

Lusíada



Repositório das Universidades Lusíada

Universidades Lusíada

Fialho, Joaquim Manuel Rocha, 1973-
Dias, Elaine Cristina Ferreira, 1978-
Macedo, Valéria, 1963-

O uso das redes sociais e as competências digitais dos portugueses

<http://hdl.handle.net/11067/6346>
<https://doi.org/10.34628/b7t0-1h34>

Metadata

Issue Date	2022
Publisher	Universidade Lusíada
Type	book
Peer Reviewed	yes
Collections	[ILID-CLISSIS] Livros

This page was automatically generated in 2022-07-22T03:44:07Z with information provided by the Repository

Joaquim Fialho
Elaine Dias
Valéria Macedo

O uso
das **redes sociais**
e as **competências**
digitais
dos portugueses



Universidade Lusíada Editora
Lisboa • 2022

O uso das redes sociais e as competências digitais dos portugueses



Universidade Lusíada Editora
Lisboa • 2022

BIBLIOTECA NACIONAL DE PORTUGAL – CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO

FIALHO, Joaquim Manuel Rocha, 1973- , e outros

O uso das redes sociais e as competências digitais dos portugueses / Joaquim Fialho, Elaine Dias e Valéria Macedo
ISBN 978-989-640-249-5

I – DIAS, Elaine Cristina Ferreira, 1978-
II – MACEDO, Valéria, 1963-

CDU 316

Ficha Técnica

Autores Joaquim Manuel Rocha Fialho
Elaine Cristina Ferreira Dias
Valéria Macedo

Título O uso das redes sociais e as competências digitais dos portugueses

Coleção CLISSIS

Depósito Legal

ISBN 978-989-640-249-5

DOI <https://doi.org/10.34628/b710-1h34>

Local Lisboa

Ano 2022

Editora e distribuidora Universidade Lusíada Editora
Rua da Junqueira, 188-198
1349-001 Lisboa
Telefone: +351 213 611 560
URL: <http://editora.lis.ulusiada.pt>
E-mail: editora@lis.ulusiada.pt

Capa Mário Moreira

Paginação Ilídio J.B. Vasco

Impressão e acabamentos**Tiragem**

Solicita-se permuta – On prie l'échange – Exchange wanted – Pídese canje – Sollicitiamo scambio – Wir bitten um Austausch
Mediateca da Universidade Lusíada
Rua da Junqueira, 188-198 – 1349-001 Lisboa
Telefone: +351 213 611 560
E-mail: mediateca@lis.ulusiada.pt

© 2022, Fundação Minerva — Cultura — Ensino e Investigação Científica | Universidade Lusíada

Nenhuma parte desta obra pode ser reproduzida por qualquer processo eletrónico, mecânico ou fotográfico incluindo fotocópia, xerocópia ou gravação, sem autorização prévia da Editora.

O conteúdo desta obra é da exclusiva responsabilidade dos seus autores e não vincula a Universidade Lusíada.

Distribuição gratuita. Não é permitida a sua comercialização.



CLISSIS
Centro Lusíada de Investigação
em Serviço Social e Intervenção Social



**REPÚBLICA
PORTUGUESA**
CIÊNCIA, TECNOLOGIA
E ENSINO SUPERIOR

Este trabalho é financiado por fundos nacionais através da FCT - Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto «UIDB/04624/2020».

O uso das redes sociais e as competências digitais dos portugueses

Joaquim Fialho

Centro Lusíada de Investigação
em Serviço Social e Intervenção Social
(CLISSIS/Universidade Lusíada), Portugal

Elaine Dias

Centro de Referência em Inteligência Empresarial
(CRIE/UFRJ), Brasil

Valéria Macedo

Centro de Referência em Inteligência Empresarial
(CRIE/UFRJ), Brasil



Universidade Lusíada Editora
Lisboa • 2022

SUMÁRIO

Resumo	11
INTRODUÇÃO	14
SECÇÃO 1.	17
1. O PORQUÊ DO PROJETO	19
2. ENQUADRAMENTO TEÓRICO.	25
2.1 A rede social	25
2.2 Literacia digital	26
2.3 Redes sociais digitais	30
2.4 Competências digitais	35
2.5 O capital social nas redes sociais	40
SECÇÃO 2.	45
3. METODOLOGIA.	47
3.1 A escolha do tema	47
3.2 Objetivos de investigação.	49
3.3 Tipo de investigação e abordagem	50
3.4 Modelo de análise quantitativo	54

3.5 Instrumentos de recolha de dados	56
3.6 População e amostra	57
3.7 Análise de dados	58
SECÇÃO 3	59
4. ANÁLISE DE RESULTADOS	61
4.1 Caracterização dos inquiridos.	61
4.2 Acesso ao digital: conectividade, dispositivos e serviços digitais	67
4.3 Utilização da Internet para serviços, trabalho ou lazer	72
4.4 Redes sociais digitais: usos e práticas de interação digital	80
4.5 Confiança nas informações transmitidas e compartilhamento de informações nas redes sociais	84
4.6 Partilha de conteúdo sem saber que era falso nas redes sociais	87
4.7 Partilha de conteúdo falso intencionalmente nas redes sociais	90
4.8 Opinião sobre produtos ou serviços que utiliza	93
5. USO DAS REDES SOCIAIS ANTES E DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19	96
6. USO DAS REDES SOCIAIS REALIZANDO ATIVIDADES SIMULTÂNEAS	99
7. PARTILHA E CONSUMO DOS PORTUGUESES NAS REDES SOCIAIS	102
8. COMPETÊNCIAS DIGITAIS	107
8.1 Informação e <i>data literacy</i>	109
8.2 Colaboração e comunicação <i>online</i>	111
8.3 Criação de conteúdo digital.	112
8.4 Segurança	113
8.5 Resolução de problemas	114
9. ANÁLISE QUALITATIVA.	118
9.1 Métodos	118
9.2 Seleção dos participantes e recolha de dados	119
9.3. Análise das entrevistas	121
9.4 Dinâmicas de utilização: interação, privacidade e tempo	126
9.5 A seleção de conteúdo na rede social	128

9.6 Utilização das redes sociais digitais durante a pandemia de Covid-19	130
9.7 Utilização de serviços digitais antes e durante a pandemia de Covid-19	131
9.8 Análise dos grupos focais	135
9.9 Utilização das redes sociais digitais e a educação digital durante a pandemia de Covid-19	145
9.10 Análise de redes sociais: um estudo sociométrico das redes de relacionamento dos estudantes <i>offline</i> e <i>online</i>	147
9.11 Análise de redes sociais <i>offline</i> e <i>online</i> – Centro I	148
9.12 Análise de redes sociais <i>offline</i> e <i>online</i> – Centro II	151
9.13 Análise de redes sociais <i>offline</i> e <i>online</i> – Centro III	153
9.14 Análise de redes sociais <i>offline</i> e <i>online</i> – Norte	156
SECÇÃO 4	161
CONCLUSÕES	163
a) Práticas de utilização dos dispositivos, redes sociais e acesso à informação	164
b) Características de utilização das redes sociais a nível nacional e regional	165
c) Análise das condições de acesso e a tipologia do uso digital em Portugal	167
d) Interação e envolvimento dos indivíduos através das tecnologias digitais, antes e durante a pandemia	168
e) Analisar o consumo e partilha das informações nas redes digitais	169
f) Autoavaliação das competências digitais no contexto do uso da informação, criação e colaboração, privacidade e segurança, resolução de problemas e capacitação digital	170
CONSIDERAÇÕES FINAIS E LIMITAÇÕES DO ESTUDO	172
PROPOSTA DE INTERVENÇÃO	174
REFERÊNCIAS	177

Lista de Ilustrações	185
Figuras	185
Quadros	187
Tabelas	187
ANEXOS	189
ANEXO I	191
Anexo 1.1 Questionário <i>online</i>	191
Uso das redes sociais e competências digitais em Portugal	191
ANEXO II	200
Questionário sociométrico	200

RESUMO

A rede representa uma estrutura de laços entre atores de um determinado sistema social, seja ele presencial ou virtual. Estes atores podem ser papéis sociais, indivíduos, organizações, setores ou estados-nação.

Aspeto central do uso das redes sociais é a (des)confiança que (não) assola o utilizador das tecnologias. Na verdade, as redes sociais virtuais (*social media*) podem ser vistas como uma enorme praça pública no mundo (uma «ágora virtual» global), facto que comporta uma enorme multiplicidade de riscos.

As redes sociais são, na atualidade, uma das componentes mais importantes na dinâmica das relações sociais entre pessoas, organizações e grupos. Através delas partilham-se valores, expectativas, interesses, por vezes numa imensidão de fluxos que as tornam realidades muito complexas.

O projeto teve como metodologia uma combinação de métodos quantitativos e qualitativos, com o objetivo de aumentar a amplitude e profundidade dos dados recolhidos e apresentar, ainda que de forma exploratória, as principais tendências sobre o comportamento dos portugueses no uso das redes sociais.

Objetivo geral:

- ▶ Aumentar o conhecimento sobre o uso das redes sociais em Portugal;
- ▶ Conhecer as práticas, perfis e estratégias de utilização das redes sociais e serviços digitais em Portugal;
- ▶ Compreender o nível de competências digitais, representado por atividades e problemas não rotineiros e problemas simples que requerem autonomia dos utilizadores.

No inquérito por questionário foram obtidas 1094 respostas válidas (residentes em Portugal, maiores de 16 anos e que concordaram em participar voluntariamente da pesquisa) entre os meses de setembro e outubro de 2021.

Na etapa qualitativa, foram realizadas 6 entrevistas semiestruturadas *online* com professores (4) e empresários (2), na faixa etária de 45 a 65 anos e residentes nas seguintes regiões de Portugal: Lisboa (1), Algarve (1), Alentejo (1), Centro (2) e Norte (1). Os grupos focais (4) foram realizados presencialmente com jovens de 16 a 24 anos, estudantes de escolas das regiões Centro e Norte (Caldas da Rainha, Torres Vedras e Porto).

Entre os resultados, destaca-se:

- ▶ O telemóvel (smartphone) é o principal dispositivo de acesso às redes sociais (99.5%). Este resultado acompanha a tendência mundial no uso intensivo de telemóvel (média mundial de 97% da população utiliza pelo menos 1 vez ao mês). O computador ocupa o segundo lugar. No uso deste dispositivo 955 (87.3%) dos inquiridos referem o uso diário.
- ▶ Os dispositivos inteligentes tornam-se os dispositivos mais utilizados entre os jovens na faixa de 25 a 34 anos e 35 até 54 anos.
- ▶ A soma dos inquiridos que recorrem à Internet para obter informação é de 77% (843 respostas).
- ▶ Quanto maior a formação académica ou grau de escolaridade maior é o interesse em usar a Internet para procurar informação. A maior frequência está entre os inquiridos com formação a partir de Licenciatura (31,6% acedem frequentemente e 48,4% acedem com muita frequência à Internet para procurar informação).
- ▶ O resultado mostra que 1.017 inquiridos possuem rede social correspondendo a 93% dos participantes da pesquisa.
- ▶ Em termos de aplicativos de comunicação o WhatsApp (69%) é o mais referenciado, enquanto 316 usam o Messenger (30%) e apenas 9 informaram utilizar o Telegram (1%).
- ▶ Facebook (93%), Instagram (56%), Youtube (41%), Linkedin (21%), Twitter (9%) e Tik Tok (7%), reforçando a posição do Facebook que, mesmo com declínio de utilizadores nos últimos anos, continua sendo a rede mais utilizada em Portugal.
- ▶ O nível de rendimento permite-nos verificar que quanto menor o nível de rendimento, maior é o nível de confiança nas redes sociais. A mesma dinâmica também é observável em termos de habilitações escolares: quanto

menores as habilitações escolares, maior o nível de confiança nas redes sociais.

- ▶ Entre as redes mais populares para os jovens dos *focus group*, o Instagram está no topo das preferências, como a mais utilizada para as suas interações.
- ▶ O acesso aos serviços públicos representa 34% (372) de interação regular pelos inquiridos (frequentemente) e 20% (224) muito frequente, totalizando 54% enquanto apenas 4% da amostra (40) nunca utilizou serviços públicos digitais.
- ▶ O crescimento das compras *online* é uma realidade e atingiu com a pandemia Covid-19 uma etapa de massificação. A privação dos espaços de compras físicas durante o confinamento, ajuda a explicar este fenómeno
- ▶ Se, antes da pandemia, o consumo diário de redes sociais já se situava nos 91,7%, a pandemia provocou um aumento, ainda que ligeiro (+3,2%) do uso diário durante a pandemia (95,0%). Todavia, importa sublinhar que o aumento do consumo foi ligeiro, mas a prática de utilização já era elevada antes da pandemia.
- ▶ Os inquiridos com maior nível de escolaridade e maior rendimento apresentaram concordância mais alta em todas as questões avaliadas de competências digitais, de literacia digital, passando por segurança e privacidade até resolução de problemas, reforçando a necessidade de um olhar mais amplo para as características de desigualdade social que acabam refletindo na desigualdade digital.

INTRODUÇÃO

O século XXI é o século da transformação digital e da sociedade das redes. As tecnologias da informação e comunicação vieram amplificar novas formas de comunicação na «aldeia global», reduzir fronteiras, miscigenar culturas, potenciar novas formas de organização da vida económica, social e cultural, e uma diversidade de impactos singulares na vida em sociedade.

A transformação acelerada, e inevitável, que a estruturação da vida em sociedade está sendo alvo, tem como causa a consolidação da conexão planetária potenciada pela Internet, transformando a realidade social e as formas de organização individual e coletiva. O ciberespaço é a sociedade em rede, a aldeia global, um cenário dinâmico assente em fluxos e troca de informação, capital e cultura.

A consolidação desta lógica de “hiperconectividade”, potenciada pela Internet, tem nas redes sociais virtuais o principal símbolo da sociedade das redes. As redes sociais virtuais são, atualmente, uma das principais formas de interação nas sociedades desenvolvidas. A massificação da Internet e, simultaneamente, a generalização dos smartphones são elementos que explicam este enraizamento na pós-modernidade.

A rede forma-se, estrutura-se e dinamiza-se através de indivíduos conectados entre si por fluxos estruturados de comunicação, dinamizando práticas de interação social virtual.

A conceção de rede social tem sido moldada por várias transformações ao longo do tempo. A consolidação das redes sociais virtuais estimula uma eclosão de novas experiências virtuais que ocupam uma centralidade sem precedentes na organização da vida em sociedade.

Para a ciência social o conceito de rede social está associado a lógicas de interação. Na atualidade, este conceito foi engolido pelas redes sociais virtuais. É comum, nos nossos dias, falar-se em rede social como sinónimo de Facebook, Instagram, Twitter, entre outras.

As novas formas de interação social das sociedades desenvolvidas assentam em interações virtuais. São uma das componentes mais importantes na dinâmica das relações sociais entre pessoas, organizações e grupos. Através delas partilham-se valores, expectativas, interesses, por vezes numa imensidão de fluxos que as tornam realidades muito complexas.

Na dinâmica das relações sociais os atores nelas envolvidos desenvolvem as suas interações movidas por diversas lógicas e estratégias de ação colocando, aos interventores sociais, comunidade académica e à sociedade civil, um conjunto de desafios para a sua compreensão, os quais exigem uma abordagem multidisciplinar.

Por um lado, conhecer e compreender a complexidade deste novo quadro de relações sociais virtuais e multiplicidade de configurações que lhes são inerentes é um dos maiores desafios dos nossos dias. Por outro lado, alargar o conhecimento e a compreensão desta realidade constitui o objetivo deste projeto coordenado pelo CLISSIS da Universidade Lusíada (Portugal) e em parceria com o CRIE da Universidade Federal do Rio de Janeiro (Brasil) envolvendo investigadores da área da sociologia e ciências da informação dos dois países.

O projeto, desenvolvido em Portugal (incluindo RA Açores e RA Madeira) durante o segundo semestre de 2021, teve como base a combinação refletida e consistente de vários métodos, com o objetivo de aumentar a amplitude e profundidade dos dados recolhidos e da análise a desenvolver, sendo realizada inicialmente uma pesquisa bibliográfica com a finalidade de traçar o estado da arte sobre o tema. Privilegiámos a triangulação como estratégia para colocar em comparação dados recolhidos em dois processos distintos: quantitativo (questionário *online*) e qualitativo (entrevistas a professores e empresários, bem como Focus Group com alunos do ensino secundário público e uma turma de ensino superior).

O relatório está dividido em quatro seções: a primeira apresenta o enquadramento teórico do projeto, ao longo do qual se define literacia informacional e digital, redes sociais digitais e competências digitais. A segunda seção descreve as opções metodológicas da pesquisa. Na terceira seção são apresentados os resultados e a análise da pesquisa quantitativa e qualitativa, permitindo encontrar reflexões e subsidiar as discussões sobre a temática. Na quarta e última seção são apresentadas as conclusões e recomendações para ação, designadamente a apresentação de um conjunto de propostas que podem contribuir para solucionar alguns dos constrangimentos identificados sobre a literacia digital em geral, e o uso das redes sociais em particular.

SECÇÃO 1

1. O PORQUÊ DO PROJETO

As redes sociais (enquanto estruturas sociais integradas por pessoas, grupos, organizações ou entidades que estão conectadas entre si por um ou por vários tipos de relações) ocupam uma centralidade sem precedentes nas sociedades pós-modernas. Hoje, o mundo global é uma grande rede que nos liga e nos afasta. Pensar a vida sem as redes sociais poderá ser um exercício cada vez mais complexo, atendendo à importância crescente que vêm assumindo. Hoje, a nossa vida faz-se por fluxos de comunicação através de várias plataformas de comunicação. Estamos cada vez mais conectados. O mundo está em mudança acelerada, tal como a dinâmica das redes.

Em vez de fluxos unidirecionais de um para muitos, como ocorre com os meios de comunicação de massa, agora são múltiplos fluxos que se cruzam em redes dinâmicas, com interatividade crescente entre indivíduos e organizações. “O processo de comunicação se diversifica, de um para um, de um para muitos, de muitos para um, de muitos para muitos” (Correa, 2003, p.22).

Pierre Lévy (1999) já destacava a “comunicação todos-todos” e colocava no centro da discussão o caráter virtual da informação que é a marca do ciberespaço. O ciberespaço favorece as conexões, as colaborações, as sinergias entre as inteligências individuais, onde cada indivíduo é potencialmente emissor e recetor. Quanto mais o ciberespaço se amplia, mais ele se torna universal e transforma as condições de vida na sociedade.

A partir dos anos 2000 a segunda geração da Internet, ou web 2.0, potencializa ainda mais essa capacidade de interação dos utilizadores da rede, com a disseminação de ferramentas de colaboração e partilha que possibilitam que qualquer pessoa com acesso a um computador não apenas consuma, mas também produza conteúdos. A Internet tornou-se um bem essencial nas sociedades desenvolvidas. De acordo com Castells (2004, p.7) a Internet não pode ser analisada como mais uma tecnologia – ela estaria se tornando o próprio “tecido das nossas vidas”.

A Internet está revolucionando a comunicação por sua capacidade de fazer os grandes meios de comunicação entrarem em curto-circuito. O fato de ser uma comunicação horizontal, de cidadão para cidadão, significa que eu posso criar o meu próprio sistema de comunicação na Internet, posso dizer e comunicar o que quiser. [...] Pela primeira vez há uma capacidade de comunicação massiva não mediatizada pelos meios de comunicação de massa (Castells, 2004, pp. 285-286).

No contexto atual, fica cada vez mais evidente o papel das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) nos diversos aspetos de nosso quotidiano, uma vez que as tecnologias estão presentes de forma intensiva em todos os elementos da vida em sociedade.

As formas como acedemos, utilizamos e geramos informações também continuam a mudar. São novas maneiras de partilhar e usufruir nessa sociedade em rede e digital. Assim, precisamos de novas competências para dominar o mundo digital. Estas competências estão se tornando mecanismos de integração digital e virtual. Estas competências digitais englobam uma gama de habilidades e atitudes que vão desde a forma de agir e interagir com as tecnologias à compreensão e utilização da informação e do conhecimento. Os indivíduos imersos na cultura digital devem ter conhecimento dos princípios básicos dos dispositivos digitais, habilidades para usar as redes, capacidade de avaliar a informação e possuir pensamento crítico. As relações entre os dispositivos são reconfiguradas e com isso, as possibilidades e exigências de literacia também (Lemos, 2002; Ribeiro, 2012).

Neste sentido, o desenvolvimento da literacia digital não está apenas na capacidade de interpretação da escrita e conhecimento, mas também na conceção crítica, que permite o desenvolvimento de uma consciência sociopolítica e económica.

Em 2006, o Parlamento Europeu e o Conselho da União Europeia elencaram oito competências essenciais para a aprendizagem ao longo da vida (*lifelong learning*)¹, entre elas a competência digital. As competências digitais são consideradas transversais ao desenvolvimento das outras competências e essenciais para inclusão social e participação cívica ativa e consciente na sociedade e na economia.

¹ Recomendação do Parlamento Europeu e do Conselho de 18 de Dezembro de 2006 sobre as competências essenciais para a aprendizagem ao longo da vida: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604\(01\)&from=GA](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604(01)&from=GA)

Em Portugal, destaca-se a criação da Iniciativa Nacional Competências Digitais (INCoDe.2030), em 2017, um programa nacional para a promoção do desenvolvimento digital, com a inclusão e literacia digitais e qualificação da população ativa e que tem como objetivo situar o país entre os principais países europeus que lideram na área da competência digital².

De acordo com a avaliação mais recente do relatório *Digital Economy & Society Index (DESI)*³, um índice composto elaborado anualmente pela Comissão Europeia que mede a maturidade digital das 27 economias da União Europeia (UE), Portugal vem avançando no desenvolvimento digital da sociedade, alcançando a 16ª posição, um progresso de 3 pontos em comparação com a avaliação anterior (DESI 2020). A percentagem de população portuguesa que não possui, pelo menos, as competências digitais básicas têm diminuído ao longo dos anos, aproximando Portugal da média da UE. Contudo, uma parcela substancial ainda não possui qualquer competência digital. No último relatório (DESI 2021), mesmo avançando na colocação no índice geral, Portugal apresenta apenas 52% dos cidadãos com nível elementar de competências digitais, abaixo da média da UE (56%).

Analisando a conexão e utilização diária da Internet no período de 2009 a 2018, a taxa de utilização em Portugal passou a ser quase o dobro: enquanto que em 2009 só um terço da população (33%), entre os 16 e 74 anos usava Internet, em 2018 mais da metade da população (64%) estavam utilizando, mas Portugal ainda se posiciona entre os menores níveis de utilização da União Europeia (Eurostat, 2018).

De acordo com os resultados apurados (DESI 2021), mesmo com avanços com a banda larga, Portugal precisa continuar se esforçando para alargar a cobertura das redes de capacidade muito elevada e a adesão à banda larga móvel, incluindo nas zonas rurais e melhorar a relação do custo dos serviços para a população. Ainda segundo o relatório, 53% dos residentes em Portugal que não têm Internet afirmaram que o custo é uma das principais barreiras de acesso, diferente da realidade de outros países do estudo, como a Estónia, onde apenas 5% dos residentes apontaram essa questão como uma barreira. Foi demonstrado que apenas

² Iniciativa integrada de política pública dedicada ao reforço de competências digitais (INCoDE.2030): incode2030.gov.pt/incode2030

³ Relatório DESI 2021. Disponível em: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/desi>

5% dos residentes da Estônia que não têm acesso à Internet mencionaram os custos como uma barreira, entretanto, 53% dos residentes em Portugal que não tem Internet afirmaram ser o custo uma das principais barreiras de acesso.

Em maio de 2021, o INCoDe.2030 foi revisitado para alinhar seus objetivos e linhas de ação com o plano de ação para 2025-2030. A nova estratégia para os serviços públicos digitais incorpora políticas relevantes da UE, como o Portal Digital Único e o Regulamento eIDAS⁴, o Quadro Europeu de Interoperabilidade, os dados abertos e a acessibilidade na web. Além de reforçar e promover ações relativas às competências digitais nas escolas (incluindo a conectividade e o acesso à Internet), programas de melhoria de competências e requalificação profissional dos trabalhadores, como, por exemplo, “Emprego + Digital”.

Se a importância dos meios e usos digitais já era evidente, o contexto resultante da pandemia da Covid-19⁵ e a necessidade de confinamento, impôs uma nova lógica de vida e, a partir desta, inúmeros desafios, deixando mais evidente o papel central da conectividade, das interações sociais digitais 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 o impacto da desinformação na sociedade, evidenciando a importância de se trazer para o centro do debate os domínios das competências digitais e a inclusão digital.

De acordo com Wardle & Derakhshan (2018), a desinformação na sociedade é caracterizada por uma desordem informacional quando uma informação incorreta (*misinformation*), referente a informações falsas são partilhadas porque alguém acredita que são verdadeiras, sem o objetivo de causar dano; informações falsas (*disinformation*) quando são partilhadas de forma intencional, com objetivo de causar dano; e a má informação (*mal-information*), uma informação genuína,

⁴ O eIDAS tem como objetivo principal estabelecer uma base europeia comum para uma interação eletrónica segura, aumentando a confiança e segurança das transações *online* na União Europeia, promovendo uma maior utilização de serviços *online* por parte dos cidadãos, operadores económicos e administração pública. <https://www.gns.gov.pt/assinatura-eletr%C3%B3nica.aspx>

⁵ Conhecido como 2019-nCoV ou COVID-19, ele só foi detectado após a notificação de um surto em Wuhan, China, em dezembro de 2019. Em 11 de março de 2020, a COVID-19 foi caracterizada pela OMS como uma pandemia. O termo “pandemia” se refere à distribuição geográfica de uma doença e não à sua gravidade. A designação reconhece que, no momento, existem surtos de COVID-19 em vários países e regiões do mundo. <https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19> Acesso em 31 jul. 2021

em geral da esfera privada, que é compartilhada para causar dano a uma pessoa, organização ou nação.

De acordo com a Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS), a “infodemia” é um fenómeno caracterizado pelo “aumento no volume de informações associadas a um assunto específico, que podem se multiplicar exponencialmente em pouco tempo devido a um evento específico, como a pandemia atual” e é “amplificado pelas redes sociais e se alastra mais rapidamente, como um vírus” (Opas, 2020; Zarocostas, 2020). Para Zarocostas (2020), esse excesso de informações circulantes dificulta os indivíduos encontrarem as informações corretas no momento de tomar as decisões.

Durante a pandemia da Covid-19, tornaram-se ainda mais visíveis que o uso intensivo das redes sociais apresenta uma percepção ilusória de domínio do mundo digital, quando parte da população precisa dominar as competências básicas para uma melhor comunicação e interação digital (Moreira et al., 2020; König et al., 2020).

Esse cenário complexo tem exigido um rápido progresso na adoção das TIC impactando o modelo de negócio, a educação, a prestação de serviços públicos e a forma como nos comunicamos e consumimos informação, reforçando a necessidade urgente para que todos os indivíduos tenham acesso às TIC e às competências digitais para utilizá-las. Contudo, a aceleração no uso das TIC evidenciou ainda mais a divisão social que no contexto da era digital se apresenta como divisão digital, destacando uma nova classificação social: incluídos e excluídos digitais.

Sobre os processos de apropriação das tecnologias e das novas relações sociais no mundo digital, evidencia-se que os levantamentos quantitativos realizados sobre o acesso ou não à Internet são significativos, mas insuficientes para compreender a complexidade do uso pelos atores. Desta forma, são necessários mais estudos qualitativos e quantitativos acerca dos fatores que geram a divisão digital. Essa nova classificação (divisão digital) é constituída a partir de fatores sociais, económicos, educacionais, cognitivos entre outros.

Nessa perspetiva, considerando o desafio enfrentado por Portugal, um país de pouco mais de 10 milhões de habitantes⁶ e com idade média de 45 anos, sendo

⁶ Instituto Nacional de Estatística (INE) Dados disponíveis em: https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpgid=ine_tema&xpid=INE&ctema_cod=1115

o terceiro país da União Europeia (UE) em rácio de idosos para jovens⁷, para este cenário de transformação digital da sociedade em rede, esse estudo tem como objetivo conhecer e compreender a complexidade das relações sociais e a multiplicidade de configurações que lhes estão inerentes e alargar o conhecimento e a compreensão das novas relações sociais com foco na formação de competências digitais para ampliar a literacia digital dos cidadãos portugueses.

Face às metamorfoses que o mundo digital está a viver, e em particular a diversidade de quadros de interação que as redes sociais estão a potenciar nas sociedades desenvolvidas, este projeto de investigação, desenvolvido em Portugal, tem como desafios aumentar o conhecimento sobre o uso das redes sociais em Portugal e conhecer as práticas, perfis e estratégias de utilização das redes sociais em Portugal.

⁷ *Ageing Europe 2019 — looking at the lives of older people in the EU* (EUROSTAT): <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3217494/10166544/KS-02-19%E2%80%91EN-N.pdf/c701972f-6b4e-b432-57d2-91898ca94893>

2. ENQUADRAMENTO TEÓRICO

2.1 A rede social

O conceito de rede social, massificado e amplamente difundido nos nossos dias, tem para as ciências sociais e humanas um carácter polissémico e de difícil delimitação conceptual. Esta complexidade do conceito é enfatizada quando lhe associamos a dimensão “análise”, configurando uma discussão complexa e com várias dimensões conceptuais e dos enfoques da análise.

Na literatura de análise de redes sociais surgem normalmente duas aproximações: a sociocêntrica e a egocêntrica, ancoradas no pensamento de Simmel (1922), Moreno (1934), Bott (1955) e Epstein (1961), principais precursores da dimensão analítica do conceito de rede social. A perspetiva sociocêntrica, por um lado, pode apresentar critérios realistas (ex. uma determinada organização) e simultaneamente nominalista (introduzido pelo investigador). Por outro lado, a perspetiva egocêntrica parte das conexões que se podem estabelecer a partir de um determinado ego.

Se nos enfoques não há consenso sobre o mais penetrante para o mapeamento de uma determinada realidade social, a precisão do conceito de rede remete-nos para uma complexa e exposta confusão de sentidos e contra sentidos. A vasta e dispersa literatura produzida nos últimos anos sobre o tema deixa em aberto uma série de enfoques para o estudo das redes.

Por conseguinte, neste quadro dos sentidos e contra sentidos da «rede», está presente um ponto comum, ou seja, uma relação que se estabelece entre duas ou mais partes. Obviamente que o conceito se torna complexo e mutável de acordo com o contexto em que é utilizado, pressupondo uma aprofundada reflexão conceptual.

A rede representa uma estrutura de laços entre atores de um determinado sistema social, seja ela presencial ou virtual. Estes atores podem ser papéis, indivíduos, organizações, sectores ou estados-nação. Os seus laços podem basear-se na conversação, afeto, amizade, parentesco, autoridade, troca económica, troca de informação ou uma diversidade de elementos que constituem a dinâmica da rede.

O homem enquanto ser social vive em constante interação com diversos elementos dos sistemas que integra: pessoas, grupos, instituições, papéis sociais, entre outros. Este comportamento social do homem tem por base uma perspectiva de rede, na qual, as interações estabelecidas, a partilha e a complementaridade de relações dão vida ao conceito de rede.

A organização social do mundo, que se desenvolve a partir dos atributos, difere muito das lógicas que identificam os padrões a partir das “relações” que constituem a base da análise estrutural. Os atributos são qualidades associadas à unidade que não consideram as relações dessa mesma unidade com outras unidades ou com o contexto social específico dentro do qual essas qualidades são observáveis. A construção de categorias a priori, assentes em atributos, sustenta-se no pressuposto da independência estatística e tem como objetivo determinar a forma como se relacionam determinadas variáveis. Assim, a análise sustenta-se nas relações entre variáveis e não nas relações entre os atores.

2.2 Literacia digital

Etimologicamente originado do latim *litteratu*, e derivado da utilização em inglês (*literacy*), a palavra literacia tem como significado a capacidade do indivíduo de usar a leitura e a escrita como forma de adquirir conhecimentos, desenvolver as próprias potencialidades e participar ativamente na sociedade.

