final da década de 1990, a universalização do acesso à informação vem sendo apresentada como prioridade de governo. Entretanto, o acesso aos serviços de telecomunicações, mesmo com a explosão do número de celulares, não atendeu à meta de “inclusão digital”. Mesmo na sua concepção simplista, entendida aqui como uso do computador, do celular e conexão à internet, a inclusão digital não é uma realidade para as comunidades de baixa renda⁽²¹⁾.

Todavia, um estudo utilizando os dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) de 2002 a 2015 encontrou que a presença dos celulares entre os 20% mais pobres cresceu de 8,7% para 86,6%, número próximo ao do total de domicílios, que atingiu 91,2%⁽²²⁾.

Desse modo, o meio de comunicação que mais rapidamente se massificou foi o telefone celular. Ainda que em suas versões mais simples sejam bons emissores e receptores de informações, nas mensagens curtas (SMS) e de voz, nos aparelhos mais sofisticados, em contrapartida, como os *smartphones*, as possibilidades de comunicação são muito variadas, devido à capacidade multimídia e à ligação à Internet⁽²³⁾.

O termo mídias digitais designa qualquer meio de comunicação que utiliza todos os dados, sejam eles sons, imagens, letras ou qualquer outro elemento, configurados em sequências numéricas ou de dígitos, permitindo compartilhamento, armazenamento e conversão de dados. Essas características somadas à integração de processadores em redes de alta velocidade estabeleceram condições para o desenvolvimento da internet⁽²⁴⁾. Então, o acesso à internet, com a premissa de serviço fundamental para o desenvolvimento social e econômico, começou a se expandir e se estruturar, a fim de se tornar um meio de comunicação (digital) generalizado e popular⁽²⁵⁾. Contida no conjunto dessas mídias digitais, as mídias sociais podem ser definidas como um grupo de aplicativos que permitem a criação e troca de conteúdo gerado pelo usuário, utilizando a internet como meio para tal⁽²⁶⁾.

Um estudo conduzido no Brasil mostrou que a mídia social mais utilizada pelos idosos foi o *WhatsApp*, figurando, em segundo lugar, o *Facebook*. Pelo fato de o *WhatsApp* ter manuseio mais simples, permitir envio de áudio e oferecer interações mais pessoais, o usuário disse se sentir mais seguro, pois alguns deles relataram medo de golpes e receio no contato com desconhecidos. Além disso, essas plataformas possibilitaram ao idoso a sua inserção social, ou reinserção, criação de grupos de interesses afins ou de contatos individuais⁽²⁷⁾.

As mídias digitais são capazes de disseminar as informações com maior volume, maior rapidez e efetividade do que as mídias tradicionais, seja pela integração de muitos usuários em uma única rede compartilhada, ou seja, pela propagação de informação através de uma ampla variedade de tipos de conteúdo, como texto, áudio, imagem, vídeo⁽²⁸⁾. Além disso, exercem influência no comportamento da população, permitem a divulgação quase que instantânea de notícias, além de ser constantemente fonte de busca de informações sobre doenças ou confirmação daquelas dadas pelos profissionais de saúde⁽²⁹⁾.

Um raciocínio lógico construído ao longo de décadas ainda permeia a sociedade e a impele a acreditar que tudo que está sendo informado é verdadeiro, independentemente do suporte em que se encontra.

Essa credibilidade foi construída com base na objetividade jornalística, na precisão. Porém, o trânsito veloz de informações acaba por gerar um ambiente que relega esse rigor a um segundo plano. Este movimento parece ser mais perceptível no *webjornalismo*⁽³⁰⁾.

Essa rapidez de acesso à informação está aliada tanto à volatilidade, ou seja, a demanda insaciável pela novidade, quanto à ausência de preocupação com a fonte dessa informação por parte do receptor ou leitor. Atualmente a celeridade e o ineditismo são mais importantes que a qualidade ou até mesmo a verdade. Esse cenário é propício ao surgimento de informações falsas, as *fake news*⁽³¹⁾.

