

As práticas de interação social e a desinformação no contexto das redes sociais digitais

Social interaction practices and disinformation in the context of digital social medias

Joaquim Fialho

Joaquim Fialho
Professor no Instituto Superior de Gestão (Lisboa) e investigador no CLISSIS; doutor em Sociologia (Universidade Évora).
E-mail: joaquim.fialho@gmail.com

Elaine Dias

Mestre em Gestão, Pesquisa e Desenvolvimento em Saúde, pela Fundação Oswaldo Cruz - Fiocruz. E-mail: elainedias@elainedias.com.br

Valéria Macedo

Doutora em Ciência da Informação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ e pelo Instituto Brasileiro em Informação, Ciência e Tecnologia (IBICT).
E-mail: valeria@macedo.com.br

Resumo

As novas formas de interação social das sociedades desenvolvidas assentam em interações virtuais e são um dos componentes mais importantes na dinâmica das relações sociais entre pessoas, organizações e grupos. Com a finalidade de apresentar um panorama sobre o uso e as apropriações que os indivíduos fazem das redes sociais, foi realizado um estudo de caso único e exploratório, com o objetivo de abordar essas novas configurações sociais com o uso das redes sociais digitais pelos residentes em Portugal. A desinformação nas redes sociais (*misinformation e mal-information*) é sobretudo afetada por três fatores: escolaridade, renda e condição perante o trabalho. Não foi identificada discrepância entre gênero. Como sugestões para trabalhos futuros, indicam-se estudos mais aprofundados sobre os processos de circulação de desinformação nas redes sociais e novos estudos em outros contextos e países, principalmente naqueles com alta intensidade de uso de redes sociais digitais e baixa literacia informacional e digital.

Palavras-chaves: Rede social digital. Interação social. Desinformação.

Abstract

The new forms of social interaction in developed societies are based on virtual interactions and are one of the most important components in the dynamics of social relations between people, organizations and groups. In order to present an overview of the use and appropriations that individuals make of social medias, the present study aims to approach these new social configurations with the use of digital social medias by residents in Portugal.

Three indicators mainly affect social media disinformation (misinformation and mal-information): Education, income and working conditions. No gender discrepancy was identified. As indications for future work, further studies are suggested on the processes of disinformation circulation in social medias and further studies in other contexts and countries, especially in those with high intensity of use of digital social medias and low informational and digital literacy.

Keywords: Digital social medias. Social interaction. Disinformation.

Introdução

O século XXI é o século da transformação digital e da sociedade das redes. As tecnologias da informação e da comunicação amplificaram a comunicação na “aldeia global”, reduziram fronteiras, miscigenaram culturas, potencializaram novas formas de organização da vida econômica, social e cultural, provocando diversidade de impactos singulares na vida em sociedade.

A consolidação desta lógica de hiperconectividade, potencializada pela internet, tem nas redes sociais digitais o principal símbolo da sociedade das redes. As novas formas de interação social assentam em interações virtuais e são um dos componentes mais importantes na dinâmica das relações sociais entre pessoas, organizações e grupos. Através delas são compartilhados valores, expectativas, interesses, por vezes em uma imensidão de fluxos que as tornam realidades muito complexas.

A vida, cada vez mais virtualizada, evidencia o uso das redes sociais digitais e como elas se tornaram parte integrante da vida social dos indivíduos. O número de utilizadores de internet em todo o mundo vem crescendo e segundo o relatório “Digital 2022: Global Overview Report” da DataReportal (2022), o mundo se aproxima de 5 bilhões de usuários de redes digitais que gastam, em média, 7 horas por dia na *web*, sendo 35% do tempo dedicado às redes sociais.

A pandemia da Covid-19 e a necessidade de isolamento físico revelaram uma nova lógica de vida, deixando em evidência o papel central da conectividade, das interações sociais virtuais e competências digitais. A pandemia expôs as

vulnerabilidades do espaço digital, as dificuldades em utilizar todo o potencial do mundo digital, ora por problemas com acesso, ora por falta de competências digitais e, também, o impacto da desinformação na sociedade, evidenciando a importância de se trazer para o centro do debate os domínios das literacias informacionais e digitais dos indivíduos.

A rede internacional First Draft¹, que conta com a participação da pesquisadora Claire Wardle, destaca que a “desinformação é um conteúdo intencionalmente falso que é criado para causar danos, sendo motivada por três fatores distintos: ganhar dinheiro; ter influência política, internacional ou nacional; ou causar problemas por causa disso” (2020, p. 10). Quando a desinformação é compartilhada, muitas vezes, ela se transforma em *misinformation*, ou seja, a pessoa não sabe que é falso e compartilha na sua rede de contatos, acreditando que está ajudando. Segundo Wardle (2020, p. 11), as pessoas querem se sentir conectadas à sua “tribo”, isso pode significar membros do mesmo partido político, pais que não vacinam seus filhos, ativistas preocupados com a mudança climática ou aqueles pertencentes a uma determinada religião, raça ou grupo étnico.

Durante a pandemia, o volume de informação (e desinformação) foi intensificado com a ocorrência de um fenômeno denominado pela Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS) de ‘infodemia’, que se refere ao aumento no volume de informações associadas a um assunto específico, que podem se multiplicar exponencialmente em pouco tempo, devido a um evento específico (OPAS, 2020).

A ‘infodemia’ é amplificada pelas redes sociais e se “alastra mais rapidamente, como um vírus”, segundo Zaracostas (2020). O excesso de informações circulantes dificulta os indivíduos a encontrarem as informações corretas no momento de tomar as decisões. Desta forma, conhecer e compreender a complexidade deste novo quadro de relações sociais virtuais e a multiplicidade de configurações que lhes são inerentes é um dos maiores desafios dos nossos dias.

Os diferentes países têm tido respostas muito diversas à desinformação. No âmbito de um esforço inclusivo e colaborativo, Funke e Flamini (2020) elaboraram um mapa e um resumo do tipo de ação tomada por vários países, desde campanhas

¹First Draft é uma rede internacional, sem fins lucrativos, formada desde 2016, para lutar contra a desinformação on-line. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/>. Acesso em: 10 out. 2021.

de literacia digital, passando por propostas de lei, constituição de grupos de cibersegurança e de acordos entre o governo e as empresas, até bloqueios da internet, monitorização de sites e cobrança de impostos sobre as redes sociais.

Com a finalidade de apresentar um panorama sobre o uso e as apropriações que os indivíduos fazem das redes sociais, o presente estudo tem como objetivo abordar essas novas configurações sociais e o uso das redes sociais digitais pelos residentes em Portugal. O projeto desenvolvido pelo CLISSIS da Universidade Lusíada (Portugal), em parceria com o CRIE/UFRJ (Brasil), foi realizado no segundo semestre de 2021 e teve como base a combinação de métodos quantitativo e qualitativo (*survey* com questionário on-line, entrevistas e *focus group*), com o objetivo de aumentar a amplitude e a profundidade dos dados recolhidos e da análise a desenvolver nas perspectivas das redes sociais e competências digitais em Portugal.

Neste artigo apresentaremos os resultados preliminares desta pesquisa referente ao bloco “redes sociais digitais” (parte da pesquisa com método quantitativo, utilizando-se um questionário com perguntas fechadas) para compreender o impacto das redes sociais digitais em Portugal, seja pela presença no dia a dia ou pelas motivações de uso e partilha, e consumo de informações nas redes sociais.