Em relação à evolução do termo em inglês, algumas ferramentas oferecem uma visão interessante, como o motor de busca *online* Google NGram Viewer que gera um gráfico de frequência contando as fontes digitalizadas pelo Google⁸. Nas duas imagens seguintes podemos observar, por um lado, a evolução do termo *literacy* de 1900 a 2000, por outro, a combinação de diferentes literacias (*digital literacy e information literacy*).

⁸ Disponível em: <https://books.google.com/ngrams>

O termo *literacy* começou a ter uma utilização durante o século XIX e com um crescimento a partir da década de 1960, referindo-se à leitura e a escrita conforme o contexto e a necessidade do indivíduo.

Ao compararmos os tipos de literacia, observando a literacia informacional (*information literacy*), termo usado pela primeira vez nos Estados Unidos, na década de 1970, para caracterizar competências necessárias ao uso das fontes eletrônicas de informação (Campello, 2003), observa-se a utilização crescente a partir do ano que o termo foi utilizado.

Information Literacy transcende a soma dos conceitos informação e letramento, sendo um termo essencialmente abrangente. O letramento informacional tem como finalidade a adaptação e a socialização dos indivíduos na sociedade da aprendizagem. Assim, pode-se afirmar que a essência da literacia informacional consiste no engajamento do sujeito nesse processo de aprendizagem para desenvolver competências e habilidades necessárias à busca e ao uso da informação de modo eficiente (Dudziak, 2003; Gasque, 2010).

Já a literacia digital apresenta alguns conceitos que se configuram como práticas sociais de leitura e escrita realizadas através das ferramentas digitais (Marcuschi, 2004) e o termo aparece em meados dos anos 80 e tem crescimento expressivo a partir de 2015.

A curva do Google Ngram demonstra que ambos os termos estão no mesmo patamar de utilização em 2020, mas dada a evolução do termo *digital literacy* e impacto da pandemia da Sars-Cov 2 na sociedade em rede e digital acredita-se que ele ultrapassará o termo *information literacy* em utilização.



Fonte: informação capturada pelos autores com Ngram Viewer (2021)

Verifica-se, portanto, que esses conceitos se modificaram para responder às exigências de se viver numa sociedade “marcada” pelo digital. O termo literacia digital vem se destacando e tem mais adesão ao conjunto de competências e habilidades necessárias para uma plena participação numa sociedade saturada de *media* e rica em informação como destaca Hobbs (2016).

As novas tecnologias digitais exigem de seus utilizadores o desenvolvimento de novas competências, pois a leitura e a escrita no ciberespaço possuem características próprias. Novais & Dias (2009) reforçam que as competências exigidas vão além do domínio do *hardware*, ou seja, dos instrumentos físicos, do manuseio técnico como o uso da tela ou teclado do computador. É necessário incorporar a interação, o entendimento da dinâmica estabelecida nas diversas interfaces, uma compreensão ampliada da cultura digital, análise crítica e participação ativa.

Para tratar de literacia digital precisamos entender competência e fluência, ou seja, as capacidades instrumentais no uso da tecnologia e a integração da competência crítica de leitura e interpretação de textos tradicionais e digitais. Segundo a UNESCO (2018):

A literacia digital é a capacidade de acessar, gerenciar, compreender, integrar, comunicar, avaliar e criar informações de forma segura e adequada por meio de dispositivos digitais e tecnologias em rede para a participação na vida econômica e social. Inclui competências

que são referenciadas de diferentes maneiras como literacia informática, literacia em TIC, literacia informacional e literacia mediática (tradução nossa⁹).

Compreende-se então que ser letrado digitalmente é praticar as tecnologias digitais, ou seja, responder ativamente seus diferentes propósitos, integrar e utilizar a comunicação de forma segura em diferentes contextos. A literacia digital é “fruto de uma ação social coletiva que gerou apropriações, amalgamentos e sínteses entre gêneros, linguagens e tecnologias até então vistas como coisas separadas” (Buzato, 2006, p.9).

Sob essa ótica, a literacia digital pode ser entendida como o conceito integrador de literaturas prévias ao contexto digital com destaque para uso de media social e sua importância para novas formas de comunicação, aprendizado e trabalho (Santos et al, 2016).

Os indivíduos ‘letrados’ digitalmente e informacionalmente devem ser capazes de obter e perceber a informação em diferentes suportes, com “habilidade para entender e utilizar informações a partir de variadas fontes digitais” (Bawden, 2008).

[...] reduzir o hiato entre aqueles que estão conectados e aqueles que não estão tendo acesso físico mais barato e mais rápido à Internet não resulta automaticamente na eliminação da distância colocada pelas desigualdades digitais. É um erro assumir um posicionamento tecnologicamente determinista, que vê o acesso à tecnologia como solução para os problemas sociais, incluindo problemas de desigualdade social, democracia, liberdade, interação social e um senso de comunidade. Na verdade, muitas dimensões e padrões existentes podem gerar e reforçar desigualdades, aumentando ainda mais as distâncias entre cidadãos/usuários. [...]Essas dimensões criam desigualdades digitais que, se não forem retratadas, produzem e reforçam as desigualdades sociais. Os conceitos de estratificação social e digital estão intimamente interligados (Ragnedda & Ruiu, 2020, p. 37).

⁹ “Digital literacy is the ability to access, manage, understand, integrate, communicate, evaluate and create information safely and appropriately through digital devices and networked technologies for participation in economic and social life. It includes competences that are variously referred to as computer literacy, ICT literacy, information literacy, and media literacy”.

De facto, o simples acesso às redes sociais não é sinónimo de uma série de habilidades que os cidadãos necessitam aprender para que a comunicação se realize e para que exerçam seus direitos e organizem seus interesses nas redes digitais. O mero acesso não garante a equidade social e cultural. Dupas (2005) traz o conceito de “*apartheid* digital” impactado pelo nível educacional e de renda:

A abrangência e a intensidade do uso da Internet na maioria das áreas da atividade social, económica e política leva à marginalidade os que têm acesso apenas limitado a ela. É o *apartheid* digital. À medida que as tecnologias de acesso se tornam mais complexas, desacelera-se sua adoção pelos grupos de menor nível educacional e de renda. Como a capacidade de processar informações torna-se essencial, aqueles que têm limitações para aproveitar esse acesso ficam muito atrás dos outros. Educação, informação, ciência e tecnologia tornam-se essenciais para gerar valor na economia baseada na Internet, mas exigem investimentos contínuos e muito elevados (Dupas, 2005, p.201).

2.3 Redes sociais digitais

A organização em redes é tão antiga quanto a própria humanidade. De acordo com a evolução cronológica feita por Fialho (2015), a génese dos estudos das redes sociais iniciou nos anos 1930, com foco nas relações sociais entre pequenos grupos sociais. Neste período, o antropólogo Lloyd Warner e o psicólogo social Elton Mayo, conjuntamente 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, numa complexa rede de relações que explica a integração global no sistema social” (Fialho, 2015, p. 65).

O estudo das redes coloca em evidência o facto de que os indivíduos, dotados de recursos e capacidades propositivas, organizam as 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.

Mesmo nascendo em uma esfera informal de relações sociais, os efeitos das redes podem ser percebidos fora de seu espaço, nas interações com o Estado, a sociedade ou outras instituições representativas. Decisões micro são influenciadas pelo macro, tendo a rede como intermediária (Marteleto, 2001, p.72).

Conforme Michel Maffesoli (1998), a compreensão deste método de agregação social dos indivíduos, pode ser feita com outra metáfora: “tribos”, a rede das redes, onde “redes” também são as pessoas.

[...] as coisas, as pessoas, as representações se propagam por um mecanismo de proximidade. Assim, é por contaminações sucessivas que se cria aquilo que é chamado de realidade social. Através de uma sequência de cruzamentos e de entrecruzamentos múltiplos se constitui em uma rede das redes. Os diversos elementos limitam-se entre si, formando, assim, uma estrutura complexa. Entretanto, a oportunidade, o acaso, o presente representam nela uma parte não negligenciável. E isso dá ao nosso tempo o aspeto incerto e estocástico que conhecemos bem (Maffesoli, 1998, pp. 205-206).

A visão de mundo em rede tem sido destacada por estudiosos de várias áreas de conhecimento. São várias as obras de referência. De Stanley Wasserman e Katherine Faust destacamos “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).

Numa abordagem mais atualizada e trazendo o conceito de rede social digital, Recuero afirma que a interação mediada pelo computador 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). E, ainda, quando uma rede de computadores conecta uma rede de pessoas e organizações, é uma rede social” (Garton, Haythornthwaite & Welman, 1997, p.1).

A classificação de um site como rede social digital, por sua vez, parte do conceito criado pelas autoras Danah M. Boyd & Nicole B. Ellison no estudo “Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship” (2007, p.211) onde definem

como Sites de Redes Sociais (SRS) os serviços baseados na Web, desde que os indivíduos: (1) construam um perfil público ou semipúblico num sistema limitado; (2) articulem uma lista de outros utilizadores com quem compartilham uma conexão e; (3) vejam e percorram sua lista de conexões e aquelas feitas por outros dentro do sistema. Santana et al. (2009) denomina “redes sociais *online*” para representar:

[...] um sistema eletrônico de comunicação de alcance global que possibilita a integração de todos os meios de comunicação e que possui interatividade potencial [e] suscitam a participação dos envolvidos para compartilhar informações, fatos e experiências relacionadas ao evento (Santana et al., 2009, p. 340).

Costa (2005), optou por utilizar “redes digitais” para definir o sistema informal de troca, o que, segundo ele, trouxe o conceito de “comunidade” para o de “rede social”, principalmente, da multiplicação das ferramentas de colaboração *online* e das tecnologias de comunicação móvel, as quais se integraram as mídias tradicionais.

Diante da heterogeneidade conceptual, optamos por usar “redes sociais digitais” ao longo deste projeto de investigação porque entendemos que compreende a relação sociais de atores interagindo por meio das tecnologias digitais no ciberespaço.

Atualmente, as redes sociais digitais são cada vez mais amplas e complexas, sendo que a importância e o aprofundamento do estudo das redes sociais são inegáveis nesse novo tempo, considerando a criação de grupos colaborativos maiores e mais distribuídos que em qualquer outro momento da história neste campo (Recuero, 2009; Shirky, 2008).

Muitas podem ser as formas para classificação dos tipos de redes sociais digitais. Recuero (2009) apresenta as redes sociais digitais como dois tipos: redes emergentes e de filiação ou associação. Na primeira, são aquelas em que há comunicação mútua com trocas sociais entre os atores, como por exemplo comentários em blogs, onde a interação social proporciona uma sensação de pertença nas redes por parte das pessoas. Desta forma, estas redes mostram agrupamentos de elos altamente conectados, formando grupos com 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 por exemplo 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). Ainda segundo 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.

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.”

Bourdieu explica em *The forms of capital* (1985) que existem três grandes tipos de capital que permeiam os campos sociais: o capital económico, o cultural e o social, sendo o capital social formado pelos recursos presentes ou futuros surgidos a partir da conexão de uma pessoa a uma rede social e está diretamente relacionado com os interesses individuais.

O capital social, segundo Putnam (2002, p.19), refere-se “à conexão entre indivíduos – redes sociais e normas de reciprocidade e confiança que emergem dela”. Putnam recorre à distinção entre *bonding social capital* que tende a fortalecer acima de tudo os grupos homogêneos, a lealdade entre membros de um determinado grupo e *brindging social capital* que visa fortalecer as relações com o mundo fora do grupo que abarcam indivíduos de diferentes campos e isso ajuda a criar laços de conectividade entre diferentes grupos sociais.

Clay Shirky no livro “Lá vem todo mundo – o poder de organizar sem organizações” apresenta os desafios com as redes sociais e novas tecnologias como meios de comunicação que possibilitam o compartilhamento de informações, a produção de maneira colaborativa e o planeamento de ações coletivas sem intermediários. “Talvez o efeito mais significativo de novas ferramentas, porém, resida na maior influência que conferem às pessoas mais conectadas” (Shirky, 2008, p.191).

Os sujeitos se apropriam das tecnologias digitais e desenvolvem-se juntamente com o crescimento do ciberespaço, deixando de ser apenas um recetor de informações a participar na elaboração do conteúdo das comunicações e na produção do conhecimento e precisam ter capacidade de avaliar a informação e possuir pensamento crítico (Silva, 2003; Lévy, 1999).

No estudo realizado pelo CIES-ISCTE, OberCom e MediaLab¹⁰, durante os meses de março e abril de 2020 em Portugal, foram identificadas mudanças significativas nos hábitos dos portugueses no ciberespaço como o aumento no consumo de notícias em formato digital, uso intensivo de telefones celulares e, também, a relação com a desinformação. Mais de 70% dos entrevistados informaram ter recebido notícias falsas durante o período e ao serem questionados como reagiram, mais de 30% não fizeram nada e apenas 4,3% confirmou a veracidade com a fonte.

O uso das redes sociais tornou-se um dos principais espaços de consumo de informações. Em várias ocasiões, os conteúdos são curtidos, comentados e compartilhados sem a devida leitura, o que dificulta a compreensão (Zago & Silva, 2014).

O celular se tornou um apêndice, faz parte do corpo humano. É uma mudança cultural mais profunda do que já notamos. É a sensação de carregar a verdade na mão o tempo todo. É a verdade portátil e instantânea” [...] Uma sociedade bem informada olha para a notícia criticamente (Maierovitch, 2020, s/p).

Zattar (2017) sublinhou que para navegar no ciberespaço os indivíduos precisam ter uma postura crítica e consciente, visto que as tecnologias digitais provocaram mudanças significativas na relação das pessoas com a informação.

A busca informacional, na maioria das vezes, tem como ponto de partida o Google, assim como a produção de informações tem crescido significativamente em meios como o Facebook ou WhatsApp. Tais atitudes exigem práticas informacionais críticas [...] (Zattar, 2017, p.286).

¹⁰ Estudo “Covid-19: Comunicação e informação” desenvolvido pelo CIES-Iscte em parceria com Observatório da Comunicação (OberCom) e MediaLab. Disponível em: <https://medialab.iscte-iul.pt/comunicacao-e-desinformacao/> Acesso em 01 outubro de 2021.

A pandemia intensificou essa relação com a informação e ao mesmo tempo destacou as habilidades e atitudes que os indivíduos precisam ter ou desenvolver, em particular as competências digitais. No período da pandemia ficou ainda mais evidente a divisão digital entre e dentro dos países. A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE) destacou essa assimetria social e digital:

As tecnologias ajudaram economias e sociedades a evitar a estagnação total durante a crise da COVID-19, mas também acentuaram a dependência do digital e expuseram a realidade da divisão digital entre e dentro dos países. Estamos num ponto de inflexão na transformação digital e o nosso futuro é avançar e reduzir estas lacunas (OCDE, 2021¹¹).

2.4 Competências digitais

A literacia (no Brasil, letramento) digital exige competências que não impliquem apenas em ações instrumentais de uso tecnológico da tecnologia e das mídias digitais e sim habilidades e competências digitais para obter, armazenar, apresentar e trocar informações e também para participar criticamente nas em redes sociais digitais. Para a UNESCO (2018):

Competências digitais são definidas como uma gama de habilidades para usar dispositivos digitais, aplicativos de comunicação e redes para aceder e gerenciar informações. Elas permitem que as pessoas criem e compartilhem conteúdo digital, se comuniquem, colaborem e resolvam problemas para uma autorrealização eficaz e criativa na vida, no aprendizado, no trabalho e nas atividades sociais em geral” (UNESCO, 2018, tradução nossa¹²).

¹¹ Digital Economy 2020 (BUILDING RESILIENCE AND BRIDGING DIVIDES): <https://www.oecd.org/digital/digital-economy-outlook-covid.pdf>. Acesso em 07 de outubro de 2021.

¹² “Digital skills are defined as a range of abilities to use digital devices, communication applications, and networks to access and manage information. They enable people to create and share digital content, communicate and collaborate, and solve problems for effective and creative self-fulfillment in life, learning, work, and social activities at large”. Disponível em <https://en.unesco.org/news/digital-skills-critical-jobs-and-social-inclusion>. Acesso em 01 outubro de 2021.

Calvani et al (2008, p.186) ratificam essa visão e ressaltam que “letramento ou competência digital não são resultado de simples elementos de habilidades ou conhecimento instrumental, mas uma complexa integração entre processos e dimensões cognitivas, bem como a consciência metodológica e ética”¹³.

Essas competências emergem das práticas como o ato de publicar em um blog, comprar e vender *online*, utilizar os serviços públicos *online* ou nas interações das redes sociais digitais. Assim, a competência digital passa a refletir as práticas sociais deixando de ser considerada apenas como uma habilidade instrumental da tecnologia (Azevedo et al, 2018; Ala-Mutka, 2011).

A Comissão Europeia, em conjunto com o Parlamento europeu, através da publicação do Quadro de Referência Europeu sobre Competências-chave para a Aprendizagem ao Longo da Vida, apresentou a competência digital como envolve “[...] a utilização segura e crítica das tecnologias da sociedade da informação (...) [é] sustentada pelas competências em TIC” (Comissão Europeia, 2007, p.7).

O Quadro de Referência estabelece oito competências essenciais para aprendizagem, sendo a competência digital uma delas (quadro 1). A competência digital envolve a utilização segura e crítica das tecnologias no trabalho, nos tempos livres e na comunicação.

Quadro 1 – Competências essenciais

1) Comunicação na língua materna
2) Comunicação em línguas estrangeiras
3) Competência em matemática e competências básicas em ciências e tecnologia
4) Competência digital
5) Aprender a aprender
6) Competências sociais e cívicas
7) Espírito de iniciativa e espírito empresarial
8) Sensibilidade e expressão culturais

Fonte: Comissão Europeia (2007)

¹³ “Digital literacy or competence is not the result of simple elements of ability or instrumental knowledge, but rather a complex integration between cognitive processes and dimensions as well as methodological and ethical awareness.” (CALVANI et al, 2008, p. 186).

Os *frameworks* relacionados às competências digitais são os resultados dos esforços da União Europeia para desenvolver instrumentos de avaliação que funcionem como modelos comuns aplicáveis aos diferentes países europeus (Redecker, 2017; Mattar et al., 2020). Ferrari (2012), através de uma revisão extensiva, avaliou vários *frameworks* relacionados com as competências digitais para os cidadãos no processo de preparação do Quadro de Competência Digital (DigComp), identificando os elementos principais: os conhecimentos, as habilidades e as atitudes, em conjunto com os domínios, as estratégias, os valores e a conscientização, e por fim as áreas de competências.

Num estudo mais recente, Santos, Pedro & Mattar (2021) realizaram uma revisão sistemática de literatura com objetivo de identificar o uso dos Quadros de Competência Digital do DigComp em nível mundial. Dentre as experiências, foi destacada a Iniciativa Nacional Competências Digitais “INCoDe.2030” em Portugal que substituiu a Estratégia Nacional para a Inclusão e Literacia Digitais (ENILD), vigente de 2015 a 2020.

A INCoDe.2030 teve o DigComp como documento estruturante e tem como objetivo situar Portugal entre os principais países europeus que lideram na área da competência digital. Essa iniciativa tem três grandes desafios e um horizonte até 2030 para: (i) generalizar a inclusão digital, (ii) estimular a empregabilidade; e (iii) produzir novo conhecimento através da cooperação internacional, que serão enfrentados através da implementação de uma série de medidas que se estruturam em torno de cinco eixos de ação:

- ▶ **Eixo 1.** Inclusão: assegurar a generalização do acesso equitativo às tecnologias digitais a toda a população, para obtenção de informação, comunicação e interação;
- ▶ **Eixo 2.** Educação: assegurar a educação das camadas mais jovens da população através do estímulo e reforço nos domínios da literacia digital e das competências digitais em todos os ciclos de ensino e de aprendizagem ao longo da vida;
- ▶ **Eixo 3.** Qualificação: capacitar profissionalmente a população ativa dotando-a dos conhecimentos necessários à integração num mercado de trabalho que depende fortemente de competências digitais;

- ▶ **Eixo 4.** Especialização: promover a especialização em tecnologias digitais e aplicações para a qualificação do emprego e a criação de maior valor acrescentado na economia;
- ▶ **Eixo 5.** Investigação: garantir as condições para a produção de novos conhecimentos e a participação ativa em redes e programas internacionais de I&D.

O quadro teórico de competências digitais *DigComp 2.1: Digital Competence Framework for Citizens* apresenta cinco áreas de competências com 21 competências e oito níveis de proficiência, indo do básico ao altamente especializado e também traz exemplos de uso. A primeira sequência identifica a área de competência e, a segunda, a competência diretamente propriamente dita (Quadro 2). Todas as competências são numeradas, mas esta progressão não reflete hierarquia entre elas como pode ser verificado seguidamente.

Quadro 2 – Áreas de competência e competências

Áreas de Competência	Competências
1. Literacia de informação e de dados	1.1 Navegação, procura e filtragem de dados, informação e conteúdo digital 1.2 Avaliação de dados, informação e conteúdo digital 1.3 Gestão de dados, informação e conteúdo digital informação
2. Comunicação e colaboração	2.1 Interação através de tecnologias digitais 2.2 Partilha através de tecnologias digitais 2.3 Envolvimento na cidadania através de tecnologias digitais 2.4 Colaboração através de tecnologias digitais 2.5 <i>Netiqueta</i> 2.6 Gestão da identidade digital
3. Criação de conteúdo digital	3.1 Desenvolvimento de conteúdo digital 3.2 Integração e elaboração de conteúdo digital 3.3 Direitos de autor e licenças 3.4 Programação

Áreas de Competência	Competências
4. Segurança	4.1 Proteção de dispositivos 4.2 Proteção de dados pessoais e privacidade 4.3 Proteção da saúde e do bem-estar 4.4 Proteção do meio ambiente
5. Resolução de problemas	5.1 Resolução de problemas técnicos 5.2 Identificação de necessidades e de respostas tecnológicas 5.3 Utilização criativa das tecnologias digitais 5.4 Identificação de lacunas na competência digital

Fonte: Quadro DigComp 2.1

As áreas de competência 1, 2 e 3 são lineares, enquanto as áreas 4 e 5 são mais transversais, sendo a ‘área 5 – Resolução de problemas’ a mais transversal, podendo ser encontrada em todas as outras áreas de competência. Embora cada uma delas tenha a sua própria especificidade, há vários pontos que se sobrepõem e referências que se cruzam com outras áreas, como por exemplo, a área relativa à “Literacia de informação e de dados” inclui a competência “Avaliação de dados, da informação e de conteúdos digitais”, que faz parte da dimensão cognitiva da resolução de problemas (Lucas, Moreira & Costa, 2017).

Estudos sobre as novas habilidades e competências digitais necessárias para o pleno emprego, o desenvolvimento pessoal e a inclusão social vem sendo realizados, sendo adotado o DigComp ou modelos adaptados como *framework* para avaliação de competências dos indivíduos.

Ferrari (2012) ressalta que ser digitalmente competente envolve um conjunto de conhecimentos, habilidades, atitudes e capacidades para usar as tecnologias e os meios de comunicação digitais, a fim de realizar tarefas, resolver problemas, comunicar, gerir informações, colaborar, criar e compartilhar conteúdo, e construir conhecimento de forma crítica, criativa, ética e eficaz.

Neste cenário complexo, Lucas, Moreira & Costa (2017, p.186) apresentam as competências digitais como conceitos multidimensionais e multidisciplinares que contemplam a relação de “processos técnicos, cognitivos, metacognitivos e de consciência cívica e ética [...] bem como o conhecimento das implicações éticas e sociais que derivam da utilização das tecnologias digitais”.

2.5 O capital social nas redes sociais

O conceito de capital social tem sido utilizado por influência sociologia norte-americana para sublinhar a importância das redes sociais informais na construção das relações sociais e de formas de sociabilidade que têm por base interesses pessoais e coletivos

O conceito de capital social começou também a ser fortemente desenvolvido a partir das questões do desenvolvimento local, com principal incidência aquando da publicação do livro de Robert Putnam (1993), *Making Democracy Work*. Neste trabalho sobre os fundamentos da democracia italiana, o autor identificou uma enorme densidade de associações e também a existência de relações sociais de reciprocidade como premissas centrais da democracia e da participação cívica. Estes fatores não são apenas a garantia da democracia na sociedade, mas influenciam também o poder local e as instituições. Numa espécie de analogia aos conceitos de «capital financeiro» e «capital humano», Putnam introduz o conceito de capital social tratando-se dum elemento da organização social das redes, das normas e confiança social como mecanismo facilitador da coordenação e cooperação entre instituições. Na discussão sobre o conceito, este passou a ser tido como importante para a consolidação da democracia e para uma efetiva *governança* local e urbana, como decisivo para a sustentação de redes de inovação tecnológica e de políticas públicas; fundamental para o desenvolvimento social e comunitário; importante para a implementação de projetos e, por fim, para a proteção do meio ambiente (Frey, 2003).

O capital social pode ser compreendido como o quadro de normas de reciprocidade, informação e confiança presentes nas redes sociais informais que se desenvolvem como fruto das interações dos atores da rede, gerando benefícios diretos e indiretos, que se revestem de enorme importância para a compreensão da ação social.

Nesta relação Sociedade-Estado, autores como Putnam (1993) e Evans (1996) reforçam a necessidade da existência de regras transparentes e sólidas nesta relação como forma de se desenvolver um capital social acumulado à disposição da sociedade.

A existência de capital social numa sociedade não é sinónimo da sua utilização e conseqüente êxito nas políticas públicas. Estas mesmas políticas podem gerar

resultados numa determinada sociedade e, aplicadas a outras podem ser condição de fracasso dependendo da forma como esse capital social é construído e movimentado. Deste modo, o capital social pode ser considerado um recurso potencial.

Enquadrado pelo caso italiano e partindo do estudo das diferenças políticas e económicas de norte a sul, Putnam (1993) pretendeu demonstrar, a relevância da participação cívica¹⁴ ao nível das instituições democráticas e na criação de sinergias Estado-Sociedade.

Outros autores têm estudado o capital social. Na sociologia atual encontramos nomes como Pierre Bourdieu¹⁵ (1996), Glenn Loury (1981)¹⁶, James Coleman (1998, 1990) e Robert Putnam (1992, 1993 e 1995). De um modo geral, para estes autores o capital social reside na panóplia de relações que se verificam na estrutura social e que facilitam as ações dos indivíduos que estão enquadrados nessa estrutura. Sublinhe-se que o conceito de capital social tem subjacente que o relacionamento entre pessoas favorece o acesso aos recursos disponíveis na sociedade.

O trabalho levado a cabo por Loury abriu portas para a sustentação duma análise mais refinada do processo iniciado por Coleman designadamente, no que concerne ao papel do capital social na criação de capital humano. No estudo do conceito, Coleman recorre aos contributos de Loury, tal como aos do economista Ben-Porath (1967) e dos sociólogos Nan Lin (1982) e Mark Granovetter (1973, 1985).

Coleman (1988 e 1990) concebeu o capital social partindo da sua função, designando-o como se tratando duma variedade de entidades com dois elementos

¹⁴ Entenda-se a participação dos cidadãos nas múltiplas instâncias organizacionais da sociedade civil.

¹⁵ A análise desenvolvida por Bourdieu é considerada como a de maior refinamento entre aquelas que introduziram o conceito na sociologia contemporânea. O tratamento do conceito é de natureza instrumental e centra-se nos benefícios adquiridos pelos indivíduos, como resultado da sua participação em grupos e, na construção deliberada de sociabilidades que pretendem a criação de capital social. Também para Bourdieu o conceito é decomponível em dois elementos: a relação social que possibilita aos atores reclamar o acesso a recursos na posse dos elementos do grupo e, um segundo elemento; a quantidade e qualidade desses recursos (Portes, 2000).

¹⁶ Através da crítica às teorias neoclássicas de desigualdade racial de rendimento e às suas implicações políticas, defendeu que as teorias económicas ortodoxas se apresentavam excessivamente individualistas por se centrarem exclusivamente no capital humano individual e na conceção de um campo estruturado para a competição sustentada nessas competências. Advoga o autor que as proibições legais contra as preferências raciais dos empregadores e a aplicação de programas para a igualdade de oportunidades não seriam suficientes para diminuir as desigualdades raciais. A transmissão de pais para filhos e as relações mais pobre dos jovens trabalhadores negros com o mercado de trabalho e a sua falta de informação relativamente a oportunidades seriam razões para o fracasso. (Portes, 2000).

em comum: todas elas constituem num certo aspeto estruturas sociais e facilitam determinadas ações dos atores – pessoas ou atores coletivos no interior da estrutura.

Assim como outras formas de capital, o capital social está inerente a tipologias de relações, neste caso relações sociais assentes em redes sociais informais entre indivíduos e por formas de sociabilidade representativas da vida nas mais diversas organizações. Por outro lado, e apesar da crescente racionalização da vida moderna, as relações sociais continuam a ser decisivas na construção da sociabilidade, relações estas que podem ser utilizadas como forma positiva de programas sociais, daí assumirem a designação de capital disponível na sociedade.

As redes sociais implicam a observância de normas de reciprocidade e confiança entre os atores. A função destas normas traduz-se no valor para os atores na estrutura social como recursos que podem ser utilizados para o prosseguimento dos seus interesses. Por outro lado, a positividade implica que os atores participem em redes relativamente maiores ao invés de quem está fora dela pois pode ser considerado um fator negativo desse capital.

De acordo com Portes (2000), a primeira análise sistémica de capital social foi realizada por Bourdieu (1980) que definiu o conceito como o agregado do atual ou potencial recurso, ligado à pertença duma forte rede social de relações supostamente institucionalizadas e de reconhecimento mútuo. Neste contexto, o capital social pode ser desmultiplicado em duas partes:

- ▶ O conjunto das próprias relações que possibilitam aos atores reivindicar recursos comuns aos participantes;
- ▶ A quantidade e qualidade dos recursos.

No destaque para a interação entre as múltiplas formas de capital (social, económico e cultural), o capital económico seria o centro de todos os «capitais». Por outro lado, verificar-se-ia uma circularidade com epicentro no capital social, na qual os atores podem ter acesso direto a recursos económicos, bem como aumentar o seu capital cultural. Contudo, o primado é o do capital económico.

O conceito desenvolvido por Glenn Loury (1981) partiu duma crítica às teorias das desigualdades raciais e às políticas que delas resultam nos Estados Unidos. Para Loury, as proibições legais contra a discriminação racial no emprego e a implementação de programas de oportunidades iguais não anulam as desigualdades. Em primeiro lugar pelo *environment* em que vive a população assente em

círculos de pobreza com possibilidades de reprodução nos seus descendentes. Por outro lado, as reduzidas conexões dos jovens de raça negra com o mercado de trabalho e a conseqüente falta de oportunidades. Em síntese, o acesso diferenciado aos bens materiais e simbólicos resulta das parcas e limitadas redes sociais e, forçosamente, do reduzido capital social dessa franja da população.

Coleman (1988 e 1990) desenvolve o capital social como uma teoria da escolha racional, rejeitando o individualismo externo que nela subjaz. A sua investigação decorreu com estudantes do ensino secundário de várias gerações, em Chicago durante os anos 60, procurando identificar a influência dos estudantes de maior idade nos mais novos ao nível das questões da participação social, liderança e participação em associações recreativas. Para o autor registavam-se duas grandes correntes intelectuais ao nível da descrição e explanação da ação social. Por um lado, uma que atendia ao ator socializado em que a ação era determinada pelas normas sociais e restantes regras da comunidade em que se inseriam. O principal contributo desta corrente residiu na habilidade de descrever a ação no seu contexto social e explicar a ação enquanto estrangida pelo contexto social em que se inseria. Uma outra, mais comum entre os economistas, focava o ator com objetivos independentes e inteiramente direcionados para interesses privados. O seu principal contributo residia no facto da ação ser entendida como maximização utilitária, advogando a inclusão no desenvolvimento da teoria sociológica de componentes das duas correntes: a aceitação do princípio da ação racional ou ação prepositiva e a tentativa de apresentar como este princípio, em determinado contexto social, poderia contar não somente com a ação de indivíduos em contextos particulares, mas também no desenvolvimento da organização social. Para Coleman o capital social é um recurso presente na ação, introduzindo a estrutura social no paradigma da ação racional.