As *fake news* geram comunicações equivocadas que proliferam, gerando um fluxo informacional vertiginoso muitas vezes por compartilhamento sem prévia leitura do conteúdo ou verificação dos fatos apresentados. A célere difusão da desinformação pode ser estratégia de manipulação da opinião pública, ou para obtenção de lucros, além de nem sempre ser acompanhada do acesso ao posterior desmentido ou reposição da verdade⁽³²⁾. O caminho mais seguro para combater as *fake news* e escapar de seus efeitos perversos passa pela alfabetização digital, educação para aprender a distinguir com mais clareza informações falsas que circulam na internet⁽³³⁾.

No contexto da pandemia de COVID-19, no qual respostas coletivas são necessárias, a desinformação difundida em várias mídias, mas que se prolifera desenfreadamente nas mídias sociais, influencia o comportamento individual. Ainda que mídias como *Facebook*, *Twitter*, *Pinterest* e *Tik Tok* estejam tomando medidas para impedir o avanço da desinformação, uma pesquisa concluiu que, embora muitos sites possuam recursos de verificação de informações já incorporados às suas operações, estes são muito limitados⁽³⁴⁾.

Um estudo que investigou a difusão diferencial de notícias verdadeiras e falsas no *Twitter* entre os anos de 2006 a 2017 descobriu que as pessoas tinham maior probabilidade de compartilhar informações falsas, e essas se difundiam mais rápido e mais amplamente do que as verdadeiras. Ao analisar as respostas dadas às notícias falsas, encontraram expressados sentimentos como medo, nojo e surpresa⁽³⁵⁾. Pesquisa conduzida pela *Avaaz* (2020)⁽³⁶⁾, com pessoas entre 18 e 65 anos, concluiu que, entre os brasileiros, 73% acreditavam em desinformações produzidas sobre a COVID-19, porcentagem maior do que a observada para os norte-americanos (65%) e italianos (59%).

Em Hong Kong, um estudo evidenciou que idosos que contam com a mídia social para obter informações relacionadas ao COVID-19 exibiram mais sintomas de ansiedade, ao mesmo tempo que mostraram efeitos mistos sobre atitudes e comportamentos. A confiança social nas informações pode ser desafiada por informações on-line contraditórias e não verificadas. O impacto insignificante nos comportamentos seguros para COVID sugeriu que a mídia social pode ter causado mais confusão do que a consolidação de um esforço consistente contra a pandemia. A educação para a alfabetização midiática é recomendada para promover a avaliação crítica das informações relacionadas ao COVID-19 e o compartilhamento responsável entre adultos mais velhos⁽³⁷⁾.

Devido às incertezas em torno da COVID-19, a população, confrontada com uma mistura de informações parciais, conflitantes e às vezes erradas, fica particularmente vulnerável a rumores e à desinformação. Pelo mesmo motivo, as orientações dos órgãos governamentais mostram-se mutáveis, inconsistentes e muitas vezes em descompasso com aquelas veiculadas pela Organização Mundial de Saúde (OMS)⁽³⁸⁾. Um estudo canadense conduzido durante a epidemia de SARS em Toronto, através de entrevistas por meio de telefonemas, concluiu que uma das medidas fundamentais para o enfrentamento foi fornecer informações confiáveis e inteligíveis para uma população de culturas e idiomas tão diversos⁽³⁹⁾.

A infodemia, uma epidemia global de informações imprecisas em excesso, gera opiniões e comportamentos sociais que podem ser potencialmente de risco para a saúde das pessoas⁽⁴⁰⁾. Essas informações inadequadas estão incluídas nos muitos estressores que podem ser gerados durante uma pandemia, causando confusões sobre o conteúdo de mensagens, dificuldade em entender quais protocolos seguir e levando as pessoas a temerem pelo pior⁽⁴¹⁾. Em meio à infodemia instalada, torna-se tarefa difícil encontrar fontes confiáveis de

informações, que possam ser compreendidas e que estejam acessíveis a todos os indivíduos, incluindo os idosos⁽⁴²⁾. Essa dificuldade faz com que algumas pessoas se sintam ansiosas, deprimidas, sobrecarregadas, emocionalmente exaustas e incapazes de atender a demandas importantes⁽⁴³⁾.