Este artigo está dividido em quatro seções: a primeira apresenta uma breve apresentação sobre redes sociais digitais e a segunda seção descreve o percurso metodológico da pesquisa. Na terceira seção são apresentados os resultados e a análise da pesquisa quantitativa, permitindo encontrar reflexões e subsidiar as discussões sobre a temática. Na quarta e última seção são apresentadas as considerações finais.

1 As Redes Sociais no ciberespaço

A organização em redes é tão antiga quanto a própria humanidade. De acordo com a evolução cronológica realizada por Fialho (2015), a gênese dos estudos das redes sociais se dá nos anos 1930, com foco nas relações sociais entre pequenos grupos sociais. Neste período, o antropólogo Lloyd Warner e o psicólogo social Elton Mayo, junto com Radcliffe-Brown, “defenderam a tese de que não só existem relações entre pessoas, mas também os grupos de que estas fazem parte articulam-se entre si, em

uma complexa rede de relações, que explica a integração global no sistema social” (FIALHO, 2015, p. 65).

O estudo das redes coloca em evidência o fato de que os indivíduos, dotados de recursos e capacidades propositivas, organizam suas ações nos próprios espaços políticos em função de socializações e mobilizações suscitadas pelo próprio desenvolvimento das redes. Estudar a informação através das redes sociais significa considerar as relações de poder que advêm de uma organização não hierárquica e espontânea.

A visão de mundo em rede tem sido destacada por estudiosos de várias áreas de conhecimento, como as obras de Stanley Wasserman e Katherine Faust, “Social Network Analysis” (1994), de Manuel Castells, “A Sociedade em Rede” (1999), de Albert-László Barabási, “Linked: A nova ciência dos Networks – como tudo está conectado a tudo e o que isso significa para os negócios, relações sociais e ciência” (2002), entre outros.

Recuero (2009) afirma que a interação mediada por tecnologia, informação e conhecimento (TIC) é, também, geradora e mantenedora de relações complexas e de tipos de valores que constroem e mantêm as redes sociais na internet. “Mas mais do que isso, a interação mediada pelo computador é geradora de relações sociais que, por sua vez, vão gerar laços sociais” (RECUERO, 2009, p. 36).

Existem dois tipos de redes sociais: redes emergentes e de filiação ou associação. A primeira representa aquelas em que há comunicação mútua com as trocas sociais entre os atores, como os comentários em *blogs*, em que a interação social proporciona uma sensação de pertencimento a estas redes por parte das pessoas. Dessa forma, estas redes mostram agrupamentos de elos altamente conectados, formando grupos com um grande número de laços sociais entre os nós, quando analisados a partir da quantidade de comentários recíprocos (RECUERO, 2009; PRIMO, 2003).

Já as redes emergentes são caracterizadas como redes formadas por atores e grupos através de mecanismos de associação ou de filiação, como a lista do Facebook, que é uma mera adição de atores sociais. Este tipo de rede, em virtude da facilidade de conexão, pode permitir a construção de grandes redes constituídas unicamente por laços fracos ou, até mesmo, por conexões não recíprocas (*links* unilaterais, por

exemplo), que são mantidas pelo sistema utilizado (DONATH; BOYD, 2004; RECUERO, 2009).

Estes tipos de redes não são excludentes, ou seja, é possível que uma rede social seja emergente e de filiação ao mesmo tempo, ou que uma exista “dentro” da outra (RECUERO, 2009). As redes formam-se, estruturam-se e dinamizam-se através de indivíduos conectados entre si por fluxos estruturados de comunicação, dinamizando práticas de interação social virtual.

Para Recuero (2009), a verificação dos valores construídos nas redes sociais digitais é importante para ajudar na percepção do capital social apropriado nesses ambientes e a sua influência na estrutura e na construção das redes sociais. O conceito de capital social tem muito em comum com o conceito de rede, segundo Franco (2001, p. 21), “na medida em que o ser humano é um ser social há, em qualquer coletividade humana, uma tendência ou propensão básica para cooperar, interpretada como uma predisposição para gerar capital social.

2 Procedimentos metodológicos

Para o desenvolvimento desta pesquisa foi realizado um estudo de caso único e exploratório. O estudo de caso é escolhido quando se trata de um fenômeno contemporâneo, ou seja, que deseja estudar o presente, mas não excluindo o passado recente. Além disso, pode ser utilizado para gerar hipóteses e construir teorias, explorando novas descobertas (YIN, 2015). Desta forma, o tipo de investigação é o estudo de caso dos residentes em Portugal, com o objetivo de conhecer as práticas e os perfis de utilização das redes sociais digitais. Para fins de conceituação desta investigação, entende-se redes sociais como redes sociais digitais, ou seja, “redes amplificadas, através das quais a “voz” dos seus atores se beneficiam de um alcance incomensurável e enquadram-se no campo de *social media*” (FIALHO, 2020, p. 23).

Relativamente ao objetivo geral, é uma pesquisa exploratória e descritiva. É exploratória porque pretendemos proporcionar à sociedade civil uma maior familiaridade com o problema e, simultaneamente, torná-lo mais explícito. É, também, descritivo, porque, face à escassez de conhecimento sobre o fenômeno social, procuramos conhecer as características da população portuguesa no uso das redes

sociais. Esta complementaridade entre exploratório e descritivo tem como principal desígnio a maximização da consistência da caracterização do fenômeno social em estudo.

Os sujeitos da pesquisa foram os residentes (portugueses ou imigrantes) das sete NUTS II de Portugal (Norte, Centro, Área Metropolitana de Lisboa, Alentejo, Algarve, Região Autónoma dos Açores e Região Autónoma da Madeira)² com mais de 16 anos.

Como fase de pré-teste, participaram do questionário piloto no mês de agosto de 2021 potenciais respondentes, sendo sugeridas alterações na ordem das perguntas e inclusão de mais opções de resposta.

Após essa validação, o questionário elaborado no Google Forms foi difundido via redes sociais e por e-mail para contatos de organizações da sociedade civil, escolas e bibliotecas públicas, bem como na rede de contatos da equipe do projeto e ficou disponível nos meses de setembro e outubro, de 2021. O questionário tinha questões sobre o perfil do respondente (nacionalidade, gênero, escolaridade, renda, estado civil, região de residência e situação profissional) e questões relativas ao uso das redes sociais e competências digitais, sendo todas questões fechadas.

Os dados quantitativos recolhidos no inquérito por questionário foram tabulados no MS Excel e analisados com o *software* estatístico IBM SPSS 26. Para as questões com escala tipo Likert de sete pontos, analisamos os dados obtidos com a amostra estudada, procedendo a conversão da escala para dicotômica, utilizando o seguinte critério: discordo totalmente (1), discordo (2) e discordo parcialmente (3), como “menor concordância” e concordo parcialmente (5), concordo (6) e concordo totalmente (7), como “maior concordância”. A resposta 4 “não concordo nem discordo” foi considerada “ponto neutro”.

Neste artigo apresentamos os resultados do bloco relativo a “redes sociais: uso e práticas”. O objetivo deste estudo foi identificar as características da utilização das redes, a interação social, o consumo e o compartilhamento de informação dos

²A Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos (NUTS), uma denominação criada pelo Eurostat com os Institutos Nacionais de Estatística dos diferentes países da União Europeia para efeitos de análise estatística de dados, tem como base a divisão coerente e estruturada do território econômico, sendo de três categorias, conforme o limiar geográfico.