A seguir a Bourdieu, Loury e Coleman, têm sido desenvolvidas até aos nossos dias outras análises sobre capital social. Baker (1992), considerou o capital social *“um recurso que os atores fazem derivar de estruturas sociais específicas e usam depois para a realização dos seus interesses; recursos esse criado por alterações na relação entre atores”* (Portes, 2000, p.137). Também Schiff (1992), se reporta ao capital social como um conjunto de elementos da estrutura social que afetam as relações entre pessoas e que são *inputs* ou argumentos da função e/ou da função de utilidade. Para Burt o capital social é como os amigos, colegas e contactos mais

gerais através dos quais acedemos a oportunidades de utilização do próprio capital financeiro ou humano.

Se o enfoque de Loury e Coleman se traduziu na necessidade de redes densas como circunstância para a génese do capital social, o enfoque de Burt (1992) é no sentido contrário. Este autor introduziu a designação de «laços estruturais», querendo significar que a ausência de laços facilita a mobilidade individual, na medida em que as redes densas se inclinam para transmitir informação redundante sendo que, os laços fracos se podem assumir como uma fonte geradora de conhecimentos e recursos.

Em suma, estas reflexões em torno do conceito de capital social remetem-nos para a capacidade de os atores poderem usufruir de benefícios pelo facto de estabelecerem laços/vínculos/interações de pertença com redes e outras estruturas sociais. Quer isto significar que o capital social abrange o conjunto de recursos que um determinado indivíduo pode retirar do resultado da sua participação/posição numa rede de relações sociais estáveis.

SECÇÃO 2

3. METODOLOGIA

O projeto tem como metodologia uma combinação de métodos quantitativos e qualitativos, com o objetivo de aumentar a amplitude e profundidade dos dados recolhidos e da análise a desenvolver, sendo realizada inicialmente uma pesquisa bibliográfica com a finalidade de traçar o estado da arte sobre o tema.

3.1 A escolha do tema

A realização de um trabalho de investigação é, para além do desafio do conhecimento científico, a concretização de um conjunto de opções da equipa de investigação para chegar a um determinado fim. É certo, que há vários caminhos para se alcançar os resultados. Não há um caminho ideal. Há caminhos possíveis.

A escolha de um tema de investigação deve ter em conta a linha de investigação que estamos integrados e a relevância e atualidade do problema. A experiência acumulada pela equipa de investigação no domínio da análise de redes sociais e o debate atual na sociedade civil sobre uma multiplicidade de casos e fenómenos sociais em torno das práticas de utilização das redes sociais, são argumentos que não só justificam a escolha do tema como, também, anteciparam a necessidade de desenvolvimento deste projeto como estudo de caso no território português.

O projeto “Os portugueses: o uso das redes sociais e as competências digitais” parte de um conjunto de finalidades que visam melhorar o conhecimento sobre o tema na sociedade portuguesa. Não só pela escassez de conhecimento sobre o assunto, mas também pela pertinência e atualidade no uso das redes sociais, este projeto pretendeu alcançar os seguintes impactos:

- ▶ Melhorar o conhecimento sobre os perfis sociográficos dos utilizadores e as tipologias de uso das redes sociais pelos portugueses;
- ▶ Aumentar o conhecimento sobre a literacia digital nacional no uso das redes sociais, em todas as faixas etárias e setores de atividade da sociedade portuguesa, bem como aprofundar o conhecimento sobre as assimetrias entre nativos digitais (jovens) e imigrantes digitais (adultos) e outras dimensões sociais como nível de formação e rendimento no que tange às competências digitais;
- ▶ Compreender as dinâmicas no comportamento social de utilização das redes sociais;
- ▶ Consciencializar para os aspetos positivos e aspetos negativos, desafios e perspectivas inerentes às redes sociais.

Aspeto central do uso das redes sociais é a (des)confiança que (não) assola o utilizador das tecnologias. Na verdade, as redes sociais virtuais (*social media*) podem ser vistas como uma enorme praça pública no mundo (uma «ágora virtual» global), o que comporta uma enorme multiplicidade de riscos. Quando um utilizador partilha, nas redes sociais, informações pessoais sobre a sua vida particular (tais como fotos e vídeos, endereço, telefone, horário e locais onde frequentam), está a expor-se de uma forma exagerada e perigosa. Compreender que o mundo virtual faz parte do mundo real e que cuidamos da nossa segurança com muros e grades nas nossas casas, devemos, também, tomar precauções de segurança na preservação da nossa privacidade. Esta, parece, ser uma atitude fundamental para todas as idades, sem exceção.

As redes sociais são, na atualidade, uma das componentes mais importantes na dinâmica das relações sociais entre pessoas, organizações e grupos. Através delas partilham-se valores, expectativas, interesses, por vezes numa imensidão de fluxos que as tornam realidades muito complexas.

Na dinâmica das relações sociais os atores nelas envolvidos desenvolvem as suas interações movidas por diversas lógicas e estratégias de ação colocando, aos interventores sociais, comunidade académica e à sociedade civil, um conjunto de desafios para a sua compreensão, que exige uma abordagem multidisciplinar. Em consonância, alargar o conhecimento e a compreensão desta realidade com que nos deparamos diariamente, de forma a contribuir para um mundo melhor,

constitui o objetivo central deste projeto que, pelas suas características tipológicas, geográficas e metodológicas é pioneiro em Portugal.

O projeto teve como base a combinação refletida e consistente de vários métodos, com o objetivo de aumentar a amplitude e profundidade dos dados recolhidos e da análise a desenvolver, procurando construir um retrato fiel sobre a realidade portuguesa no que concerne ao uso das redes sociais e o domínio das competências digitais.

Privilegiamos a triangulação como estratégia para colocar em comparação dados recolhidos em dois processos distintos: quantitativo e qualitativo.

3.2. Objetivos de investigação

Hoje em dia, tal como já apresentamos na discussão teórica, há uma enorme confusão de sentidos e contrassentidos sobre o conceito de rede social e proliferação de um conjunto de mitos e preconceitos sobre o uso. A atualidade do tema nas sociedades desenvolvidas e a pertinência que assume no debate público, constituíram-se como desafios que carregam a definição dos objetivos de investigação:

Objetivos gerais:

- a. Aumentar o conhecimento sobre o uso das redes sociais em Portugal;
- b. Conhecer as práticas, perfis e estratégias de utilização das redes sociais e serviços digitais em Portugal;
- c. Analisar o nível de competências digitais e as assimetrias sociais (idade, formação, rendimento e situação profissional).

Objetivos específicos:

- a. Analisar as práticas utilização dos dispositivos, redes sociais e acesso à informação;
- b. Traçar características de utilização das redes sociais a nível nacional e regional;
- c. Analisar as competências digitais no uso de informações, criação e colaboração, segurança e privacidade;

- d. Caracterizar a interação e envolvimento dos indivíduos através das tecnologias digitais, antes e durante a pandemia;
- e. Analisar o consumo e partilha das informações nas redes digitais;
- f. Avaliar a perceção quanto à privacidade e segurança no uso das redes sociais.

3.3 Tipo de investigação e abordagem

Para o desenvolvimento desta investigação foi realizado um estudo de caso único e exploratório. O estudo de caso é escolhido quando se trata de um fenómeno contemporâneo, ou seja, 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 objetivo de conhecer as práticas e perfis de utilização das redes sociais e serviços 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 beneficiam de um alcance incomensurável e enquadram-se no campo *social media*” (Fialho, 2020, p.23).

Os trabalhos de investigação, consoante a abordagem metodológica, são classificados como quantitativos ou qualitativos. Por se tratar de um estudo de caso, utilizamos técnicas de investigação com enfoque misto, utilizando as duas abordagens. Tendo em conta que concebemos um inquérito por questionário para recolha de elementos sobre as práticas, hábitos e atitudes dos portugueses face ao uso das redes sociais, esta abordagem foi, na perspetiva da equipa de investigação, a mais adequada para a recolha de informação em grande extensão. O inquérito por questionário foi disponibilizado *online*, partilhado via *stakeholders* e público em geral, destinado ao preenchimento pelo público residente em Portugal, sendo a mobilização para o preenchimento efetuada com recurso a estabelecimentos de ensino, organizações da sociedade civil e público em geral, pretendendo-se chegar ao maior número de portugueses.

Por outro lado, para obtenção de informação em profundidade, optámos pela abordagem qualitativa através da realização de entrevistas a empresários e professores, por ser a alternativa mais adequada para, em ambiente natural, obtermos

informações que nos permitem identificar e explorar os significados e interações que se estabelecem entre os utilizadores das redes sociais. Em complemento às entrevistas, realizámos *Focus Group* na região Centro e Norte de Portugal, duas das regiões com maior densidade populacional em Portugal e que tiveram disponibilidade em participar desta investigação. Esta abordagem através dos *Focus Group* permitiu-nos obter narrativas de diferentes práticas de utilização das redes sociais e da utilização de serviços digitais, antes e durante a pandemia.

Relativamente ao objetivo geral, estamos perante uma investigação que é simultaneamente 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 fenómeno social, procuramos dar a conhecer as características da população portuguesa no uso das redes sociais e utilização da Internet. Esta complementaridade entre exploratório e descritivo tem como principal desígnio a maximização da consistência da caracterização do fenómeno social em estudo.

No Quadro 3 apresentamos o resumo da caracterização da pesquisa com o tipo e abordagens adotados, os objetivos e procedimentos técnicos.

Quadro 3 – Caracterização da pesquisa

Tipo de pesquisa	Estudo de caso
Abordagem do problema de pesquisa	Quantitativa e Qualitativa
Objetivos da pesquisa	Exploratório e Descritivo
Procedimentos técnicos	Revisão bibliográfica; Inquérito por questionário; Entrevistas e <i>Focus Group</i>

Fonte: elaborado pelos autores (2021)

A primeira etapa do procedimento técnico consistiu no levantamento bibliográfico para uma reflexão teórica sobre redes sociais digitais, uso da Internet e competências digitais e buscamos reunir dados dentro e fora de Portugal. Foram consultados diversos sites dentre eles os da *European Commission (EC)*, *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO)*, *The Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)*, *DataReportal*, Instituto Nacional de Estatística de Portugal (INE), Base de Dados Portugal Contemporâneo (PORDATA), Observatório da Comunicação (OberCom) e Portugal INCODE.2030. O Quadro Europeu de Competência Digital

(DigComp 2.1), *Global Kids Online* (UNESCO), *ICT usage in households and by individuals* (EUROSTAT) e *Digital Economy & Society Index* (DESI) também consistiram em fontes de informação importantes na produção de um olhar mais amplo sobre as competências digitais e tipos de uso digital.

Na etapa quantitativa, através de questionário *online*, procuramos: (i) identificar perfil de acesso à Internet e uso de dispositivos digitais, (ii) identificar características da utilização das redes sociais: interação social, consumo e partilha de informação e uso das redes antes e durante a pandemia e (iii) análise das competências digitais. Estruturalmente, o questionário foi organizado com 46 questões fechadas contendo questões de múltipla escolha e de escala Likert de 7 pontos distribuídas em quatro blocos: Parte I – Atributos dos respondentes; Parte II – Acesso digital; Parte III – Redes sociais digitais e Parte IV – Competências digitais. As questões do bloco II e IV tiveram como base questões avaliadas no relatório *ICT Usage Household*¹⁷ e Quadro Europeu de Referência para a Competência Digital (DigComp 2.1)¹⁸.

Considerando que se trata de um estudo de caso e de larga escala, onde ouvir é uma ferramenta fundamental do investigador, principalmente quando se pretende produzir conhecimento que leva em consideração o ponto de vista das pessoas sobre o fenómeno que se investiga, seguimos para a etapa qualitativa. Nesse sentido, decidimos analisar os nativos e imigrantes digitais, adotando as técnicas de grupo focal com jovens de 16 a 24 anos, “nativos digitais”¹⁹ e entrevistas semiestruturadas com adultos de 45 a 65 anos, “imigrantes digitais”, a fim de capturar informações acerca do problema de pesquisa com mais profundidade e que são comumente utilizadas em pesquisas sociais.

Presky (2001) ressalta esta distinção entre gerações, mas destaca que cada imigrante digital aprende, como todos imigrantes, alguns mais do que os outros e se adaptam ao novo ambiente, no entanto, em certo grau seu “sotaque” é mantido.

¹⁷ Avaliações através de questionários da EUROSTAT, órgão de estatística da União Europeia, sobre utilização de TIC. Disponível em https://ec.europa.eu/eurostat/cache/metadata/en/isoc_i_esms.htm Acesso em 8 jul. 2021.

¹⁸ O Quadro Europeu de Referência para a Competência Digital, também conhecido como DigComp foi concebido em 2013 e vem sendo atualizado, atualmente, na versão 2.1. Disponível em <https://ec.europa.eu/jrc/en/dig-comp> Acesso em 8 jul. 2021.

¹⁹ O conceito de nativos digitais foi cunhado pelo educador e pesquisador Marc Prensky (2001) para descrever a geração de jovens nascidos após 1980, que tem acesso às informações rápidas e disponíveis no mundo digital.

Esse “sotaque digital” pode ser percebido em diversos modos como o acesso à Internet para obtenção de informação e uso de serviços digitais e aplicativos.

Grupo focal é um grupo reduzido de pessoas com as quais o investigador discute sobre o problema a ser investigado, sendo analisada a interação dentro do grupo onde os participantes influenciam uns aos outros pelas respostas às ideias e colocações durante a discussão, estimulados por comentários ou questões fornecidas pelo moderador, explorando assim dados que poderiam ser menos acessíveis ou evidentes no contexto de entrevistas individuais (Oliveira & Freitas, 1998; Onwuegbuzie et al, 2009).

Os dados fundamentais produzidos por esta técnica são transcritos das discussões do grupo, acrescidos das anotações e das reflexões do moderador. Como características gerais do grupo focal, tem-se o envolvimento das pessoas, a homogeneidade dos participantes quanto aos aspectos de interesse da pesquisa, a geração de dados, a natureza qualitativa e a discussão focada em um tópico determinado pelo propósito da pesquisa. Como o objetivo é o entendimento dos participantes sobre o tópico de interesse da pesquisa, a utilização do método ajuda a orientar e dar referencial à investigação ou à ação em novos campos, avaliar diferentes situações de pesquisa ou populações de estudo, fornecer interpretações dos resultados dos participantes a partir de estudos iniciais e, também, para gerar informações adicionais a um estudo em larga escala (Oliveira & Freitas, 1998; Krueger, 1994).

A entrevista, nas suas diversas aplicações, é uma técnica de interação social, interpretação informativa. Segundo Lüdke & André, a entrevista “permite correções, esclarecimentos e adaptações que a torna sobremaneira eficaz na obtenção das informações desejadas” (1986, p.34).

A escolha deste instrumento de recolha de dados, através da plataforma *online*, foi devido à disponibilidade dos entrevistados em participar, flexibilidade para o entrevistador e possibilidade de analisar atitudes, comportamentos e reações dos participantes. Optou-se pela forma da entrevista semiestruturada por dispor de um guia, mas não necessariamente precisar seguir uma ordem rígida, podendo o entrevistador, se oportuno, incluir novos questionamentos durante o encontro, mas sem nunca perder os objetivos da investigação (Zanella, 2009). Para a condução das entrevistas e do grupo focal foi elaborado um Guião de entrevista para que a recolha de dados fosse aplicada de forma estruturada e para definir os procedimentos e regras gerais a fim de orientar a investigação.

A recolha de dados para o estudo de análise das redes dos alunos foi através da aplicação de um questionário sociométrico referente às redes de amizade e estudo dentro e fora das salas de aulas que possibilitaram o mapeamento dessas redes sociais informais existentes no grupo observado com relação às interações presenciais e virtuais. O instrumento de recolha de dados foi aplicado nos dias dos grupos focais a todos os alunos presentes.

3.4 Modelo de análise quantitativo

Após leitura e análise do material bibliográfico e documental, a equipa desenvolveu o modelo de análise (Quadro 4) que corresponde ao desenho de investigação para a concretização dos objetivos e para obter resposta às diferentes questões do inquérito por questionário.

Quadro 4 – Modelo de análise

Pilar	Conceitos	Dimensões	Indicadores
Atributos	Atributos dos inquiridos	Caracterização dos inquiridos	<ul style="list-style-type: none"> Residentes em Portugal (se sim? Qual nacionalidade?) Distrito (região), idade, género, formação académica, estado civil, situação profissional e rendimento
Acesso digital	Conectividade e uso dos dispositivos e utilização da Internet	<p>Tipos de acesso digital e conectividade</p> <p>Utilização de serviços digitais</p>	<ul style="list-style-type: none"> Qualidade da Internet na região Tipo de conexão mais utilizada: Internet móvel (telemóvel), rede residencial, rede no trabalho, rede na escola, rede nos espaços públicos Frequência de uso por tipo de dispositivo (telemóvel, computador, tablet, dispositivos inteligentes) Frequência de uso de serviços <i>online</i>: serviços públicos, serviços bancários, consulta médica, comprar e vender produtos ou serviços, trabalhar, estudar, buscar novos aprendizados, ouvir música, ler livros, usar as redes sociais, discutir sobre questões políticas ou sociais e se informar sobre notícias recentes.

Pilar	Conceitos	Dimensões	Indicadores
Utilização das redes sociais digitais	Utilização de redes sociais	Tipos de redes mais utilizadas e motivos	<ul style="list-style-type: none"> Tipos de redes sociais utilizadas e motivos de utilização (profissional, social, educacional, comercial ou outros motivos) Redes mais utilizadas *Participantes que não tem perfil nas redes devem informar o motivo
	Literacia digital e uso das redes digitais	Comportamento nas redes sociais	<ul style="list-style-type: none"> Confiança nas informações transmitidas nas redes sociais Acesso a comentários de outras pessoas antes de consumir produtos ou serviços Já partilhou conteúdo falso intencionalmente Já partilhou conteúdo sem saber que era falso
	Frequência do uso das redes sociais e partilha e consumo de conteúdos nas redes	<p>Uso das redes sociais antes e durante a pandemia</p> <p>Utilização das redes sociais concomitante a outras atividades</p> <p>Tipologia de uso das redes sociais</p>	<ul style="list-style-type: none"> Frequência de utilização das redes antes e durante a pandemia Frequência em utilizar as redes sociais enquanto está a trabalhar ou estudar Frequência em utilizar as redes sociais para obter notícias enquanto está a trabalhar ou estudar Frequência em utilizar as redes sociais para fazer postagens (publicações) enquanto está a trabalhar ou estudar Tipos de conteúdos que partilha nas redes sociais Tipos de conteúdos que tem interesse em consumir nas redes sociais

Pilar	Conceitos	Dimensões	Indicadores
Competências digitais	Competências na esfera digital	Capacidade de: Organização e partilha de informação; interação e comunicação; criação de conteúdo; resolução de problemas e segurança e privacidade	<ul style="list-style-type: none"> • Pesquisar informações na Internet sem ajuda de terceiros • Organizar dados e informação para serem armazenados • Utilização de serviços <i>online</i> sem recorrer a serviços presenciais • Verificar veracidade da informação antes de partilhar nas redes • Identificar situações de risco comportamental na Internet • Trabalhos colaborativos na Internet • Produção de conteúdo para ser compartilhado • Proteção de dados pessoais • Proteção à privacidade nas redes • Solução de problemas nos dispositivos digitais • Saber localizar capacitações para suprir as lacunas de competências digitais

Fonte: elaborado pelos autores (2021)

3.5 Instrumentos de recolha de dados

A partir do modelo de análise foi concebido um inquérito por questionário (Anexo I) e que foi validado por especialistas no tema, investigadores na área das ciências sociais.

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

Após a validação, o questionário foi disponibilizado *online* (*google forms*) via redes sociais, difundido por email em contactos de organizações da sociedade civil, escolas, universidades e entidades formadoras, bem como rede de contactos

da equipa de investigação, tendo, igualmente, sido feito apelos à disseminação do questionário (efeito bola-de-neve).

O questionário *online* esteve disponível para preenchimento nos meses de setembro e outubro de 2021 para residentes em Portugal. O questionário foi composto por quatro blocos: (1) Atributos (distrito de moradia, gênero, estado civil, faixa etária, formação académica, situação profissional e rendimento mensal), (2) Tipo de acesso digital (3) Uso das Redes sociais digitais e (4) Competências digitais. Logo no início o respondente deveria informar se concordava com a pesquisa (Termo de Consentimento) e informar o país de moradia atual, critérios essenciais para participação da pesquisa (ser residente em Portugal e concordar em participar da pesquisa, sendo garantido o anonimato).

Na fase qualitativa, foram estruturadas entrevistas para aplicar a professores do ensino básico, secundário e superior e empresários com conta ativa nas redes sociais e realizado *Focus Group* com grupos de estudantes de estabelecimentos de ensino secundário e superior que tiveram como principal objetivo, para além de estimular o debate sobre o tema junto aos utilizadores das redes digitais, recolher dados em profundidade sobre as práticas de utilização das redes sociais, serviços *online* e atitudes no meio digital antes e durante a pandemia. As entrevistas semiestruturadas e os *Focus Group* terminaram quando a informação passou a ser redundante (saturação).

3.6 População e amostra

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 Região Autónoma dos Açores.

No inquérito por questionário foram obtidas 1094 respostas válidas (residentes em Portugal e que concordaram em participar voluntariamente da pesquisa) entre setembro e outubro de 2021. Destas, 8 respostas foram excluídas da base de dados para análise devido a sua baixa representatividade resultando em dificuldades para a realização de análises cruzadas das variáveis. Os dados referem-se a 5 inquiridos que se definiram “sem gênero ou preferiram não declarar o gênero” e 3 inquiridos pertencentes à faixa etária de 9 a 15 anos. A base de dados analisados

para esta pesquisa corresponde a 1.094 respostas válidas (indivíduos com mais de 16 anos e residentes em Portugal).

Na etapa qualitativa, foram realizadas 6 entrevistas semiestruturadas *online* com professores (4) e empresários (2), na faixa etária de 45 a 65 anos e residentes nas seguintes regiões de Portugal: Lisboa (1), Algarve (1), Alentejo (1), Centro (2) e Norte (1). Os grupos focais (4) foram realizados presencialmente com jovens de 16 a 24 anos, estudantes de escolas das regiões Centro e Norte (distritos de Caldas da Rainha, Torres Vedras e Porto).

3.7 Análise de dados

Os dados quantitativos recolhidos no inquérito por questionário foram tabulados no MS Excel e analisados com o software estatístico IBM SPSS 26. Os dados qualitativos foram trabalhados em análise categorial sem recurso a software em virtude da sua reduzida dimensão.

Para as questões com escala tipo Likert de sete pontos, analisamos os dados obtidos com a amostra estudada, procedendo a conversão da escala para dicotómica, 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”.

SECÇÃO 3

4. ANÁLISE DE RESULTADOS

4.1 Caracterização dos inquiridos

A primeira parte do questionário (questões 2 a 9) corresponde aos atributos dos inquiridos. Das 1094 respostas válidas, 98,0% representam participações de residentes com nacionalidade portuguesa. A nacionalidade brasileira ocupa o segundo lugar com 14 participações (1,3%) e observa-se representatividade pontuais de outras nacionalidades com participações de quatro (4) angolanos, dois (2) franceses, um (1) espanhol e um (1) venezuelano somando 0,7% do total dos respondentes, conforme apresentado na Tabela 1.

Tabela 1 – Nacionalidade dos inquiridos

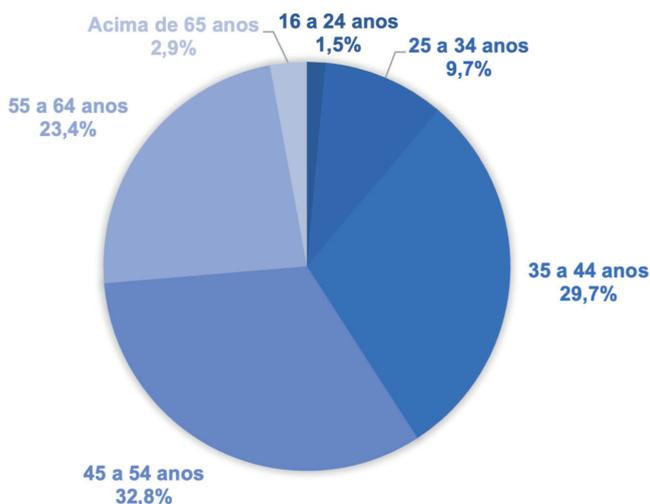
Nacionalidade	Total de respondentes	(%)
Portuguesa	1072	98,0%
Brasileira	14	1,3%
Angolana	4	0,7%
Francesa	2	
Espanhola	1	
Venezuelana	1	
Total	1094	100,0%

Fonte: Inquérito por questionário (2021)

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. Adicionalmente

há um residual dos jovens com 16 participações na faixa de 16 a 24 anos (1,5%).²⁰ Uma nota também para os 2,9% de respostas obtidas pela faixa etária “Acima dos 65 anos”, que mesmo não sendo muito significativa face à moda das respostas, reflete interesse da população sénior em participar de pesquisas sobre redes sociais favorecendo análises e identificação de tendência de crescimento do consumo digital (ainda que muito moderado) nesta faixa da população que reside em Portugal.

Figura 3 – Faixa etária dos inquiridos



Fonte: Inquérito por questionário (2021)

Sobre as habilidades escolares o resultado aponta que 69,6% dos inquiridos possuem formação de nível superior, enquanto 26,1% dos inquiridos representam participantes que possuem formação secundária completa e 4,3% com formação secundária incompleta. Este resultado demonstra uma percentagem baixa de inquiridos no ensino básico e secundário. Metade da amostra é de inquiridos que têm formação em licenciatura (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 académica superior.

²⁰ Em relação à participação dos jovens entre 16 e 24 anos foram realizados *Focus Group* com estudantes e por meio de dados qualitativos foi possível descodificar as perspetivas dos jovens sobre o uso das redes sociais.

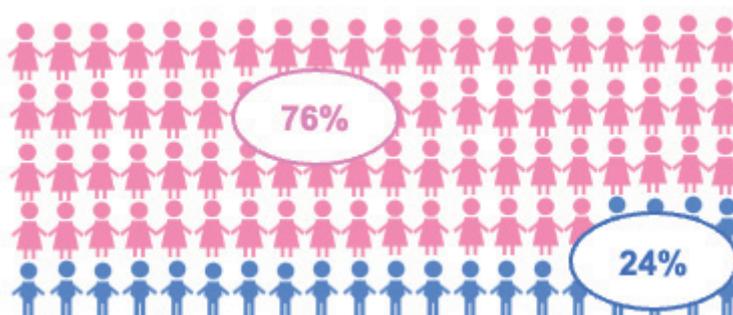
Tabela 2 – Habilitações escolares

Nível	Total de Respondentes	(%)
1º ciclo (ensino primário)	4	0,4%
2º ciclo (5º e 6º ano)	8	0,7%
3º ciclo (até o 9º ano)	35	3,2%
Secundário (até o 12º ano)	286	26,1%
Licenciatura	548	50,1%
Mestrado	180	16,5%
Doutoramento	33	3,0%
Total	1094	100%

Fonte: Inquérito por questionário (2021)

A participação do género feminino com 835 respostas (76% da amostra) é quase 3 vezes maior do que a participação do género masculino representado por 259 (24%) inquiridos, demonstrando um interesse maior do público feminino em responder à pesquisa sobre redes sociais e uso digital.

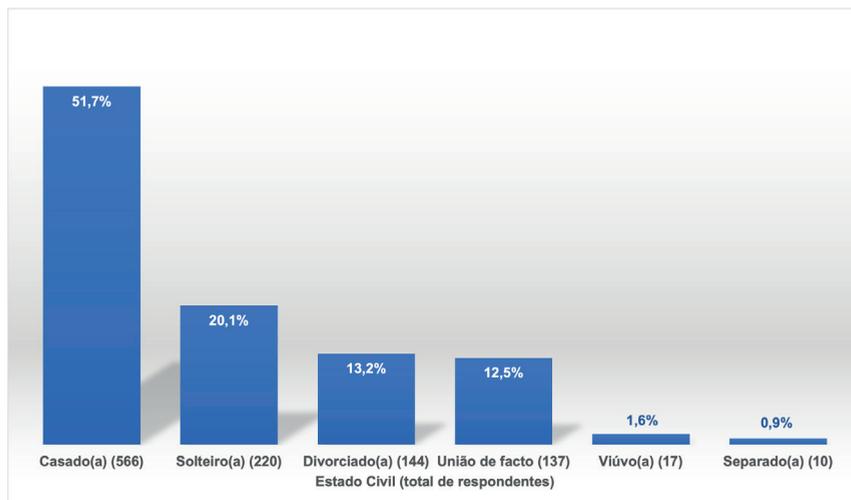
Figura 4 – Por Género



Fonte: Inquérito por questionário (2021)

Em relação ao estado civil, 51,7% são casados (566) e 12,5% possuem união de facto (137). A amostra contou com solteiros/as (20,1%), divorciados (13,2%), viúvos (1,6%) ou separados (0,9%) que somam o total de 391 inquiridos.

Figura 5 – Estado civil



Fonte: Inquérito por questionário (2021)

Na situação profissional, nota-se que mesmo com divulgação massiva nas redes sociais e envio da pesquisa para associações empresariais e empresas, a maioria dos inquiridos são trabalhadores da administração pública (70,2%) evidenciando o retorno de respostas do *mailing* do grupo de investigação, seguido de trabalhador(a) por conta de outrem no setor privado (19,0%) e trabalhador(a) por conta própria ou independente (4,8%). Os demais respondentes (6,0%) representados por “Outros” na tabela abaixo agrupam desempregado(a) (2,3%), aposentado (1,8%), estudante (1,2%) e empregador (0,7%) com um nível de participação baixo.

Tabela 3 – Situação profissional

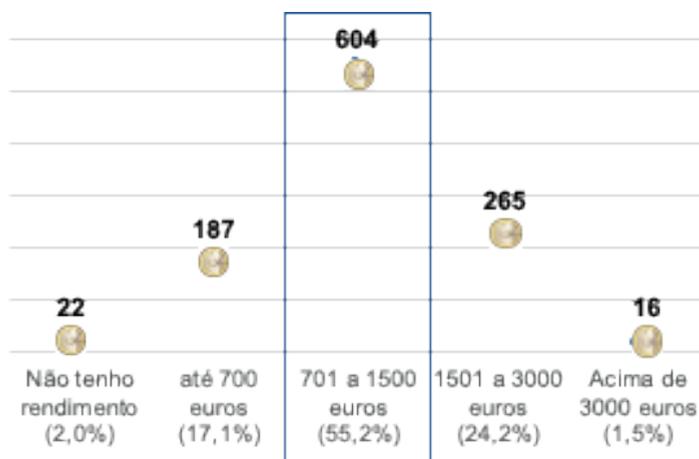
Nível	Total de Inquiridos	(%)
Trabalhador(a) na administração pública	768	70,2%
Trabalhador(a) por conta de outrem no setor privado	208	19,0%
Trabalhador(a) por conta própria ou independente	52	4,8%
Outros (a+b+c+d+e)	66	6,0%
(a) Aposentado(a)	20	1,8%
(b) Desempregado(a)	25	2,3%
(c) Estudante	13	1,2%

Nível	Total de Inquiridos	(%)
(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: Inquérito por questionário (2021)

A maior faixa de respostas está entre os inquiridos com rendimento entre os 701 e os 1500 euros (55,2%). Importa recordar que o salário médio de um português, em 2021, segundo o Instituto Nacional de Estatística (INE), se situa em 665 euros.

