RUFANDO BOMB NEWS Notícias sem rodeios

Quarta-Feira, 11 de Novembro de 2026

A sobrecarga de informações na tomada de decisões

SANDRO BRANDÃO

Sandro Brandão

Observando o comportamento de minhas filhas ao explorar o menu de dois importantes restaurantes de Cuiabá, percebi um padrão de comportamento muito parecido, considerando que elas possuem personalidades completamente diferentes, bem como signos e graus de paciência também diferentes.

Em um restaurante o menu contém muitos e variados tipos de deliciosas opções a escolher. Já no outro, o menu possui um conjunto bem menor de itens como opção. Como resultado, no primeiro caso, elas demoraram muito tempo para escolher o que elas queriam, no segundo caso a escolha foi bem mais rápida. São crianças que sabem bem o que querem, mas o que percebi foi que realmente uma quantidade excessiva de opções tende a deixar as pessoas com mais dúvidas sobre qual a melhor escolha dentro de um cardápio com tantas boas alternativas.

O elemento chave da discussão é a sobrecarga de informações. Estudos apontam que uma pessoa não tem tempo para explorar todas as opções disponíveis à ela em toda a sua vida. Só o que é gerado de informações novas num período de 24 horas ela precisaria dedicar 1 (um) ano de atenção.

Uma visão desse volume pode ser observada no site Data Never Sleeps que retrata o que acontece em apenas um minuto na internet. Como, por exemplo, em apenas 1 minuto 6,3 milhões de pesquisas são feitas no Google, 41,6 milhões de mensagens são enviadas no WhatsApp, 241 milhões de email são enviados, 455 mil dólares são gastos em compras na Amazon, e por aí vai.

O professor e economista alemão, Herbert Simon, destaca que: “Em um mundo rico em informações, a riqueza de informações significa uma escassez de outra coisa: a escassez de tudo o que a informação consome. E o que a informação consome é bastante óbvio, consome a atenção de seus destinatários”.

Diversos autores ainda destacam que a quantidade de informações disponíveis por um lado aumenta as possibilidades do usuário em consumir conteúdo bem diversificado e, por outro lado, pode gerar uma sobrecarga de informações e tornar a abundância um verdadeiro tormento na vida da pessoa.

De maneira semelhante ao que Simon discute, o psicólogo americano Barry Schwartz, discute em sua obra o paradoxo da escolha e contesta a ideia de que mais opções de escolha geram maior satisfação e acredita que o alto volume de opções está tornando as pessoas menos felizes e mais ansiosas e frustradas, mesmo acreditando que seja interessante exercer nossa liberdade de escolha. O autor contesta o dogma de que com mais escolhas temos mais liberdade, e com mais liberdade temos mais bem-estar. E ainda destaca que o efeito da abundância de informações e opções pode produzir paralisia, em vez de libertação.

Não à toa que muitas plataformas digitais amplamente utilizam, para a entrega de seus serviços, os famosos sistemas de recomendação, como Netflix, para recomendar séries e filmes, Amazon, para recomendar livros,

Facebook, para recomendar amigos, Youtube, para recomendar vídeos, entre outros.

Outro ponto importante, além da disponibilização da informação, é o formato da apresentação do conteúdo. A psicologia, como estudo dos processos mentais e do comportamento humano, tem uma forte relação com a experiência do usuário/cliente para acesso a conteúdos e serviços.

Alguns princípios reforçam essa visão. O efeito de isolamento, ou efeito Von Restorff, por exemplo, está baseado na possibilidade de lembrar pontos de uma tela devido ao destaque de uma determinada forma ou cor. Já o efeito de posição serial faz com que um usuário lembre melhor da primeira e da última informação em uma série. Além disso, a Lei de Hick trata do tempo que o usuário leva para tomar uma decisão, que depende da quantidade de opções dispostas na tela. Outro conceito relevante é o da Carga Cognitiva Intrínseca, que estabelece que as informações devem ser curtas, simples e apresentadas com palavras adequadas, facilitando assim o seguimento das instruções.

São discussões importantes que são tratadas e analisadas como boas práticas no desenho de estruturas de interação (digitais ou não) para o usuário/cliente. É percebido que muitas instituições utilizam técnicas para ofertar a melhor experiência ao usuário, no entanto, há uma oportunidade gigantesca para cada vez mais entenderem seu público e entregarem conteúdos e serviços mais atrativos, personalizados e interativos.

Sandro Brandão *é mestre em Propriedade Intelectual e Inovação, especialista em Transformação Digital e Inovação no setor público, com mais de 20 anos de experiência. Atua na liderança de projetos estratégicos em Mato Grosso, focando na modernização e digitalização dos serviços governamentais.*