Disponível em: [https://www.compete2020.gov.pt/admin/images/NUTS2013_\(1\).pdf](https://www.compete2020.gov.pt/admin/images/NUTS2013_(1).pdf). Acesso em: 18 mar. 2022.

residentes em Portugal e o uso das redes antes e durante a pandemia, buscando compreender as diferenças de utilização das redes sociais entre os residentes.

3 Resultados

Para a obtenção das respostas ao inquérito por questionário foi utilizada uma amostra do tipo não probabilística, selecionada por conveniência tendo sido obtidas respostas de residentes de Portugal Continental e da Região Autónoma da Madeira e da Região Autónoma dos Açores.

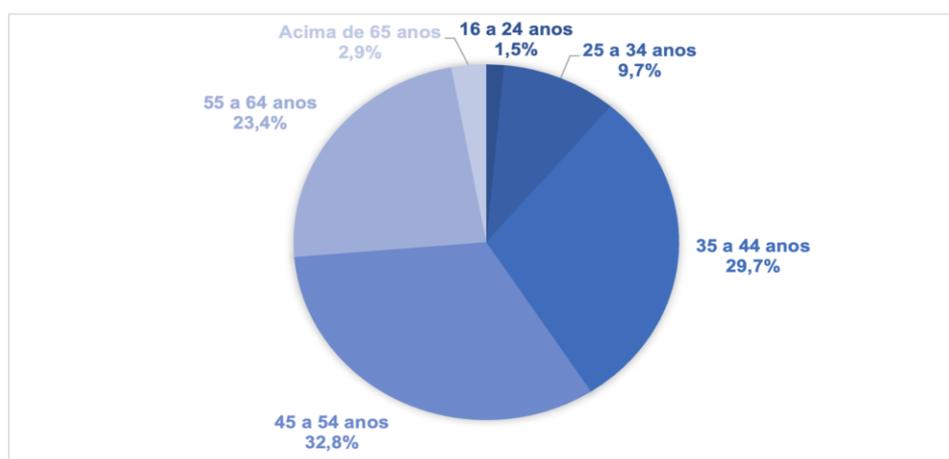
No inquérito por questionário foram obtidas 1.094 respostas válidas (residentes em Portugal que concordaram em participar voluntariamente da pesquisa e com mais de 16 anos).

A primeira parte do questionário corresponde aos atributos dos respondentes. Dos respondentes, 98% são residentes com nacionalidade portuguesa, a nacionalidade brasileira ocupa o segundo lugar, com 14 participações (1,3%). Observa-se a representatividade pontual de outras nacionalidades como de quatro angolanos, dois franceses, um espanhol e um venezuelano, totalizando 2% de respondentes estrangeiros.

Do total de respondentes, 76% são do gênero feminino (835) e 24% do gênero masculino (259), demonstrando um interesse maior do público feminino em responder à pesquisa sobre redes sociais e o uso digital. Em relação ao estado civil, 51,7% são casados (566) e 12,5% possuem união estável (137), representando que a maioria dos respondentes (64%) constituem agrupamentos familiares. Os solteiros (20,1%), divorciados (13,2%), viúvos (1,6%) e separados (0,9%) somam o total de 391 respondentes.

O principal fluxo de respostas encontra-se nas faixas etárias 45 a 54 anos com 359 (32,8%), seguida dos 35 a 44 anos com 325 (29,7%), dos 55 a 64 anos com 256 (23,4%) e dos 25 a 34 anos com 106 (9,7%) participações. Os respondentes mais jovens (16 a 24 anos) e mais idosos (acima de 65 anos) tiveram as menores participações, 1,5% e 2,9% da amostra, respectivamente (figura 1).

Figura 1. Faixa etária.



Fonte: Elaborada pelos autores (2022).

Sobre a escolaridade, o resultado aponta que 69,6% dos respondentes possuem formação de nível superior, enquanto 26,1% dos respondentes representam participantes que possuem ensino médio e 4,3% com formação secundária incompleta. Metade da amostra têm nível superior (50,1%) e o alto grau de escolaridade entre os respondentes é observado com a participação de 16,5% ou 180 mestres e 3% ou 33 doutores, totalizando 69,6% com formação acadêmica superior.

Na situação profissional, nota-se que mesmo com divulgação massiva nas redes sociais e envio da pesquisa para associações empresariais, a maioria dos respondentes são trabalhadores da administração pública (70,2%) evidenciando o retorno de respostas do *mailing* do grupo de investigação (entidades públicas), seguido de trabalhador(a) no setor privado (19%) e trabalhador(a) por conta própria ou independente (4,8%). Os demais respondentes (6%) representados por “Outros” agrupam os aposentados, desempregados, estudantes e empresários/empregadores, como pode ser visualizado na tabela 1.

Tabela 1. Situação profissional.

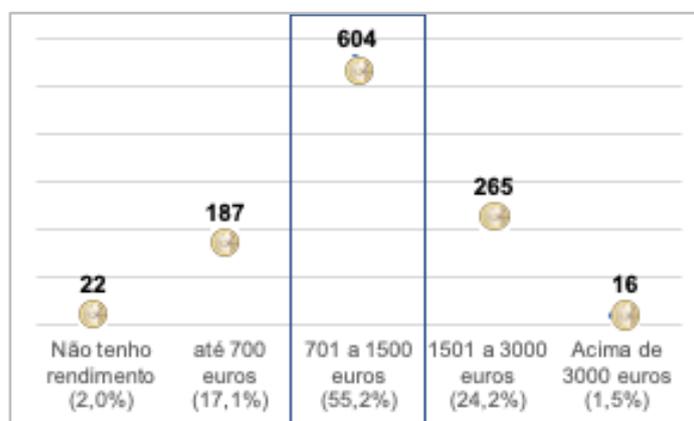
Nível	Total	(%)
Trabalhador(a) da administração pública.	768	70,2%
Trabalhador(a) por conta de outrem no setor privado.	208	19,0%
Trabalhador(a) por conta própria ou independente.	52	4,8%
Outros (a+b+c+d+e).	66	6,0%
(a) Aposentado(a).	20	1,8%

(b) Desempregado(a).	25	2,3%
(c) Estudante.	13	1,2%
(d) Empregador(a) com menos de 10 empregados.	5	0,4%
(e) Empregador(a) com mais de 10 empregados.	3	0,3%
Total.	1094	100%

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

A maior faixa de respostas está entre os respondentes com rendimento entre 701 e 1500 euros, representando 55,2% da amostra (figura 2). Vale destacar que o salário médio de um português, em 2021, segundo o Instituto Nacional de Estatística (INE), se situa em 665 euros.

Figura 2. Faixa de rendimento dos respondentes.



Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

A pesquisa conseguiu abranger todos os distritos de Portugal (tabela 2), sendo as unidades territoriais com maior densidade populacional as que apresentaram a taxa de resposta mais significativa: Lisboa (32,3%) e Norte (25,1%).

Tabela 2. Quantidade de respostas por região (distritos NUTS II).

Distrito	Quantidade de respostas	Distrito	Quantidade de respostas
Lisboa	353	Açores	73
Norte	275	Algarve	46
Centro	175	Madeira	12
Alentejo	160		

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Na seção seguinte do questionário: “Redes sociais digitais: uso e práticas” colaboraram para o entendimento da participação dos residentes em Portugal nas redes sociais digitais, redes on-line que permitem a criação e o compartilhamento de informações e conteúdos pelas pessoas e para as pessoas, nas quais o consumidor é ao mesmo tempo produtor e consumidor da informação.