De forma consistente, estudos recentes sugeriram que o uso de mídia social, especialmente por longos períodos, para obter informações relacionadas ao COVID-19, foi positivamente associado a uma variedade de estados psicológicos negativos, incluindo afeto negativo, sofrimento mental, ansiedade e depressão⁽⁴⁴⁾.

Em acordo com o Manual de Diagnóstico e Estatística de Transtornos Mentais (Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders – DSM-5), estes pontos diversos contraditórios que podem desenvolver confusão, ansiedade, pânico e depressão estão entre os transtornos relacionados a traumas e estressores. Estes podem expressar desde uma leve alteração da conduta e manejo pessoal até graves alterações consideradas como estresse pós-traumático, estresse agudo e transtornos de adaptação⁽⁴⁵⁾.

Os transtornos de estresse podem estar, de forma direta ou indireta, relacionados a processos de violência contra si mesmo ou outras pessoas, que podem incorrer em danos psicológicos e emocionais, além de gerar ideiação de luto, pesar, morte, abandono e tristeza. No estresse pós-traumático, são observados sintomas de menos valia, experimentação, evitação, excitabilidade e medo associado a evento anormal ou ameaçador. Outro transtorno que pode aparecer em situações de estresse é o estresse agudo com sensação de medo, pânico e reação alterada a situações de ameaça e estresse⁽⁴⁶⁾.

Estudos apontaram que idosos que passaram pelo período de quarentena devido à Síndrome Aguda Respiratória Grave (SARS) poderiam apresentar, imediatamente na sequência, sintomas de transtorno de estresse agudo. No mesmo estudo, este grupo foi significativamente mais propenso a relatar exaustão, distanciamento dos outros, ansiedade ao lidar com outras pessoas, irritabilidade, insônia, baixa concentração e indecisão, deterioração do desempenho no trabalho e relutância para trabalhar ou consideração de demissão⁽⁴⁶⁾.

Além disso, tais estudos também mostraram que o excesso de informações sobre problemas pandêmicos irá interferir diretamente no nível de estresse, ansiedade e depressão. Dentre esses problemas, citam-se a duração, medo da infecção, frustração e tédio, suprimentos inadequados, informação inadequada, questões financeiras e estigmas sociais. A informação massiva e repetitiva leva à pressão emocional e psicológica gerando nas pessoas, respostas (imediatas ou tardias) de estresse e ansiedade⁽⁴⁷⁾.

CONCLUSÃO

A promoção do uso saudável das mídias sociais entre os idosos pode ser particularmente benéfica para seu bem-estar social e mental. Esta população esteve vulnerável durante o isolamento da pandemia COVID-19. Devem ser oferecidos serviços comunitários para ensinar aos idosos como usar as novas tecnologias. Os formuladores de políticas também devem prestar atenção ao potencial de desigualdade digital e desigualdade entre gerações e devem melhorar a acessibilidade das mídias sociais para as gerações mais velhas.

Uma forma interessante de se lidar com estas questões é estabelecer um diálogo aberto, criar oportunidade de falar sobre os incômodos, esclarecer os fatos verdadeiros das falsas informações, que são as que geram maior impacto, e permitir a exposição de sentimentos e emoções subjacentes à condição emocional que se apresenta.

Proposições de esclarecimentos e de busca de estratégias para se lidar com a chuva de informações podem colaborar significativamente com a redução das condições emocionais indesejadas, gerando canais de comunicação mais eficientes em que a expressão de sentimentos e condições afetivas e emocionais possam ser acolhidas e processadas de forma mais efetiva.

