

Estado da publicação: O preprint não foi publicado em outro meio.

A interface entre o Comportamento Informacional Humano e o Viés de Confirmação

Kelley Cristine Gonçalves Dias Gasque

<https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.14465>

Submetido em: 2025-12-07

Postado em: 2025-12-08 (versão 1)

(AAAA-MM-DD)

A interface entre o Comportamento Informacional Humano e o Viés de Confirmação

Kelley Cristine Gonçalves Dias Gasque

Professora Faculdade de Ciência da Informação, Universidade de Brasília (UnB), Brasília, DF, Brasil.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6039-0571>

RESUMO

O artigo analisa a relação entre o comportamento informacional humano e o viés de confirmação nos processos de busca, avaliação e uso da informação em contextos digitais contemporâneos. O estudo tem como objetivos: (i) identificar artigos que abordem simultaneamente o comportamento informacional humano e o viés de confirmação; (ii) analisar os artigos quanto ao delineamento metodológico, à caracterização da amostra, aos eixos temáticos, à caracterização dos resultados, às áreas do conhecimento e às estratégias de mitigação; e (iii) discutir perspectivas para o enfrentamento sistêmico desse viés. O estudo constitui uma revisão narrativa de literatura conduzida nas bases SciELO, Google Scholar, Scispace, DOAJ e Portal de Periódicos da CAPES. A busca inicial identificou 883 documentos, posteriormente submetidos a critérios de inclusão e exclusão, com ênfase em artigos empíricos revisados por pares, tendo os descritores como eixos centrais de análise, o que resultou em uma amostra final de 22 artigos. A análise dos resultados revela um campo que equilibra o rigor experimental e a validade de campo, com uma concentração de publicações nas áreas de Economia e Psicologia, e produção ainda restrita da Ciência da Informação. Os dados confirmam que o viés atua como mecanismo estrutural, sendo deflagrado pela busca ativa e amplificado por plataformas digitais, com consequências críticas em domínios de alto risco sociopolítico e de saúde. Conclui-se que, embora existam intervenções técnicas pontuais (como alertas), o enfrentamento sistêmico exige estratégias formativas fundamentadas no desenvolvimento do letramento informacional-científico-cognitivo.

Palavras-chave: comportamento informacional humano; viés de confirmação; letramento informacional-científico-cognitivo.

The Interface between Human Information Behavior and Confirmation Bias

ABSTRACT

This article analyzes the relationship between human information behavior and confirmation bias in processes of information seeking, evaluation, and use in contemporary digital contexts. The study aims to: (i) identify scientific articles that simultaneously address human information behavior and confirmation bias; (ii) analyze these articles in terms of methodological design, sample characteristics, thematic axes, results, areas of knowledge, and mitigation strategies; and (iii) discuss perspectives for the systemic mitigation of this bias. The study adopts a narrative literature review conducted in the databases SciELO, Google Scholar, Scispace, DOAJ, and the CAPES Journal Portal. The initial search identified 883 documents, which were subsequently screened using inclusion and exclusion criteria, with emphasis on peer-reviewed empirical articles in which the descriptors constituted the central analytical axes. This process resulted in a final sample of 22 articles. The analysis reveals a field that balances experimental rigor and field validity, with a concentration of publications in Economics and Psychology and still limited production within Information Science. The findings confirm that confirmation bias operates as a structural mechanism of human information behavior, triggered by active information seeking and amplified by digital platforms, with critical consequences in high-risk

sociopolitical and health-related domains. The study concludes that, although there are punctual technical interventions (such as alerts), systemic mitigation requires formative strategies grounded in the development of integrated informational-scientific-cognitive literacy.

Keywords: human information behavior; confirmation bias; informational-scientific-cognitive literacy.

INTRODUÇÃO

Na sociedade contemporânea, marcada pela abundância de informação, compreender como os indivíduos buscam, avaliam e utilizam informações tornou-se essencial. O comportamento informacional humano (CIH) abrange a totalidade de ações e atividades humanas em relação às fontes e aos canais de informação, incluindo buscas ativas, passivas e o uso efetivo da informação (Wilson, 2000).

Como os indivíduos não conseguem processar toda a informação disponível, recorrem a heurísticas, atalhos cognitivos que simplificam a tomada de decisão e a esquemas mentais, que são estruturas de conhecimento organizadas a partir das experiências prévias, que filtram e organizam a informação. Esses mecanismos ajudam a lidar com a complexidade, mas também podem reforçar crenças e levar ao erro (Aronson; Wilson; Akert, 2011).

A literatura mostra que as decisões frequentemente se baseiam mais em crenças do que na análise racional (Kahneman; Tversky, 1972). Neste contexto, destaca-se o viés de confirmação (VC), tendência a buscar e supervalorizar informações que confirmam expectativas prévias, ignorando evidências contrárias (Aronson; Aronson, 2023). Esse viés está documentado em diferentes cenários, inclusive na avaliação de fontes on-line, e pode comprometer a credibilidade da informação e a produção do conhecimento científico (Metzger; Flanagin; Medders, 2010).

Apesar da relevância do tema, a relação entre o CIH e os vieses cognitivos, em especial o VC, é pouco explorada na Ciência da Informação. Considerando que os pesquisadores e profissionais da área são responsáveis pela organização e disseminação da informação científica, compreender como esses mecanismos atuam é fundamental para fortalecer práticas críticas de busca e uso da informação.

Diante disso, esta revisão visa compreender as relações entre o conceito de CIH e o VC. Especificamente, busca: (i) identificar artigos que abordem simultaneamente o CIH e o VC; (ii) analisar os artigos quanto ao delineamento metodológico, à caracterização da amostra, aos eixos temáticos, à caracterização dos resultados, às áreas do conhecimento e às estratégias de mitigação; e (iii) discutir perspectivas para o enfrentamento sistêmico desse viés.

REFERENCIAL TEÓRICO

O CIH e o VC constituem dois campos que convergem na investigação de como as pessoas buscam, avaliam, utilizam e compartilham informações, em contextos de crescente complexidade cognitiva e tecnológica. O primeiro descreve os processos conscientes de interação com a informação, e o segundo, os mecanismos automáticos que distorcem essas interações, permitindo compreender como as crenças, os processos cognitivos e fatores motivacionais modulam a racionalidade informacional.

O conceito de CIH consolidou-se como um eixo teórico da Ciência da Informação ao explicar como os indivíduos interagem com fontes, canais e sistemas de informação, abrangendo as etapas de busca, avaliação, uso e compartilhamento da informação. Conforme Wilson (2000), esse processo envolve tanto a busca ativa quanto a passiva, incluindo estratégias cognitivas e sociais utilizadas pelos sujeitos para satisfazer as necessidades informacionais. A evolução epistemológica do campo do behaviorismo ao cognitivismo/interacionismo, e a partir dos anos 2000, para o paradigma da complexidade, demonstrou que o CIH não pode ser compreendido de forma linear ou mecânica, mas como um processo dinâmico e multidimensional, influenciado por necessidades, valores, expectativas e emoções (Gasque; Costa, 2010).

Pesquisas recentes reforçam que os sujeitos atuam como usuários e produtores de informação, inseridos em fluxos digitais contínuos, marcados por sobrecarga de informação e recomendações algorítmicas, que afetam tanto a visibilidade quanto a interpretação do conteúdo (Huvila; Gorichanaz, 2025). Além disso, a incorporação de métodos experimentais, análises computacionais e técnicas psicofisiológicas ampliou o entendimento dos fatores cognitivos e emocionais envolvidos no CIH (Ji *et al.*, 2024). Assim, o CIH passou a ser concebido como um fenômeno regulado simultaneamente por processos reflexivos e automáticos, tornando-o terreno privilegiado para examinar como vieses cognitivos influenciam a busca e o uso da informação.