Para a pesquisa optou-se primeiro por questionar se os respondentes utilizavam aplicativos de mensagens, como WhatsApp, Telegram ou Facebook Messenger para a comunicação digital. Dos 1.094 respondentes, apenas 31 (2,8%) afirmaram não utilizar nenhum aplicativo. Ao grupo que respondeu positivamente (1.063), ao serem perguntados qual é o aplicativo mais utilizado, verificou-se que 738 utilizam o WhatsApp (69%), 316 usam o Messenger (30%) e apenas 9 informaram utilizar o Telegram (1%).

Na questão seguinte, buscou-se verificar qual é a motivação que leva os respondentes ao uso dos aplicativos em quatro dimensões: 1 - Profissional; 2 - Educacional; 3 - Social (amigos e família); 4 - Comércio eletrônico, com a possibilidade de o respondente escolher mais de uma motivação.

O resultado apurado mostra que a maior motivação é a social, como a comunicação com amigos e familiares, com 984 respostas, representando 92,6% demonstrando que o principal interesse dos respondentes é a rede social; seguida por questões profissionais (553 respostas; 52%), atividades educacionais (146 respostas; 13,7%) e para fins de comércio eletrônico (37 respostas; 3,5%). Apenas 2 respondentes assinalaram a opção ‘outros’ e destacaram a motivação política, além das questões sociais e profissionais, como motivação para a utilização dos aplicativos digitais.

Na questão seguinte, dos 1.094 respondentes, 1.017 afirmaram serem usuários de rede social, correspondendo a 93% dos participantes da pesquisa. O resultado corrobora com estudos recentes, que mostram uma alta taxa de utilização das redes sociais em Portugal, como o último relatório publicado pelo DataReportal (2022).

Ao questionarmos os motivos dos 77 respondentes não serem utilizadores e não possuírem conta nas redes sociais, eles assinalaram a falta de interesse (46 participantes; 60%), e as preocupações com as questões de privacidade ou segurança, mencionadas por 27 participantes. Dois participantes comentaram falta de

competências para a utilização e dois afirmaram ser contra a existência de redes sociais digitais. O gênero feminino com idade superior a 35 anos representa 84% destes 77 respondentes que não possuem rede social, a maioria por falta de interesse ou por receio com a privacidade e a segurança.

Analisando as redes sociais mais utilizadas pelos 1.017 indivíduos que responderam positivamente sobre ter conta ativa (os respondentes podiam escolher mais de uma opção nesta questão), as cinco mais citadas foram: Facebook (93%), Instagram (56%), YouTube (41%), LinkedIn (21%), Twitter (9%) e TikTok (7%), reforçando a posição do Facebook que mesmo com declínio de utilizadores nos últimos anos continua sendo a mais utilizada em Portugal³.

Entretanto, vale destacar a utilização do Instagram em comparação com o YouTube: uma diferença de 15 pontos percentuais, sinalizando uma tendência de utilização da rede social para compartilhamento de fotos e vídeos entre usuários, inclusive com a rede social TikTok com 7% dos respondentes interessados neste aplicativo.

O projeto de pesquisa incorporou à investigação o questionamento sobre a frequência de uso das redes sociais tendo como ponto de comparação a utilização antes da pandemia e durante a pandemia de Covid-19.

Por meio das perguntas: “Com qual frequência utilizava as redes sociais digitais ANTES da pandemia de Covid-19?” e “Com qual frequência utilizava as redes sociais digitais DURANTE a pandemia de Covid-19?” foi possível confirmar que os portugueses aumentaram a frequência do uso das redes sociais. Se, antes da pandemia, o consumo diário já se situava nos 91,7%, a pandemia provocou um aumento, ainda que ligeiro (+ 3,2%) do uso diário durante a pandemia (95%).

Mediante a desordem informacional intensificada pela comunicação no mundo digital e o contexto de “infodemia”, buscou-se compreender a confiança dos usuários das redes sociais nas informações transmitidas nas redes e na transmissão de informação falsa nas redes sociais. Assim, três perguntas versavam sobre o consumo e o compartilhamento de informação nas redes sociais.

³Estudo realizado pela Marketest (2021). Disponível em: https://www.marktest.com/wap/private/images/Logos/Folheto_Portugueses_Redessociais_2021.pdf. Acesso em: 18 nov. 2022.

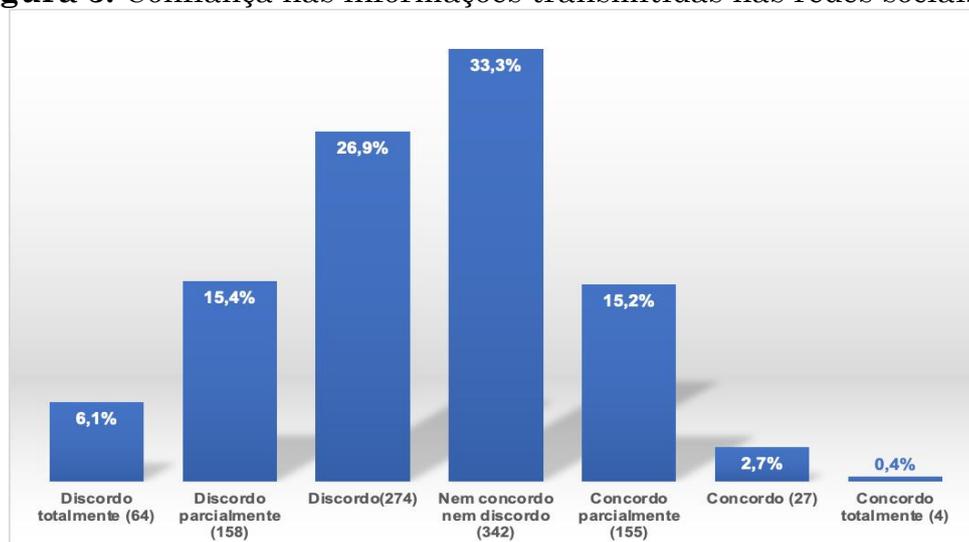
As questões foram formuladas como afirmativas para os respondentes escolherem uma opção dentro da escala Likert de sete pontos, variando de 1 - discordo totalmente a 7 - concordo totalmente.

Para a análise destas questões decidimos agrupar as alternativas convertidas em um padrão dicotômico, em que a concordância baixa é a soma das respostas de 1 a 3: discordo totalmente (1), discordo (2) e discordo parcialmente (3) e a concordância alta é a soma de concordo parcialmente (5), concordo (6) e concordo totalmente (7). O ponto 4 (“não concordo nem discordo”) foi considerado como ponto neutro na análise.

A primeira questão abordava o nível de confiança que os respondentes tinham nas informações que circulam nas redes: “Confio nas informações transmitidas nas redes sociais”.

O resultado encontrado de 48,5% mostra que quase metade dos respondentes não confia nas informações que circulam nas redes sociais. Enquanto 33,3% preferem se posicionar na posição de neutro (figura 3).

Figura 3. Confiança nas informações transmitidas nas redes sociais.



Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Analisando o grau de confiança nas informações recebidas nas redes digitais por gênero, verificou-se igualdade de opinião entre os gêneros sobre a confiança na rede com percentual de 17,8% (feminino) e 19,4% (masculino). Contudo, quando analisada a faixa etária, observou-se que os participantes nas faixas de 16 a 24 anos e 25 a 34 anos são os que mais confiam nas informações que circulam na rede com,

respectivamente, 38% e 27% de nível de confiança. Na faixa acima de 65 anos observa-se que são eles quem possuem concordância baixa quanto à confiança com 64% e, ao mesmo tempo, 25% destes participantes acreditam parcialmente nas informações que circulam nas redes (tabela 4).