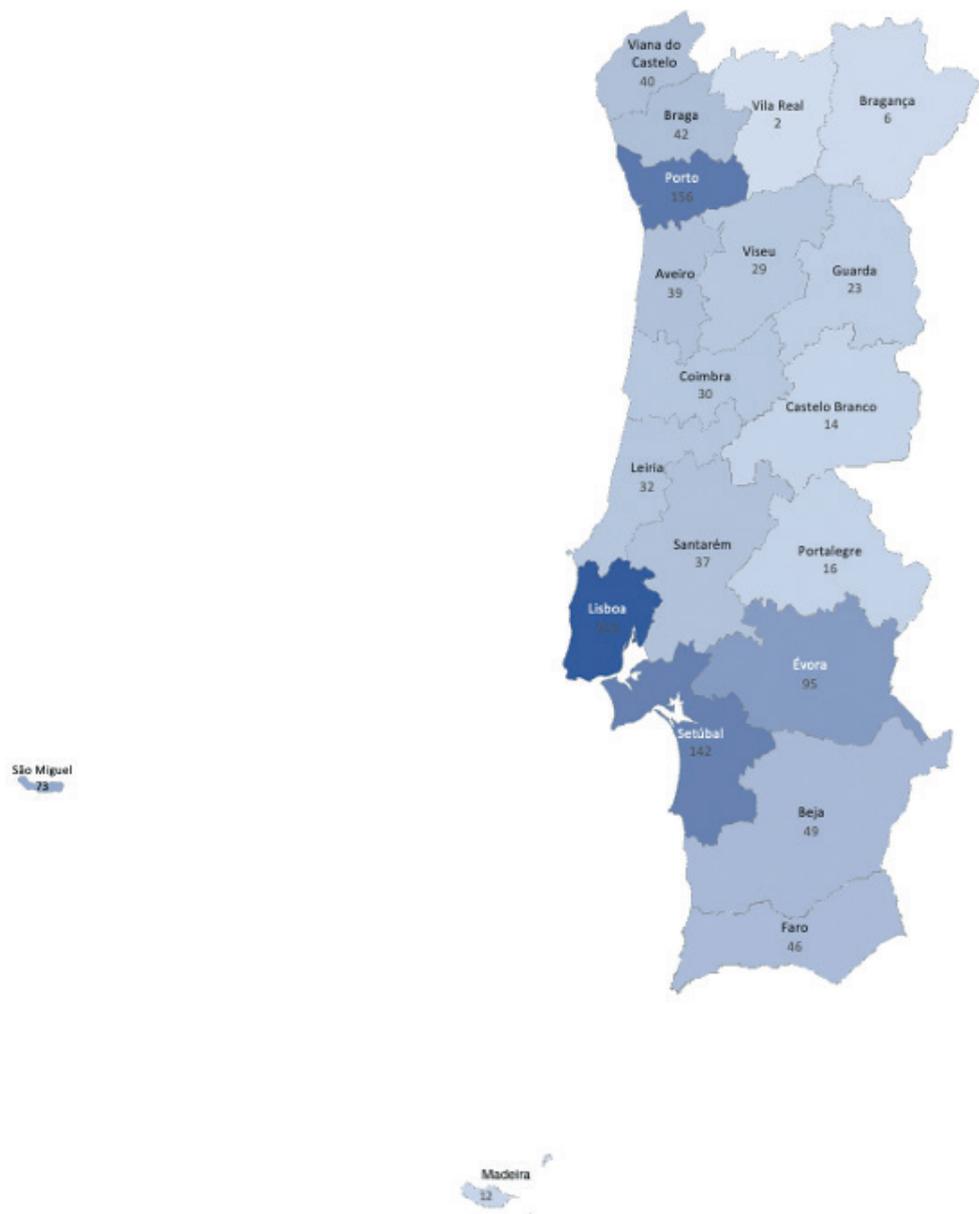
Figura 6 – Rendimentos



Fonte: Inquérito por questionário (2021)

O mapa destacado na figura 7 evidencia a procedência onde residem os inquiridos. Observa-se a participação de todos os distritos de Portugal no inquérito, com maior retorno de inquiridos residentes em Lisboa (211), seguido do Porto (156) e Setúbal (142) sendo, inclusivamente, três das maiores cidades em termos de população residente.

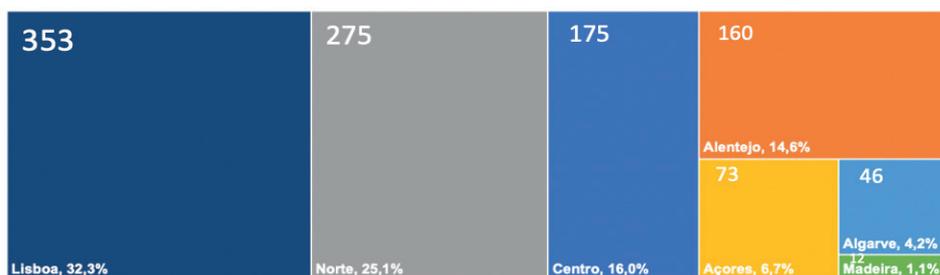
Figura 7 – Mapa de Portugal – Distrito de Residência dos Inquiridos (1094)



Fonte: Inquérito por questionário (2021)

Contudo, como estratégia metodológica, a equipa de investigação optou por agrupar na opção de resposta os distritos para, em termos futuros, permitir o tratamento dos dados com maior minúcia regional. Em termos de organização deste primeiro tratamento e análise de dados, optámos pela conversão e agregação ao nível das NUTS II. Na figura 8 são demonstradas as participações por regiões agrupadas. As unidades territoriais que apresentaram a taxa de resposta mais significativa foram as regiões de Lisboa (32.3%) e Norte (25.1%).

Figura 8 – Região NUTS II



Fonte: Inquérito por questionário (2021)

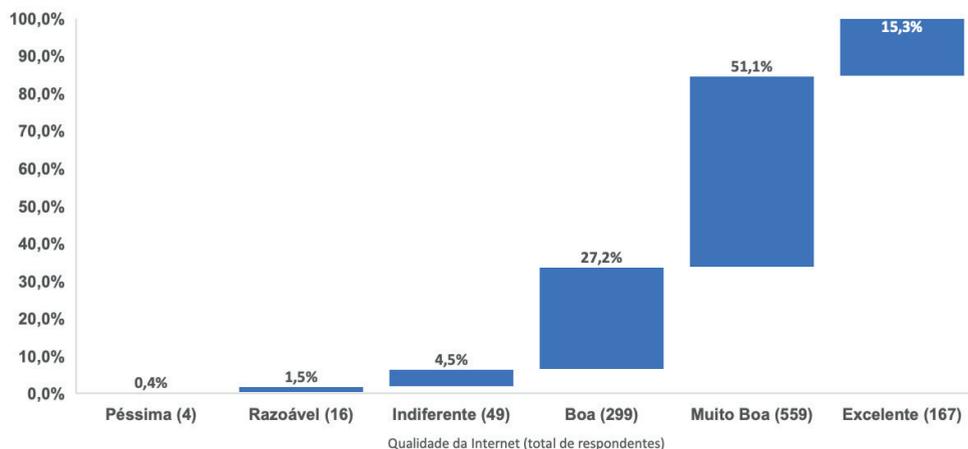
4.2 Acesso ao digital: conectividade, dispositivos e serviços digitais

Nesta seção as questões procuraram informações relativas ao uso da Internet, redes sociais e serviços digitais. Foi necessário compreender o nível de conectividade dos inquiridos com a Internet, os locais de utilização e quais dispositivos digitais são utilizados pelos residentes em Portugal.

O primeiro resultado apresenta a avaliação da qualidade da Internet na região na qual residem os inquiridos. Foi utilizado uma escala de 0 a 5, onde 0 refere-se a péssima qualidade e 5 excelente qualidade. A autoavaliação dos inquiridos na *survey* demonstrou que Portugal apresenta níveis bastante satisfatórios quanto à qualidade de conexão. Se somarmos as respostas relativas à qualidade “muito boa” (51,4%) e “excelente” (15,3%) verifica-se que o nível de satisfação dos inquiridos é de 66,7% para a qualidade da conexão de Internet, corroborando com resultados

do Relatório DESI 2021 que mostrou Portugal com resultados positivos acerca da conectividade em comparação a outros países, mas ainda na 15ª colocação geral.

Figura 9 – Qualidade da Internet



Fonte: Inquérito por questionário (2021)

O principal ponto de acesso à Internet dos inquiridos é a sua residência para 46.8% dos inquiridos. Como explicação para este valor, superior ao acesso via Internet móvel, está a consolidação da rede de banda larga fixa em Portugal, a consolidação de aplicações de vídeo *streaming* (ex.: Netflix, NPlay, FOXPlay, Amazon Prime Video, HBO Portugal) e, fundamentalmente, o período de confinamento vivido pelos portugueses entre 2020 e 2021, que impôs a permanência na residência dos internautas.

Há, também, dois resultados que nos merecem reflexão. Por um lado, a baixa expressão nos acessos por via da rede de espaços públicos e, por outro, o acesso de 2.9% na rede disponível nas escolas. Contudo este resultado também pode ser o reflexo do confinamento da população durante o ano de 2021.

Tabela 4 – Tipo de conexão

Conexão	Total de Respondentes	%
Rede residencial	512	46,8%
Internet móvel (telemóvel)	355	32,5%
Rede no trabalho	193	17,6%

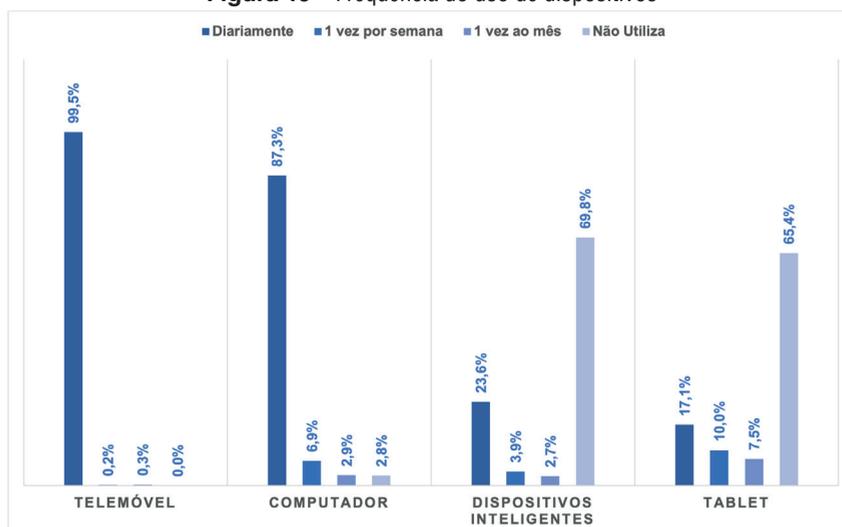
Conexão	Total de Respondentes	%
Rede na escola	31	2,8%
Rede nos espaços públicos	3	0,3%
Total	1094	100,0%

Fonte: Inquérito por questionário (2021)

Atualmente, 5,22 bilhões de pessoas usam um smartphone - telemóvel - o que equivale a 66,6% da população mundial. Os usuários móveis cresceram 1,8 por cento (93 milhões) desde janeiro de 2020, enquanto o número total de conexões móveis aumentou 72 milhões (0,9 por cento) para atingir um total de 8,02 bilhões no início de 2021, segundo último relatório elaborado pela WeAreSocial e Hootsuite²¹.

Questionamos aos inquiridos sobre a frequência de utilização dos dispositivos: telemóvel, computador/notebook, tablets e dispositivos inteligentes.

Figura 10 – Frequência do uso de dispositivos



Fonte: Inquérito por questionário (2021)

A utilização do telemóvel diariamente de 1.089 (99,5%) dos inquiridos está alinhada com a tendência crescente no uso deste dispositivo observada globalmente (Figura 10). Observa-se que Portugal acompanha a tendência mundial

²¹ We are Social e Hootsuite (2021): <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>

no uso intensivo de telemóvel (média mundial de 97% da população utiliza pelo menos 1 vez ao mês).

O computador ocupa o segundo lugar. No uso deste dispositivo 955 (87.3%) dos inquiridos referem o uso diário. Este resultado demonstra uma taxa significativa com o uso de computadores ou *notebooks* pelos inquiridos superando a média mundial de 64,4% (WE ARE SOCIAL, 2021). Independentemente da frequência, 97,2% dos inquiridos utilizam computador. Os dispositivos inteligentes, apesar das suas funcionalidades e potencialidades, ainda ocupam uma expressão modesta, contudo superam o uso diário comparado aos usuários do tablet.

No questionário foram citados como exemplos de dispositivos inteligentes utilizados nas residências, Alexa, produzida pela Amazon, ou outros assistentes virtuais; e dispositivos inteligentes vestíveis como *Apple Watch*, produzido pela Apple computando que 258 (23.6%) dos inquiridos utilizam dispositivos inteligentes. Em relação a usabilidade dos dispositivos inteligentes pela população mundial este corresponde a 25,6%, os participantes desta pesquisa evidenciando que em Portugal estes dispositivos são mais utilizados por 30,3% da população, próximo as médias de outros países europeus como Estônia (33%), Finlândia (33%) e República Checa (35%)²²

A utilização de tablet na vida dos portugueses não apresenta uma grande expressão com apenas 17,1% utilizadores deste dispositivo diariamente e com alta taxa de não utilização entre os inquiridos (65,4%). Mundialmente, a média de uso de tablet é de 34,3%, independente da frequência - diária, semanal e mensal, corroborando com o resultado desta pesquisa ao identificar que 34,6% de inquiridos são usuários do tablet.

O resultado apresentado não surpreende pelo facto de se verificar uma tendência muito significativa utilização do smartphone, equipamentos que, em regra, apresentam níveis de funcionalidade muito próximos, nomeadamente o acesso a aplicações de lazer e profissionais como, por exemplo, caixa de correio eletrónico e redes sociais virtuais. Inclusive, este resultado confirma a penetração massiva do uso do telemóvel nas práticas quotidianas dos portugueses, não havendo diferença significativa no uso de telemóvel entre géneros, região, formação ou

²² Disponível em: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ISOC_IOT_USE__custom_580228/bookmark/table?lang=en&bookmarkId=dcc982c3-1f4e-4552-b2f7-3eb54f5d277c

situação profissional. A tabela a seguir apresenta o resultado por gênero: masculino e feminino quanto a frequência no uso de dispositivos.

Nota-se, também, que ao analisar os dados agrupados por gênero, o uso do computador, dispositivos móveis e tablet é maior entre os homens na frequência diária do que entre as mulheres.

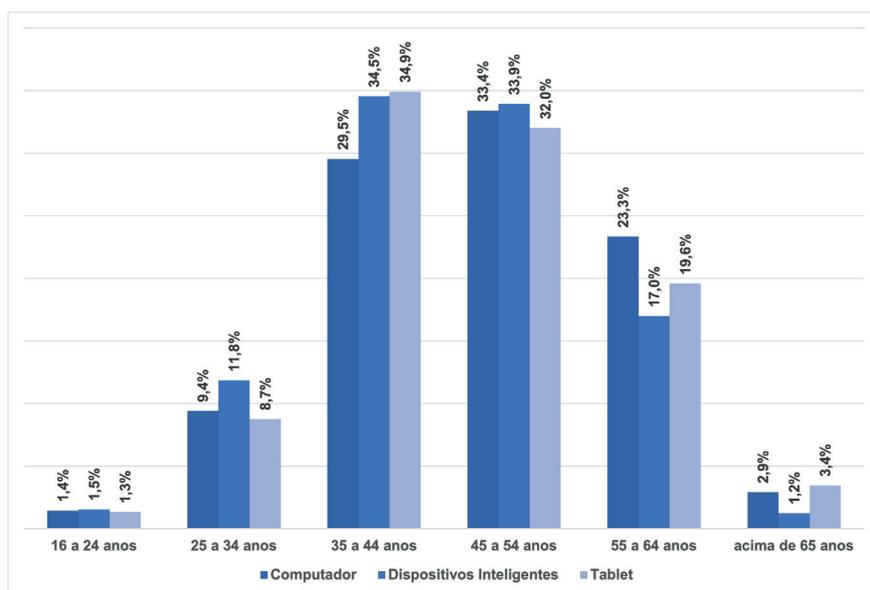
Tabela 5 -- Frequência de uso de dispositivo por gênero

	Feminino (838)				Masculino (264)			
	Diário	1 vez por semana	1 vez ao mês	Não Utiliza	Diário	1 vez por semana	1 vez ao mês	Não Utiliza
Telemóvel	833	1	1		256	1	2	
Computador	711	67	28	29	244	9	4	2
Dispositivos Inteligentes	179	31	23	602	79	12	6	162
Tablet	131	79	61	564	56	30	21	152
%Telemóvel	99,8%	0,1%	0,1%		98,9%	0,4%	0,8%	
%Computador	85,1%	8,0%	3,4%	3,5%	94,2%	3,5%	1,5%	0,8%
%Dispositivos Inteligentes	21,4%	3,7%	2,8%	72,1%	30,5%	4,6%	2,3%	62,5%
%Tablet	15,7%	9,5%	7,3%	67,5%	21,6%	11,6%	8,1%	58,7%

Fonte: Inquérito por questionário (2021)

No uso do telemóvel não há diferença significativa no resultado, ambos utilizam diariamente nas suas atividades. Ao comparar os resultados obtidos com a frequência do uso dos dispositivos (excluindo o telemóvel) fica mais evidente a adoção dos dispositivos quando a faixa etária dos inquiridos. O resultado apresentado na Figura 11 reflete a usabilidade dos inquiridos que indicaram a sua utilização.

Figura 11 – Frequência de uso de dispositivo por faixa etária



Fonte: Inquérito por questionário (2021)

Observa-se que o uso do computador tem perdido relevância nas faixas etárias até 44 anos, quando essa realidade se inverte nos inquiridos a partir de 55 anos. Para os inquiridos que utilizam tablet nota-se que mesmo tendo sido verificado pouco uso deste dispositivo, apenas 378 participações, todas as faixas etárias utilizam, com destaque no uso nas faixas etárias de 35 a 44 anos; 55 a 64 anos e acima de 65 anos. Assim, os dispositivos inteligentes tornam-se os dispositivos mais utilizados entre os jovens na faixa de 25 a 34 anos, com ainda grande adesão no uso nas faixas adultas de 35 até 54 anos conforme apresentado na Figura 11.

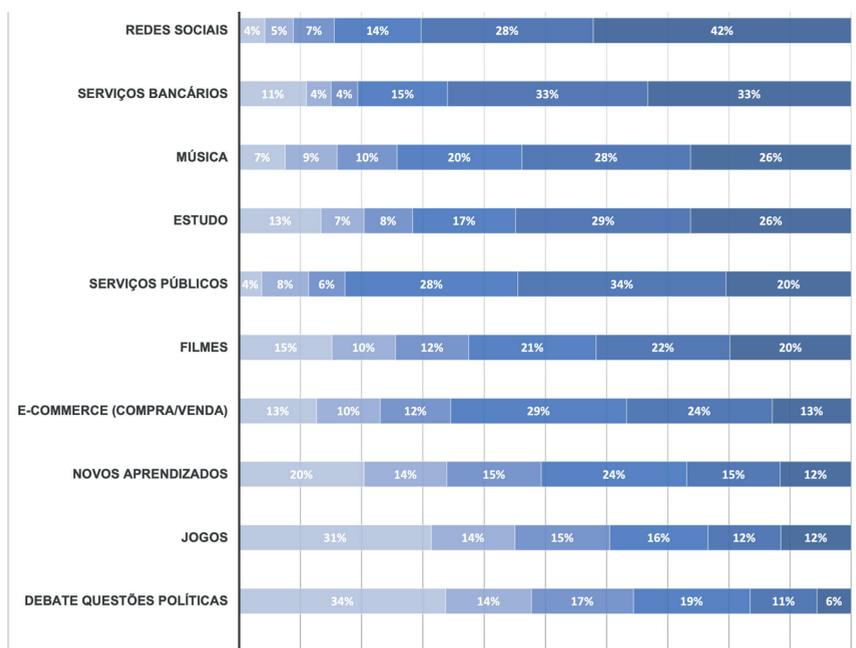
4.3 Utilização da Internet para serviços, trabalho ou lazer

O acesso à Internet tornou-se um bem essencial na vida dos indivíduos. A par da eletricidade, água e saneamento básico, a Internet é, hoje, imprescindível para a vida quotidiana em qualquer lugar do mundo. Do seu acesso dependem um conjunto de tarefas e atividades que marcam o ritmo de interação com bens e serviços, trabalho e lazer, inclusive da vida do indivíduo em sociedade. Este bloco de

questões procurou saber a dinâmica de utilização da Internet, nomeadamente os fins que lhe estão imputados.

Os resultados obtidos para analisar a frequência da utilização dos respondentes na Internet são apresentados no gráfico a seguir, organizados por ordem de concordância alta (“muito frequente” + “frequente” + “ocasionalmente”). Desta forma, as três atividades *online* com maior concordância são trabalho, obter notícias recentes e utilizar as redes sociais e os com menor taxa são para debater questões políticas ou sociais, ler livros (*e-book*) e utilizar serviços de saúde *online*.

Figura 12 – Utilização da Internet para serviços, trabalho e lazer



Fonte: Inquérito por questionário (2021)

Os tipos mais frequentes de uso da Internet são para trabalhar representando 63% (691 respostas), obter informação sobre as notícias recentes com 46% (505 respostas) e usar as redes sociais 42% (461 respostas). Discutir sobre questões sociais e políticas, ler livros *online*, e política e aceder aos serviços de saúde foram as que apresentaram resultados mais baixo quando comparadas às demais

no que tange à intensidade de utilização pelos inquiridos (6%; 61, 4% ;47 e 3%; 28, respetivamente).

O acesso à Internet é hoje o principal cordão umbilical que nos liga ao mundo do trabalho. Encontrar uma profissão que não necessite da Internet para o seu desenvolvimento, passou a ser uma missão quase impossível.

De facto, se já assistimos a uma massificação do uso, o teletrabalho (*home office*) impulsionado pela Covid-19, obrigou a uma reconfiguração na organização do trabalho, através de modelos híbridos ou totalmente em casa.

A organização do mundo do trabalho nunca mais será a mesma e despoletou-se a necessidade de repensar as formas como nos organizamos. Por estas razões, os resultados da tabela seguinte não surpreendem em termos de respostas de que a maioria dos inquiridos indicaram usar com frequência a Internet para trabalhar.

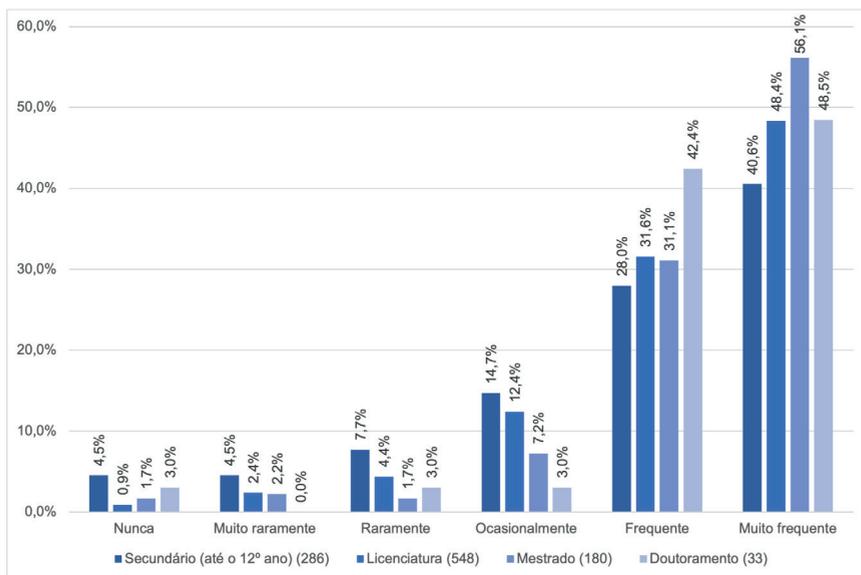
A Internet tornou-se, na atualidade, a principal fonte de informação sobre notícias recentes. Quando o mundo ou o país pulsa, a soma dos inquiridos que recorrem à Internet para obter informação é de 77% (843 respostas).

Ao analisar o cruzamento das variáveis “utilização da Internet para obter notícias” e “formação académica”, identifica-se algumas descobertas que corroboram com outros estudos no que tange aos efeitos do grau de escolaridade, competências digitais para obtenção e utilização de informação digital (Van Deursen & Van Dijk; 2010; Ruiu & Ragnedda, 2020).

Para tal análise foi desconsiderado os inquiridos pertencentes ao primeiro, segundo e terceiro ciclo de formação por representarem apenas 47 dos inquiridos. Observa-se que quanto maior a formação académica ou grau de escolaridade maior é o interesse em usar a Internet para procurar informação.

A maior frequência está entre os inquiridos com formação a partir de Licenciatura (31,6% acedem frequentemente e 48,4% acedem com muita frequência a Internet para procurar informação), sendo os inquiridos com Doutoramento com maior percentual quando somados os resultados “acedem frequentemente” (42,4%) e “muito frequentemente” (48,5%), conforme apresentado na Figura 13.

Figura 13 – Utilização da Internet para procurar notícias recentes por formação académica



Fonte: Inquérito por questionário (2021)

O uso das redes sociais virtuais tem vindo a conquistar cada vez mais utilizadores. Em Portugal e no restante do mundo há uma tendência crescente para que estes *media* absorvam os restantes. Televisão, rádio, jornais tradicionais são cada vez mais recursos de segundo plano. Os inquiridos referem que utilizam as redes sociais com “muita frequência” (464 representando 42%). Se a este indicador adicionarmos os 28% (311 respostas) de uso “frequente”, obtemos 70% de utilização das redes sociais virtuais pelos participantes da pesquisa conforme apontado na Figura 13, demonstrando a importância das redes sociais virtuais na vida dos portugueses.

Atualmente a maior parte da música consumida é disponibilizada em formato digital. O mundo está vivenciando novas formas de consumo, através de plataformas e com novas formas de disseminação e consumo de música. Youtube, Spotify, Amazon Music Unlimited, são algumas das grandes plataformas que explicam este crescimento no acesso à Internet para ouvir música. Entre os inquiridos, mais da metade utilizam a Internet para ouvir música, sendo 28% (302) e 26% (287), respetivamente “frequente” e “muito frequente”

Mais que uma dimensão lúdica, a Internet é hoje, também, uma ponte para o acesso ao conhecimento, não só pelas atividades inerentes ao estudo, como também à aprendizagem. Computando os resultados referente ao uso frequente 29% (313) e muito frequente 26% (287) observa-se que 55% dos inquiridos apresentam uma regularidade significativa com a Internet para efeitos das suas atividades de estudo.

A Internet tornou-se, também, um repositório para assistir a filmes totalmente grátis ou mediante assinatura. Num contexto em que a Netflix conquista milhões de utilizadores, a concorrência da Internet, através de uma diversidade de plataformas, possibilita aos internautas, o acesso a uma multiplicidade de clássicos e novidades do cinema e séries. Os inquiridos recorrem à Internet com muita frequência para ver filmes 20% (217).

Ao analisar os resultados sobre o uso de *home banking*, observa-se que dos inquiridos, 33% (364) utilizam os serviços bancários de forma “muito frequente” e 33% (358) de forma “frequente”. Trata-se de 66% de respondentes que veem no acesso aos serviços bancários pela Internet uma forma cómoda de interação com o seu banco.

A Banca em Portugal tem acompanhado a dinâmica de transferência de serviços para o *online*. São públicas as notícias de encerramento de balcões físicos, os quais, face ao contexto atual, se assumem como meros recetores de alguns cidadãos que ainda não deram o passo para o digital, devido a baixa ou até ausência de literacia digital.

O acesso aos serviços públicos representa 34% (372) de interação regular pelos inquiridos (frequentemente) e 20% (224) muito frequente, totalizando 54% enquanto apenas 4% (40) nunca utilizou serviços públicos digitais. Este resultado está em linha com o do último relatório europeu (DESI 2021) no quesito “utilização de serviços públicos digitais”: Portugal ocupa o 14.º lugar entre os 27 Estados-Membros, tendo aumentado de 54% para 57% a participação, mas ainda significativamente abaixo da média da UE de 64%. Este nível de interação pode estar relacionado ao processo de readaptação dos serviços públicos portugueses, através do qual são disponibilizados diversos serviços que se transferem (mas não se extinguem) do balcão presencial para o virtual. Portal das Finanças, Segurança Social direta, IEFP *online*, Cartão de Cidadão e outros serviços da Conservatória

do Registo Civil, são alguns dos exemplos que nos ajudam a compreender este nível elevado de respostas.

Os últimos anos têm marcado a consolidação das vendas *online* em Portugal, na Europa e no Mundo. A globalização comercial, com epicentro nos anos noventa do século passado, atingiu agora uma fase de consolidação. O crescimento das compras *online* é uma realidade e atingiu com a pandemia Covid-19 uma etapa de massificação. A privação dos espaços de compras físicas durante o confinamento, ajuda a explicar este fenómeno. Igualmente, o desenvolvimento de plataformas de compras *online* permitiu ter acesso ao mundo das compras através do teclado. Custo Justo, eBay, Olx, Amazon, Dott, Shopify, entre outras, são exemplos da consolidação do capitalismo de plataforma. Por estas razões, não será de estranhar que 37% dos inquiridos façam das compras ou vendas *online* uma forma de interação (“frequente”: 24% dos inquiridos + “muito frequente”: 13% dos inquiridos).

Observando a frequência na compra e venda *online* por género na tabela 6, o género feminino demonstra mais disposição para o consumo *online* com compras frequente ou muito frequente no total de 38% das participações. Contudo, o género masculino demonstra interesse no *e-commerce* ao analisar o seu comportamento a partir das compras ocasionais. Nota-se ainda que 35% dos participantes ainda não possuem a rotina de comprar *online*, evidência já apontada no relatório DESI 2020 que avaliou os países e Portugal apresentava 51% de utilização da Internet para compras, 20 pontos percentuais abaixo da média da UE.

Tabela 6 – Frequência na compra e venda pela Internet por género

	Feminino	%	Masculino	%	Total Geral	%
Nunca	113	14%	25	10%	138	13%
Muito raramente	88	11%	26	10%	114	10%
Raramente	98	12%	28	11%	126	12%
Ocasionalmente	216	26%	98	38%	314	29%
Frequente	209	25%	52	20%	261	24%
Muito frequente	111	13%	30	12%	141	13%
Total	835	100%	259	100%	1094	100%

Fonte: Inquérito por questionário (2021)

O acesso à informação e ao conhecimento tem como principal de porta de entrada a Internet. Igualmente, com o nível de evolução tecnológica que assistimos a um processo irreversível de novos métodos de aprendizagem.

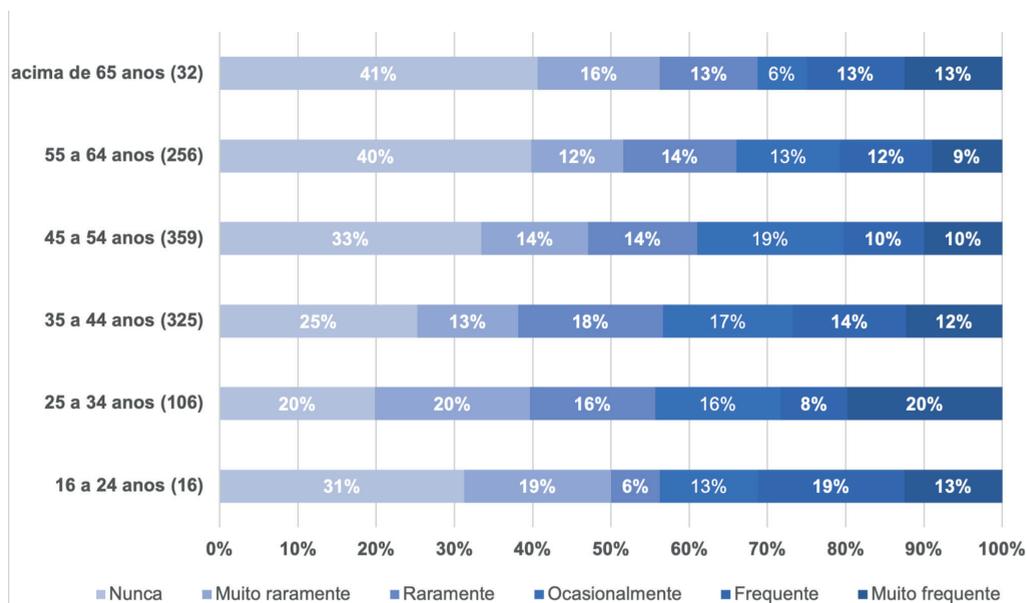
A era digital cujas relações de aprendizagem são, em grande parte, mediadas por tablets, computadores e smartphones, veio incutir novas dinâmicas nos processos de aprendizagem de um novo idioma ou linguagem computacional. Entre ocasionalmente (24%), frequente (15%) e muito frequente (12%) acumula-se 51%, aproximadamente a metade dos inquiridos (554) utilizam a Internet para acesso à aprendizagem.