Nesse contexto, o VC constitui um dos fenômenos cognitivos mais estudados nas Ciências do Comportamento, apresentando implicações diretas para a compreensão do CIH. Conforme Nickerson (1998), trata-se da tendência de buscar, interpretar e lembrar informações de modo coerente com as crenças e expectativas prévias, favorecendo evidências congruentes e desconsiderando as contrárias. Essa inclinação foi inicialmente demonstrada por Wason (1966), cujos experimentos evidenciaram que os indivíduos testam hipóteses de forma confirmatória, mesmo quando a lógica da tarefa exige refutação. Pesquisas posteriores indicam que esse padrão não deve ser interpretado somente como falha de raciocínio, mas como característica sistemática do processamento humano da informação (Nickerson, 1998). Outros mecanismos contribuem para a manifestação do VC, abrangendo processos cognitivos, motivacionais e afetivos, bem como desafios inerentes à integração de informações complexas.

Essa multiplicidade de mecanismos tem sido explicada por diferentes arcabouços teóricos, que ajudam a compreender por que o VC se mantém. A teoria da racionalidade limitada (Simon, 1955) destaca que, diante de restrições de tempo e de processamento, as pessoas recorrem a heurísticas simplificadoras. Paralelamente, fatores motivacionais também influenciam como as informações são processadas, como o viés de desejo ou pensamento positivo, pelo qual o indivíduo aceita mais prontamente proposições desejáveis (Matlin; Stang, 1978; Krizan; Windschitl, 2007). A teoria da dissonância cognitiva (Festinger, 1957) explica que o conflito entre crenças, atitudes ou comportamentos gera um desconforto psicológico, levando o indivíduo a restaurar a coerência (Harmon-Jones; Harmon-Jones; Levy,

2015). Nessa dinâmica, o VC atua também como mecanismo de redução da dissonância, preservando a estabilidade cognitiva. A estratégia do teste positivo, formulada por Klayman e Ha (1987) e posteriormente ampliada por Kahneman (2012) e Navarro e Perfors (2011), descreve a tendência de buscar evidências compatíveis com hipóteses previamente assumidas, funcionando como mecanismo inferencial eficiente, embora potencialmente enviesado. Do ponto de vista adaptativo, Friedrich (1993) argumenta que o VC pode funcionar como mecanismo pragmático de prevenção de erros, uma vez que decisões cotidianas priorizam evitar falhas custosas. Rollwage e Fleming (2021) ressaltam que esse comportamento é benéfico quando acompanhado de metacognição eficaz, capaz de reconhecer erros e modular a confiança. Por fim, o ambiente educacional exerce papel decisivo: Nickerson (1998) observa que práticas pedagógicas que incentivam justificativas sem confronto de ideias tendem a reforçar o VC.

Em conjunto, as evidências demonstram que o VC é um mecanismo cognitivo estrutural que permeia o CIH, sendo deflagrado pela amostragem seletiva, reforçado por crenças e emoções e sustentado por contextos educacionais e tecnológicos. Sua mitigação depende do fortalecimento da metacognição, do pensamento crítico e do desenvolvimento integrado de múltiplos letramentos, que permitem reconhecer e regular os próprios processos cognitivos ao lidar com a informação em ambientes complexos.

METODOLOGIA

A pesquisa consiste em uma revisão narrativa de literatura, que permite flexibilidade na seleção de estudos e uma análise temática abrangente (Cordeiro *et al.*, 2007). Esta abordagem foi escolhida por possibilitar integrar perspectivas teóricas distintas. O levantamento bibliográfico foi conduzido nas bases de dados SciELO¹, Google Scholar², Scispace³, DOAJ e no portal de Periódicos da CAPES. Utilizaram-se os descritores “viés de confirmação” (*confirmation bias*) e “comportamento informacional humano” (*human information behavior*), em português e inglês.

Como critérios de inclusão, definiram-se: (i) artigos avaliados por pares; (ii) estudos de natureza empírica; e (iii) trabalhos que tivessem os descritores como eixos centrais de análise. Os critérios de exclusão foram: (i) documentos duplicados entre as bases de dados; (ii) publicações que não se enquadravam como artigos científicos; (iii) textos indisponíveis na íntegra; e (iv) trabalhos que, apesar de conterem os descritores, não os abordavam como temas centrais.

Identificaram-se 883 documentos no total. Posteriormente, mediante análise de títulos, resumos e subtítulos, realizou-se a triagem dos textos, resultando em uma amostra final de 22 artigos, considerada adequada para uma análise temática

¹ <https://www.scielo.br/>

² <https://scholar.google.com/?hl=pt-BR>

³ <https://scispace.com/>

aprofundada.

ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Identificação de artigos que abordam simultaneamente o CIH e o VC

A relevância dos estudos sobre o VC no CIH decorre de seu impacto sobre os processos de busca, avaliação e uso da informação em diferentes domínios do conhecimento. Dentre os trabalhos encontrados, 22 artigos atenderam aos critérios de inclusão e exclusão, conforme apresentado no Quadro 1.

Quadro 1 – Artigos que abordam simultaneamente o CIH e o VC.

Título	Autor/Ano	Metodologia	Resultados/conclusões
Assessing susceptibility factors of confirmation bias in news feed reading.	Boonprakong <i>et al.</i> (2025).	Experimento com 42 participantes, explorou o VC expondo-os a tuítes sobre tópicos controversos. Utilizou-se um delineamento intra-sujeitos, no qual o viés foi medido por meio de três tarefas: a intenção de busca (classificação de títulos), a lembrança (recordação do conteúdo lido) e a avaliação dos tuítes (confiabilidade e clareza). Avaliaram-se também fatores individuais e crenças políticas e a influência na suscetibilidade ao viés.	O VC é intensificado por padrões de pensamento de baixo esforço, pela força das convicções políticas e pela alta relevância atribuída ao conteúdo, resultando em distorções no processamento e na recordação da informação. Recomenda-se que as plataformas de mídia social adotem estratégias de redução de expressões polarizadoras e incorporem mecanismos de letramento midiático direcionados aos indivíduos mais suscetíveis ao viés.
Navigating the thin line: examining user behavior in search to detect engagement and backfire effects.	Cau; Tintarev, (2024).	Estudo de usuário pré-registrado, com 257 participantes, que examinou como diferentes níveis de preconceito e os rótulos de postura gerados por Inteligência Artificial influenciam o comportamento de busca e o consumo de múltiplos pontos de vista em três tópicos controversos. Uma análise pós-hoc subsequente refinou os achados ao excluir participantes que não demonstraram engajamento apropriado.	O estudo destaca o desafio de projetar sistemas de busca para temas opinativos. Rótulos de postura atuam como mecanismo útil para auxiliar os usuários ativos a navegar por conteúdo enviesado, promovendo diversidade de consumo, sem causar rejeição.
Nudges to mitigate confirmation bias during web search on debated topics: support vs. manipulation.	Rieger <i>et al.</i> (2024).	Experimento de campo on-line, dividido em três fases. Após um pré-questionário para estabelecer a atitude e o conhecimento prévio sobre um tópico controverso, 282 participantes interagiram com 12 resultados de busca balanceados em três condições de intervenção: rótulo de advertência com ofuscação direcionada, rótulo de advertência com ofuscação	Alertas são mais eficazes do que ofuscações para reduzir o VC. As ofuscações manipulam o usuário, enquanto os alertas empoderam e estimulam decisões conscientes, promovendo pensamento crítico e letramento digital. Defende-se a adoção de intervenções educativas