De qualquer maneira, o melhor caminho para desconstruir os impactos do excesso de informações é o processamento comportamental e emocional das tensões que aparecem como produtos destas condições.

REFERÊNCIAS

1. Cezar LS, Maciel AJN. Infodemia no contexto da pandemia de COVID-19 no Brasil: uma política de contaminação? *Liinc Rev.* 2021;17(1):1-22. <https://doi.org/10.18617/liinc.v17i1.5703>
2. Garcia LP, Duarte E. Infodemia: excesso de quantidade em detrimento da qualidade das informações sobre a COVID-19. *Epidemiol Serv Saúde.* 2020;29(4):1-4. <https://doi.org/10.1590/S1679-49742020000400019>
3. Costa FA, Silva AS, Oliveira CBS, Costa LCS, Paixão MES, Celestino MNS, et al. Covid-19: seus impactos clínicos e psicológicos na população idosa. *Braz J Developm.* 2020;6(7):49811-24. <https://doi.org/10.34117/bjdv6n7-580>
4. Barbosa B. A comunicação como um direito humano. In: BRASIL. Coletânea de Comunicação e Informação em Saúde para o exercício do Controle Social. Série F. Comunicação e Educação em Saúde. Brasília: Editora MS; 2006. pp. 67-69.
5. Lefèvre F. A saúde como fato coletivo. *Saúde Soc.* 1999;8(2):83-91. <https://doi.org/10.1590/S0104-12901999000200005>
6. Goldim JR. Bioética complexa: uma abordagem abrangente para o processo de tomada de decisão. *Rev AMRIGS [Internet].* 2009 [cited 2021 May 05];53(1):58-63. Available from: <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/biblio-848232>
7. Ornell F, Schuch JB, Sordi AO, Kessler FHP. "Pandemic fear" and COVID-19: mental health burden and strategies. *Braz J Psychiatry.* 2020;42 (3):232-5. <https://doi.org/10.1590/1516-4446-2020-0008>
8. Santos PLVAC, Carvalho AMG. Sociedade da informação: avanços e retrocessos no acesso e no uso da informação. *Inform Soc: Estudos [Internet].* 2009 [cited 2021 May 05];19(1):45-55. Available from: <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/1782>
9. Christofoletti R. Dez impasses para uma efetiva crítica de mídia no Brasil. Trabalho apresentado no Núcleo de Jornalismo do XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação; 2003 Sep 2-6; Minas Gerais, Brasil. Belo Horizonte: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação; 2003.
10. Azevedo FA. Mídia e democracia no Brasil: relações entre o sistema de mídia e o sistema político. *Opin Publica.* 2006;12(1):88-113. <https://doi.org/10.1590/S0104-62762006000100004>
11. Moreira S, Del Bianco NR. Desafios do rádio no século XXI. Intercom. Rio de Janeiro: UERJ; 2001. 256p.
12. Presidência da República (BR). Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira [Internet]. Brasília; 2015 [cited 2021 May 05]. Available from: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>
13. Marinoni B. Concentração dos meios de comunicação de massa e o desafio da democratização da mídia no Brasil. *Intervozes [Internet].* 2015 [cited 2021 May 27];1(13):1-28. Available from: <https://intervozes.org.br/wp-content/uploads/2016/02/Projeto-FES-Artigo-concentracao-meio.pdf>
14. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD contínua). Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal [Internet]. Rio de Janeiro; 2018 [cited 2021 May 27]. Available from: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101705_informativo.pdf
15. Grossi AM, Soares G. Jornalismo e credibilidade: uma percepção do público. *Âmbitos Rev Inte Comunicacion.* 2018;3(42):40-54. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2018.i42.03>
16. Carvalho G. Jornalismo alternativo na era digital: análise de reportagens da agência pública. *Rev Altejor [Internet].* 2014 [cited 2021 May 27]; 2(10):126-142. Available from: <https://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/88327>
17. Carvalho MSRM. A trajetória da Internet no Brasil: do surgimento das redes de computadores à instituição dos mecanismos de governança [Dissertação]. 2006. Universidade Federal do Rio de Janeiro; 2006.
18. Lèvy P. Cibercultura. Rio de Janeiro: Editora 34; 1999. 264p.
19. Rocha MCF, Pereira GC. De consumidor a produtor de informação: participação pública no contexto da nova cultura tecnológica. *Cad PPG-AU/UFBA [Internet].* 2010 [cited 2021 May 01];9(1):73-86. Available from: <https://periodicos.ufba.br/index.php/ppgau/article/viewFile/5113/3702>
20. Miniwatts Marketing Group. Internet world stats: usage and population statistics [Internet]. 2020[cited 2021 May 01]. Available from: www.internetworldstats.com
21. Balboni MR. Por detrás da inclusão digital: uma reflexão sobre o consumo e a produção de informação em centros públicos de acesso à Internet no Brasil [Tese]. Escola de Comunicações e Artes Universidade de São Paulo; 2007.