A necessidade de entretenimento do ser humano vem desde o início da humanidade. O “jogar” tornou-se uma prática dos nossos dias, por jovens e adultos. A par do crescimento da indústria dos videojogos, o uso massificado assume, em certos casos, contornos de dependência. Sobre a frequência da Internet para jogar, 31,1% dos inquiridos nunca tiveram tal prática. Apenas 12% (127) os que referem que utilizam a Internet com frequência para jogar.

Contudo ao expandir os dados cruzando o resultado com a faixa etária dos inquiridos observa-se que a faixa de 25 a 34 anos tem o hábito de jogar na Internet representando 20% dos participantes desta faixa, e ao considerar o resultado de frequente ao mais frequente dos jovens de 16 a 24 anos observa-se que 30% são praticantes de jogos.

Vários estudos mostram que o ambiente dos jogos virtuais será o futuro da rede social e, por essa razão, é necessário continuar acompanhando a utilização da Internet para esta atividade.

Figura 14 – Utilização da Internet para jogar por faixa etária



Fonte: Inquérito por questionário (2021)

Utilizar as redes sociais virtuais para despoletar discussões sobre os mais diversos temas da vida quotidiana, assumindo, por vezes, até dimensões de inflamação, tornou-se uma prática dos utilizadores. No entanto, os temas de política e sociedade não são bem acolhidos no debate na Internet. Ainda analisando a Figura 12, sobre o uso da Internet para discutir questões políticas ou sociais pelos inquiridos em Portugal, observa-se que 34% (369 inquiridos) nunca discutiram políticas ou questões sociais *online*.

A utilização da Internet para ler livros (e-book) apresenta níveis de adesão muito moderados. O livro em formato tradicional (físico) ainda parece ocupar uma maior centralidade na vida dos portugueses. Apenas 4.4% (47) dos inquiridos responderam que leem e-books com muita frequência.

O acesso aos serviços de saúde pela Internet apresenta, ainda, níveis de acesso bastante modestos. Este setor da sociedade portuguesa ainda não atingiu padrões de interação semelhantes a outros serviços. Nem o lançamento da APP do Serviço Nacional de Saúde (SNS) conseguiu fazer disparar estes resultados no acesso. São 35% (387 inquiridos) que nunca interagiram com o SNS pela via virtual. Se somarmos os indicadores “nunca”, “muito raramente” e “raramente”, obtemos

63% (685) de respostas. Neste setor, tal como a tabela seguinte demonstra, há um longo caminho para fazer.

4.4 Redes sociais digitais: usos e práticas de interação digital

Pesquisa realizada anualmente pela *APP ANNIE*, divulgou o relatório *State of Mobile 2021* destacando que houve um aumento de 30% em comparação com 2020 no gasto de horas dos usuários com o telemóvel. A média de utilização foi de 4,8 horas por dia com uso do telemóvel para acesso a redes sociais, vídeos, jogos e entretenimento em 2021²³ e os três países com maior média de consumo diário foram Brasil, Indonésia e Coreia do Sul, com consumo acima de 5 horas diárias. Ainda segundo o relatório, 7 de cada 10 minutos no telemóvel foram gastos em redes sociais e aplicativos de fotos e vídeos.

O Facebook continua a ser a rede social com maior número de utilizadores ativos com 2,9 bilhões de utilizadores, mesmo com decréscimo no número de utilizadores em 2021. Em relação ao aplicativo de mensagens móveis mais usado no mundo, o WhatsApp destaca-se com 2 bilhões de utilizadores ativos (julho de 2021). Entretanto, como pode ser visto no relatório produzido pela consultoria App Annie, Tik Tok e Instagram lideram o ranking dos aplicativos mais baixados pelos usuários, destacando o interesse do público em vídeos curtos.

As informações solicitadas nesta seção do questionário colaboraram para o entendimento da participação dos portugueses nas redes sociais digitais: redes *online* que permitem a criação e a partilha 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 por questionar especificamente se os inquiridos utilizavam aplicativos de mensagem como Whatsapp, Telegram ou Facebook Messenger. Dos 1.094 inquiridos, apenas 31 (2,8%) afirmaram não utilizar nenhum aplicativo. Ao grupo que respondeu positivamente (1.063), ao serem perguntados qual o aplicativo mais utilizado (questão 18) verificou-se que 738 utilizam o WhatsApp (69%), 316 usam o Messenger (30%) e apenas 9 informaram utilizar o Telegram (1%).

²³ Relatório State of Mobile 2022 - APP ANNIE - <https://www.appannie.com/en/go/state-of-mobile-2022/>

Na questão seguinte, buscou-se verificar qual a motivação que levam esses 1.063 respondentes ao uso dos aplicativos em quatro dimensões: 1 - Profissional; 2 - Educacional; 3 - Social (amigos e família); 4 - Comércio eletrônico, com a possibilidade da indicação de uma nova categoria caso necessário. O inquirido também tinha a opção de 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; 52,0%) reforçando assim a importância do *home office* durante a pandemia, atividades educacionais (146 respostas; 13,7%) e para fins de comércio eletrônico (37 respostas; 3,5%). Apenas 2 inquiridos assinalaram a opção ‘outros’ e destacaram a motivação política, além das questões sociais e profissionais como motivação para a utilização dos aplicativos digitais.

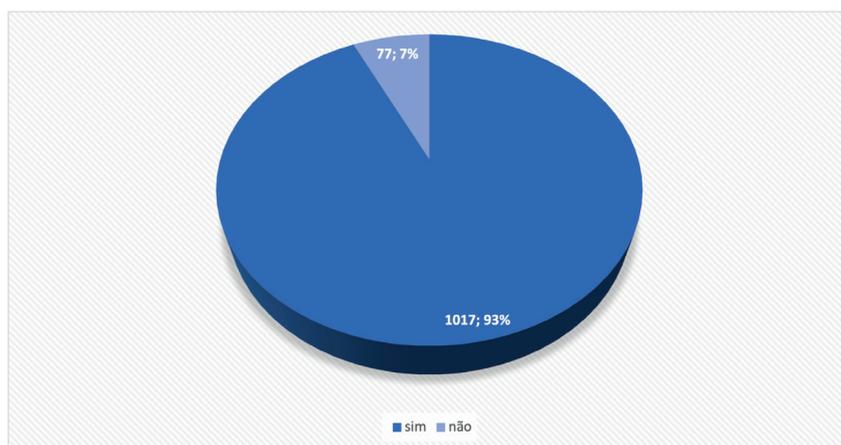
Figura 15 – Motivos para a utilização de aplicativos



Fonte: Inquérito por questionário (2021)

Em relação ao uso das redes sociais foi questionado aos participantes se possuíam perfil, e caso negativo, explicitar qual o motivo de não fazer parte das redes sociais digitais. O resultado mostrou que 1.017 inquiridos possuem rede social correspondendo a 93% dos participantes da pesquisa. Este resultado corrobora com estudos anteriores que mostram uma alta taxa de utilização das redes sociais em Portugal.

Figura 16 – Tem perfil nas redes sociais?



Fonte: Inquérito por questionário (2021)

Os principais motivos para os 77 inquiridos não serem utilizadores e não possuírem conta nas redes sociais são: a falta de interesse para 46 participantes (60%), e as preocupações com as questões de privacidade ou segurança, mencionado por 27 participantes.

Dois (2) participantes comentaram falta de competências para a utilização e dois (2) afirmaram ser contra a existência de redes sociais digitais. O género feminino representa 84% destes 77 inquiridos que não possuem rede social, a maioria por falta de interesse ou receio com a privacidade e segurança e possuem idade igual ou superior a 35 anos.

Analisando as redes sociais mais utilizadas pelos 1.017 indivíduos que responderam positivamente sobre ter conta ativa (os inquiridos podiam escolher mais de uma opção nesta questão), as cinco mais citadas foram:

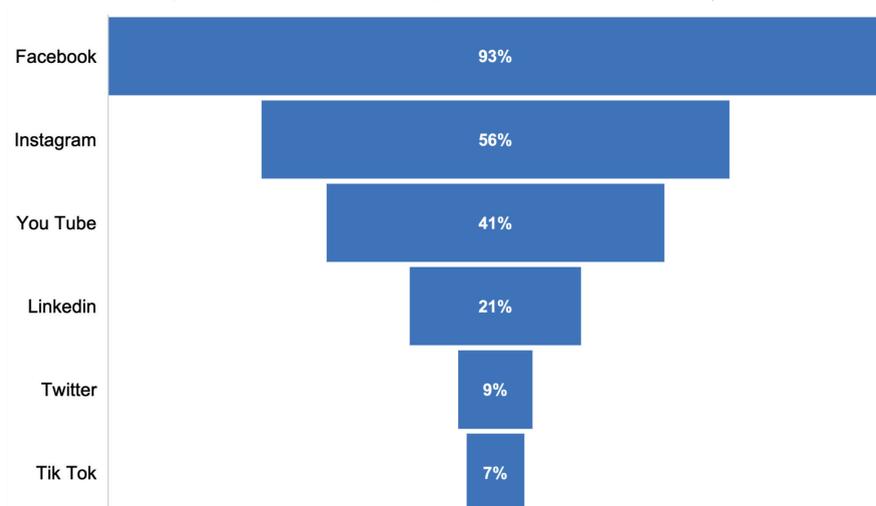
1. Facebook (93%),
2. Instagram (56%),
3. Youtube (41%),
4. LinkedIn (21%),
5. Twitter (9%) e
6. Tik Tok (7%).

Este resultado, reforça a posição do Facebook que mesmo com declínio de utilizadores nos últimos anos continua sendo a mais utilizada em Portugal²⁴.

Entretanto, vale destacar a utilização do Instagram em comparação com Youtube: uma diferença de 15 pontos percentuais, sinalizando uma tendência de utilização da rede social para a partilha de fotos e vídeos entre utilizadores, inclusive com a rede social Tik Tok com 7% dos inquiridos interessados neste aplicativo.

Vale, também, mencionar que houve menções pontuais sobre aplicativos de rede de relacionamento como o Tinder, Grindr e Scruff, plataformas para partilhar vídeos e fotos (Tumblr e Snapchat) e agregador social de notícias (Reddit), totalizando 0,05% das respostas.

Figura 17 – Redes sociais digitais mais utilizadas – Aplicações



Fonte: Inquérito por questionário (2021)

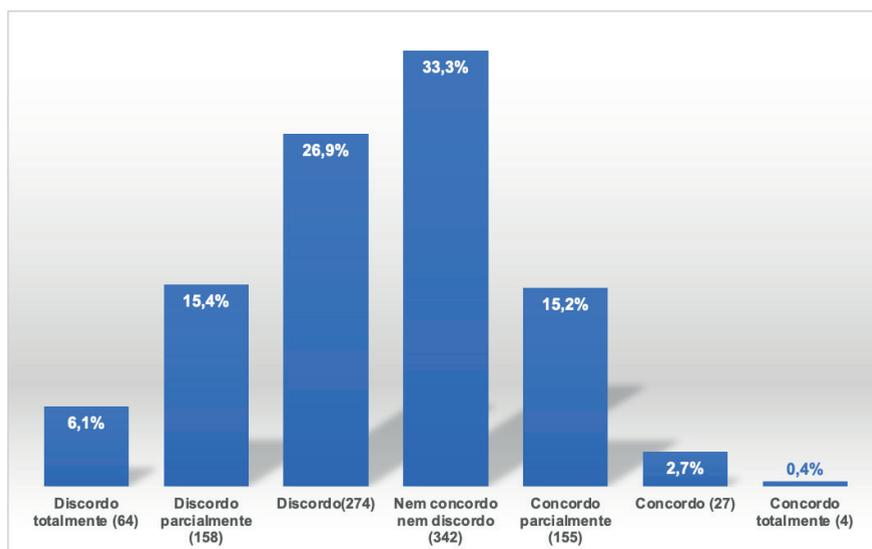
²⁴ Estudo realizado pela Marketest (2021): https://www.marktest.com/wap/private/images/Logos/Folheto_Portugueses_Redex_Sociais_2021.pdf

4.5. Confiança nas informações transmitidas e compartilhamento de informações nas redes sociais

Mediante a desordem informacional intensificada pela comunicação no mundo digital e o contexto de infodemia, procurou-se compreender a confiança dos usuários das redes sociais nas informações transmitidas nas redes e na transmissão de informação falsa nas redes sociais.

As questões foram formuladas segundo escala Likert de sete pontos, variando de 1 - discordo totalmente a 7 - concordo totalmente, tendo um ponto neutro para o respondente. Inicialmente a pesquisa questionou sobre o nível de confiança nas informações transmitidas nas redes sociais. O resultado demonstra que 48,5%, quase a metade da amostra, não confia nas informações que circulam nas redes sociais. Enquanto 33,3% preferem se posicionar na posição neutra (“nem concordo nem discordo”).

Figura 18 – Confiança nas informações transmitidas nas redes sociais



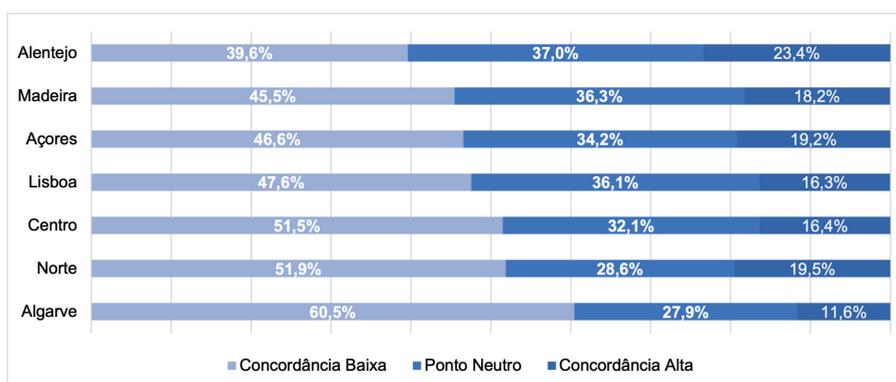
Fonte: Inquérito por questionário (2021)

Para a análise das próximas questões a equipa de investigação optou por agrupar as alternativas convertidas num padrão dicotómico, onde a concordância baixa

é a soma das respostas de 1 a 3: discordo totalmente (1), discordo (2) e discordo parcialmente (3) e concordância alta 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.

Em relação às regiões (NUTS II), observa-se que Algarve (60,5%) e Centro (51,9%) seguidos pela Norte (51,5%) são as regiões que menos confiam nas informações que circulam nas redes sociais virtuais. Por outro lado, o Alentejo (23,4%) é a região com maior concordância quanto à confiança nas informações difundidas nas redes sociais virtuais.

Figura 19 – Região e confiança na informação das redes sociais



Fonte: Inquérito por questionário (2021)

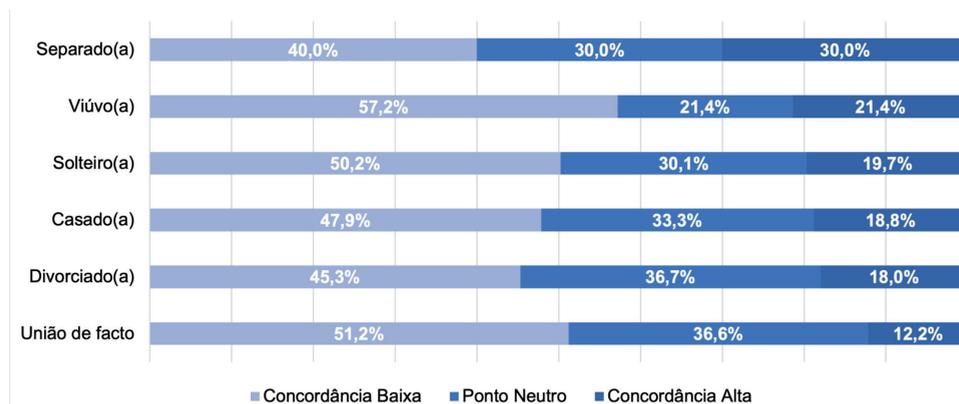
Não houve discrepância significativa de opinião entre os géneros sobre a confiança na rede com percentual de 17,8% (feminino) e 19,4% (masculino). Contudo, quando analisada a faixa etária, observou-se que os participantes nas faixas etárias 16 a 24 anos e 25 a 24 anos são os que mais confiam nas informações que circulam na rede com respetivamente 38% e 27% de nível de confiança. Nos inquiridos acima de 65 anos observa-se que são eles quem possuem concordância baixa quanto a confiança com 64% e ao mesmo tempo 25% destes participantes acreditam parcialmente nas informações que circulam nas redes.

Tabela 7 – 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: Inquérito por questionário (2021)

A análise da confiança tendo em conta o estado civil coloca os separados(as) como os que mais confiam nas informações que circulam nas redes sociais virtuais (30.0%). São os viúvos e os casais com união de facto quem menos confia nas informações que circulam nas redes sociais, com grau de concordância baixa de 57,2% e 51,2%, respetivamente (Figura 20).

Figura 20 – Estado civil e confiança na informação das redes sociais

Fonte: Inquérito por questionário (2021)

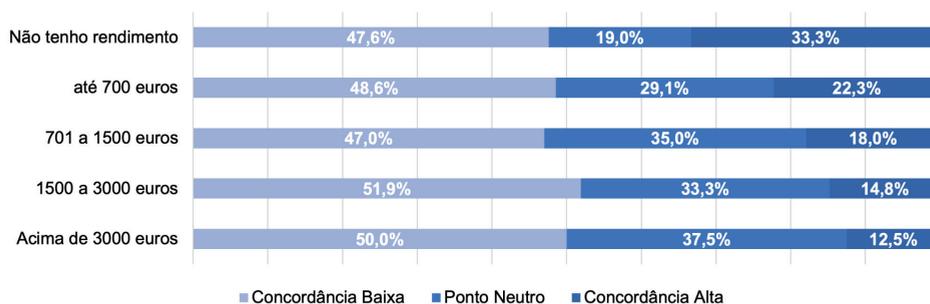
A sociedade contemporânea exige um grau de literacia cada vez maior e adaptado às novas tecnologias. As desigualdades digitais são também acentuadas, muitas vezes por diferenças já existentes no ambiente *off-line* como o educacional.

As habilitações escolares dos respondentes permitem sustentar a tese de que quanto maior for o nível de habilitações, menor são os níveis de confiança sobre

as informações que circulam nas redes sociais virtuais. Assim, observamos que os inquiridos com licenciatura, mestrado e doutoramento possuem concordância alta de apenas 18%, 12% e 23% respetivamente.

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

Figura 21 – Rendimento e confiança na informação das redes sociais



Fonte: Inquérito por questionário (2021)

A partir dos inquiridos sem rendimento o nível de confiança vai diminuindo conforme aumenta o rendimento, por exemplo, inquiridos com o rendimento entre 1500 e 3000 euros e acima de 3000 euros possuem concordância baixa de 52% e 50% quando a confiança nas informações que circulam nas redes sociais virtuais.

4.6 Partilha de conteúdo sem saber que era falso 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 fenómenos 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.

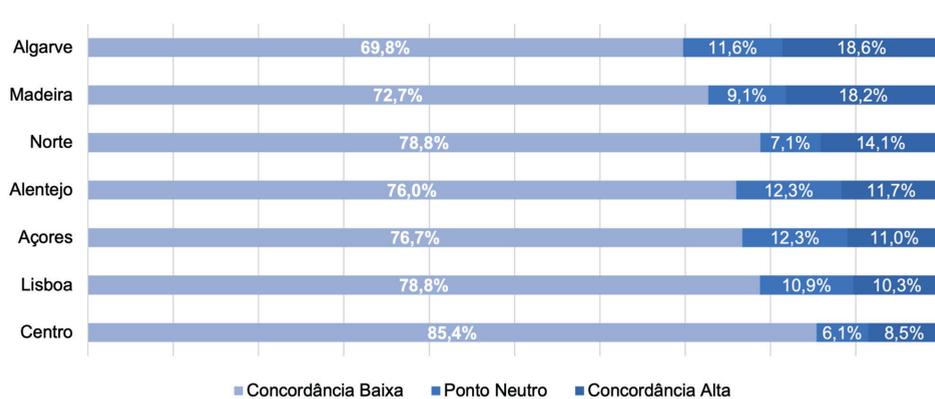
A rede internacional First Draft²⁵ que conta com a participação da pesquisadora Claire Wardle destaca que a “desinformação é um conteúdo intencionalmente falso que é criado para causar danos sendo motivada por três fatores distintos: ganhar dinheiro; ter influência política, internacional ou nacional; ou causar problemas por causa disso” (2020, p.10). Quando a desinformação é compartilhada, muitas vezes 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”.

De acordo com o relatório *Reuters Institute Digital News Report 2020*, publicado pelo *Reuters Institute* em parceria com a Universidade de Oxford, Portugal aparece em segundo lugar entre 38 países, atrás apenas do Brasil, com 75% dos adultos com mais de 16 anos declarando estarem preocupados com a veracidade das informações transmitidas na Internet. Entretanto, em um estudo realizado pelo CIES-Iscte, OberCom e MediaLab em Portugal (2020), apenas 4,3% dos inquiridos confirmou a veracidade com a fonte antes de partilhar a notícia.

Analisando os resultados quanto à questão da pesquisa sobre partilha de conteúdo falso nas redes sociais sem saber que era falso, não foram identificadas grandes oscilações nos resultados obtidos, os níveis de discordância são bastante elevados em todas as NUT II e, havendo concordância, é no Algarve e na RA Madeira que se verificam maior concordância quanto à partilha de conteúdo falso, 18,6% e 18,2%, respetivamente.

²⁵ First Draft é uma rede internacional sem fins lucrativos formada desde 2016 para lutar contra a desinformação online. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/>

Figura 22 – Região e partilha de conteúdo falso

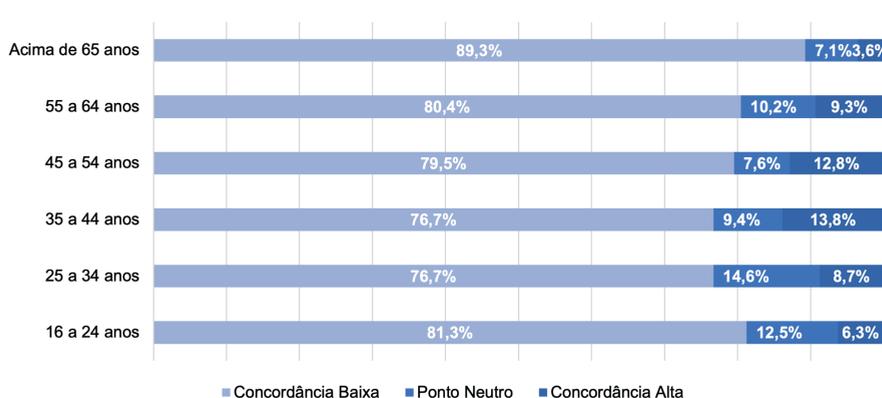


Fonte: Inquérito por questionário (2021)

Em termos de género, não identificamos discrepâncias, a tendência dos resultados é igual entre o masculino e o feminino.

A distribuição por idades apresenta-nos a classe etária entre 35 e 54 anos que representam 318 inquiridos como a mais desperta para a partilha de conteúdo sem saber que era falso (13,8%).

Figura 23 – Faixa etária e partilha de conteúdo falso

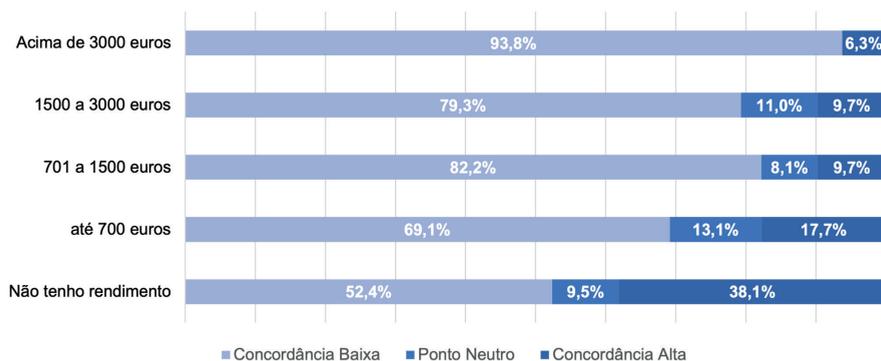


Fonte: Inquérito por questionário (2021)

Foi possível ainda identificar que especialmente os inquiridos na classe etária de 35 a 44 anos que indicaram não ter rendimento (71%), ou que possuem ganhos

até 1500 euros (33%) confirmaram ter partilhado tais conteúdos. A mesma correlação acontece na classe etária de 45 a 54 anos, são os que não tem renda ou renda até 1500 euros que partilharam conteúdos falsos sem saber, conforme observado na Figura 24. Na classe de mais de 65 anos apenas 3,6% afirmaram ter partilhado.

Figura 24 – Rendimento e partilha de conteúdo falso



Fonte: Inquérito por questionário (2021)

4.7 Partilha de conteúdo falso intencionalmente nas redes sociais

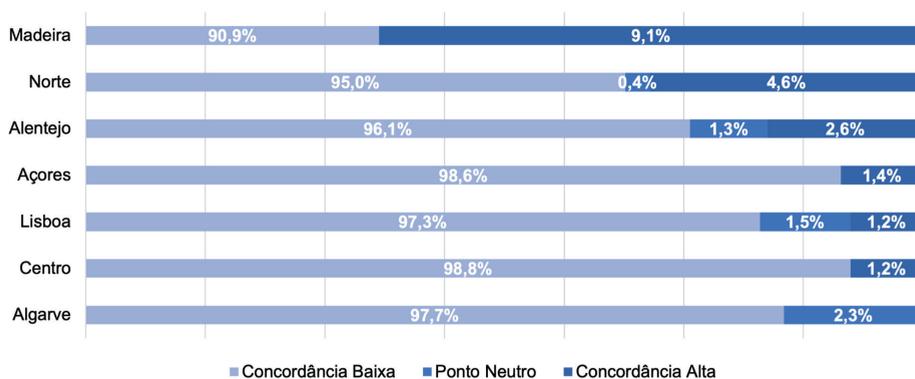
A terceira categoria utilizada para analisar a desordem informacional é a *mal-information*, quando informações genuínas são distorcidas e reformuladas para então serem compartilhadas com a intenção de causar danos. As notícias falsas se espalham 70% mais rápido que as verdadeiras e alcançam muito mais 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 numa rede social não diz respeito somente a se o indivíduo acha a informação relevante, ele também leva em conta em como os amigos e 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, 2018) 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 informativos (Chen et al, 2015).

O resultado desta investigação identificou que 23 inquiridos apresentaram alto grau de concordância (2,3% da amostra), ou seja, já partilharam de forma intencional conteúdo falso nas redes sociais. Analisando por região, inquiridos residentes na região da Madeira e Norte apresentaram maior concordância quanto à partilha de conteúdo falso intencional, 9,1% e 4,6%, respetivamente. Contudo, é interessante notar a existência de 9 respostas na alternativa, nem concorda nem discorda da afirmação de ter partilhado conteúdo falso intencionalmente, preferindo ficar “Neutro” neste debate.

Figura 25 – Região e partilha de conteúdo falso intencional

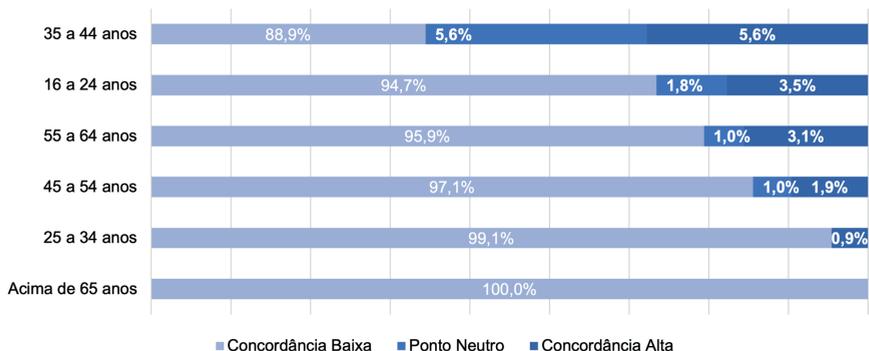


Fonte: Inquérito por questionário (2021)

Considerando o total de inquiridos com maior grau de concordância de partilha de conteúdo falso intencional, observou-se que o género feminino corresponde a 65%, maioria no estado civil “casada”. Enquanto o género 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 positivas) abre um leque de possibilidade para futuras pesquisas sobre a partilha intencional de informações falsas nas redes sociais.

Por faixa etária, identificamos que, como na questão anterior, nenhum inquirido com mais de 65 anos afirmou partilhar conteúdo falso, intencionalmente ou não.

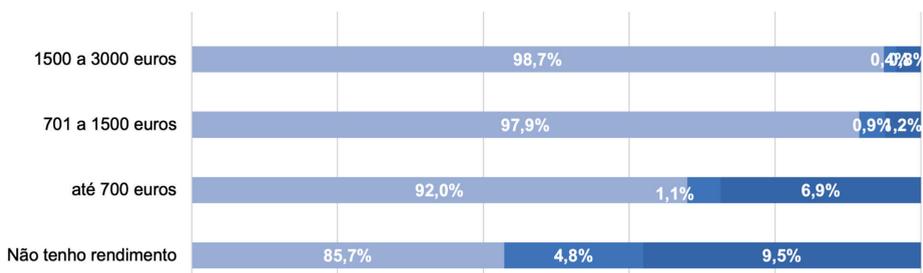
Figura 26 – Faixa etária e partilha de conteúdo falso intencional



Fonte: Inquérito por questionário (2021)

Quanto à formação académica foi observado que 907 inquiridos indicaram que não partilharam informação intencionalmente, a maioria com formação de doutoramento e mestrado. Dos 9 inquiridos que nem concordam nem discordam da afirmação “Já partilhei conteúdo falso intencionalmente” e dos 23 que informaram concordância alta foi verificado a maioria com formação de nível secundário, seguida da licenciatura e do 3.º ciclo (9.º. ano). Os inquiridos sem rendimento 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%, respetivamente, confirmando que já partilharam conteúdo falso de forma intencional.

Figura 27 – Rendimento e partilha de conteúdo falso intencional



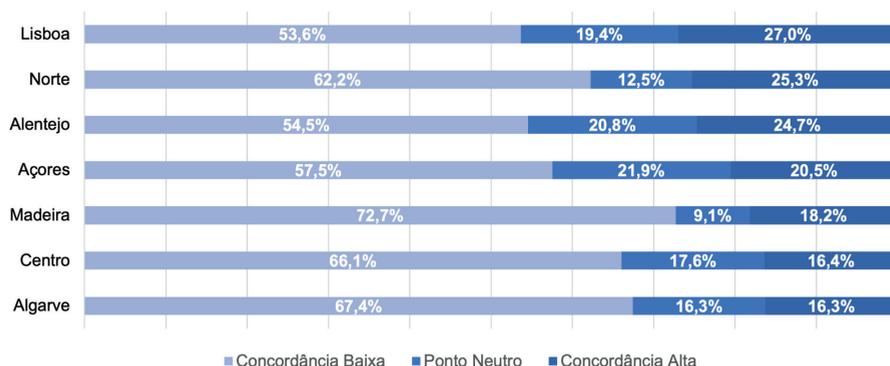
Fonte: Inquérito por questionário (2021)

4.8 Opinião sobre produtos ou serviços que utiliza

A emergência das redes sociais tem transformado o modo como as pessoas se comunicam, baseando-se em um modelo de interligação e comunicação de todos para todos, surgindo uma nova classe de consumidores chamados “prosumers”. A opinião do indivíduo é difundida cada vez mais facilmente por meio das redes sociais, aumentando a complexidade do contexto e dos fatores externos que influenciam os hábitos dos consumidores.

No entanto, na amostra deste projeto, identificamos das 1017 respostas, menos de ¼ dos inquiridos tem a prática de partilhar opiniões sobre produtos ou serviços que consome nas redes sociais (23,5% com grau de concordância alto). Analisando por região, inquiridos residentes de Lisboa e do Norte apresentaram maior concordância, 27,0% e 25,3%, respetivamente, enquanto RA Madeira apresentou o menor nível de interesse dos residentes (72,7% concordância baixa) em partilhar sobre produtos ou serviços que consome nas redes sociais.