		aleatória, ou sem intervenção. O comportamento de exploração (cliques) foi medido para quantificar o viés. No pós-questionário, avaliou-se a mudança de atitude e o estilo cognitivo dos participantes através do Teste de Reflexão Cognitiva (CRT).	(reforço), em vez de <i>nudges</i> manipulativos.
Stereotyped-information behavior caused by social media: a case study of TikTok	Varmazyar; Cardama (2023).	Coleta de postagens via Centro Criativo do TikTok para identificar <i>hashtags</i> e vídeos em alta. Foi construída uma amostra de seis categorias, com um vídeo principal em cada. A análise focou em examinar detalhadamente os vídeos e os seis comentários mais relevantes de cada postagem para identificar manifestações de VC, bolhas de filtro, desinformação e amplificação de estereótipos.	Usuários do TikTok consomem e interagem com conteúdos que confirmam suas crenças, formando câmaras de eco e bolhas de filtro. O formato de vídeos curtos e memes reforça estereótipos. Recomenda-se a vigilância crítica de usuários e desenvolvedores para mitigar a disseminação de informações tendenciosas e promover um ambiente mais diversificado.
Confirmation bias in seeking climate information: employing relative search volume to predict partisan climate opinions.	Wang; Jaidka (2024).	Análise de tendências espaciais de busca na <i>web</i> nos Estados Unidos (2008–2018), para verificar se as estratégias de busca on-line se alinham a VCs esperados em regiões com diferentes convicções partidárias. Foram usados dados de busca e de pesquisa em nível regional, comparando frequência e preferência por palavras-chave relacionadas ao clima. A amostra incluiu 22.416 norte-americanos.	O estudo demonstra que as escolhas de palavras na busca por informações sobre o clima refletem a afiliação política, e que o volume relativo de busca prediz opiniões regionais sobre o clima. A polarização política está internalizada no comportamento de busca, limitando a exposição a visões opostas e reforçando divisões ideológicas.
Humans actively sample evidence to support prior beliefs.	Kaanders <i>et al.</i> (2022).	Tarefa perceptiva de escolha forçada de duas alternativas, com 28 participantes no Experimento 1 e 18 participantes no Experimento 2. Cada ensaio incluiu: escolha inicial e avaliação de confiança, seguida pela fase de amostragem de informações (com rastreamento ocular no Experimento 2); e segunda escolha revisada com nova avaliação da confiança. A análise dos dados foi complementada por modelagem de regressão hierárquica e modelo de acumulador linear ponderado pelo olhar.	O VC é intensificado pela busca ativa de informações, especialmente quando há alta confiança na decisão inicial. Participantes buscam mais evidências confirmatórias e evitam revisões de opinião. O efeito desaparece quando a evidência é controlada externamente, confirmando que o viés depende da busca ativa.
Characterizing the influence of confirmation bias on web search behavior.	Suzuki; Yamamoto (2021).	Procedimentos: (i) registro do usuário; (ii) questionário de crenças prévias; (iii) apresentação de informações prévias sobre o tópico; (iv) tarefa de busca na <i>web</i> ; e (v) questionário pós-tarefa. A amostra contou com 275	Participantes com baixo letramento em saúde realizam buscas superficialmente, enquanto os de alto nível de letramento realizam buscas mais aprofundadas e exploram opiniões opostas. No entanto,

		participantes.	mesmo buscas aprofundadas não eliminaram o viés. O foco futuro deve ser o <i>design</i> de sistemas que incentivem a busca crítica de informações.
Confirmation bias in information search, interpretation, and memory recall: evidence from reasoning about four controversial topics.	Vedejová; Cavojová (2022).	Experimento com 199 participantes expostos a quatro tópicos controversos para examinar como o VC se manifesta nas etapas de busca, interpretação e memória.	O VC manifesta-se principalmente na busca de informação. Na interpretação, surge somente em temas polêmicos. Não se observou viés na memória, pois a lembrança de informações confirmatórias e contraditórias foi equivalente.
The interaction between reputation and information search: evidence of information avoidance and confirmation bias.	Lallement <i>et al.</i> (2020).	Método dos Painéis de Exibição de Informações (IDB), com 1811 participantes. Investigou o efeito da reputação na busca de informações (número de cliques), comparando reputação pré e pós-estudo.	A busca informacional só altera a reputação de um produto quando não há crença prévia. Crenças formadas fortalecem o viés e levam à evasão de informações conflitantes. Recomenda-se a segmentação e o <i>design</i> informacional voltado a usuários sem opiniões fixas.
Dissemination of information with confirmation bias in cyber-social networks.	Mao; Bolouki; Akyol (2020).	Modelagem de rede baseada no modelo DeGroot-Friedkin modificado, incorporando o VC ao ponderar a influência de fontes externas pela proximidade da crença do indivíduo.	As redes convergem para pontos de equilíbrio polarizados, com aumento da distância entre opiniões. O estudo fornece <i>insights</i> da teoria dos jogos sobre como indivíduos e agências de notícias agem estrategicamente para proteger ou reforçar crenças.
Promoting users' intention to share online health articles on social media: The role of confirmation bias.	Zhao; Fu; Chen (2020).	Experimento de laboratório com análise estatística causal, examinando como o VC afeta a intenção de compartilhar artigos de saúde em mídia social.	O impacto do viés varia conforme o letramento digital e a intensidade da crença. Usuários com alto letramento e convicções extremas compartilham conteúdo confirmatório; os com viés neutro preferem conteúdo de alerta; e os de baixo letramento compartilham sem distinção de valência.
"I was right about vaccination": confirmation bias and health literacy in online health information seeking.	Meppelink <i>et al.</i> (2019).	Pesquisa on-line com 480 pais, que avaliaram crenças, escolha de títulos e percepção de credibilidade de textos pró e antivacinação, além do letramento em saúde e a confiança nas vacinas.	O VC influencia a busca e a confiança em informações sobre vacinas. Mesmo alto letramento não previne o viés. São necessárias estratégias de comunicação pública para reduzir o impacto da desinformação.
Accountability pressure as debiaser for	Misra <i>et al.</i> (2019).	Experimento de laboratório (delineamento 1x2 entre sujeitos), com 82 consultores tributários.	A pressão de responsabilização aumenta a profundidade e o tempo de

confirmation bias in information search and tax consultant's recommendations.		Manipulou dois níveis de pressão de responsabilização (forte e fraca) e mediu tempo e profundidade da busca.	busca, levando a recomendações mais conservadoras e objetivas. A responsabilização é um mitigador eficaz do VC em contextos profissionais.
A real-life school study of confirmation bias and polarisation in Information Behaviour.	Kopeinik <i>et al.</i> (2019).	Estudo empírico e quantitativo com 91 alunos do ensino médio, durante tarefa de busca e avaliação de informações via plataforma de <i>bookmarking</i> social.	O VC e a polarização estão interligados. Ambientes colaborativos e socialmente estimulantes reduzem o viés, promovendo buscas críticas e diversificadas.
Political online information searching in Germany and the United States: confirmation bias, source credibility, and attitude impacts.	Knobloch-Westerwick <i>et al.</i> (2015).	Experimento comparativo com 121 participantes na Alemanha (eleição de 2013) e 227 nos EUA (eleição de 2012), manipulando credibilidade da fonte e valência da mensagem (a favor/contra).	Alemães gastaram mais tempo com mensagens confirmatórias, enquanto norte-americanos exibiram viés mais forte, atribuído à maior polarização política e midiática. Expor usuários a informações desafiadoras pode reduzir atitudes extremas.
Confirmation bias in web-based search: a randomized online study on the effects of expert information and social tags on information search and evaluation.	Schweiger; Oeberst; Cress (2014).	Experimento automatizado via <i>web</i> , com 174 participantes, sobre tratamentos para depressão (psicoterapia versus farmacoterapia), comparando informações de especialistas e <i>tags</i> sociais.	Participantes mostraram viés inicial a favor da psicoterapia, contrariando a evidência científica. <i>Tags</i> populares que desafiavam o viés foram mais eficazes que informações explícitas de especialistas.
Information valuation and confirmation bias in virtual communities: evidence from stock message boards.	Park <i>et al.</i> (2013).	Pesquisa on-line combinada com experimento de campo controlado, envolvendo 502 investidores sul-coreanos em fóruns de ações. O viés foi medido pela preferência de cliques em mensagens que confirmavam crenças.	O VC aumenta com a força da opinião e a percepção de conhecimento, levando a superconfiança, negociações excessivas e retornos abaixo do esperado.
The effects of decision aid design on the information search strategies and confirmation bias of tax professionals.	Wheeler; Arunachalam (2008).	Experimento de campo com 142 profissionais tributários, avaliando o impacto de ferramentas de auxílio à decisão (requisitos de justificativa e listas de verificação) no VC.	<i>Designs</i> que estimulam a síntese e o pensamento crítico reduzem o VC. Ferramentas de justificativa são mais eficazes que <i>checklists</i> em promover avaliações imparciais.
Confirmation bias in sequential information search after	Jonas <i>et al.</i> (2001).	Quatro experimentos laboratoriais controlados, comparando a busca sequencial e simultânea, com 36, 60, 17 e 60 participantes respectivamente.	A busca sequencial intensifica o VC, ao aumentar o comprometimento com a decisão inicial. O efeito desaparece quando o foco é