Tabela 4. Faixa etária e confiança na informação das redes sociais.

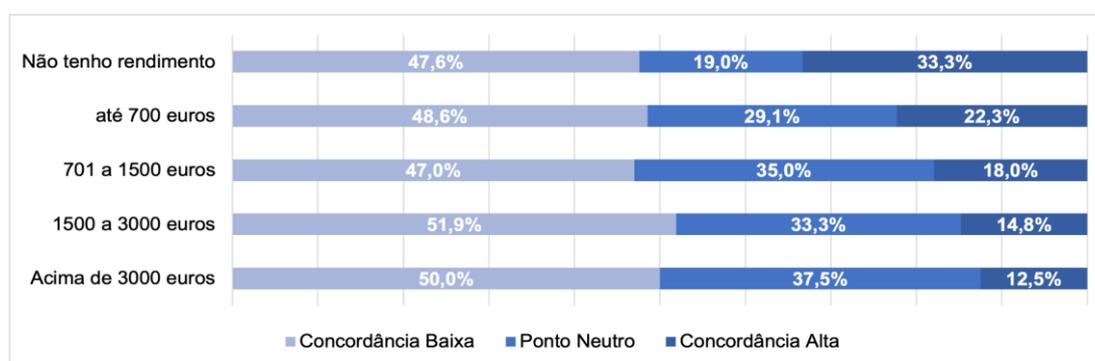
	Concordância Baixa	Ponto Neutro	Concordância Alta
16 a 24 anos	38%	25%	38%
25 a 34 anos	42%	31%	27%
35 a 44 anos	49%	35%	16%
45 a 54 anos	48%	35%	16%
55 a 64 anos	50%	32%	18%
Acima de 65 anos	64%	11%	25%

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

A sociedade contemporânea exige um grau de literacia cada vez maior e adaptado às novas tecnologias. As desigualdades digitais são também acentuadas, muitas vezes por diferenças já existentes no ambiente off-line como o educacional. As habilitações escolares dos respondentes permitem sustentar a tese de que quanto maior for o nível educacional, menores são os níveis de confiança sobre as informações que circulam nas redes sociais virtuais. Assim, observamos que dos respondentes com nível superior apenas 18% (licenciatura) confiam nas informações contra 31% dos que possuem apenas o ensino médio completo (secundário).

A partir dos respondentes sem rendimento, o nível de confiança vai diminuindo conforme aumenta a renda, por exemplo, respondentes com renda entre 1.500 a 3.000 euros e acima de 3.000 euros possuem concordância baixa de 52% e 50% quanto à confiança nas informações que circulam nas redes sociais virtuais.

Figura 4. Rendimento e confiança na informação das redes sociais.



Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

O nível de rendimento permite-nos verificar que quanto menor ele for, maior é o nível de confiança nas mensagens recebidas nas redes sociais.

Compartilhamento de informação falsa nas redes sociais

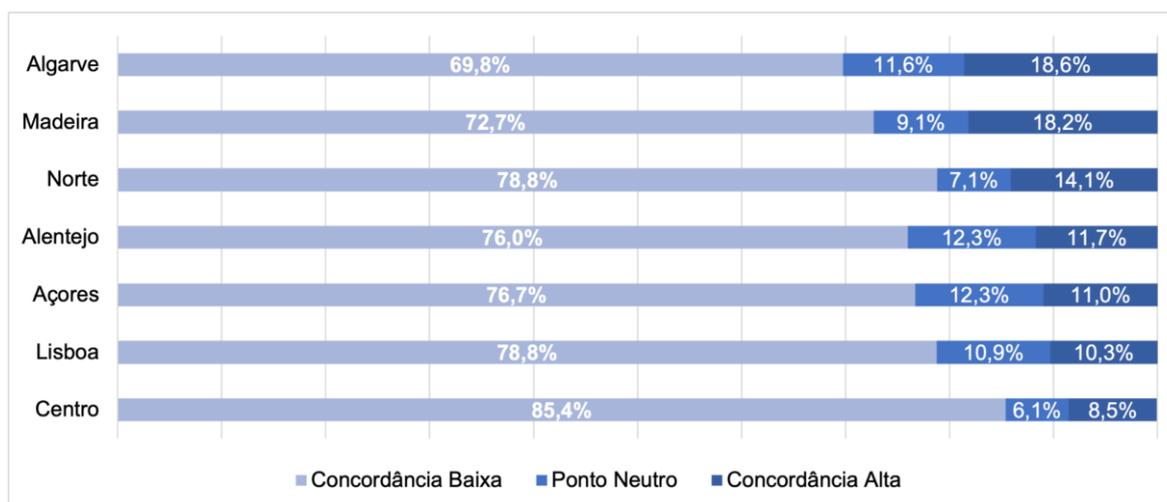
O mundo muda a uma velocidade vertiginosa. A informação veiculada na internet, verdadeira ou falsa, acompanha esta celeridade dos tempos. A disseminação de conteúdos não validados e sem um crivo de veracidade constituem um dos fenômenos sociais mais preocupantes da pós-modernidade: a desinformação. Os perigos de construção de uma realidade paralela construída em postulados de falsidade e manipulação, justificam um amplo debate sobre o tema.

Notícias falsas ou falsificadas, arquitetadas deliberadamente, independentemente dos meios de comunicação e das motivações que estão na sua origem, perigam em toda a sociedade e constituem-se como uma ameaça à liberdade.

A desinformação na sociedade é caracterizada por uma desordem informacional quando uma informação incorreta (*misinformation*), referente às informações falsas, são compartilhadas porque alguém acredita que são verdadeiras, sem o objetivo de causar dano; informações falsas (*disinformation*) quando são compartilhadas de forma intencional, com objetivo de causar dano; e a má informação (*mal-information*), uma informação genuína, em geral da esfera privada, que é compartilhada para causar dano a uma pessoa, organização ou nação (WARDLE; DERAKHSHAN, 2018).

Analisando os resultados quanto à segunda questão da pesquisa sobre compartilhamento de conteúdo nas redes sociais, sem saber que era uma informação falsa e sem intenção de causar dano (*misinformation*) não foram identificadas grandes oscilações nos resultados obtidos, havendo concordância maior no Algarve e na Ilha da Madeira, 18,6% e 18,2%, respectivamente (figura 5).

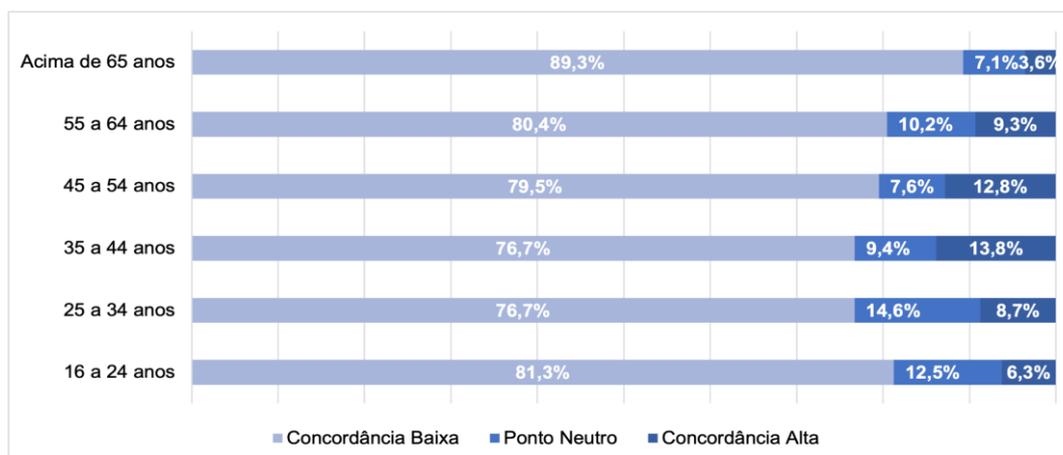
Figura 5. Região e compartilhamento de conteúdo falso.



Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Em termos de gênero, não identificamos discrepâncias, a tendência dos resultados é igual entre o masculino e o feminino. Porém, por idade, observa-se que a respondentes de 35 a 54 anos representam um total de 26,6% dos respondentes de concordância alta para o compartilhamento de conteúdo sem saber que era falso nas redes sociais.

Figura 6. Faixa etária e compartilhamento de conteúdo falso.

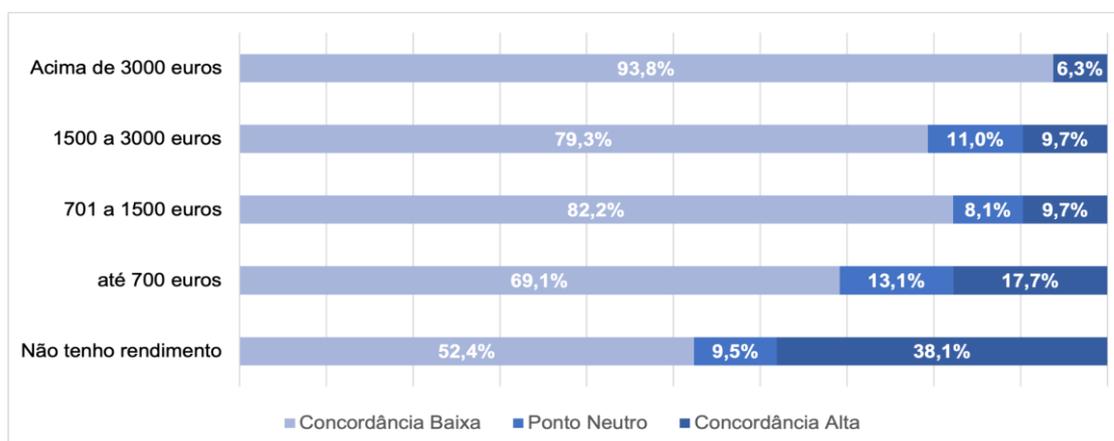


Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Foi possível, ainda, identificar que especialmente os respondentes na faixa etária de 35 a 44 anos que indicaram não ter rendimento (71%), ou que possuem ganhos de até 1.500 euros (33%) confirmaram ter compartilhado tais conteúdos. A mesma correlação acontece na faixa etária de 45 a 54 anos, são os que não têm renda

ou possuem renda de até 1.500 euros que compartilharam conteúdos falsos sem saber, conforme observado na figura 7. Na classe de mais de 65 anos, apenas 3,6% afirmaram ter compartilhado.

Figura 7. Rendimento e compartilhamento de conteúdo falso.



Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

No que diz respeito à escolaridade (concordância alta), nota-se que os respondentes com grau de escolaridade menor tendem a compartilhar mais notícias falsas sem saber do que os mais instruídos (tabela 5).

Tabela 5. Compartilhar notícia falsa por escolaridade.

	Concordância Baixa	Ponto Neutro	Concordância Alta
1º ciclo (ensino primário).	50%	25%	25%
2º ciclo (5º e 6º ano).	50%	0%	50%
3º ciclo (até o 9º ano).	72%	9%	19%
Secundário (até o 12º ano).	75%	10%	15%
Licenciatura (graduação).	79%	10%	11%
Mestrado.	86%	8%	6%
Doutorado.	87%	7%	6%

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Compartilhamento de informação falsa intencionalmente nas redes sociais

A terceira categoria utilizada para analisar a desordem informacional é a *mal-information*, que é caracterizada quando informações genuínas são distorcidas e

reformuladas para, então, serem compartilhadas com a intenção de causar danos. As notícias falsas se espalham 70% mais rápido que as verdadeiras e alcançam muito mais público, segundo estudo sobre a disseminação de notícias falsas na esfera digital, realizado por pesquisadores do Instituto de Tecnologia de Massachusetts (VOSOUGHI *et al.*, 2018).

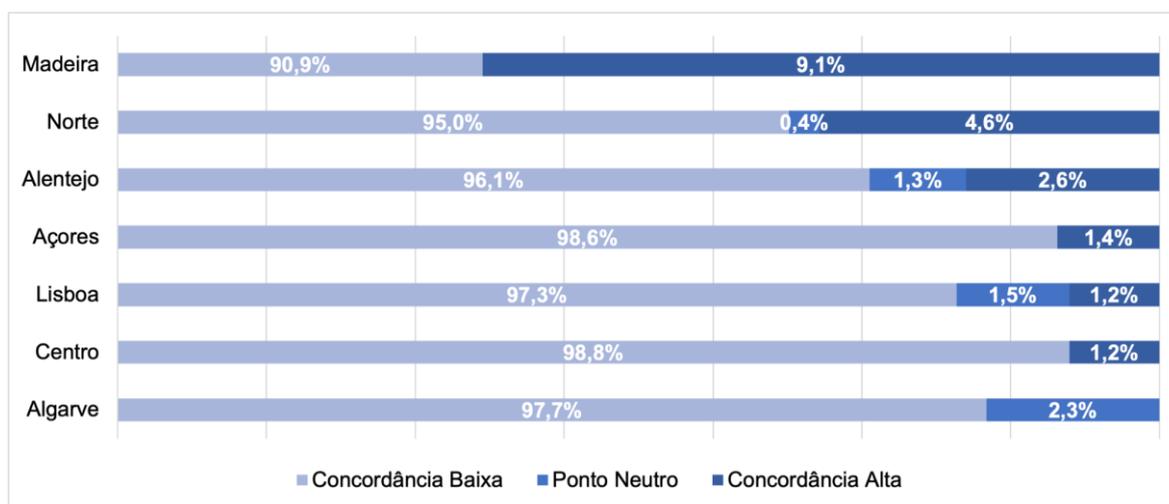
Recuero (2009) analisa que a decisão por partilhar algo em uma rede social não diz respeito somente a se o indivíduo acha a informação relevante, ele também leva em conta em como os amigos e os seus contatos na rede irão reagir. Um estudo de caso específico relata que algumas informações compartilhadas pelas pessoas não são nem mesmo lidas por quem compartilhou (RIPOLL; ARDIGO, 2017) e em outro estudo de caso, pesquisadores identificaram que o compartilhamento de desinformações acontece porque as intenções de interações sociais no compartilhamento de conteúdo nas redes sociais são maiores do que os objetivos informacionais (CHEN *et al.*, 2015).