Figura 28 – Região e partilha de opinião sobre produtos ou serviços



Fonte: Inquérito por questionário (2021)

Considerando o resultado da amostra que corresponde a 70% do género masculino e 30% do género feminino, foi possível identificar a representatividade de ambos os géneros na partilha de opinião com as percentagens de 21,9% e 24,0%, respetivamente.

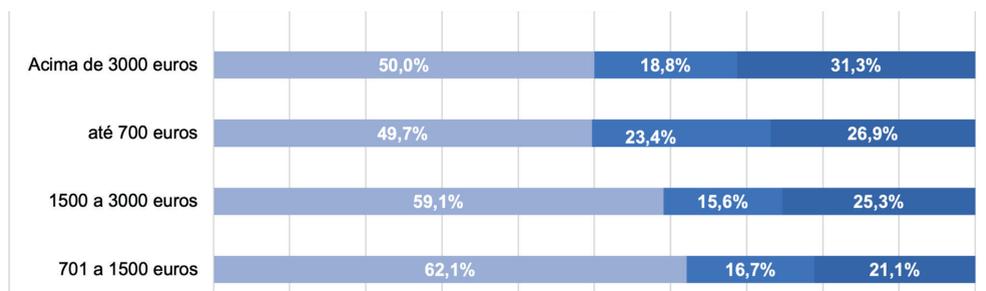
Tabela 8 – Estado civil e partilha de opinião sobre produtos e serviços

	Masculino (247 respondentes)			Feminino (770 respondentes)		
	Concordância Baixa	Neutro	Concordância Alta	Concordância Baixa	Neutro	Concordância Alta
Casado(a)	63,6%	14,4%	22,0%	55,7%	18,8%	25,5%
Divorciado(a)	63,2%	21,1%	15,8%	57,5%	18,3%	24,2%
Separado(a)	0,0%	100,0%	0,0%	44,4%	33,3%	22,2%
Solteiro(a)	63,5%	15,4%	21,2%	69,5%	15,2%	15,2%
União de facto	57,1%	16,7%	26,2%	50,6%	19,1%	30,3%
Viúvo(a)	100,0%	0,0%	0,0%	46,2%	15,4%	38,5%
Total	62,3%	15,8%	21,9%	57,8%	18,2%	24,0%

Fonte: Inquérito por questionário (2021)

As viúvas aparecem com maior representatividade na partilha de opinião, seguidas das mulheres com união estável (30,3%) e as casadas (25,5%). Entre os homens nota-se que os que possuem união de facto partilham opinião sobre os serviços e produtos que utilizam.

Analisando por formação, quem tem o ensino primário não partilha a sua opinião nas redes (100%). Inquiridos com rendimento acima de 3000 euros são os que mais partilham suas opiniões sobre produtos e serviços que utiliza (31,3%), já os que têm rendimento de 701 a 1500 euros são os que menos partilham (62,2% dos inquiridos desta faixa salarial não partilham com outros sua opinião).

Figura 29 – Rendimento e partilha de opinião sobre produtos ou serviços

Fonte: Inquérito por questionário (2021)

Partilhar e consumir informações faz cada vez mais parte da rotina dos consumidores no mundo digital. Foi possível identificar informações sobre o hábito dos inquiridos em consultar opiniões e comentários de outros antes de consumir os produtos e serviços.

Os resultados apontam que 51,6% dos inquiridos (525 participantes) apresentam alto grau de concordância quanto à consulta de opiniões antes do consumo de produtos ou serviços, mais que o dobro do hábito de partilhar (23,5%). São os mais jovens que costumam pesquisar, ou seja, 68,8% na faixa etária de 16 a 24 anos; 73,8% na faixa etária de 24 a 36 anos, 56,9% na faixa etária de 35 a 44 anos e 52,0% na faixa de 45 a 54 anos. Em contrapartida, as demais faixas etárias obtiveram baixo grau de discordância (201 participantes entre 55 anos até acima de 65 anos). Vale destacar que 168 participantes nem discordaram e nem concordaram com a afirmação “Costumo aceder a comentários partilhados por outras pessoas antes de consumir produtos ou serviços”.

Observou-se que o estado civil de união de facto são os que mais acedem a comentários de outros nas redes sociais antes de consumir representado por 64,9% das respostas, seguido pelos separados que na amostra é representada pela maioria do gênero feminino (60,0%).

Os inquiridos com mestrado e licenciatura são os que mais acedem e consultam comentários de outros nas redes, 56,4% e 52,4%, respetivamente. Em representatividade, ou seja, considerando o número total de inquiridos da pesquisa por atividade profissional observa-se que os desempregados (62%), os estudantes (58,3%) e os trabalhadores por conta própria ou independentes (59,2%) procuram aceder a comentários de terceiros nas redes sociais.

Não houve nenhum destaque quanto ao grau de concordância entre as regiões da NUTS II de Portugal.

5. USO DAS REDES SOCIAIS ANTES E DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19

Se é certo que as redes sociais se tornaram extensões das nossas vidas, também é certo que nunca o mundo inteiro se viu num estado global de confinamento. No período da quarentena, a Internet e as redes sociais ampliaram e consolidaram o seu campo de ação. O isolamento social resultante do contexto pandémico foi o revigorante para novas configurações de relações de amizade e amorosas, acesso à cultura e ao lazer e, fundamentalmente, a manutenção de vínculos sociais. Uma questão que nos deve fazer suscitar a reflexão é o exercício de pensar como teria sido o confinamento sem a Internet e as redes sociais? A interrogação é simples, a resposta será, com toda a certeza, complexa.

Muitos dos apelos ao confinamento e *hashtags* #FiqueEmCasa justificam o aumento de consumo das redes sociais no período da pandemia. 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 a pandemia do Covid-19?” e “Com qual frequência utilizava as redes sociais digitais DURANTE a pandemia do 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 (95,0%). Todavia, importa sublinhar que o aumento do consumo foi ligeiro, mas a prática de utilização já era elevada e sofreu um aumento. Esta evidência dos resultados permite-nos afirmar que estamos numa fase de consolidação e massificação do uso das redes sociais.

Tabela 9 – Uso das redes sociais: antes e durante a pandemia de Covid-19 (periodicidade)

Uso das Redes Sociais	Com qual frequência utilizava as redes sociais digitais ANTES da pandemia de Covid-19?	%	Com qual frequência utilizava as redes sociais digitais DURANTE da pandemia de Covid-19?	%	Variação
Diariamente	933	91,7%	966	95,0%	3,2%
Não utilizava	11	1,1%	8	0,8%	-0,3%
1 vez ao mês	13	1,3%	5	0,5%	-0,8%
1 vez por semana	60	5,9%	38	3,7%	-2,2%
Total	1017	100,0%	1017	100,0%	

Fonte: Inquérito por questionário (2021)

Em termos globais, o tempo médio despendido diariamente na Internet é de 6 horas e 54 minutos, dos quais mais de um terço (2 horas e 25 minutos) é dedicado às redes sociais, conforme último relatório elaborado pela WeAreSocial e Hootsuite²⁶. Quando questionados sobre a utilização antes e durante a pandemia, o número de horas nas redes sociais aumentou. É na classe das 4 a 6 horas que se registou a maior variação (+7.8%) e na classe de 1 a 3 horas que se registou a variação (+5%). Em contrapartida uma grande variação pode ser observada de -16,6% na classe de 1 hora. Com estes dados é possível afirmar que houve aumento expressivo do uso das redes sociais durante a pandemia em Portugal.

Tabela 10 – Uso das redes sociais: antes e durante a pandemia de Covid-19 (temporalidade)

Uso das Redes Sociais	Quantas horas por dia costumava aceder a redes sociais ANTES da pandemia de Covid-19?	%	Quantas horas por dia costumava aceder a redes sociais DURANTE da pandemia de Covid-19?	%	Variação
4 a 6 horas	82	8,1%	161	15,8%	7,8%
1 a 3 horas	395	38,8%	446	43,9%	5,0%
Mais de 6 horas	26	2,6%	71	7,0%	4,4%
Não utilizava	17	1,7%	11	1,1%	-0,6%
Até 1 hora	497	48,9%	328	32,3%	-16,6%
Total	1017	100,0%	1017	100,0%	

Fonte: Inquérito por questionário (2021)

²⁶ Relatório 2021: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>

A maior alteração entre os que não utilizavam as redes sociais foi a região Centro (antes da pandemia 8% dos residentes no Centro assinalaram que não utilizavam e durante a pandemia foi para 6,9%). Açores foi a região com maior crescimento na utilização acima de 6 horas por dia (antes da pandemia era apenas 1,4% dos inquiridos e durante a pandemia foi de 13,7%).

Tanto homens, quanto mulheres, apresentaram aumento expressivo na intensidade de uso na classe de 4 a 6 horas (7,7% dos homens usavam as redes antes da pandemia nesta classe de consumo e durante a pandemia foi para 12,4% e 7,4% das mulheres utilizavam, bem próximo da percentagem de homens, mas durante a pandemia essa participação dobrou com 15,4% do género feminino utilizando de 4 a 6 horas).

Os inquiridos separados foram os que apresentaram maior variação na utilização na classe de 4 a 6 horas e acima de 6 horas de uso das redes. Na análise por situação profissional, os aposentados apresentaram a maior variação na classe de 1 a 3 horas, onde 30% deles utilizavam antes e esse número foi para 50% durante a pandemia. Na classe de 4 a 6 horas, os estudantes apresentaram a maior variação de uso quando 23% utilizava antes da pandemia e durante ficou em 38,5%.

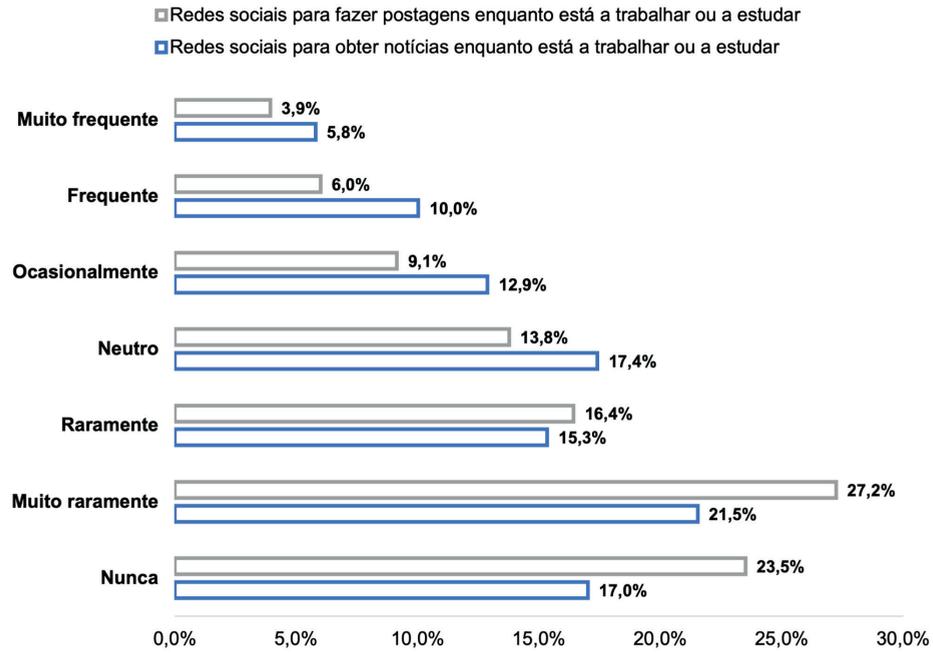
A análise das duas tabelas anteriores permite-nos afirmar que a sociabilidade digital, antes da pandemia já assumia níveis bastante significativos e que, durante a pandemia passou para uma fase de consolidação por influência direta do confinamento e da procura de estratégias alternativas para manter os vínculos sociais, pelo que não deve ser de estranhar este quadro de interações sociais.

6. USO DAS REDES SOCIAIS REALIZANDO ATIVIDADES SIMULTÂNEAS

Sendo uma extensão de nós, em que o *smartphone* é o cordão umbilical, as redes sociais entraram na nossa vida cotidiana e tornaram-se um canal de ligação ao mundo pela palma da nossa mão. Fazer *scroll* tornou-se um hábito, sobretudo nas faixas etárias mais jovens. Desenvolver tarefas do cotidiano e estar, em simultâneo, navegando no espaço virtual, tornou-se uma prática.

Esta pesquisa abriu espaço para compreender as práticas de simultaneidade de atividades praticadas pelos respondentes, conforme apresentado na Figura 30.

Figura 30 – Realizar atividades simultâneas



Fonte: Inquérito por questionário (2021)

Foi possível identificar ao analisar os resultados que 15,8% (10% com frequência e 5,8% com muita frequência) utilizam as redes sociais para obter notícias enquanto estão a trabalhar ou a estudar, a maior percentagem entre as atividades (lazer, obter informação ou fazer postagens nas redes sociais digitais). Analisando as respostas dos inquiridos que informaram que obtêm informação nas redes de forma “muito frequente” durante o trabalho e/ou estudo, estão os divorciados com 9,4%. Não foi identificada nenhuma resposta de inquiridos viúvos e separados para essa frequência de uso. Os inquiridos sem rendimento tiveram o maior percentual de resposta (9,5%) e os demais inquiridos (outras situações profissionais) ficaram na média de 6% quanto a essa frequência de uso. Não houve diferença significativa entre géneros.

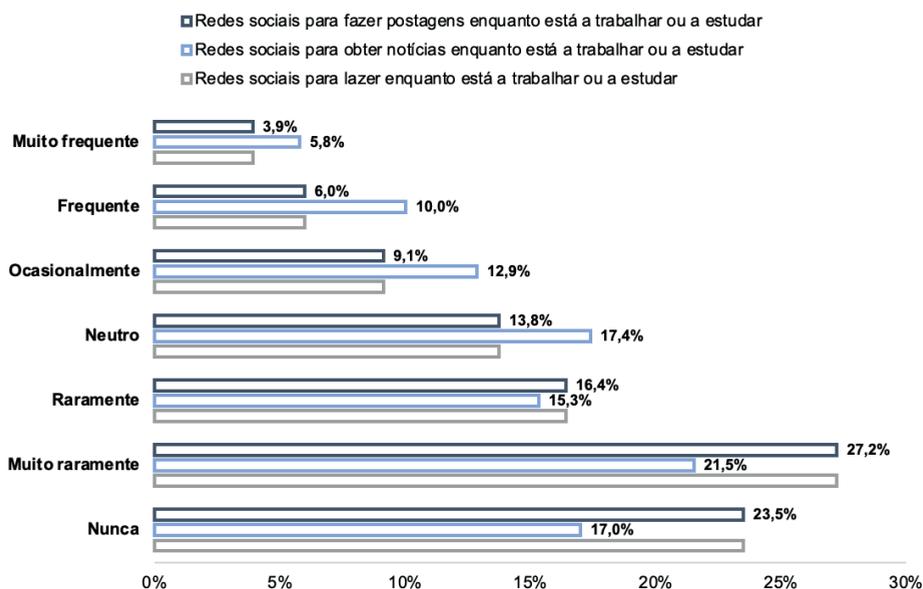
Quanto à atividade de lazer nas redes sociais durante o trabalho ou estudo, 10% destacaram que fazem de forma frequente (4% “muito frequente” e 6% “frequente”). Destes 4% muito frequentes, a concentração está no público solteiro (5,4% dos inquiridos solteiros fazem isso de forma muito frequente) e os viúvos e solteiros mais uma vez responderam que não tem essa frequência. Não houve diferença significativa entre géneros (“muito frequente” - mulheres: 3,9% e homens - 4%). Alentejo (5,2%) e Açores (5,5%) foram as regiões que tiveram mais inquiridos com uso frequente do lazer nas redes sociais durante o trabalho ou estudo.

Na questão 33, os inquiridos deveriam informar seu nível de uso na realização de postagens (publicações) nas redes sociais durante o trabalho ou estudo. Analisando a maior frequência de uso (“muito frequente”), apenas 5,6% dos inquiridos destacaram que fazem de uso frequente (2,2% muito frequente + 3,4% frequente), sendo a atividade menos frequente durante o trabalho ou estudo em comparação com obter notícias ou lazer. A região do Alentejo com 3,2% e a região Norte com 2,9% apresentaram as maiores frequências. Entre os homens, 2,8% fazem esse tipo de uso muito frequente, frente a 1,9% de mulheres. Os divorciados e solteiros utilizam mais frequentemente as redes para fazer postagens do que os demais inquiridos (3,6% e 3,4%, respetivamente).

Os *media* tradicionais estão numa fase de adaptação ao mundo digital. O tradicional jornal em papel está a ser substituído pela tela do computador ou do smartphone. As notícias do jornal diário ou semanário estão a ser substituídas pelas notícias ao minuto. O mundo da hiperinformação e da hiperconectividade provocou enormes metamorfoses na forma e no processo de obtenção de

informação. Conforme observado na Figura 31, a soma dos indicadores “ocasionalmente” (12,9%), “frequente” (10,0%) e “muito frequente” (5,8%) resultam em 28,7% de inquiridos que recorrem às redes sociais para obter notícias, quase um terço dos inquiridos consultam de forma habitual as redes para obter notícias. Todavia, não havendo nesta investigação uma linha de análise aprofundada sobre as *fake news*, importa sublinhar que estes dados nos devem alertar para a fragilidade e fidedignidade da informação que circula nas redes sociais.

Figura 31 – Lazer, fazer postagem e obter notícias



Fonte: Inquérito por questionário (2021)

As redes sociais vieram dar voz a um exército de cidadãos anónimos que, de outra forma, não passariam de meros incógnitos e as suas opiniões não teriam qualquer ressonância. Colocar publicações (vulgo: postagens), tornou-se uma prática corrente. A instantaneidade, por exemplo, do Twitter, é um bom exemplo destas práticas.

7. PARTILHA E CONSUMO DOS PORTUGUESES NAS REDES SOCIAIS

Com a presença massiva das redes sociais na vida dos usuários, o compartilhamento tem maior vida útil, e ganha diversas formas, como pessoal, comum ou cívico, relacionada ao grau de envolvimento social. Zygmunt Bauman, no livro *Sociedade do Consumo* (2008) destaca que as pessoas, na era do consumo, são estimuladas a promover uma mercadoria atraente e desejável, fazendo o máximo possível, utilizando-se dos melhores recursos para aumentar o valor do produto que vendem no mercado. Esse produto, segundo Bauman, seriam elas mesmas.

Nesta investigação procurou-se compreender os tipos de partilha e de consumo nas redes sociais pelos portugueses. Por meio de duas perguntas o questionamento no interesse da partilha e do consumo ofereciam alternativas e também um campo aberto para o inquirido mencionar outros temas, caso desejasse. Após curadoria do conteúdo foi possível categorizar as respostas nos seguintes temas: (1) vida pessoal e/ou alheia, (2) saúde, bem-estar e alimentação, (3) viagem, lazer e cultura, (4) humor, (5) religião ou espiritualidade, (6) animais de estimação, (7) conteúdos sociais ou políticos e (8) conhecimentos técnicos ou profissionais. O ranking dos 8 temas de interesses dos participantes é apresentado na tabela 11.

Tabela 11 – Ranking dos 8 temas mais partilhados e consumidos

Tema	Ranking Partilha	Total de Respostas Partilha	% Respostas (a)	Ranking Consumo	Total de Respostas Consumo	% Respostas (b)	Varição
Conteúdo Técnico/ Profissional	1	510	20.2%	3	620	20.83%	0.6%
Saúde, bem estar e alimentação	2	486	19.3%	2	698	23.45%	4.2%
Viagens, cultura e lazer	3	438	17.4%	1	711	23.89%	6.5%

Tema	Ranking Partilha	Total de Respostas Partilha	% Respostas (a)	Ranking Consumo	Total de Respostas Consumo	% Respostas (b)	Varição
Humor	4	295	11.7%	7	27	0.91%	-10.8%
Sobre vida pessoal ou alheia	5	291	11.55%	6	280	9.41%	-2.1%
Animais de estimação	6	260	10.3%	5	283	9.51%	-0.8%
Conteúdo Social ou político	7	232	9.2%	4	341	11.46%	2.2%
Religião e espiritualidade	8	7	0.3%	8	16	0.54%	0.3%

Fonte: Inquérito por questionário (2021)

O resultado apurado é apresentado mediante o ranking da partilha de conteúdo pelos residentes em Portugal e comparado ao do consumo. Nota-se que os temas referentes ao conhecimento técnico/profissional, saúde, bem-estar e alimentação e viagens, cultura e lazer representam alto nível de interesse tanto em partilhar ou consumir nas redes sociais (os três primeiros no ranking). A maior variação encontrada no interesse em consumir em comparação ao partilhar está nos temas sobre cultura e lazer e saúde e bem-estar.

Fica evidente que os participantes consomem mais informações sobre conteúdo político e religiosidade do que partilham. E, ainda se nota a maior variação entre o conteúdo “humor” nas redes, um interesse maior pela partilha deste tipo de conteúdo do que pelo consumo. As regiões de Lisboa (30%) e Norte (23%) são as que mais partilham conteúdo de humor nas redes sociais.

O conteúdo sobre animais de estimação possui um equilíbrio no resultado, ou seja, pessoas interessadas neste também costumam partilhar e consumir. No entanto, analisando por género, observa-se que a participação feminina é o dobro da masculina (28% género feminino e 12% dos homens partilham conteúdo sobre animais de estimação).

A diferença observada entre o consumo de conteúdo sobre bem-estar e saúde entre géneros foi ainda maior, enquanto 82% das mulheres escolheram essa opção como conteúdo a ser consumido nas redes, o género masculino corresponde a 18% das 698 respostas. Essa média de utilização e amplitude entre os géneros se mantém na partilha (85% do público feminino e 15% do masculino).

Ainda sobre o consumo de conteúdo sobre bem-estar, saúde e alimentação, são os casados que mais consomem (52% do público que consome esse tipo de

conteúdo), seguido pelos solteiros com 20%. Essa média de utilização se mantém na partilha (53% casado e 19% solteiro).

Quanto a partilhar sobre bem-estar e saúde, a faixa etária de 35 a 54 anos foi a mais representativa (35%) enquanto os mais idosos (mais 65 anos) e mais novos (16 a 24 anos) apresentaram as menores taxas de partilha deste conteúdo (2,3% e 1,6%, respetivamente).

Do público que partilha sobre viagens, cultura e lazer nas redes, 42% dos inquiridos do género feminino partilham e 34% do género masculino, além disso $\frac{3}{5}$ dos inquiridos é separado e mais de 60% têm rendimento acima de 3000 euros.

E, finalmente, conteúdo sobre vida pessoal e alheia é mais partilhada do que consumida, reforçando que nas redes sociais cada vez mais seus usuários postam informações sobre a sua vida pessoal, misturando o espaço público e privado, divulgando sua imagem e informações pessoais.

Quanto a partilhar sobre o conteúdo da sua vida pessoal, não foi observada variação significativa entre homens e mulheres (28% e 26%). Os inquiridos de união de facto (34% deste público) e solteiros (32%) são os que mais partilham em comparação aos demais estados civis, sendo os separados com menor participação (20% dos separados assinalaram fazer esse tipo de partilha nas redes).

Por meio de uma nuvem de palavras concebida através do software *word cloud*²⁷ a equipa de investigação construiu uma visualização dos interesses dos participantes, excluindo os 8 principais temas com o intuito de observar a variedade de temas citados. Vale mencionar que foi realizada uma curadoria das informações coletadas no questionário facilitando a melhor visualização do resultado.

Há interesse diverso em conteúdos que poderiam ser agrupados em cultura e lazer, contudo os participantes preferiram explicitar seus gostos ou mesmo hobbies destacando interesse em fotografia, literatura, livros, música, eventos, entretenimento, questões sociais etc. Verificou-se maior interesse em partilhar sobre música, cultura e lazer, literatura e desporto. Partilha sobre humor, fotografia e questões sociais aparecem com interesse médio pelos inquiridos nas redes sociais. Destaca-se a menção ao ato de “não partilhar” nenhum tema nas redes realizado pelos inquiridos.

²⁷ <https://www.wordclouds.com/>

8. COMPETÊNCIAS DIGITAIS

Perante a crescente digitalização no mundo, os diversos setores da sociedade modificaram a forma como se relacionam, se comunicam, aprendem e geram novos conhecimentos e essas mudanças exigem dos indivíduos meios de acesso e novas capacidades para a utilização das tecnologias digitais.

Os indivíduos precisam de competências digitais para lidar com todas essas mudanças, o que requer capacidade para entender e usar as informações em múltiplos formatos, solucionar problemas no meio digital, trabalhar de forma colaborativa, entre outras competências ligadas ao domínio tecnológico.

Essa complexidade tecnológica fez emergir cada vez mais diferentes necessidades, já que utilizar tecnologias digitais não garante que o indivíduo seja digitalmente competente. Desmurget (2021) apresenta algumas críticas com base em trabalhos de investigação recentes. Para este neurocientista:

Os nossos «*digital natives*» podem ser capazes de esvoçar do Facebook para o Twitter enquanto estão a postar uma *selfie* no Instagram e a mandar uma SMS a um amigo, mas, no que toca a avaliar a informação que flui pelas redes sociais, são facilmente enganados. (...) Em todos os casos e a todos os níveis, ficamos pasmos com a falta de preparação dos alunos (...) Muitos partem do princípio de que, visto que os jovens são fluentes nas redes sociais, se revelam igualmente proficientes acerca do que lá encontram, A nossa investigação revela o oposto (p.33).

As informações analisadas nesta seção procuraram compreender atividades como pesquisar, organizar e partilhar informação; interagir e comunicar através das tecnologias digitais; criar conteúdo digital; solucionar problemas. Todas estas atividades correspondem a autoavaliação das competências digitais, inclusive questões relacionadas à segurança e privacidade no meio digital, que foram adaptadas do Quadro Europeu de Referência para Competência Digital (Dig Comp

2.1), representando tarefas e problemas bem definidos não rotineiros e problemas simples com autonomia dos inquiridos que agem de forma independente, de acordo com suas necessidades. O quadro a seguir apresenta as competências digitais que foram analisadas para a avaliação do nível de competência dos participantes desta pesquisa.

Quadro 5 – Competências digitais avaliadas na pesquisa

Competências Digitais	Atividades Avaliadas (“Sou capaz de...”)
Informação e data literacy	- obter informações que preciso na Internet sem ajuda de outras pessoas
	- organizar meus dados e informação para serem armazenados e recuperados quando for preciso
	- utilizar sites (serviços <i>online</i>) para resolver questões variadas sem recorrer a serviços presenciais
	- verificar a veracidade das informações antes de partilhar nas redes sociais
Colaboração e Comunicação Online	- identificar situações de risco comportamental na Internet (p. ex.: cyberbullying, roubo de identidade, etc.)
	- desenvolver trabalhos de forma colaborativa na Internet (p. ex: trabalho em grupo para escola e projetos em equipa)
Criação conteúdo digital	- produzir conteúdo para ser compartilhado em site, blog ou wiki
Segurança	- proteger minhas informações e meus dados criando identidades e perfis diferentes para serviços digitais distintos
	- avaliar se a forma como os meus dados pessoais são usados nas redes sociais digitais é apropriada e aceitável, no que diz respeito aos meus direitos e minha privacidade
Resolução de problemas	- seleccionar soluções para a resolução de problemas com meus dispositivos digitais (por ex. instalação, <i>pluggins</i> etc)
	- encontrar capacitações (<i>online</i> ou presencial) para suprir as minhas lacunas em competência digital

Fonte: elaborado pelos autores

Nesta última etapa da pesquisa quantitativa, os 1094 participantes responderam frases afirmativas para as atividades avaliadas mencionadas na tabela acima. Para as respostas foi utilizada escala tipo Likert de 7 pontos, onde o inquirido deveria responder entre 1 - discordo totalmente a 7 - concordo totalmente.

E, para análise das respostas, os resultados foram agrupados e convertidos novamente em um padrão dicotômico, onde a concordância baixa é a soma das

respostas de 1 a 3 (discordo totalmente (1), discordo (2) e discordo parcialmente (3)) e concordância alta (concordo parcialmente (5), concordo (6) e concordo totalmente (7)). O ponto 4 (“não concordo nem discordo”) foi considerado como ponto neutro na análise.

A análise das competências digitais, segundo a autoavaliação dos inquiridos, é apresentada a seguir por cada área de competência.

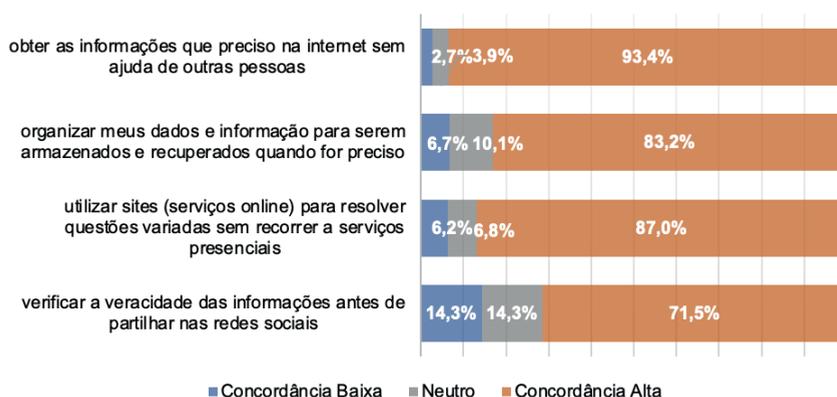
8.1 Informação e *data literacy*

Os resultados apontam que a competência digital quanto a literacia da informação e dados é elevada entre os portugueses. Altos níveis de concordância dos inquiridos nas três primeiras atividades: obter informação na Internet; organizar, armazenar e recuperar dados e informações e solicitar serviços ou resolver questões *online*, por exemplo sem a necessidade de ir pessoalmente a uma agência bancária ou administração pública. Inclusive o resultado está em consonância do que já tinha sido apontado de forma separada quando questionados sobre o uso de *home banking* e dos serviços públicos *online* (questões do segundo bloco da pesquisa “uso de serviços digitais”: 81% e 82%, respetivamente).

É facto que os inquiridos na faixa etária de 55 a 64 anos, considerados ‘imigrantes digitais’, apresentaram menor resultado de concordância alta (86%) e uma diferença de 13 pontos percentuais quando comparados aos nativos digitais, como a faixa etária de 25 a 34 anos (99%). Este resultado mostra que os indivíduos que não são nativos digitais podem ter mais dificuldade nestas atividades *online*.

Prensky (2001) enfatiza que mesmo quando Imigrantes e Nativos Digitais utilizam a mesma tecnologia, esses grupos realizam suas atividades de forma distintas, como obter informação ou realizar atividade *online*.

Figura 34 – Competências Digitais: Informação e data literacy



Fonte: Inquérito por questionário (2021)

O ponto de atenção é a questão da verificação da veracidade das informações pelos inquiridos antes de partilhar nas redes sociais. Aprofundamento um pouco mais a análise deste resultado observa-se que a competência crítica informacional e digital demonstra que o inquirido possui concordância quanto a sua capacidade de utilizar diferentes formas de busca e fontes de informação para conferir antes de partilhar.

Nesta competência (“verificar veracidade da informação antes de partilhar”), os inquiridos com maior nível de escolaridade como licenciatura e mestrado apresentaram concordância alta de 72% e 84%, respetivamente contra 68% dos inquiridos com o secundário completo e 25% dos que possuem apenas o 2º ciclo (5º e 6º ano).

Analisando a distribuição das respostas por rendimentos, verifica-se que 94% dos inquiridos na faixa salarial acima de 3000 euros apresentaram concordância alta para a capacidade de verificar a veracidade da informação contra apenas 60% dos inquiridos com rendimento mensal até 700 euros.