preliminary decisions: an expansion of dissonance theoretical research on selective exposure to information.			redirecionado para a informação em si, e não para a decisão.
Positive confirmation bias in the acquisition of information.	Jones; Sugden (2001).	Experimento baseado na tarefa de seleção de Wason, com incentivo financeiro e análise bayesiana das escolhas.	Houve forte VC positivo, no qual até mesmo confirmações pouco informativas elevaram a confiança no julgamento final, evidenciando a robustez e o caráter autorreforçado da tendência confirmatória.
Confirmation bias in tax information search: a comparison of law students and accounting students.	Cloyd; Spilker (2000).	Experimento comparativo com estudantes de Direito e de Contabilidade, em tarefas de busca para resolver problema tributário.	A formação acadêmica influencia o VC: estudantes de direito mostraram menor viés que os de contabilidade. A educação formal pode reduzir o viés em contextos profissionais.
Biased information search in group decision making.	Schulz-Hardt <i>et al.</i> (2000).	Três experimentos laboratoriais comparando decisões individuais e em grupo quanto à preferência por informações de apoio. O terceiro incluiu gestores e analisou confiança e comprometimento como mediadores.	Grupos homogêneos exibem viés mais forte, ao reforçar mutuamente a confiança e o comprometimento com decisões prévias. Grupos heterogêneos reduzem o viés ao incluir perspectivas divergentes.

Fonte: elaboração própria (2025).

ANÁLISE DOS ARTIGOS

A análise dos 22 artigos científicos listados no Quadro 1 revela um corpo reduzido, mas robusto de evidências empíricas sobre os mecanismos, os amplificadores, as consequências e as estratégias de mitigação do VC. Os dados foram categorizados pelo delineamento metodológico, caracterização da amostra, eixos temáticos, categorização dos resultados, áreas do conhecimento e estratégias para mitigação do VC no CIH.

Delineamento metodológico

Embora o foco de aplicação concentre-se na *web* e em mídia social, a distribuição dos estudos revela um equilíbrio entre estudos controlados e de campo, com leve predominância dos primeiros. Essa distribuição equitativa sugere uma estratégia de duas frentes:

Estudos de laboratório/simulados (12 artigos): empregados para garantir validade interna e estabelecer causalidade, isolando variáveis para entender os mecanismos cognitivos do viés. Conforme Zhao; Fu; Chen (2020), a pesquisa experimental é adequada para demonstrar a existência de relações de causa e efeito entre variáveis de interesse. As abordagens incluem: (i) tarefas cognitivas (tarefa de seleção de Wason adaptada; tarefa perceptiva de escolha forçada); (ii) experimentos de laboratório de busca e decisão (busca sequencial versus simultânea, ambiente de lista fixa/fontes pré-selecionadas, experimentos com grupos); (iii) simulação e modelagem computacional (modelo de rede cibernética DeGroot-Friedkin modificado); e (iv) cenários profissionais simulados/Painéis de Exibição de Informações (IDB).

Estudos on-line/de campo (10 artigos): destinam-se a testar a validade externa em contextos sociais complexos, mensurar impactos socioeducativos e avaliar intervenções de *design* e mitigação. Jonas *et al.* (2001) argumentam que a busca sequencial é essencial por ser mais fiel à realidade cognitiva da tomada de decisão, diferentemente dos modelos estáticos. Por sua vez, autores como Knobloch-Westerwick *et al.* (2015) e Park *et al.* (2013) destacam a importância de estudos de campo e contextos on-line complexos para garantir a generalização dos achados. Esses estudos podem ser categorizados em quatro eixos: (i) mitigação/*nudges* (intervenções de *design/nudges*, rótulos de postura previstos por inteligência artificial para aumentar a diversidade de consumo e evitar efeito rebote, *tags* sociais como “empurrões” implícitos); (ii) comportamento digital e câmaras de eco/plataformas (estudo de caso do TikTok/câmaras de eco/bolhas de filtro) e experimento de campo em fóruns de ações (superconfiança e a negociação excessiva); (iii) assimetria política e busca espacial (tendências espaciais de busca na *web* para prever opiniões climáticas partidárias; estudos comparativos on-line sobre busca política) e (iv) contextos de aplicação específicos: *bookmarking* social (viés e a polarização) e saúde (busca parental sobre vacinação).

Caracterização da amostra

A literatura sobre VC e CIH combina abordagens que priorizam tanto a escala (big data) quanto o controle causal (laboratório/profissionais). Nesse sentido, Rieger *et al.* (2024) sublinham o papel da amostra na robustez estatística e no teste de hipóteses, enquanto Zhao, Fu e Chen (2020) discutem a generalização dos resultados como uma das possíveis limitações à validade externa. Três grupos principais de amostras emergem:

Usuários da *web* e público geral: foco em validade externa. O maior volume de dados concentra-se em ambientes digitais. Subgrupos: (i) público em geral/on-line (inclui 22.416 norte-americanos em dados agregados de busca; 1811 participantes expostos a Painéis de Exibição de Informações (IDB); 502 investidores reais sul-coreanos; e outras centenas em experimentos de larga escala); (ii) saúde (inclui 480 pais e 80 estudantes chineses).

Profissionais e especialistas: foco na aplicação da decisão. Amostras menores, porém de alto valor ecológico, testando o VC em cenários com consequências financeiras ou éticas. Pode-se dividir o grupo em tributários (inclui 142 tributaristas e 82 profissionais da área tributária) e acadêmicos (estudantes de direito e de mestrado em contabilidade).

Estudos cognitivos puros e modelagem: foco em mecanismos. Amostras pequenas com alta precisão de medida. Podem ser subdivididos em cognitivo/perceptivo: amostras pequenas (46 participantes em 2 experimentos, com rastreamento ocular e tarefas perceptivas) e modelagem (estudo de Mao; Bolouki; Akyol, 2020), com simulação numérica.

Em termos temporais, entre 2000 e 2025 prevalecem experimentos laboratoriais ou on-line, com amostras entre 30 e 300 participantes, normalmente recrutados em contextos acadêmicos ou de painel on-line. Essa tradição favorece o controle de variáveis cognitivas e comportamentais, o que é útil para isolar os mecanismos de VC, mas limita a generalização para contextos sociais mais amplos. A partir de 2019, observa-se um deslocamento para amostras maiores e mais naturalisticamente observadas.

Eixos temáticos

A relação CIH/VC é transversal e aplicada, não havendo um único domínio predominante. Verifica-se que o corpo da pesquisa demonstra prioridade em três eixos de alto risco, nos quais o VC tem consequências instrumentais, financeiras, éticas ou de saúde pública significativas. Esses eixos são:

Racionalidade instrumental (25% — tributária e financeira): a maior concentração temática centra-se em domínios profissionais e econômicos, nos quais o VC tem consequências diretas na avaliação de risco e em recomendações, por exemplo, decisões de investimento e pesquisa tributária. Essa prioridade justifica o foco da pesquisa em estratégias de racionalidade e no desenho de ferramentas de mitigação.

Risco sociopolítico (40% — política, clima, saúde): as pesquisas são direcionadas para áreas de alto impacto público, como a saúde (20%) e a política/clima (20%), cuja concentração reflete a preocupação da literatura em combater a polarização e a desinformação em temas cruciais.

Mecanismos e novos contextos (35% — cognição e mídia social): O restante das pesquisas busca entender o mecanismo do VC (Psicologia Cognitiva e Experimental, 20%) e explorar os novos canais de amplificação (Educação e mídia social, 15%).