Em estudos recentes realizados em Portugal (CARDOSO *et al.*, 2020), na Espanha (SALAVERRÍA *et al.*, 2020) e no Brasil (GALHARDI *et al.*, 2020) ressaltam que a desinformação foi, sobretudo, disseminada pelas redes sociais quando comparada com fontes oficiais, com destaque para as plataformas de WhatsApp e Facebook. Essencialmente, os conteúdos desinformativos eram em formato de texto, de proveniência nacional, e subordinados a temas políticos ou de saúde pública.

Assim, com o resultado da terceira pergunta sobre compartilhamento de informação falsa de forma intencional nas redes sociais, buscamos identificar esse tipo de compartilhamento nas redes. Foi possível identificar 23 respondentes com alto grau de concordância, ou seja, 2,3% da amostra já compartilharam informações falsas de forma intencional nas redes sociais. Contudo, é interessante notar a existência de 9 respostas na alternativa “nem concorda nem discorda” da afirmação de ter “compartilhado conteúdo falso intencionalmente”, preferindo ficarem “Neutros” nesta questão.

Analisando por região, respondentes residentes na região da Madeira e Norte apresentaram maior concordância quanto à partilha de conteúdo falso intencional, 9,1% e 4,6%, respectivamente.

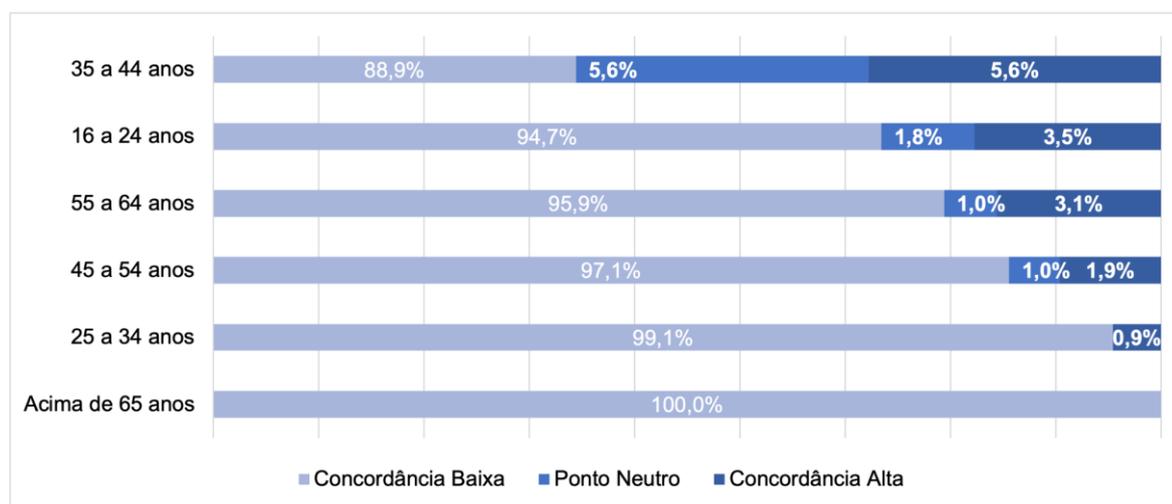
Figura 8. Região e compartilhamento de conteúdo falso intencional.



Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Considerando o total de respondentes (23) com maior grau de concordância de partilha de conteúdo falso intencional observou-se que o gênero feminino corresponde a 65%, a maioria com *status* de “casada”, enquanto o gênero masculino corresponde a 35%, sendo a maioria na faixa etária de 35 a 44 anos. Este resultado, mesmo que utilizando uma amostra pequena – 23 respostas, abre um leque de possibilidades para futuras pesquisas sobre o compartilhamento intencional de informações falsas.

Figura 9. Faixa etária e compartilhamento de conteúdo falso intencional.



Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

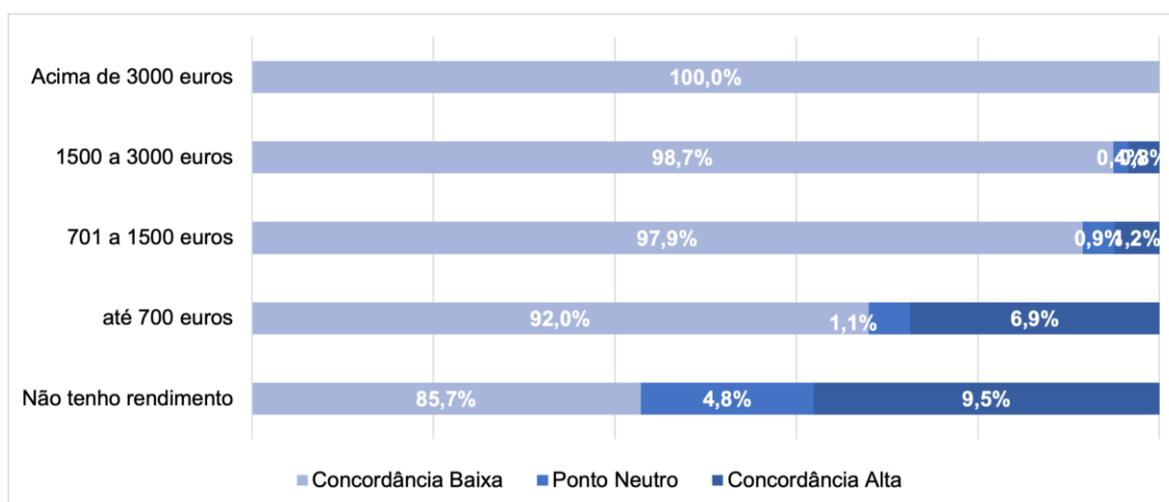
Por faixa etária, identificamos que, como na questão anterior a respeito de desinformação, nenhum respondente com mais de 65 anos afirmou compartilhar conteúdo falso, intencionalmente ou não (figura 9).

Quanto à formação acadêmica foi observado que 907 respondentes indicaram que não partilharam informação intencionalmente, a maioria com formação de doutoramento e mestrado. Dos 9 respondentes que nem concordam nem discordam da afirmação “Já compartilhei conteúdo falso intencionalmente” e dos 23 que informaram concordância alta, foi verificado que a maioria possui formação secundarista, seguida da licenciatura e do 3º ciclo (9º ano)

Como outras pesquisas já demonstraram (MARQUES, 2022; JONES-JANG, MORTENSEN; LIU, 2021; GOMES, PENNA; ARROIO, 2020), o indivíduo com maior nível de escolaridade e literacia informacional apresenta melhor desempenho ao lidar com o fluxo excessivo de informações e *fake news*.

Analisando por rendimento, os participantes sem nenhum tipo de renda ou que recebem até 700 euros – correspondente a um salário mínimo português – representam o resultado com maior grau de concordância, total de 9,5% e 6,9%, respectivamente, confirmando que já partilharam conteúdo falso de forma intencional (figura 10).

Figura 10. Rendimento e partilha de conteúdo falso intencional.



Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Considerações finais

A partir dos dados obtidos é possível traçar alguns “apanhados” estratégicos sobre usos e práticas informacionais nas redes sociais em Portugal. Em síntese, observou-se a existência de perfis sociais distintos associados à dimensão das redes sociais. Corroborando com estudos já realizados, o uso das redes sociais em Portugal é elevado, com maior utilização do WhatsApp e do Facebook e com a intensificação do uso durante a pandemia. Destaca-se a falta de interesse em ter e usar redes sociais de 77 participantes, destes 84% são do gênero feminino com idade superior a 35 anos, que alegaram não terem interesse nas redes digitais e também receio com a privacidade e a segurança.