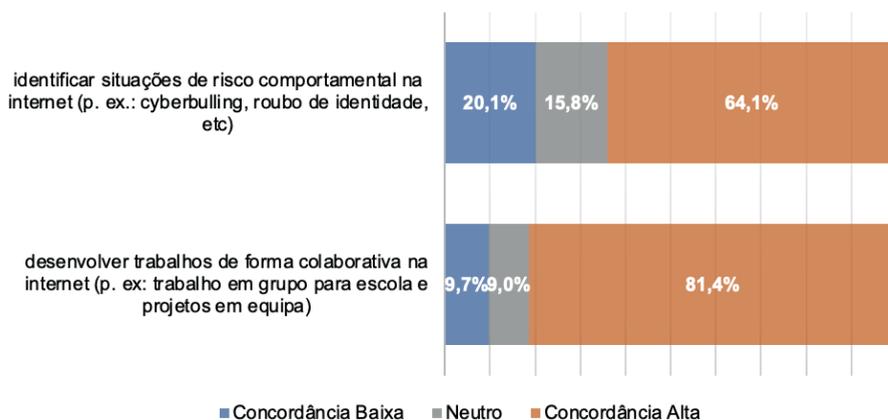
Continuando a análise por região, RA Madeira e Algarve foram as regiões que apresentaram maior resultado em concordância baixa, ou seja, 25% dos inquiridos RA Madeira e 17% do Algarve não são capazes de verificar/validar a veracidade antes de partilhar. Esse resultado vem de encontro ao apurado no bloco anterior sobre ‘partilha de conteúdos falsos nas redes sem saber’ (RA Madeira e

Algarve apresentaram maiores resultados em comparação às demais regiões quando se trata de *disinformation*).

8.2 Colaboração e comunicação *online*

Na área de competência “colaboração e comunicação *online*” procurou-se identificar se os inquiridos possuíam capacidade de identificar situações de risco comportamental e se eram capazes de desenvolver trabalhos de forma colaborativa na Internet. O resultado (figura 35) demonstra os resultados de forma dicotômica (concordância alta e baixa e ponto neutro - aqueles inquiridos que prefeririam nem concordar nem discordar com as afirmativas).

Figura 35 – Competências Digitais: colaboração e comunicação *online*



Fonte: Inquérito por questionário (2021)

A questão 40 procurou identificar a capacidade dos inquiridos quanto à identificação de situações de riscos comportamentais na esfera digital como *cyberbullying*, roubo de identidade, entre outros riscos.

Analisando pelo nível de escolaridade, observa-se que os inquiridos com menor nível de escolaridade apresentam maior resultado de concordância baixa, ou seja, não conseguem identificar situações de risco no ciberespaço: metade dos inquiridos que possuem o ensino primário e metade dos que possuem o 2º ciclo completo (50%), contra apenas 12,8% dos inquiridos que possuem mestrado.

Os mais jovens (faixa etária de 16 a 24 anos e 25 a 34 anos) foram os que mais responderam positivamente à questão (concordância alta sobre identificar riscos virtuais) com 81% e 85%, respetivamente, contrastando com apenas 58% dos inquiridos na faixa de 55 a 64 anos. Analisando por género, 60% do público feminino apresentou concordância alta, 16 pontos abaixo do resultado apresentado pelo género masculino (76%), o que evidencia um risco maior do público feminino em ter sua identidade roubada ou não saber identificar e lidar com situações de *bullying online*, por exemplo.

Na questão 41, observou-se a competência relativa à colaboração através de canais digitais. Assim, procuramos compreender a capacidade de trabalho colaborativo em rede e digital dos inquiridos (projetos, trabalhos em equipa, estudo *online* em grupo etc.) e 81,4% dos inquiridos apresentaram concordância alta.

Os estudantes e empregadores (até 10 e mais de 10 empregadores) apresentaram os maiores resultados quanto à concordância alta (100% concordaram com a afirmativa relacionada à capacidade de trabalhos colaborativos), demonstrando a habilidades destes inquiridos com projetos *online*, no contexto educacional ou não. Os menores resultados foram de inquiridos que trabalham na administração pública (79%) e aposentados (75%).

Analisando o cruzamento da variável estado civil, os inquiridos separados têm o maior resultado de concordância alta (90%) seguido dos solteiros (85,5%) enquanto os viúvos o menor percentual (76,5%).

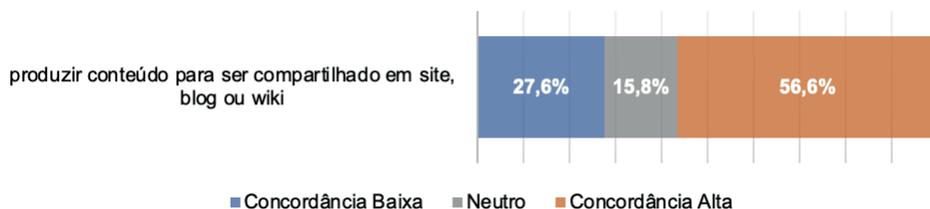
Quanto ao género, 87% dos homens concordam com a questão apresentada sobre competência em desenvolver trabalhos colaborativos na Internet e 80% das mulheres (concordância alta). Os mais jovens (16 a 24 anos) se destacaram em comparação com os inquiridos acima de 55 anos (apenas 74% com concordância alta de 55 a 64 anos contra 94% dos inquiridos na faixa de 16 a 24 anos) e isso pode estar relacionado ao estímulo da aprendizagem colaborativa digital e a habilidade dos nativos digitais no uso das TICs.

8.3 Criação de conteúdo digital

A questão seguinte tinha o foco na área de competência “criação de conteúdo” onde os inquiridos avaliaram sua capacidade de “produzir conteúdo para ser compartilhado em site, blog ou wiki” e 56,6% apresentaram concordância

alta. Os inquiridos de 25 a 34 anos tiveram o maior resultado de concordância alta (63,2%) e a faixa etária de 55 a 64 anos o menor resultado (47,3%).

Figura 36 – Competências Digitais: criação de conteúdo digital



Fonte: Inquérito por questionário (2021)

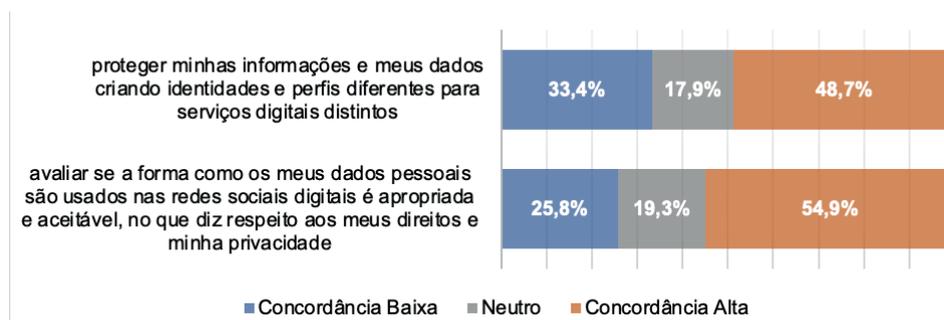
São 67,6% os inquiridos do género masculino que responderam positivamente a esta habilidade (concordância alta), contra apenas 53,2% do género feminino. Quando analisado o resultado por nível de escolaridade, como observado nas questões anteriores, os inquiridos com formação académica mais avançada como mestrado e doutorado apresentaram os resultados bem acima (75%) em comparação aos com formação mais básicas (40% dos inquiridos com até o 3º ciclo e apenas 12,5% dos que possuem até o 2º ciclo).

Analisando sob a variável situação profissional, os desempregados e empregados da administração pública apresentaram os menores resultados (52% e 54%, respetivamente, quanto à concordância alta para produção de conteúdo), bem abaixo do que foi observado com os inquiridos empregadores com menos de 10 empregados (80%) e estudantes (77%).

8.4 Segurança

A questão 44 procurou identificar a capacidade dos inquiridos em proteger suas informações e seus dados, relacionado à área de competência “Segurança”. O resultado geral relativo à concordância alta, ou seja, os inquiridos afirmam terem capacidade para proteger os seus dados e informações no ciberespaço foi de 48,7%.

Figura 37 – Competências Digitais: segurança



Fonte: Inquérito por questionário (2021)

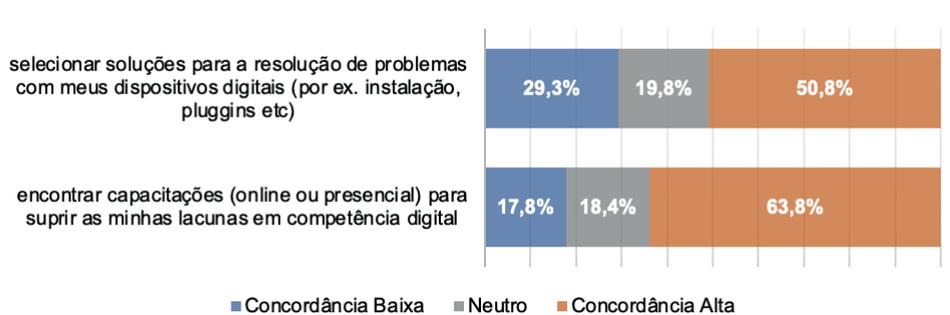
Na análise por idade, é possível considerar que os Nativos Digitais (faixa etária de 16 a 24 anos) apresentam um resultado superior (concordância alta em 62,5%) em relação aos inquiridos com idade a partir de 55 anos (concordância alta de apenas 37,1% dos inquiridos de 55 a 64 anos e 43,8% dos que têm mais de 65 anos). Apenas 44% das mulheres apresentaram concordância alta, ou seja, são capazes de proteger suas informações e dados na Internet contra 63% dos homens.

Continuando a análise na perspectiva de segurança no mundo digital, sobre a proteção dos dados pessoais, na questão 47 o inquirido deveria responder se tinha capacidade de avaliar a forma como seus dados pessoais são usados nas redes sociais digitais, no que diz respeito aos seus direitos e privacidade. 54,9% dos inquiridos apresentaram concordância alta, resultado quase idêntico ao anterior que discutia sobre a “capacidade de proteger informações e dados na Internet criando identidades e perfis diferentes para serviços digitais distintos”. Esses resultados apontam lacunas nas competências para a proteção e segurança nas redes sociais e na Internet.

8.5 Resolução de problemas

As questões 45 e 46 estão enquadradas na área de competência do *framework* DigComp. “resolução de problemas”, onde os inquiridos deveriam se auto avaliar quanto à capacidade de identificar possíveis problemas técnicos e atualizar suas competências digitais.

Figura 38 – Competências Digitais: resolução de problemas



Fonte: Inquérito por questionário (2021)

Na questão 45 o inquirido deveria responder se era capaz de selecionar soluções para a resolução de problemas com seus dispositivos digitais (por ex. fazer instalação, *pluggins*²⁸ etc.) e na última questão o inquirido deveria responder se tinha capacidade de encontrar capacitações (*online* ou presencial) para suprir suas lacunas em competência digital.

Na questão relacionada à identificação e seleção de soluções para problemas, 50,8% dos inquiridos na investigação têm concordância alta, sendo aqueles com maior nível de formação com os maiores resultados (mestrado: 58,3% e doutoramento: 51,5%). Apenas 25% dos inquiridos com ensino primário ou 2º ciclo têm concordância alta, destacando mais uma vez a diferença entre os níveis de escolaridade e as competências digitais.

Os nativos digitais apresentaram resultado bem acima comparado aos imigrantes digitais, possivelmente pela familiaridade com o uso das TIC (faixa etária de 25 a 34 anos com 73,6% de concordância alta contra 33,2% dos inquiridos de 55 a 64 anos e 34,4% acima de 65 anos).

Por fim, na última questão, indagou-se quanto à capacidade de encontrar capacitações (*online* ou presencial) para suprir as lacunas em competência digital e 64% dos inquiridos apresentaram concordância alta, o que pode ter sido impactado pelos esforços de Portugal nos últimos anos em disponibilizar capacitações na tentativa de aumentar a literacia digital dos portugueses. Como observado nas

²⁸ Na informática define-se *plugin* todo programa, ferramenta ou extensão que se encaixa a outro programa principal para adicionar mais funções e recursos a ele. Geralmente são leves e não comprometem o funcionamento do software e são de fácil instalação e manuseio.

questões anteriores, os inquiridos acima de 55 anos apresentaram o menor resultado (49,6% dos inquiridos de 55 a 64 anos com concordância alta e 43,8% dos inquiridos acima de 65 anos) quando comparados às demais faixas etárias, principalmente em relação aos nativos digitais (78,3% dos inquiridos de 25 a 34 anos sabem buscar esse tipo de capacitação).

Na análise cruzada por género, 76,8% dos homens e 59,8% das mulheres têm concordância alta, uma diferença de mais de 15 pontos na questão sobre “encontrar capacitação para lacunas de competência digital”. Competências digitais são um passo em direção à igualdade de género. Em um estudo realizado pela consultoria Accenture *Getting to Equal: How Digital is Helping Close the Gender Gap at Work*²⁹, foi evidenciado o hiato entre os géneros em termos de fluência digital na maioria dos 31 países analisados e os pesquisadores analisaram que se esse ritmo de fluência digital das mulheres continuasse, a igualdade de género só seria possível a partir de 2040, nos países mais desenvolvidos como Portugal.

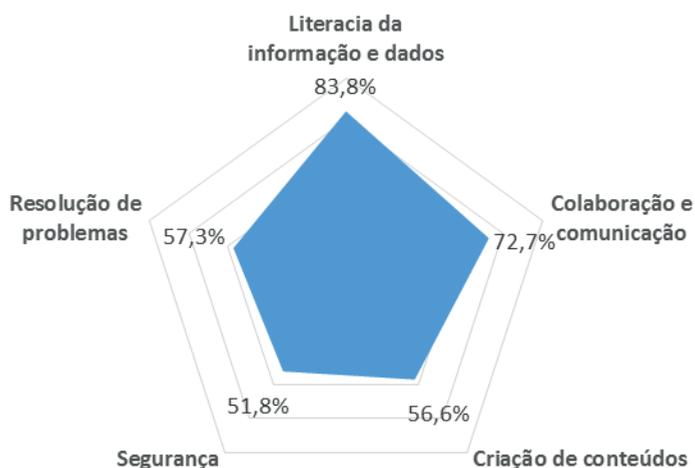
Analisando por região, todas as regiões apresentaram resultado acima de 60% com concordância alta para a capacidade de encontrar capacitação para atualizar suas competências digitais, exceto a RA Madeira com 50% dos inquiridos.

E como já evidenciado em resultados anteriores das competências digitais, os inquiridos com menor nível de escolaridade apresentam resultado inferior aos demais: 20% dos inquiridos com 1º ciclo de formação e 22% do 2º ciclo apresentaram concordância alta, resultado bem inferior à dos inquiridos com mestrado (75%) e com doutoramento (64%).

Ao final, na visão integrada das áreas de competência, foi possível identificar algumas lacunas que podem ser visualizadas na figura 39 quando comparadas as análises por grau de concordância alto.

²⁹ Getting to Equal: How Digital is Helping Close the Gender Gap at Work, disponível em <https://www.empowerwomen.org/en/resources/documents/2016/12/getting-equal--how-digital-is-helping-close-the-gender-gap-at-work?lang=en>

Figura 39 – Resultado da análise por competências



Fonte: Inquérito por questionário (2021)

A análise dos resultados de cada área de competência demonstra que as três competências com resultados mais baixos são “Segurança”, “Criação de conteúdo” e “Resolução de problemas”, resultados estes relacionados à proteção de dados pessoais, criação de conteúdo *online* e competência para selecionar soluções para problemas com os dispositivos digitais e procurar capacitações para aprimorar as competências digitais.

9. ANÁLISE QUALITATIVA

9.1 Métodos

O presente estudo foi desenvolvido, para além da abordagem quantitativa anterior, também com uma abordagem qualitativa, o que implica considerar o sujeito, em determinada condição social, pertencente a um grupo social, com as suas crenças, valores e significados. Os instrumentos utilizados foram entrevistas semiestruturadas e *focus group* (grupos focais) realizados nos meses de setembro e outubro de 2021.

A partir da análise das entrevistas individuais, os seguintes temas foram identificados: (i) conceito de rede social e tipos de relações, (ii) lados positivos e negativos das redes sociais (iii) uso das redes sociais digitais durante a pandemia de Covid-19 e o impacto na vida profissional e social (iv) utilização de serviços digitais.

Com os grupos focais, os mesmos temas foram abordados com uma alteração na questão sobre uso das redes sociais para abordar a experiência dos estudantes com a educação remota durante a pandemia.

Como segunda etapa dos grupos focais, foi realizada a análise de rede social (ARS), um instrumento de investigação social que permite quantificar e qualificar as relações entre os atores. O objetivo deste tipo de análise é estudar as estruturas entre ligações e relações.

Por meio dos dados coletados com os estudantes, foi possível analisar as métricas de redes sociais como centralidade e densidade. Segundo Marteleto (2001, p. 5) “a centralidade de um ator significa a identificação da posição em que se encontra em relação às trocas e à comunicação na rede”, ou seja, um ator que possui uma grande centralidade está em contato direto e adjacente com muitos outros atores, e é reconhecido como um grande canal de informações. Neste projeto de

investigação utilizamos a métrica “indegree” que identifica a centralidade dos contactos de entrada, ou seja, quem é mais procurado na dinâmica da rede, no nosso caso, os estudantes de determinada turma e suas redes de amizade.

A densidade tem como objetivo medir a conectividade dentro da rede, representando o número de ligações possíveis totais que podem existir, ou seja, mapear as densidades existentes em uma rede. Assim, redes densas são aquelas em que há grande quantidade de conexões.

O processo se inicia com a coleta dos dados gerados pelos atores das redes (estudantes participantes dos grupos focais) que indicaram seus colegas nas relações presenciais e *online* (nas redes sociais digitais). Os nomes dos estudantes de cada rede foram omitidos para garantir a privacidade dos atores. Após essa anonimização, os dados foram importados para o software Ucinet para análise das métricas de densidade e centralidade e com o Netdraw para a elaboração dos grafos, a representação gráfica das redes.

9.2 Seleção dos participantes e recolha de dados

Os participantes foram selecionados de forma intencional: residentes em Portugal e com acesso às redes sociais digitais. O número de usuários entrevistados foi determinado no decorrer da pesquisa de acordo com o critério de redundância das informações. Entende-se como redundância o momento em que as informações estão suficientemente confirmadas e o surgimento de novos dados é cada vez mais raro (estado de saturação dos dados).

Para as entrevistas o foco foi o público de 45 a 65 anos e para os grupos focais estudantes de 16 a 24 anos. Os participantes foram informados sobre a pesquisa e aqueles que se interessaram assinaram um termo de consentimento livre e esclarecido, autorizando a entrevista e a gravação.

A primeira estratégia de recolha de dados, de cunho qualitativo, foi a condução de entrevistas em profundidade exploratórias. Foram entrevistados residentes em Portugal e usuários das redes sociais (independente da intensidade de uso), para buscar compreender comportamentos e tipologia de uso das redes sociais e dos serviços na Internet. O método de análise das entrevistas seguiu o protocolo de Bardin (1977), sendo a análise dividida em três fases: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados, inferência e interpretação.

Foram realizadas entrevistas nos meses de setembro e outubro de 2021 através da plataforma Zoom com residentes das regiões Norte, Centro, Alentejo, Lisboa e Algarve. Dos 13 indivíduos convidados, residentes de todas as NUTS II, 6 tiveram disponibilidade e concordaram em participar da investigação, sendo 4 professores (2 mulheres e 2 homens) e 2 empresários locais (homens). Os participantes serão apresentados de forma anónima neste relatório.

A segunda estratégia qualitativa foi a condução de grupos focais com jovens portugueses, na faixa etária de 16 a 24 anos, integrados no ensino público e privado, conhecidos como nativos digitais.

O grupo focal consiste numa técnica de pesquisa qualitativa baseada numa entrevista em profundidade realizada em grupos que tem como objetivo captar o entendimento dos participantes sobre o tópico de interesse da pesquisa e identificar percepções, sentimentos, atitudes e ideias dos participantes a respeito de um determinado assunto.

De acordo com Johnson (1994), os utilizadores dessa técnica partem do pressuposto de que a energia gerada pelo grupo resulta em maior diversidade e profundidade de respostas, isto é, a sinergia entre os participantes leva a resultados que ultrapassam a soma das partes individuais.

Os grupos focais foram realizados de forma presencial entre os dias 28 e 29 de outubro de 2021 em quatro escolas da região Centro e Norte de Portugal, perfazendo um total de 38 participantes (média de 9,5 estudantes por grupo).

Para a análise das redes sociais dos estudantes (relações presenciais e *online*), foi utilizado o Ucinet 6.528 para análise das redes e o NetDraw 2.174 para visualização dos grafos.

Todos os estudantes preencheram o Termo de Consentimento Livre, concordando em participar da gravação das entrevistas em grupo. Na segunda parte das entrevistas, os estudantes receberam um questionário com quatro perguntas sobre sua rede de amizade, dentro e fora de sala de aula (relação de amizade e contato para estudos *online* e *offline*). Isso permitiu a análise da rede social seguindo parâmetros da sociometria e os resultados serão apresentados no final deste capítulo.

9.3. Análise das entrevistas

O conceito de rede social está, atualmente, fortemente associado a uma lógica de interação digital mediada por plataformas, distante das lógicas conceptuais preconizadas por Elizabeth Bott, Barnes, Radcliffe-Brown, entre outro, em que o foco era a compreensão da estrutura de relações sociais entre grupos e comunidades, através a descodificação das lógicas de interação social. Como escreveu Camões, “mudam-se os tempos, mudam-se as vontades,” isto é, mudam-se os tempos, reconfiguram-se os conceitos. Hoje, o conceito clássico de rede social está amplamente absorvido pelo digital. O conceito clássico de rede social, associado a lógicas de interação social entre pessoas, grupos e organizações, deu lugar (erradamente, na nossa perspetiva) ao conceito de rede social virtual, digital ou redes sociais da Internet.

Na análise das entrevistas, há uma linha comum entre os entrevistados, e que consubstancia a dimensão digital da rede. Para os entrevistados, independentemente da sua situação profissional, as redes sociais são plataformas de comunicação digital que permitem manter novas relações de sociabilidade mediadas por “aplicações”, também conhecido como *app*.

As redes sociais são meios de comunicação rápida e utilitária. Há facilidade de comunicação, mas é informal. As pessoas compartilham informações sobre as suas vidas privadas e se expõem demasiadamente. **E1**

É um sítio, onde estamos, trabalhamos, socializamos sem estar fisicamente juntos. **E2**

Plataforma que permite encontrar e comunicar com pessoas conhecidas ou não. **E3**

Sítio a frequentar sem estar fisicamente. Antigamente era a prática dominical, onde todos queriam saber de tudo, hoje é o “Largo da igreja digital”. **E4**

Aplicação para contatar meus interesses e amigos. **E5**

Existem diferentes tipos de rede: as redes analógicas, a geografia física e as redes sociais digitais que permitem às pessoas estarem conectadas virtualmente. As redes sociais são

constituídas por atores humanos e não-humanos, redes que permitem estarem em contato para criarem as comunidades virtuais e de prática, comunidades fundamentais para construir o conhecimento de forma coletiva. **E6**

A ideia de “Largo da igreja digital”, apresentada por um dos entrevistados, fornece-nos uma excelente metáfora sobre a centralidade das redes sociais na vida quotidiana. Hoje, as redes sociais digitais, para além da sua “nova” função de sociabilidade mediada plataformas são, igualmente, um espaço de para obtenção de informações, uma espécie de “Largo” virtual, através do qual obtemos informação sobre os mais variados temas da vida em sociedade. Estas redes permitem, segundo um entrevistado, professor do ensino público:

relações profissionais e uso Facebook para contatos académicos e disseminação de eventos. Tenho interesse em esfera não-profissional, mas raramente entro em discussões com pessoas nas redes e eventualmente, quando estou muito envolvido no trabalho académico, tento descansar no meu lazer da dimensão do digital. Devemos encontrar esse equilíbrio. **E6**

A dimensão utilitária das redes sociais está num amplo processo de consolidação. São uma extensão de nosso Ego, construindo uma identidade social híbrida e alicerçada nos dois egos: o real (físico) e o virtual (*online*), com este último a assumir uma diversidade de ângulos de análise.

Uma entrevistada (E2), professora do ensino público, partilha uma análise sobre a forma como a sua vida pessoal e profissional mudou com as redes sociais, gerando uma nova dinâmica de relações de sociabilidade.

Consegui estar e manter o contato com amigos, famílias e alterou a forma de trabalhar. Atualmente, na pandemia conseguimos ter um maior convívio *online* e potencializou a forma de trabalhar. Eu já havia estudado a formação a distância, mas era muito utópico, muito lá longe, não estávamos preparados para isso.... Durante a pandemia vimos que somos todos capazes. **E2**

Um dos sinais deste mundo das redes sociais virtuais está associado ao nível de «dependência» e necessidade de estar conectado. Estar *online* passou a ser uma extensão da vida. Participar na esfera digital das redes sociais transformou-se num

ponto de encontro obrigatório. Ao longo do trabalho qualitativo, independentemente da idade, género ou profissão, a necessidade de estar ligado/a foi amplamente referenciada. Apesar do nosso foco de investigação não estar direccionado para os comportamentos aditivos, sobressai este “problema”. Por exemplo, uma outra professora do ensino público, manifesta a sua auto-preocupação com a substituição da leitura de livros pela utilização de redes sociais virtuais.

Utilizo as redes para me informar e contactar pessoas porque a informação é mais rápida, mas tornaram-se imprescindíveis e viciantes. “tirar o telemóvel das mãos é difícil”. Eu, por exemplo, lia mais livros e agora perco tempo nas redes e sobra pouco tempo para leitura. **E3**

As redes sociais virtuais são palcos de construção de várias configurações de felicidade. Se por um lado temos uma felicidade real, há momentos em que se procura uma felicidade hipotética, que não corresponde ao verdadeiro estado de espírito do utilizador. Esta conflitualidade de “felicidades” entronca na análise referida por um empresário entrevistado, o qual sublinha um “hipotético mundo do êxito”. De facto, nas redes sociais não há espaço para frustrações, infelicidade e insucesso. São estados proibidos. Será que as redes sociais são espaços exclusivos para gente bem-sucedida?

Tinha a rotina de ver o correio para saber se chegou correspondência, hoje vejo o que se passa nas redes sociais. Percebo que nas redes as pessoas demonstram um “hipotético êxito em tudo” **E4**

Quando questionados sobre o lado positivo e negativo das redes sociais, os entrevistados enfatizaram a relação de dependência e o lado viciante das redes sociais digitais, com a incorporação definitiva da tecnologia aos hábitos diários, como pontos negativos e a maior interação e comunicação com pessoas conhecidas ou não como pontos positivos como já apontado por Shirk (2015), Lévy (1999) e Castells (2004). No quadro abaixo destacamos as perceções dos entrevistados quanto às redes sociais digitais.

Quadro 6 – O positivo e negativo das redes sociais

Lado positivo das Redes Sociais	Lado negativo das Redes Sociais
<p>“Interação, conhecimento, partilha, essa é a mais-valia das redes sociais, como tudo na vida tem a parte boa e a parte ruim” (E1).</p> <p>“...relações com amigos e familiares que estão distantes” (E2).</p> <p>“Informações mais rápidas e me comunicar com as pessoas” (E3).</p> <p>“Obter informação atualizada, criar comunidades para resolver problemas concretos, iniciativas solidárias e estreitar laços com outras pessoas” (E4).</p> <p>“Encontrar eventos e obter comunicados sobre assuntos de interesse” (E5).</p> <p>“As redes sociais digitais mantiveram os contatos pessoais e a possibilidade da transação da informação e a construção do conhecimento” (E6).</p>	<p>“A exposição demasiada é negativa...Existem nas redes sociais muitas interpretações, sempre há uma exposição das vidas privadas, mas “só faz quem quer” (E1).</p> <p>“Muito viciante e deve se ter cuidado com o que se compartilha na rede. Não coloco nada da minha vida pessoal no Facebook. Vejo que as pessoas compartilham de forma demasiada questões pessoais, particulares nas redes sociais. Caem no exagero e vivem a vida através das redes” (E3).</p> <p>“...pandemia de desinformação, um “oceano de opiniões”, interesses não fundamentados que se alastram. As pessoas descarregam suas frustrações, seus desejos nas redes sociais. É a “pandemia da ansiedade” (E4).</p> <p>“A dependências das redes digitais, se torna um vício, quase uma “droga digital” porque cria-se dependências, e redes alternativas que podem correr o risco de substituírem as redes sociais presenciais físicas...Por um lado, a exclusão das redes sociais digitais criam um <i>gap</i>, uma espécie de vazio e, pelo contrário, o excesso dessa navegação da realidade <i>online</i> pode criar um vazio da realidade analógica” (E6).</p>

Fonte: Elaborado pelos autores com trechos das entrevistas (2021)

Na análise dos discursos dos entrevistados, as categorias “interação”, “informação” e “conhecimento” são as mais expressivas na percepção sobre o lado positivo das redes sociais.

Figura 40 – O positivo das redes sociais



Fonte: Inquérito por entrevista (2021)

O lado negativo das redes sociais está, sobremaneira, assente na relação aditiva (viciante) que os seus utilizadores estabelecem no seu quotidiano. As categorias de “excesso de exposição” ou “exposição da vida privada” acentuam a necessidade de debate sobre os limites da esfera pública e da esfera privada. O trabalho etnográfico desenvolvido no contacto com professores, empresários e estudantes, confirmou-nos esta fronteira cinzenta ou ténue, entre o que é o espaço público e o que é o espaço privado.

“Hoje, mais do que nunca, ganha uma nova centralidade a discussão entre espaço público e espaço privado. Quantos de nós se atreveriam a passear em fato de banho na cidade onde residem? Quantos de nós ousariam participar num big brother? Quantos de nós abririam a porta da sua casa a um desconhecido? São simples perguntas que estimulam o debate entre espaço público e privado no uso das redes sociais virtuais. Esta dimensão espacial ganha, nos nossos dias, uma nova centralidade no debate no quadro das ciências sociais. Porque tornamos público o que é privado?” (Fialho, 2020, p.29).

Figura 41 – O negativo das redes sociais



Fonte: Inquérito por entrevista (2021)

Esta relação dicotómica entre positivo e negativo nas redes sociais e a facilidade com que interagimos com o virtual, por via de dispositivos móveis, veio estimular uma era do registo fácil que, em determinados momentos da interação digital, há uma alienação da noção de espaço.

Hoje, as sociedades desenvolvidas vivem com este dilema. A facilidade com que se produzem registos que nos expõem de forma quase irrefletida e nos conduzem até à necessidade de (re)pensar o uso do espaço. Para além da necessidade de reavaliar os conceitos de espaço público e espaço privado, surge também uma nova axiologia dos ecrãs, isto é, uso da rede virtual provocou uma tempestade no quadro dos valores sociais que nos coloca, presentemente, perante novos desafios na descodificação dos novos modelos de sociabilidade” (Fialho, 2020, p.29).

9.4 Dinâmicas de utilização: interação, privacidade e tempo

Nos nossos dias “as redes sociais virtuais e o «*post fácil*» são armas que funcionam como aparatos técnicos de uso quotidiano num mundo em que objetos sociais

em formato de rede ocupam uma centralidade nunca antes encontrada na história da humanidade em que o privado se vulgariza no público (Fialho, 2020, p.30).

Para os entrevistados, as redes constituem a materialização da “exposição da vida privada faz quem quer. A maioria sabe como utilizar as redes, e vejo a influência das redes digitais maior nos mais jovens. Embora as pessoas vejam esta facilidade de comunicação informal, os amigos das redes são “descartáveis” (E1). Uma das entrevistadas, professora, sublinha que utiliza as redes sociais virtuais “apenas para se comunicar com amigos e família, mas raramente acontece com desconhecidos. Mantenho as redes sociais ativas, com o uso de publicações, lendo. Devemos ser recetores e emissores. Costumo falar apenas com conhecidos e a interação demanda ser participativa” (E3). Porém, um empresário que entrevistámos (E4), aponta para as redes sociais como uma “selva” que acolhe interações de todos os níveis, assentes em discursos bipolares, que vão do amor incondicional ao ódio extremo. Sendo este o fator preocupante que sobressai das entrevistas, importa haver “cuidado com o que exponho e partilho (futebol, gastronomia). A rivalidade dos assuntos pode criar fricção ou litígio no relacionamento. Nem todos têm esse cuidado. Ser contrário ou adotar uma posição/opinião resulta na intromissão do ‘amigo do amigo’ e este fato pode impactar na minha conversa. Eu exponho pouco (E1).