Categorização dos resultados

Os resultados foram organizados em quatro categorias distintas, que abordam os mecanismos e fases do VC, os amplificadores e fatores de riscos, as consequências e impactos e as estratégias de mitigação.

Mecanismos e fases do VC (causalidade e cognição):

- O VC é deflagrado e intensificado pela busca ativa de informações; o efeito desaparece quando a evidência é controlada externamente (Kaanders *et al.*, 2022).
- O VC manifesta-se principalmente na busca de informações, sendo menos evidente na memória (Vedejová; Čavojová, 2022).
- A busca sequencial amplifica o comprometimento com a decisão prévia (Jonas *et al.*, 2001).
- Confirmações não informativas elevam a confiança do participante no julgamento final (Jones; Sugden, 2001).

Amplificadores e fatores de risco (motivação e contexto):

- Alto grau de confiança/força de opinião, pensamento de baixo esforço e fortes convicções políticas (Boonprakong *et al.*, 2025).
- Conhecimento percebido (Park *et al.*, 2013; Wheeler; Arunachalam, 2008).
- Letramento em saúde não previne o VC (Meppelink *et al.*, 2019), embora níveis altos se associem a buscas mais críticas (Suzuki; Yamamoto, 2021).
- Grupos homogêneos exibem viés mais forte mediado por maior nível de confiança e comprometimento (Schulz-Hardt *et al.*, 2000).

Consequências e impactos (decisões subótimas e polarização)

- Superconfiança, negociação excessiva e expectativas infladas em investidores (Park *et al.*, 2013); viés em profissionais tributários leva a recomendações mais agressivas (Wheeler; Arunachalam, 2008).
- Câmaras de eco e polarização persistente em redes cibernéticas (Mao; Bolouki; Akyol, 2020; Varmazyar, Cardama, 2023).

Estratégias de mitigação (*nudges* e intervenções de processo):

- Redução de expressões polarizadoras e integração de mecanismos de letramento midiático (Boonprakong *et al.*, 2025).
- Alertas e rótulos de postura como mecanismos de orientação do usuário (Rieger *et al.*, 2024; Cau; Tintarev, 2024).
- Letramento digital e pensamento crítico como bases de discernimento da informação (Rieger *et al.*, 2024).
- Vigilância crítica de usuários e desenvolvedores em ambientes digitais (Varmazyar; Cardama, 2023).
- Design de sistemas orientados para busca crítica de informações (Suzuki; Yamamoto, 2021).
- Segmentação e *design* informacional voltados a usuários com menor rigidez atitudinal (Lallement *et al.*, 2020).

- Estratégias de comunicação pública para qualificar o consumo de informação (Meppelink *et al.*, 2019).
- Requisitos de justificativa/responsabilização em contextos profissionais (Misra *et al.*, 2019; Wheeler; Arunachalam, 2008).
- Ambientes colaborativos e socialmente estimulantes como favorecedores da busca diversificada (Kopeinik *et al.*, 2019).
- Exposição estruturada a informações desafiadoras para redução do extremismo (Knobloch-Westernwick *et al.*, 2015).
- *Tags* desafiadoras como mecanismo de enfrentamento de crenças prévias (Schweiger; Oeberst; Cress, 2014).
- Formação acadêmica (Direito versus Contabilidade) e ambientes colaborativos como bases para o raciocínio crítico (Cloyd; Spilker, 2000).

Áreas do conhecimento

A dispersão das publicações por múltiplas áreas do conhecimento evidencia o caráter intrinsecamente interdisciplinar do objeto de estudo, situado na convergência entre o CIH e o VC. A distribuição quantitativa das publicações por área encontra-se detalhada no Quadro 2, ordenada de forma decrescente.

Quadro 2 – Distribuição dos artigos analisados por área de conhecimento e fonte de publicação

Área de publicação	Quant.	Títulos dos periódicos
Economia/Negócios/ Contabilidade	6	<i>Journal of Retailing and Consumer Services; Journal of Indonesian Economy and Business; Information Systems Research; Behavioral Research in Accounting; Theory and Decision; Journal of the American Taxation Association.</i>
Psicologia/Ciências Cognitivas	5	<i>Elife; Thinking & Reasoning; Frontiers in Psychology; Journal of Personality and Social Psychology (2).</i>
Computação/Engenharia de redes/Tecnologias de Informação e Comunicação	4	<i>CHI Conference on Human Factors in Computing Systems; ECIR Advances in Information Retrieval; ACM Transactions on the Web; IEEE Transactions on Network Science and Engineering.</i>
Ciência da Informação/Gestão da Informação	2	<i>Revista EDICIC; Information Processing & Management</i>
Ciências da Vida/Medicina	2	<i>Journal of Medical Internet Research; Journal of Health Communication.</i>
Ciências Sociais	1	<i>Social Science Computer Review.</i>
Educação	1	<i>European Conference on Technology Enhanced Learning.</i>
Comunicação	1	<i>Journal of Communication.</i>

Fonte: elaboração própria (2025).

A leitura dos dados permite identificar três grandes dinâmicas fundamentais que caracterizam o estado da arte na interface entre CIH e VC. Inicialmente, destaca-se a escassez de publicações que integram os temas, evidenciando que a articulação entre os domínios cognitivo e informacional ainda é incipiente, apesar de sua evidente

complementariedade teórica. Embora esses temas sejam investigados em seus respectivos campos, a literatura raramente explora como o VC molda estruturalmente o comportamento de busca, uso e compartilhamento da informação. Ao aprofundar a análise nas áreas predominantes, pode-se observar três padrões:

A primazia da Racionalidade Econômica e Cognitiva: a liderança conjunta dessas duas áreas, com 11 artigos, revela que o VC é investigado, sobretudo, sob a ótica da tomada de decisão. Enquanto a Psicologia o define como um traço estrutural da mente humana (Nickerson, 1998), as áreas de Negócios centram-se nas consequências financeiras desse traço. Isso confirma a visão de Kahneman (2012) sobre a tendência do sistema cognitivo em economizar energia, o que em contextos tributários ou de investimentos gera prejuízos mensuráveis.

A ascensão da dimensão tecnológica: a presença de estudos na área de Computação e sistemas aponta para uma mudança, na qual o VC deixou de ser um problema mental para se tornar um desafio de engenharia. Estudos como os de Rieger *et al.* (2024), Cau e Tintarev (2024), bem como Boonprakong *et al.* (2025), dentre outros, indicam que a arquitetura dos sistemas de busca de informação pode amplificar ou mitigar esses vieses.

A lacuna na Ciência da Informação: com apenas dois artigos publicados, há um descompasso entre a literatura e as pesquisas. Embora o conceito de CIH (Wilson, 2000) englobe intrinsecamente os processos cognitivos de busca e uso, a área ainda produz pouco sobre como intervir nesses mecanismos. Essa lacuna representa, portanto, uma oportunidade urgente para que a área assuma o protagonismo na proposição de letramentos que integrem o desenvolvimento de competências em informação à regulação cognitiva.

Em síntese, o conjunto de 22 artigos revela um campo investigativo que equilibra o rigor experimental e a validade de campo, abrangendo amostras diversificadas. A análise das áreas de publicação evidencia uma concentração relativa na Economia e na Psicologia, com foco na tomada de decisão, em comparação à produção ainda restrita da Ciência da Informação. Tematicamente, a literatura prioriza domínios onde o erro gera consequências graves, com destaque para o risco sociopolítico, que envolve a polarização, o clima e a saúde. Os resultados confirmam que o VC atua como mecanismo estrutural do CIH, sendo acionado pela busca ativa de informação (Kaanders *et al.*, 2022), processo que intensifica o comprometimento e a polarização (Jonas *et al.*, 2001; Mao; Bolouki; Akyol, 2020) e é amplificado por *designs* de plataformas (Varmazyar; Cardama, 2023). As consequências são críticas nos eixos de alto risco: decisões subótimas em finanças (Park *et al.*, 2013) e polarização persistente em redes cibernéticas (Mao; Bolouki; Akyol, 2020). Por fim, embora as estratégias de mitigação identificadas centrem-se em intervenções técnicas pontuais (Rieger *et al.*, 2024; Cau; Tintarev, 2024), as evidências sinalizam que o enfrentamento sistêmico reside na capacidade de buscar e usar a informação de forma eficaz e eficiente, com pensamento crítico. O desafio é transformar esse potencial cognitivo em prática social, usando o desenvolvimento de competências críticas integradas como base para sistemas de informação orientados para uma racionalidade informacional mais robusta.