Do ponto de vista do perfil sociodemográfico, salienta-se que a desinformação nas redes sociais (*misinformation* e *mal-information*) é sobretudo afetada por três fatores sociais: nível de escolaridade, de renda e condição perante o trabalho. Não foi identificada discrepância entre gêneros.

Ainda que o compartilhamento de notícias falsas seja um fenômeno antigo, a disseminação nas redes sociais digitais abre margem para que a desinformação atinja um novo patamar. Portanto, é importante destacar a circulação da desinformação e o crescimento exponencial dos usos das redes sociais digitais, que evidencia as interações sociais no ciberespaço. Compreender o “como” e o “porquê” dessas práticas, além da aplicação de estudos longitudinais, são questões importantes para a compreensão dos efeitos pós-pandemia.

Em suma, pela sua própria natureza, o ciberespaço é um campo que abriga a interdisciplinaridade, assim, como sugestões para trabalhos futuros, sugerem-se estudos mais aprofundados sobre os processos de circulação de desinformação nas redes sociais e sobre os comportamentos negativos desenvolvidos pelos indivíduos, como a alta dependência da rede social digital e a exposição aos riscos virtuais, como o *cyberbullying* e crimes virtuais.

Como limitação deste estudo, apontamos o fato de não ter sido utilizada nenhuma pergunta aberta no questionário para tentar compreender a dinâmica do compartilhamento e o consumo de informações falsas nas redes sociais. Assim, uma sugestão de futura pesquisa é a realização de um estudo sobre essa dinâmica e suas

consequências no capital social e, também, o desenvolvimento de novos estudos em outros contextos e países, principalmente naqueles com alta intensidade de uso de redes sociais digitais e baixa literacia informacional e digital.

Referências bibliográficas

BARÁBASI, A-L. *Linked – A Nova Ciência dos Networks*. Editora, Leopardo Editora. 2002.

CARDOSO, G; MARTINHO, A; NARCISO, I; MORENO, J. CRESPO, M.; PALMA, N; SEPÚLVEDA, R. Informação e desinformação sobre o coronavírus em Portugal - WhatsApp, Facebook e Pesquisas. MediaLab ISCTE-IUL. Disponível em: <https://medialab.iscte-iul.pt/informacao-e-desinformacao-sobre-o-coronavirus-em-portugal/>. Acesso em: jul. 2022.

CASTELLS, M. *A Sociedade em Rede. A Era da Informática: Economia, Sociedade e Cultura*. Rio de Janeiro, Ed. Paz e Vida, 1999.

CHEN, X. *et al.* (2015). Why students share misinformation on social media: motivation, gender, and study-level differences. *The Journal of Academic Librarianship*, v. 41, n. 5, 2015, p. 583-592.

DATAREPORTAL. *Digital 2022: Global Overview Report*. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>. Acesso em: mai. 2022.

DONATH, J.; BOYD, D. Public displays of connection. *BT Technology Journal*, v. 22, No. 4, p. 71-82, 2004. Disponível em: <http://smg.media.mit.edu/papers/Donath/PublicDisplays.pdf>. Acesso em: set. 2021.

FIALHO, J. Pressupostos para a construção de uma Sociologia das redes sociais. *Sociologia*, v. 29, p. 59-79, 2015.

FIALHO, J. (Org). *Redes Sociais. Como compreendê-las? Uma introdução à análise de redes sociais*. Lisboa: Edições Sílabo, 2020.

FRANCO, A. *Capital social: Leituras de Tocqueville, Jacobs, Putnam, Fukuyama, Maturana, Castells e Levy*. Brasília: Millennium, 2001.

FUNKE, D.; FLAMINI, D. *A guide to anti-misinformation actions around the world*. POYNTER, 2020. Disponível em: <https://www.poynter.org/ifcn/anti-misinformation-actions>. Acesso em: set. 2021.

GALHARDI, C; FREIRE, N; MINAYIO, M.; FAGUNDES, M. Fato ou Fake? Uma análise da desinformação frente à pandemia de Covid-19 no Brasil. *Ciência & Saúde Coletiva*, v. 25, supl. 2, p. 4201-4210, 2020.

GOMES, S. F.; PENNA, J. C. B. de Oliveira; ARROIO, Agnaldo. Fake news científicas: percepção, persuasão e letramento. *Ciência & Educação (Bauru)*, v. 26, 2020.

JONES-JANG, S. M.; MORTENSEN, T.; LIU, J. *Does media literacy help identification of fake news? Information literacy helps, but other literacies don't.* *American Behavioral Scientist*, v. 65, n. 2, p. 371-388, 2021. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0002764219869406>. Acesso em: set. 2021. MARQUES, C. L. Letramento informacional: informação e desinformação nos tempos da Covid-19. *Revista Nova Paideia - Revista Interdisciplinar em Educação e Pesquisa*, [S. l.], v. 4, n. 3, p. 145 - 156, 2022. Disponível em: <http://ojs.novapaideia.org/index.php/RIEP/article/view/151>. Acesso em: set. 2021.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE (OPAS). Fichas Informativas COVID-19: entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a COVID-19 [Internet]. Brasília: *Organização Pan-Americana da Saúde*; 2020. Disponível em: <https://iris.paho.org/handle/10665.2/52054?locale-attribute=pt>. Acesso em: set. 2021.

PRIMO, A. *Interação mediada por computador: A comunicação e a educação a distância segundo uma perspectiva sistêmico-relacional.* Tese (doutorado). Apresentada ao programa de Pós-graduação em Informática da Educação na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, março de 2003.

RECUERO, R. *Redes sociais na internet.* Porto Alegre: Sulina, 2009. Disponível em: <http://www.ichca.ufal.br/graduacao/biblioteconomia/v1/wp-content/uploads/redessociaisnainternetrecuero.pdf>. Acesso em: nov. 2021.

RIPOLL, L. & ARDIGO, J. D. Confiabilidade informacional nos conteúdos on-line: perfil dos estudantes de Biblioteconomia da UDESC. *Revista ACB: biblioteconomia em Santa Catarina*, Florianópolis, v. 23, n. 2, p. 267-288, abr./jul. 2018.

SALAVÉRRIA, R., BUSLÓN, N., LÓPEZ-PAN, F., LEÓN, B., LÓPEZ-GOÑI, I. e ERVITI, M. *Desinformación en tempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la Covid-19.* *El profesional de la información* 29 (2020). Disponível em: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.15> . Acesso em: set. 2021.

VOSOUGHI, S., ROU, D. & ARAL, S. *The spread of true and false news online.* *Science* 09 Mar 2018: Vol. 359, Issue 6380, pp. 1146-1151 DOI: 10.1126/science.aap9559. Acesso em: set. 2021.

WARDLE, C., DERAKSHAN, H. *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe. 2017. Disponível em: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>. Acesso em: set. 2021.

WASSERMAN, S; FAUST, K. Social network analysis: methods and applications. Cambridge University Press. *Structural analysis in social the social sciences series*, v. 8, 1994. Disponível em: <https://doi.org/10.1017/CBO9780511815478>. Acesso em: set. 2021.

YIN, R. K. *Estudo de caso: planejamento e métodos*. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

Recebido em: 30 de maio de 2022.
Aceito em: 7 de novembro de 2022.

COMO REFERENCIAR

FIALHO, Joaquim; DIAS, Elaine. As práticas de interação social e a desinformação no contexto das redes sociais digitais. *Latitude*, Maceió, v. 16, n. 2, p. 116-139, 2022.