22. Campello T, Gentili P, Rodrigues M, Howell GR. Faces da desigualdade no Brasil: um olhar sobre os que ficam para trás. *Saúde Debate*. 2018;42(3):54-66. <https://doi.org/10.1590/0103-11042018S305>
23. Canavilhas J. Jornalismo para dispositivos móveis: informação hipermultimidiática e personalizada. In: ACTAS – IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social; San Cristóbal de la Laguna, Espanha. 2012 [cited 2021 Apr 01]. Available from: http://www.revistalatinacs.org/125LCS/2012_actas.html
24. Martino LMS. Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes, redes. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2014. 296p.
25. Silva PS. Políticas de acesso à Internet no Brasil: indicadores, características e obstáculos. *Cad Adenauer [Internet]*. 2015 [cited 2021 Apr 01];16(3):151-171. Available from: http://ctpol.unb.br/wp-content/uploads/2019/04/2015_SILVA_Acesso-Internet.pdf
26. Kaplan AM. Social Media, the digital revolution, and the Business of media. *Int J Media Manag*. 2015;17(4):197-99. <https://doi.org/10.1080/14241277.2015.1120014>
27. Araújo CL, Mainieri T. Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros: TIC domicílios 2018 [Ebook][Internet]. Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil; 2018 [cited 2021 Apr 01]. Available from: https://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic_dom_2017_livro_eletronico.pdf
28. Souza MAS, Lago AP, Freitas PG, Weigang L. Modelo de análise de características para previsão de faixas etárias dos usuários de mídias sociais. In: Congresso de Matemática Aplicada e Computacional - CMAC Sudeste [Internet]. São Paulo, Brasil. São Paulo: CMAC; 2013 [cited 2021 Apr 01]. Available from: <http://sbmac.locaweb.com.br/cmaccs/cmaccs-se/2013/trabalhos/PDF/6825.pdf>
29. Manso MEG, Vallada IBP, Hluchan K, Oshiro LVS. Fake News e Saúde da Pessoa Idosa. *Rev Longeviver*. 2019;2:19-25. <https://doi.org/10.1590/1981-5271v44.supl.1-20200381>
30. Soster DA. A relação entre velocidade e precisão em webjornalismo. *Em Questão [Internet]*. 2003 [cited 2021 Apr 01];9(2):353-63. Available from: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/129313/000436053.pdf?sequence=1>
31. Faustino A. Fake News: a liberdade de expressão nas redes sociais na sociedade da informação. São Paulo: Lura Editorial; 2019.
32. Morais NS, Sobral F. Challenges of misinformation and fake news a case study with higher education students. *Millenium*. 2020;5e(5):85-93. <https://doi.org/10.29352/mill0205e.07.00271>
33. Branco S. Fake News e os Caminhos para Fora da Bolha. *Interesse Nacional [Internet]*. 2017 [cited 2021 Apr 01];38(1):51-61. Available from: <https://itsrio.org/wp-content/uploads/2017/08/sergio-fakenews.pdf>
34. Rutschman AS. Mapping Misinformation in the Coronavirus Outbreak. *Health Affairs Blog, Saint Louis U. Legal Studies Research Paper*. 2020; 14(1):1-6. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3631555>
35. Vosoughi S, Roy D, Aral S. The spread of true and false news online. *Science*. 2018;359(6380):1146-51. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
36. Avaaz. O Brasil está sofrendo uma infodemia de Covid-19 [Internet]. 2020 [cited 2021 Apr 01]. Available from: https://secure.avaaz.org/campaign/po/brasil_infodemia_coronavirus/
37. Wong F, Liu T, Leung D, Zhang A, Au W, Kwok W, et al. Consuming information related to COVID-19 on social media among older adults and its association with anxiety, social trust in information, and COVID-Safe Behaviors: cross-sectional telephone survey. *J Med Internet Res*. 2021;23(2):e26570. <https://doi.org/10.2196/26570>
38. Larson HJ. A call to arms: helping family, friends and communities navigate the COVID-19 infodemic. *Nature Rev Immunol*. 2020;20:449-50. <https://doi.org/10.1038/s41577-020-0380-8>
39. DiGiovanni C, Conley J, Chiu D, Zaborski J. Factors Influencing Compliance with Quarantine in Toronto During the 2003 SARS Outbreak, Biosecurity and Bioterrorism: biodefense strategy, practice, and science. 2004;2(4):265-72. <https://doi.org/10.1089/bsp.2004.2.265>
40. Mesquita CT, Oliveira A, Seixas FL, Paes A. Infodemia, fake news and medicine: science and the quest for truth. *Int J Cardiovasc Sci*. 2020;33(3):203-05. <https://doi.org/10.36660/ijcs.20200073>
41. Brooks SK, Webster RK, Smith LE, Woodland L, Wessely S, Greenberg N, et al. The psychological impact of quarantine and how to reduce it: rapid review of the evidence. *Lancet*. 2020;395(10227):912-920. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)30460-8](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30460-8)