Perspectivas para o enfrentamento sistêmico do VC

Os artigos analisados apontam diversas táticas para mitigar vieses, tais como: diminuir o uso de termos polarizadores, empregar alertas e rótulos de posicionamento, manter a vigilância crítica (por parte de usuários e desenvolvedores), segmentar e aprimorar o *design* informacional. Adicionalmente, destacam-se: estratégias de comunicação pública, exigências de justificação e responsabilização, a criação de ambientes que estimulem a colaboração e o convívio social, a exposição a dados que questionem as convicções existentes e a utilização de *tags* desafiadoras. Essas estratégias são importantes para resolver questões imediatas, em especial para indivíduos sem formação específica para lidar eficaz e eficientemente com a informação e que, frequentemente, agem com baixa criticidade. Por sua vez, as estratégias menos citadas foram aquelas de longo prazo, que investem no desenvolvimento do pensamento crítico e letramento digital (Rieger *et al.*, 2024), bem como no letramento midiático (Boonprakong *et al.*, 2025). Embora distintas, as estratégias pontuais e formativas são complementares.

Considerando que o VC manifesta-se principalmente na busca de informações, sendo menos evidente na memória (Vedejová; Čavojevová, 2022), essa etapa deve ser o foco prioritário das estratégias de mitigação. Nesse sentido, propõe-se superar a abordagem restrita aos letramentos digital e midiático, citados por Boonprakong *et al.* (2025) e Rieger *et al.* (2024), em favor de uma perspectiva estrutural baseada na integração de múltiplos domínios: o letramento científico, o letramento informacional e o letramento cognitivo. Embora Howell e Brossard (2021) considerem que o letramento científico deve abranger os demais, a proposta desse estudo é que esses três eixos possuem igual relevância e devem ser desenvolvidos integradamente, constituindo o que se denomina aqui letramento informacional-científico-cognitivo.

O letramento informacional refere-se ao desenvolvimento de habilidades reflexivas, metacognitivas e éticas que permitem ao indivíduo lidar com a informação de maneira competente e autônoma para tomar decisões ou solucionar problemas. Envolve, pois, um conjunto de aprendizagens, que inclui conhecimentos, procedimentos, atitudes e valores, que orientam o acesso, a análise crítica, o uso e o compartilhamento de informações (Gasque, 2025).

O letramento científico, conforme definido pela matriz de ciências do PISA 2025, transcende a compreensão de fenômenos e a análise de dados. Ele envolve a aplicação do conhecimento científico para embasar decisões e a participação informada em debates sociais, além do desenvolvimento de uma atitude de valorização da ciência. Abrange os conhecimentos conceituais, procedimentais e epistêmicos, bem como as dimensões de identidade, engajamento e agência científica. A matriz também enfatiza a necessidade de formar indivíduos para agir em contextos complexos do Antropoceno, capazes de responder a desafios ambientais, tecnológicos e sociais mediante uso crítico de evidências (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico, 2025).

Por sua vez, o letramento cognitivo, intrinsecamente vinculado à metacognição, diz respeito à capacidade de reconhecer os próprios vieses e monitorar os processos de raciocínio durante a avaliação e uso de informações (Howell; Brossard, 2021). Sobre essa questão, Gasque (2017) afirma que ao buscar e utilizar informações, o indivíduo precisa compreender o que se faz, como faz e por que realiza tais atividades. Isso implica mobilizar saberes específicos para a) reconhecer o que se sabe e o quanto se sabe sobre as próprias necessidades e os processos de acesso, busca e comunicação da informação; b) identificar

lacunas de conhecimento, considerando conhecimentos prévios, objetivos, expectativas e aspectos afetivos; e c) compreender a utilidade das estratégias adotadas para aprimorar o próprio processo de aprendizado.

O letramento informacional-científico-cognitivo constitui, portanto, uma base teórica essencial para os indivíduos aprenderem a buscar, avaliar, interpretar e utilizar informações, de maneira ética, fundamentada e baseada em evidências em contextos acadêmicos, profissionais e sociais. A articulação desses três domínios fortalece a capacidade de raciocinar com base em evidências, reduzindo a vulnerabilidade, as distorções cognitivas, a desinformação e as explicações pseudocientíficas. Em última análise, essa integração potencializa a aprendizagem ao longo da vida, estimulando a autonomia intelectual, a compreensão dos problemas complexos e a participação qualificada nos debates públicos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivos: (i) identificar artigos que abordem simultaneamente o CIH e o VC; (ii) analisar os artigos quanto ao delineamento metodológico, à caracterização da amostra, aos eixos temáticos, à caracterização dos resultados, às áreas do conhecimento e às estratégias de mitigação; e (iii) discutir perspectivas para o enfrentamento sistêmico desse viés. O conceito de CIH, que abrange todas as ações relacionadas à interação com as fontes e os canais de informação, apresenta uma trajetória de amadurecimento epistemológico e metodológico desde meados do século XX. Essa evolução resultou, sobretudo a partir dos anos 2000, em abordagens integradas, alinhadas ao paradigma da complexidade, que propõem analisar o indivíduo de forma ampla e dinâmica. Essa perspectiva exige compreender o sujeito recorrendo aos aportes das ciências cognitivas e comportamentais para explicar as múltiplas decisões envolvidas na busca, avaliação e no uso da informação.

O VC é definido como a tendência não intencional de buscar, interpretar e lembrar informações de modo coerente com as crenças e hipóteses prévias. Essa inclinação é fortalecida pela relevância pessoal do tema e atenuada pelo distanciamento emocional. Na prática, conduz à supervalorização de evidências favoráveis e à subestimação de alternativas, afetando decisões cotidianas e científicas.

A análise dos artigos contemplou seis dimensões: delineamento metodológico, caracterização da amostra, eixos temáticos, caracterização dos resultados, áreas do conhecimento e estratégias de mitigação. Observou-se um equilíbrio entre estudos de laboratório e de campo, com amostras que variam de estudantes a investidores financeiros. A quantidade total de artigos publicados sobre o assunto ainda é escassa. Um achado relevante foi a concentração de pesquisas nas áreas de Economia e Psicologia, focadas na tomada de decisão, e uma produção ainda incipiente da Ciência da Informação, o que evidencia uma lacuna teórica importante a ser preenchida.

Os resultados confirmam que o VC atua como um mecanismo estrutural do CIH. Ele é deflagrado pela busca ativa da informação, intensificado por crenças prévias e amplificado por câmaras de eco e algoritmos de recomendação. As consequências mapeadas são críticas, gerando desde prejuízos financeiros até riscos à saúde pública e polarização social.

Em relação às perspectivas para o enfrentamento sistêmico desse viés, observa-se que embora algumas pesquisas demonstrem estratégias pontuais de mitigação, o aspecto mais relevante consiste no desenvolvimento do pensamento crítico articulado ao letramento informacional-científico-cognitivo. Essa integração constitui um referencial robusto para formar indivíduos capazes de buscar, interpretar e usar informações de forma ética, crítica e

baseada em evidências. Isso reduz a vulnerabilidade a vieses cognitivos, à desinformação e a explicações pseudocientíficas, além de promover autonomia intelectual e participação informada em ambientes digitais e sociais.

REFERÊNCIAS

ARONSON, Elliot; ARONSON, Joshua. **O animal social**. São Paulo: Goya, 2023.

ARONSON, Elliot; WILSON, Timothy D.; AKERT, Robin M. **Psicologia Social**. 3. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2011.

BOONPRAKONG, Nattapat *et al.* Assessing susceptibility factors of confirmation bias in news feed reading. In: YAMASHITA, N. *et al.* (org.). **CHI 2025—Proceedings of the 2025 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems**. New York: ACM, 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.1145/3706598.3713873>. Acesso em: 17 out. 2025.

CAU, Federico Maria; TINTAREV, Nava. Navigating the Thin Line: Examining User Behavior in Search to Detect Engagement and Backfire Effects. In: GOHARIAN, N. *et al.* (eds.). **Advances in Information Retrieval**. ECIR 2024. Cham: Springer, 2024. p. 396-410. (Lecture Notes in Computer Science, v. 14611). Disponível em: [10.1007/978-3-031-56066-8_30](https://doi.org/10.1007/978-3-031-56066-8_30). Acesso em: 17 out. 2025.

CLOYD, C. Bryan; SPILKER, Brian C. Confirmation bias in tax information search: a comparison of law students and accounting students. **Journal of the American Taxation Association**, v. 22, n. 2, p. 60–71, set. 2000. Disponível em: <https://doi.org/10.2308/jata.2000.22.2.60>. Acesso em: 17 out. 2025.

CORDEIRO, Alexander Magno *et al.* Revisão sistemática: uma revisão narrativa. **Revista do Colégio Brasileiro de Cirurgiões**, Rio de Janeiro, v. 34, n. 6, p. 428-431, nov./dez. 2007. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0100-69912007000600012>. Acesso em: 5 set. 2025.

FESTINGER, L. **A theory of cognitive dissonance**. Stanford: Stanford University Press, 1957.

FRIEDRICH, J. Primary error detection and minimization (PEDMIN) strategies in social cognition: a reinterpretation of confirmation bias phenomena. **Psychological Review**, v. 100, n.2, 298–319, 1993. Disponível em: <https://doi.org/10.1037/0033-295X.100.2.298>. Acesso em: 8 set. 2025.

GASQUE, Kelley Cristine Gonçalves Dias; COSTA, Sely M. S. Evolução teórico-metodológica dos estudos de usuários. **Ciência da Informação**, v.39, n.1, p. 21-32, jan/abr, 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0100-19652010000100002>. Acesso em: 8 set. 2025.

GASQUE, Kelley Cristine Gonçalves Dias. Metacognição no processo de letramento informacional. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, v. 13, p. 177-195, 2017. Disponível em: <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/655>. Acesso em: 4 ago. 2025.

GASQUE, Kelley Cristine Gonçalves Dias. A Base Nacional Comum Curricular e a implementação do letramento informacional no currículo do Ensino Fundamental. **Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Florianópolis, v. 30, p. e99215, 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.5007/1518-2924.2025.e99215>. Acesso em: 15 out. 2025.

HARMON-JONES, Eddie, HARMON-JONES, Cindy, LEVY, N. An Action-Based Model of Cognitive-Dissonance Processes. **Current Directions in Psychological Science**, v. 24, n.3, p. 184 - 189, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0963721414566>. Acesso em: 12 out. 2025.

HOWELL, Emily L.; BROSSARD, Dominique. (Mis) informed about what? What it means to be a science-literate citizen in a digital world. **Proceedings of the National Academy of Sciences**, v. 118, n. 15, p. e1912436117, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1073/pnas.1912436117>. Acesso em: 20 nov. 2025.

HUVILA, Isto; GORICHANAZ, Tim. Trends in information behavior research, 2016–2022: an Annual Review of Information Science and Technology (ARIST) paper. **Journal of the Association for Information Science and Technology**, v. 76, n. 1, p. 216–237, 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.1002/asi.24943>. Acesso em: 20 nov. 2025.

Jl, Kaixin *et al.* Characterizing information seeking processes with multiple physiological signals. In: Proceedings of the 47th International ACM SIGIR **Conference on Research and Development in Information Retrieval**. 2024. p. 1006-1017. Disponível em: <https://doi.org/10.48550/arXiv.2405.00322>. Acesso em: 30 nov. 2025.

JONAS, Eva *et al.* Confirmation bias in sequential information search after preliminary decisions: an expansion of dissonance theoretical research on selective exposure to information. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 80, n. 4, p. 557–571, 2001. Disponível em: <https://doi.org/10.1037//0022-3514.80.4.557>. Acesso em: 20 out. 2025.

JONES, Martin.; SUGDEN, Robert. Positive confirmation bias in the acquisition of information. **Theory and Decision**, v. 50, p. 59–99, feb. 2001. Disponível em: <https://doi.org/10.1023/A:1005296023424>. Acesso em: 3 set. 2025.

KAHNEMAN, Daniel; TVERSKY, Amos. Subjective probability: A judgment of representativeness. **Cognitive psychology**, v. 3, n. 3, p. 430-454, 1972. Disponível em: [https://doi.org/10.1016/0010-0285\(72\)90016-3](https://doi.org/10.1016/0010-0285(72)90016-3). Acesso em: 6 set. 2025.

KAHNEMAN, Daniel. **Rápido e devagar**: duas formas de pensar. Rio de Janeiro: Objetiva 2012.

KAANDERS, Paula *et al.* Humans actively sample evidence to support prior beliefs. **Elife**, v. 11, p. e71768, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.7554/eLife.71768>. Acesso em: 6 nov. 2025.

KLAYMAN, Joshua., HA, Young-Won. Confirmation, disconfirmation, and information in hypothesis testing. **Psychological Review**, v. 94, n. 2, p. 211-228, 1987. Disponível em: 10.1037/0033-295X.94.2.211. Acesso em: 6 set. 2025.

KNOBLOCH-WESTERWICK, Silvia *et al.* Political Online Information Searching in Germany and the United States: Confirmation Bias, Source Credibility, and Attitude Impacts. **Journal of Communication**, v. 65, n. 3, p. 489–511, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/jcom.12154>. Acesso em: 10 set. 2025.

KOPEINIK, Simone *et al.* A real-life school study of confirmation bias and polarisation in information behaviour. In: **European Conference on Technology Enhanced Learning**.

Cham: Springer International Publishing, 2019. p. 409-422. Disponível em: https://doi.org/10.1007/978-3-030-29736-7_31. Acesso em: 10 nov. 2025.

KRIZAN, Zlatan; WINDSCHITL, Paul. The Influence of Outcome Desirability on Optimism. **Psychological bulletin**, v. 133, p. 95-121, 2007. Disponível em: <https://doi.org/10.1037/0033-2909.133.1.95>. Acesso em: 20 nov. 2025.

LALLEMENT, Jeanne *et al.* The interaction between reputation and information search: Evidence of information avoidance and confirmation bias. **Journal of Retailing and Consumer Services**, v. 53, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.03.014>. Acesso em: 6 set. 2025.

MAO, Yabing.; BOLOUKI, Sadegh.; AKYOL, Emrah. Dissemination of information with confirmation bias in cyber-social networks. **IEEE Transactions on Network Science and Engineering**, v. 7, n. 2, p. 688–700, abr./jun. 2020. Disponível em: [10.1109/TNSE.2018.2878377](https://doi.org/10.1109/TNSE.2018.2878377). Acesso em: 16 out. 2025.

MATLIN, Margaret W., STANG, David J. **The Pollyanna principle**: selectivity in language, memory and thought. Cambridge, MA: Schenkman Publishing Company, 1978.

MEPPELINK, Corine S. *et al.* “I was right about vaccination”: Confirmation bias and health literacy in online health information seeking. **Journal of health communication**, v. 24, n. 2, p. 129-140, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/10810730.2019.1583701>. Acesso em: 19 out. 2025.

METZGER, Miriam J.; FLANAGIN, Andrew J.; MEDDERS, Ryan B. Social and heuristic approaches to credibility evaluation online. **Journal of Communication**, v.60, p. 413-439, 2010. Disponível em: [10.1111 / j.1460-2466.2010.01488.x](https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2010.01488.x). Acesso em: 10 set. 2025.