42. Tangcharoensathien V, Calleja N, Nguyen T, Purnat T, D'Agostino M, Garcia-Saiso S, et al. Framework for Managing the COVID-19 Infodemic: methods and results of an online, Crowdsourced WHO Technical Consultation. *J Med Internet Res.* 2020;22(6):e19659. [https://doi.org/ 10.2196/19659](https://doi.org/10.2196/19659)
43. Organização Pan-Americana da Saúde. Entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a COVID-19. Departamento de evidência e inteligência para ação em saúde. Página Informativa 5 [Internet]. 2020 [cited 2021 Apr 01]. Available from: www.paho.org/ish
44. Holmes EA, O'Connor RC, Perry VH, Tracey I, Wessely S, Arseneault L, et al. Multidisciplinary research priorities for the Covid-19 pandemic: a call for action for mental health science. *Lancet Psychiatry.* 2020;7(6):547-60. [https://doi.org/10.1016/S2215-0366\(20\)30168-1](https://doi.org/10.1016/S2215-0366(20)30168-1)
45. Barlow DH, Durand MR. *Psicopatologia: uma abordagem integrada*. 2ª edição. São Paulo: Cengage Learning; 2015. 784p.
46. Banerjee D. The impact of Covid-19 pandemic on elderly mental health. *Int J Geriatr Psychiatry.* 2020;35(12):1466-7. <https://doi.org/10.1002/gps.5320>
47. Alencastro ASA, Melo ESJ. Reflexões acerca da "infodemia" relacionada à Covid-19. *Rev Min Enferm.* 2021;25:e-1360. <https://doi.org/10.5935/1415.2762.20210008>