MISRA, Fauzan *et al.* Accountability pressure as debiaser for confirmation bias in information search and tax consultant’s recommendations. **Journal of Indonesian Economy and Business**, Yogyakarta, v. 34, n. 1, p. 82-100, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.22146/jieb.40019>. Acesso em: 27 set. 2025.

NAVARRO, Daniel J.; PERFORNS, Amy F. Hypothesis generation, sparse categories, and the positive test strategy. **Psychological review**, v. 118, n. 1, p. 120, 2011. Disponível em: <https://doi.org/10.1037/a0021110>. Acesso em: 10 set. 2025.

NICKERSON, Raymond. Confirmation Bias: a ubiquitous phenomenon in many guises. **Review of General Psychology**, n. 2, n. 2, p. 175-220, 1998. Disponível em: <https://doi.org/10.1037/1089-2680.2.2.175>. Acesso em: 19 ago. 2025.

ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OCDE). **Matriz de Ciências do PISA 2025**. Paris: OCDE, [2023]. Disponível em: https://pisa-framework.oecd.org/science-2025/bra_por/. Acesso em: 02 dez. 2025.

PARK, JaeHong *et al.* Information valuation and confirmation bias in virtual communities: Evidence from stock message boards. **Information Systems Research**, v. 24, n. 4, p. 1050-1067, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.1287/isre.2013.0492>. Acesso em: 10 set. 2025.

RIEGER, Alisa *et al.* Nudges to mitigate confirmation bias during web search on debated topics: Support vs. manipulation. **ACM Transactions on the Web**, v. 18, n. 2, p. 1-27, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.1145/3635034>. Acesso em: 16 out. 2025.

ROLLWAGE, Max; FLEMING, Stephen M. Confirmation bias is adaptive when coupled with efficient metacognition. **Philosophical Transactions of the Royal Society B**, v. 376, n. 1822, p. 20200131, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1098/rstb.2020.0131>. Acesso em: 20 nov. 2025.

SCHULZ-HARDT, Stefan *et al.* Biased information search in group decision making. **Journal of personality and social psychology**, v. 78, n. 4, p. 655, 2000. Disponível em: 10.1037/0022-3514.78.4.655. Acesso em: 20 nov. 2025.

SCHWEIGER, Stefan; OEBERST, Aileen; CRESS, Ulrike. Confirmation bias in web-based search: a randomized online study on the effects of expert information and social tags on information search and evaluation. **Journal of Medical Internet Research**, v. 16, n. 3, p. e94, 2014. Disponível em: 10.2196/jmir.3044. Acesso em: 10 set. 2025.

SIMON, Herbert. A behavioral model of rational choice. **Quarterly Journal of Economics**, v. 69, n. 1, p. 99-118, 1955. Disponível em: <https://doi.org/10.2307/1884852>. Acesso em: 02 out. 2025.

SUZUKI, Masaki; YAMAMOTO, Yusuke. Characterizing the influence of confirmation bias on web search behavior. **Frontiers in psychology**, v. 12, p. 771948, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.771948>. Acesso em: 16 out. 2025.

VARMAZYAR, Reza; CARDAMA, Sara Martínez. Stereotyped-information behavior caused by social media: a case study of tiktok. **Revista EDICIC**, v. 3, n. 3, p. 1-20, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.62758/re.v3i3.235>. Acesso em: 10 set. 2025.

VEDEJOVÁ, Dása; ČAVOJOVÁ, Vladimira. Confirmation bias in information search, interpretation, and memory recall: evidence from reasoning about four controversial topics. **Thinking & Reasoning**, v. 28, n. 1, p. 1–28, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/13546783.2021.1891967>. Acesso em: 16 out. 2025.

WANG, Yifei; JAIDKA, Kokil. Confirmation bias in seeking climate information: Employing relative search volume to predict partisan climate opinions. **Social Science Computer Review**, v. 42, n. 1, p. 4-24, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/08944393231160963>. Acesso em: 02 out. 2025.

WASON, Peter C. Reasoning. In: FOSS, B. **New horizons in psychology**. Harmondsworth, UK: Penguin, 1966, p. 135–151.

WHEELER, Patrick R.; ARUNACHALAM, Vairam. The effects of decision aid design on the information search strategies and confirmation bias of tax professionals. **Behavioral Research in Accounting**, v. 20, n. 1, p. 131–145, jan. 2008. Disponível em: <https://doi.org/10.2308/bria.2008.20.1.131>. Acesso em: 20 nov. 2025.

WILSON, Thomas D. Human information behavior. **Informing Science**, v.3, n.2, 2000. Disponível em: 10.28945/576. Acesso em: 20 nov. 2025.

ZHAO, Haiping; FU, Shaoxiong; CHEN, Xiaoyu. Promoting users' intention to share online health articles on social media: The role of confirmation bias. **Information Processing & Management**, v. 57, n. 6, p. 102354, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2020.102354>. Acesso em: 02 out. 2025.

Declaração de contribuição dos autores: autoria única.

Declaração de conflito de interesse: não há conflito de interesse.

Declaração de disponibilidade de dados da pesquisa

Todo o conjunto de dados de apoio aos resultados desse estudo foi publicado no próprio artigo.

Declaração de Uso de Inteligência Artificial

Durante a elaboração deste manuscrito, a autora utilizou ferramentas de inteligência artificial para auxílio em etapas específicas de pesquisa e revisão, conforme detalhado abaixo:

- **ChatGPT (OpenAI) e Google Gemini:** utilizados para apoio na revisão textual, aprimoramento da fluidez e refinamento da tradução do *abstract*.
- **SciSpace:** utilizado como ferramenta de apoio na busca, descoberta e seleção de artigos científicos pertinentes ao tema.
- **LanguageTool:** utilizado para verificação ortográfica e correção gramatical.

A autora declara que revisou e editou minuciosamente todo o conteúdo gerado ou sugerido por estas ferramentas. A concepção do estudo, a análise crítica dos dados, a estruturação dos argumentos e as conclusões apresentadas são de autoria intelectual humana e original. A autora assume integral responsabilidade pela veracidade, integridade e originalidade do conteúdo final do manuscrito.

Este preprint foi submetido sob as seguintes condições:

- Os autores declaram que os necessários Termos de Consentimento Livre e Esclarecido de participantes ou pacientes na pesquisa foram obtidos e estão descritos no manuscrito, quando aplicável.
- Os autores declaram que a elaboração do manuscrito seguiu as normas éticas de comunicação científica.
- Os autores declaram que estão cientes que são os únicos responsáveis pelo conteúdo do preprint e que o depósito no SciELO Preprints não significa nenhum compromisso de parte do SciELO, exceto sua preservação e disseminação.
- Os autores declaram que os dados, aplicativos e outros conteúdos subjacentes ao manuscrito estão referenciados.
- O manuscrito depositado está no formato PDF.
- Os autores declaram que a pesquisa que deu origem ao manuscrito seguiu as boas práticas éticas e que as necessárias aprovações de comitês de ética de pesquisa, quando aplicável, estão descritas no manuscrito.
- Os autores declaram que uma vez que um manuscrito é postado no servidor SciELO Preprints, o mesmo só poderá ser retirado mediante pedido à Secretaria Editorial do SciELO Preprints, que afixará um aviso de retratação no seu lugar.
- Os autores concordam que o manuscrito aprovado será disponibilizado sob licença [Creative Commons CC-BY](#).
- O autor submissor declara que as contribuições de todos os autores e declaração de conflito de interesses estão incluídas de maneira explícita e em seções específicas do manuscrito.
- Os autores declaram que o manuscrito não foi depositado e/ou disponibilizado previamente em outro servidor de preprints ou publicado em um periódico.
- Caso o manuscrito esteja em processo de avaliação ou sendo preparado para publicação mas ainda não publicado por um periódico, os autores declaram que receberam autorização do periódico para realizar este depósito.
- O autor submissor declara que todos os autores do manuscrito concordam com a submissão ao SciELO Preprints.