O tempo que consumimos nas redes sociais tem vindo a aumentar nos últimos anos. Não só pela generalização das plataformas de rede social, mas também pela facilidade introduzida pelos dispositivos móveis que se implementaram de forma muito significativa na sociedade portuguesa. Um dos entrevistados (E1) tem um discurso mais moderado e refere “quanto ao tempo, utilizo pouco. Sei que o telemóvel é muito utilizado. Eu utilizo com moderação e quando tenho um tempo. As redes sociais são ambientes de promoção de negócios, eu uso para divulgar minha cafeteria. Existem pessoas que utilizam e usufruem desta vantagem, para alavancar os negócios”. Todos os entrevistados referiram utilizar entre 15 minutos e pelo menos duas horas diárias. Aliás, foi na pandemia que se acentuou a utilização segundo os entrevistados: “Utilizava mais na pandemia (diariamente). Uso todos os dias pelo telemóvel, mas não uso à noite antes de dormir. Tinha retirado a notificação de mensagem, mas voltei a ativar a notificação” (E2).

9.5 A seleção de conteúdo na rede social

As redes sociais virtuais são campos de multi-experiências. Cada utilizador pode usufruir da experiência virtual de acordo com os seus interesses, individuais ou coletivos, e com o foco num determinado objetivo. A diversidade de interações no campo virtual constitui uma das riquezas deste admirável novo mundo. Não encontramos nesta investigação um perfil único de partilha de conteúdos. Como podemos observar nos extratos das entrevistas, os conteúdos partilhados oscilam entre música, fotografia, ambiente, histórias de sucesso, lugares e fotos de família.

Eu partilho mais fotos antigas, alertas climáticos ou sobre culinária, gastronomia e o que apoiamos. Sustentabilidade é um relevante assunto no momento (E1).

Partilho sobre coisas pessoais e músicas. Não falo sobre futebol, política e religião nem sobre língua portuguesa (minha formação) (E2).

O que nos une com uma emoção positiva como por exemplo histórias de sucesso de Portugal como a taxa de vacinação da Covid-19 e atrações preservadas do País (cultura e lazer) (E4).

As pessoas partilham o tempo todo, não gosto disso.

Não divulgo nada pessoal, fotos dos filhos ou restaurantes e lugares quando estou viajando (E5).

O mundo muda de uma forma vertiginosa. O digital supera esta velocidade. No quadro desta velocidade surge um novo fenómeno social: a desinformação. Os entrevistados apresentam vários indicadores de desconfiança sobre a informação que circula nas redes sociais. Para além da manifestação de cuidados na verificação das fontes, há também uma notória sensibilidade para os riscos dos conteúdos que circulam e, muitas vezes, difíceis de filtrar.

Na maioria o que é partilhado é útil, mas é necessário avaliar a veracidade. Eu não costumo partilhar a informação. A informação é real hoje e amanhã pode não ser mais (relação

a Covid). As partilhas devem ser realizadas com entidades que têm competência para fazer. Eu não compartilho aquilo que não tenho autoridade para fazê-lo. **(E1)**

Diria que é 50% de confiança nas informações se tivesse uma medida. Há muita desinformação – Fake News e também falta de literacia digital na sociedade (“o maior problema”), pessoas idosas ou novas que não verificam o que partilham e acabam circulando muita desinformação, inclusive durante a pandemia. **(E2)**

Só sigo publicações fidedignas e não sigo páginas suspeitas, mas posso me enganar. **(E3)**

Olho sempre para as fontes das informações e vejo se são críveis **(E4)**

Confio nas informações das pessoas que sigo, mas sou muito desconfiado. **(E5)**

Depende de onde vamos consultar. Quando vejo muitas discussões no facebook meu nível de confiança é baixo porque não sei qual a base que as pessoas se sustentam para darem certa opinião. O problema não é da rede em si, é onde vamos buscar a informação, se o sítio é confiável. **(E6)**

Apesar da inexistência de pontos comuns sobre o que partilhar nas redes sociais, o consenso entre os entrevistados, professores e empresários, é que deve haver uma verificação sobre as fontes que sustentam o conteúdo. Um termo transversal a quase todas as entrevistas é a palavra “sempre”, o qual surge como uma espécie de certificado de garantia das verificações da veracidade das informações.

As partilhas devem ser realizadas com entidades que têm competência para fazer. Eu não compartilho aquilo que não tenho autoridade para fazê-lo. **(E1)**

Costumo verificar, e com mais frequência durante a pandemia. Checava a informação entre os amigos da área da saúde e diretamente na Internet em sítios confiáveis antes de partilhar a mensagem nas redes. **(E2)**

Sempre consulto antes de partilhar, desconfio da informação nas redes. **(E3)**

Verifico sempre antes de partilhar. Cruzo informações em vários sites. (E5)

9.6 Utilização das redes sociais digitais durante a pandemia de Covid-19

Essa utilização massiva das redes sociais digitais durante a pandemia gerou impactos nas esferas sociais, mas também na profissional, como os entrevistados informaram. Os professores fizeram questão de enfatizar a dificuldade, mas também a oportunidade que esse momento pandêmico trouxe para a educação.

“...tivemos que ser criativos o que proporcionou novas aprendizagens. No início sentimos a necessidade e obrigação de se adequar à nova realidade. Agora me sinto mais completa, uma experiência positiva potencializada na pandemia. Mas há formadores que não se adaptaram ao mundo digital, independentemente da idade”. (E2)

“Do ponto de vista profissional claramente as redes sociais digitais tiveram papel fundamental nas atividades educacionais” (E6)

“Os estudantes são mais tecnológicos do que nós professores...Comecei a partilhar material que recebo de grupos que participo com professores espanhóis, franceses e brasileiros e utilizo vídeos no *Classroom* e compartilho material didático nas redes para os estudantes”. (E3)

“Os estudantes eventualmente tiveram uma missão mais simples porque estavam à espera de um ambiente virtual preparado, os professores tiveram uma dificuldade maior e fizeram um esforço grande para conseguir comunicar no ambiente digital e tiveram desafios pedagógicos para esses novos ambientes e novas tecnologias (E6).

“Não vejo nenhum problema nossos estudantes terem um *avatar*, uma identidade alternativa e continuarem com uma identidade física analógica”. (E6)

A pandemia de Covid-19 provocou metamorfoses nas práticas quotidianas em geral e, no caso particular do lazer e da ocupação do tempo livre, as redes sociais virtuais se beneficiaram de um aumento de consumo. O confinamento fez com que os portugueses passassem mais tempo nas redes sociais.

Os dados quantitativos desta investigação apontam nesse sentido, com o Facebook a ocupar as preferências dos utilizadores e o aumento da quantidade de horas nas redes sociais durante a pandemia. Contudo, os entrevistados, para além de confirmarem esta tendência de consumo no contexto da pandemia, reportam-se às redes sociais como o escape encontrado para manter relações de sociabilidade e manter uma ligação ao mundo, amigos e família.

“Aumentou um pouco para me informar e também devido a ansiedade do ‘novo momento’ que o mundo vivia com o novo vírus”. (E1)

“Mantive minha atuação baixa e aproveitei o confinamento para aumentar a minha rotina com a minha família”. (E2)

“Aumentei o uso durante a pandemia devido a maior necessidade de me manter informado e por querer saber como a pandemia afetava as pessoas ao redor do mundo. Também para me comunicar mais com as pessoas”. (E3)

“Houve um isolamento físico e não social...Mantive contato (*online*) com as pessoas” (E6)

9.7 Utilização de serviços digitais antes e durante a pandemia de Covid-19

Outra perspetiva analisada nesta fase qualitativa foi a experiência dos participantes com serviços digitais. Pode-se observar o uso dos serviços digitais como compras, *home banking*, serviços da administração pública e saúde digital serem intensificados durante a época do confinamento devido a pandemia Covid-19

corroborando com pesquisas recentes sobre a utilização digital em Portugal e no mundo^{30 31}.

“Usava antes da pandemia e percebi que vários serviços foram potencializados durante a pandemia. Falei com meus amigos e familiares: por que determinados serviços públicos não eram *online* antes da pandemia?” (E2)

“Como sou empresário gosto de fazer tudo *online* e também porque fica tudo organizado” (E1).

“Já utilizava alguns serviços e isso foi intensificado na pandemia porque houve uma oferta de serviços de uma forma digital. Muitos serviços vão continuar a ser utilizados apesar da resistência de algumas pessoas que tem a ver com essa transição analógica ao digital, mas há muitos serviços que vieram para ficar” (E6)

No que tange aos serviços bancários e compras *online*, os entrevistados, em sua maioria, se mostraram receosos e mencionaram que só migraram para esses serviços digitais devido ao período de confinamento na pandemia. Essas respostas vêm ao encontro dos últimos resultados da avaliação do Índice de Digitalidade da Economia e Sociedade, do inglês *Digital Economy and Society Index* (DESI) que apontaram que a utilização de serviços de *homebanking* e de compras *online* em Portugal ainda está abaixo da média europeia e que Portugal se situa em 24^o colocação na UE quando comparado o percentual de residentes que fazem compras *online*³², corroborando com os resultados encontrados na 1^a fase desta investigação (quantitativo). Nas entrevistas, os entrevistados demonstraram preocupação com as transações bancárias digitais e com o comércio eletrônico (destaque para o consumo consciente e apoio ao mercado regional).

“Pouco, não utilizo por opção mesmo (*homebanking*). Tantas fraudes que ocorrem...”
(E4)

³⁰ DESI: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/desi>

³¹ OberCom Reuters: https://obercom.pt/wp-content/uploads/2021/06/DNR_PT_2021_final.pdf

³² “O Comércio Eletrónico em Portugal e na União Europeia em 2021”. Disponível em: https://www.anacom.pt/streaming/ComercioEletronico2021_final.pdf?contentId=1715247&field=ATTACHED_FILE

“Comecei a utilizar durante a pandemia direto pelo telemóvel sem necessidade do uso do cartão, muito mais prático. Não utilizava antes da pandemia porque sentia falta de confiança nesse tipo de serviço”. (E2)

“Não costumo comprar pela Internet. Porque acabamos adquirindo algo que não gostamos, não é a mesma coisa de ver ou experimentar e também porque é difícil a troca” (E1).

“Não comprava antes da pandemia porque tinha preocupação com a transação *online*” (E2).

“Meu consumo aumentou pouco durante a pandemia porque tentei me controlar e não ter impulsos consumistas. Também tenho preocupação ambiental, com a ‘pegada ecológica’ e toda a cadeia logística envolvida no *e-commerce*”. (E3)

“Já comprei mas prefiro comércio local e próximo para ajudar na sustentabilidade dos pequenos negócios” (E4).

A exclusão do acesso ou o acesso limitado ao ambiente digital podem ser uma fonte significativa de desigualdade social. Assim, desde 2010 a Comissão Europeia tem como estratégia a inclusão digital de forma a garantir que as pessoas, incluindo aquelas que estão em desvantagem em termos de habilidades, localização geográfica, disponibilidade de recursos, educação, género, idade e etnia, possam aceder e beneficiar da informação e serviços na era digital (Comissão Europeia, 2010). É necessário repensar o hiato digital para além da simples dicotomia entre o que a Internet tem e não tem:

A divisão digital se refere não somente à disponibilidade de computadores e à possibilidade de acesso à World Wide Web, mas também às habilidades e às motivações necessárias para seu uso. O fato de que a disponibilidade da Internet tem crescido progressivamente não significa necessariamente que as desigualdades digitais/sociais foram reduzidas, mas é mais provável que ocorra o oposto. Na verdade, enquanto o espraiamento da Internet segue os modelos tradicionais de difusão tecnológica, chegando cada vez a mais cidadãos/usuários,

isso não aumenta a capacidade de as pessoas usarem as tecnologias de maneira eficiente e ampliarem seu capital digital, social e cultural (Ragnedda & Ruiu, 2016, p. 97).

Assim, tal como refere Hargittai (2002), a divisão digital vai para além da compreensão das desigualdades de acesso às TIC, mas também reflete uma dimensão centrada nos diferentes níveis de competências digitais que os utilizadores possuem.

Portugal vem adotando estratégias de inclusão digital como iniciativas que integram políticas públicas para a inclusão e desenvolvimento de competências digitais (“InCoDe 2030”) e programas para promover as competências digitais dos cidadãos como o “EuSouDigital” que visa ajudar 1 milhão de adultos a terem competências digitais básicas até o final de 2023³³ e Academia Portugal Digital, uma plataforma com cursos gratuitos a serem oferecidos a partir de 2022 para todos os cidadãos³⁴

Na última avaliação do índice geral de digitalidade (DESI 2021), Portugal alcançou a 16ª posição com avanços importantes na oferta de serviços públicos digitais, aumento de especialistas em TIC e conectividade, contudo o desempenho de Portugal em termos de competências digitais básicas é ainda inferior à média da UE e os preços com a conexão (móvel e fixa) são os mais caros em comparação a outros países europeus, só perdendo para Chipre e Bélgica, e isso pode provocar uma barreira de acesso.

As desigualdades digitais não estão somente baseadas em fatores econômicos, mas envolvem múltiplas dimensões, como o acesso técnico, o suporte social, a autonomia, as habilidades e conhecimento, que vão além do simples acesso ou da detenção dos meios (Ragnedda & Ruiu, 2016; Jenkins, 2014) .

Os entrevistados, ao serem questionados sobre a experiência do uso digital durante a pandemia, demonstraram preocupação quanto à exclusão social/digital, a dificuldade de acesso digital e literacia digital dos cidadãos portugueses:

³³ Programa Eu sou Digital. Disponível em <https://www.eusoudigital.pt/>

³⁴ Plataforma Academia Portugal Digital. Disponível em <https://portugaldigital.gov.pt/formar-pessoas-para-o-digital/oferta-de-formacao-em-competencias-digitais/academia-portugal-digital/>

“O que nos mostrou a pandemia é que existe em Portugal uma sociedade analógica digital, uns com rede, outros com pouca e outros sem rede nenhuma...A pandemia fez com que acelerasse o plano de transição digital e as iniciativas para as competências digitais” (E6)

“O desafio da transação analógica para a digital aproximou cidadãos, agilizou processos, mas é necessário literacia digital” (E4)

“...há também a necessidade de prestar um serviço ao cidadão do ponto de vista das suas literacias digitais. Portanto, os serviços podem ser oferecidos, mas se as pessoas não tiverem dispositivos digitais e literacia digital, vamos excluir as pessoas e criar uma exclusão social ainda maior”. (E6)

9.8 Análise dos grupos focais

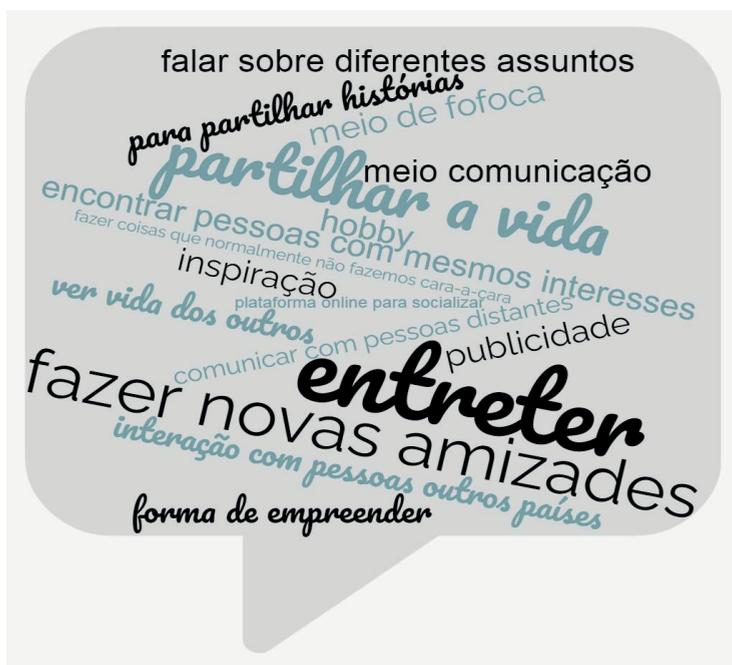
Os estudantes participaram dos grupos focais no mês de outubro de 2021 que teve como objetivo captar o entendimento destes participantes sobre o tópico de interesse da pesquisa (uso das redes sociais).

Oliveira & Freitas (1998) sugerem a utilização dos grupos focais, num sentido geral, para orientar e dar referencial à investigação ou à ação em novos campos, gerar hipóteses baseadas na percepção dos informantes, avaliar diferentes situações de pesquisa ou populações de estudo, fornecer interpretações dos resultados dos participantes a partir de estudos iniciais e, também, para gerar informações adicionais a um estudo em larga escala. O objetivo desta investigação foi absorver informações e avaliar diferentes populações de estudo sobre as redes sociais digitais. Nos grupos focais, foram observados os nativos digitais, as gerações que cresceram imersas nesta nova tecnologia (computadores, vídeo games e Internet e redes sociais), segundo definição de Marc Prensky (2001).

Ao questionarmos os estudantes sobre o conceito de rede social, as respostas versaram sobre como as redes são espaços de entretenimento, meio para fazer amizade e partilhar sobre a vida, meio de comunicação com pessoas distantes. As citações mais recorrentes nos grupos focais para definição de rede social, como pode ser visto na nuvem de palavras (figura 42), são como meio de entreter, fazer

novas amizades e partilhar sobre a vida. A nuvem, de certa forma, demonstra a ênfase que os estudantes deram sobre o tema “redes sociais”.

Figura 42 – Nuvem de palavras “rede social”



Fonte: Elaborada pelos autores após análise dos Focus group

No entanto, outros conceitos surgiram nas discussões dos grupos focais como a rede social “como um meio de fofoca”, mostrando que a vida digital alterou o modo como encaramos a privacidade. A informação passa a ficar disponível a qualquer pessoa conectada à rede e em qualquer parte do mundo. Essa informação pode ser distorcida e novamente encaminhada trazendo danos irreversíveis como argumentam Palfrey & Gasser (2011) no livro “Nascidos na Era Digital: Entendendo a primeira geração de nativos digitais”.

Outra citação dos estudantes sobre as redes sociais foi a possibilidade da rede ser utilizada para “fazer coisas que normalmente não fazemos cara-a-cara”. A criação de um perfil em uma rede social define suas características pessoais, seus atributos e interesses. O nome real pode ser substituído e as informações podem ou

não ser totalmente verdadeiras e o usuário pode assumir diferentes identidades na Internet:

Da perspectiva de um Nativo Digital, a identidade não é dividida em identidades *online* e *offline*. Como estas formas de identidade existem simultaneamente e estão intimamente ligadas uma à outra, os Nativos Digitais quase nunca distinguem entre as versões *online* e *offline* de si mesmos. Os Nativos Digitais estabelecem e comunicam suas identidades simultaneamente no mundo físico (a adolescente de 16 anos pode ser uma esguia garota irlandesa-americana) e no mundo digital (onde ela pode experimentar a autorrepresentação, às vezes de maneira modesta e às vezes dramaticamente), e suas representações múltiplas informam sua identidade total (Palfrey & Gasser, 2011, p. 30).

Em linha com o anteriormente referido, nota-se uma coexistência das identidades. Na categorização das respostas sobre o conceito de rede social, a rede social é assumida, sobretudo, como um meio de comunicação a qualquer hora e em qualquer momento, canal através do qual mantêm práticas de entretenimento.

Figura 43 – Rede social: categorização do conceito



Fonte: Focus group

Quando questionados sobre pontos positivos e negativos das redes sociais, os estudantes destacaram a importância das redes como plataforma de comunicação e interação, um meio para encontrar pessoas em outros países e com interesses em comum e um passatempo (quadro 7).

Quadro 7 – Pontos positivos e negativos das redes sociais

Lado positivo das Redes Sociais	Lado negativo das Redes Sociais
“Mais fácil interagir com pessoas em qualquer lugar do mundo”	“Conversamos com pessoas que não sabemos quem são, às vezes somos enganados, nunca sabemos que estão do outro lado da tela”
“Empreendedorismo nas redes, ajuda pequenos negócios”	É um “mal geral”, mas as notícias falsas não são transmitidas apenas nas redes sociais.
“Ajuda na aprendizagem, nós aprendemos com os outros”	Influencia as pessoas, publicidade negativa.
“Encontrar parceiros para projetos e ajuda nos relacionamentos à distância”	“Problema está nas pessoas que não conseguem compreender o que é bom, se está sendo enganado e não um problema das redes”.
“Facilita a comunicação”	“Manipulação dos usuários porque muitos não sabem como lidar com as informações e publicidade nas redes”.
“Encontrar pessoas ao redor do mundo com interesses em comum”	“Cyberbulling. Um rapaz se matou após comentários negativos nas redes sociais”
“Sou tímida e se não fosse a rede social eu não encontraria meu atual namorado”	“Fingem uma realidade que não tem”
“Quando precisei fazer terapia encontrei os profissionais pelas redes, não tem mais aquela antiga “lista telefônica”, hoje utilizamos as redes para pesquisar serviços”.	“As pessoas ‘cancelam’ os outros por nada”
“Comunicação maior com pessoas com mesmos gostos”	“ <i>Hating</i> , pessoas que gostam de espalhar o ódio nas redes”
	“Pessoas estão cada vez mais carentes e ficam grudadas nas redes sociais”.
	“As redes sociais viraram uma doença”
	“Muita exposição de corpo, imagem”
	“Perde-se um pouco do “eu” nas redes”
	“Como não está cara-a-cara com as pessoas, acaba mostrando o que ela é na verdade, não faz cara a cara porque a sociedade julga, mas na rede tem um anonimato que “protege”
	“Redes abriram uma porta para as pessoas mostrarem seu verdadeiro ‘eu’”

Lado positivo das Redes Sociais	Lado negativo das Redes Sociais
	“Mostram uma vida que não tem, só mostram o lado bom da vida”
	“Preocupação com número de “likes”, influência social negativa”
	“As redes propagam que sempre precisamos superar nossas expectativas, sempre nos cobramos mais porque nos comparamos com os outros”
	“Os comentários depreciativos nas redes sociais”
	“As redes protegem a identidade e algumas pessoas fazem comentários que podem magoar”
	“Dependência virtual”
	“Há mecanismos das plataformas digitais para que as pessoas fiquem cada vez mais conectada”
	“Perde-se a noção do tempo quando estamos nas redes”

Fonte: Focus group

Sobre as redes sociais, os estudantes apontaram mais pontos negativos do que positivos. Em comparação à percepção dos entrevistados que estão na faixa etária de 45 a 65 anos, os estudantes trouxeram outras percepções e preocupações com as redes sociais digitais como as questões relativas ao *cyberbullying e hating*, terminologias em inglês que representam os comportamentos negativos no meio digital como assédio virtual, hostilidade e ódio. O anonimato no *cyberbullying*, o que não acontece no *bullying* tradicional, torna-o conseqüentemente mais grave. Um em cada três jovens em 30 países disse ter sido vítima de *cyberbullying*, com um em cada cinco relatando ter saído da escola devido a *cyberbullying* e violência e quase três quartos dos jovens apontaram as redes sociais como Facebook, Instagram e Snapchat como os locais mais comuns para o *cyberbullying*, segundo pesquisa realizada pelo UNICEF³⁵. Os estudantes, durante os *focus group*, explicitaram ainda sobre a falsidade retratada nas redes e a influência social negativa.

Os estudantes também trouxeram a questão da dependência virtual como um ponto negativo, como os professores e empresários já tinham destacado nas entrevistas, o que demonstra o caráter aditivo das redes, independente da faixa

³⁵ Pesquisa realizada em junho de 2019 e respondida por mais de 170 mil participantes em 30 países. Os resultados da pesquisa representam as informações compartilhadas pelos respondentes da pesquisa. Disponível em <https://www.ureportbrasil.org.br/>

etária e formação. Uma estudante narrou uma experiência singular que ela viveu e que retrata essa hiperconexão da sociedade contemporânea:

“Todos com as cabeças abaixadas e conectados no Metro e eu me achando estranha por ser a única sem o telemóvel nas mãos”.

Esta forma de agir no espaço público é uma das principais alterações facilmente observáveis nas práticas quotidianas dos portugueses. Apesar do entretenimento ser um elemento presente na história da humanidade, estas novas configurações do entretenimento, mediadas por plataformas digitais nos smartphones, conseguiram um nível de penetração muito significativo nas sociedades desenvolvidas. Igualmente, a evolução tecnológica veio desenvolver novas formas de acesso à informação e conhecimento e, simultaneamente, “arrastar” jovens e adultos para os ecrãs dos computadores e dispositivos móveis, nos quais as redes sociais assumem uma enorme centralidade.

É sabido que as gerações mais jovens, nativos digitais, são os dinamizadores de uma nova cultura de interação mediada por telas de ecrãs que lhe permite “a interação com pessoas de todos o mundo”, “comunicar” com regularidade com o mundo digital onde estão os seus pares e interesses, entre outros elementos que são observáveis pela categorização dos aspetos positivos no uso das redes, conforme figura seguinte.

Figura 44 – O positivo das redes sociais



Fonte: Focus group

Vimos anteriormente, na análise quantitativa, que o smartphone é o principal elo de ligação ao mundo virtual. As preferências dos jovens estão num processo de reconfiguração e consolidação, em que a socialização face-a-face, o envolvimento em atividades de lazer e com contacto físico, está a ser substituído pelo *online*, assumindo níveis de comportamento aditivo, em particular, dependência *online* (DO).

Sendo a DO uma problemática inerente a várias gerações, é nos adolescentes e jovens que se situam os maiores níveis de preocupação com estas novas configurações do lazer e das práticas de interação social. Nos vários *focus group*, os jovens enfatizam a relação de “dependência” que têm com as redes sociais e a influência negativa que estas podem vir a exercer. Numa das sessões realizadas, há uma jovem relata um episódio de “crise de ansiedade” no dia 4 de outubro de 2021, dia em que o WhatsApp e as restantes redes sociais pertencentes à empresa de Mark Zuckerberg sofreram um “apagão”.

Ponderando o “positivo” e o “negativo” das redes sociais, constatamos que o número de categorias negativas é superior às positivas. A figura seguinte elenca a diversidade de elementos situados no lado negativo das redes sociais: dependência, influência negativa, perigo com o desconhecido, realidade “fingida”, perda de identidade, fonte de notícias falsas, entre outros.

Figura 45 – O negativo das redes sociais



Fonte: Focus group

A exposição excessiva do corpo e da vida íntima também foi apontada pelos estudantes como um lado negativo das redes sociais digitais. Byung-Chul Han (2016) argumenta que a falta de distância leva a que as esferas públicas e privadas se misturem e as redes sociais promovem esta exposição de intimidade e da esfera privada. Palfrey e Gesser (2011) concluem que a redução da capacidade em controlar nossa identidade no modo como os outros nos percebem no mundo digital é decorrente da mudança da natureza da identidade no século XXI, e não só os nativos Digitais são impactados, mas todos que vivem em sociedades conectadas com a Internet.

Todos entrevistados mostraram preocupação com a exposição da vida pessoal e destacaram a importância de manter sua privacidade e identidade protegidas nas redes, no entanto apenas alguns estudantes que entrevistamos no *Focus group* estavam claramente mais conscientes das implicações decorrentes da mistura da esfera pública e privada e do impacto na identidade e privacidade, mencionando algumas situações vivenciadas ou observadas nas redes sociais digitais:

“Hoje em dia as raparigas que estão na zona de puberdade, precisam de aprovação dos rapazes e tiram foto, se expõem”.

“Todas as raparigas postam as mesmas fotos, com as mesmas roupas. Tudo agora no Tik Tok”

“(Jovens) Não tem filtro, não tem maturidade para expor nas redes”

“Todos (jovens) têm Instagram, se expõe na rede”.

“Coloquei uma foto minha na praia e tive mais curtidas de homens e quando postei foto com roupa em outro contexto as curtidas diminuíram. Percebo a objetificação do corpo feminino”.

De facto, parece haver um consenso entre os jovens, sobretudo os adolescentes, que a exposição do corpo é um atrativo para despoletar reações nas redes sociais. Uma foto é um engodo para os seguidores e, quanto maior for a exposição do corpo, maior será o nível de reação. A procura de *likes* abriu uma fileira de um certo narcisismo para os utilizadores. Sendo certo que os jovens têm consciência dos riscos, também é certo afirmar que há a procura de uma adrenalina da adoração. Os seguidos são o alimento do ego e as fotos são o atrativo para a reação. A figura seguinte reflete, sem equívocos, as preferências dos jovens em termos de publicações.

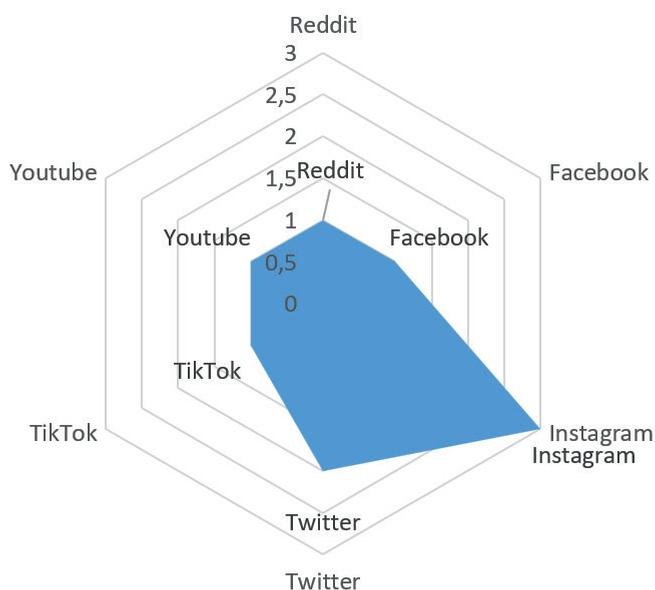
Figura 46 – Preferências de publicação de conteúdos



Fonte: Focus group

Entre as redes mais populares nos jovens dos *Focus group*, o Instagram está no topo das preferências, como a mais utilizada para as suas interações e foram bem citadas Tik Tok, Reddit, Twitter e Youtube. O Facebook, a perder popularidade entre os jovens, acompanha a tendência de estudos recentes, que confirmam que esta rede social está a perder as preferências e número de utilizadores. Os resultados das redes mais utilizadas pelos nativos digitais diferem das apontadas pelos imigrantes digitais durante as entrevistas (as mais usadas são Facebook e Instagram) e também em comparação aos resultados do questionário *online* (Facebook, Youtube e Instagram foram as mais citadas, nesta ordem).

Figura 47 – Preferências de redes sociais



Fonte: Focus group

9.9 Utilização das redes sociais digitais e a educação digital durante a pandemia de Covid-19

Devido ao seu potencial sinérgico com a reunião de várias pessoas em um mesmo ambiente e ao mesmo tempo, os *Focus groups* frequentemente produzem dados raramente obtidos através de entrevistas ou em observações individuais. Assim, é possível capturar *insights* interpretativos com a profundidade das expressões em grupo, o que pode, inclusive, permitir aos pesquisadores acesso a formas de interação social que produzem posições, ideologias, práticas e desejos entre grupos específicos de indivíduos.

O período de confinamento com a pandemia de Covid-19 potencializou o uso digital e das redes sociais, com possibilidades de aulas *online*, trabalho remoto, comunicação com pessoas ao redor do mundo, além de outras atividades através dos ecrãs de smartphones e computadores.

No entanto, embora as redes sociais tenham ajudado durante o confinamento, elas também podem ser fonte de ansiedade e frustração, pela exposição à quantidade massiva de informações, pela necessidade de estar constantemente conectados às redes sociais e consequentemente àquilo que os outros estão a fazer de modo a não perder nada e pela frustração de não ter o que os outros têm nas redes sociais.

Os estudantes citaram o uso intensivo das redes durante o confinamento e destacaram os “mecanismos de fuga” durante o período da pandemia com acesso intenso ao Tik Tok (umas das redes mais utilizadas pelos estudantes, diferente da utilização dos entrevistados que apontaram o Facebook e Instagram), postagens nas redes e compras *online*:

“As redes sociais tiveram papel fundamental e a Internet também”

“Procurava criar conteúdo, me maquiar e tirar foto, postava”.

“Procurava escapes, via muito vídeos no TikTok”

“TikTok veio para entreter as pessoas no confinamento. O Tik Tok foi bom porque tem dicas, tutoriais, partes engraçadas”

“Na pandemia queria suprir aquele tempo de lazer, gostava de interagir e como estávamos em confinamento, aumentou meu consumo e comprei muita roupa, sapato. Ficava muito tempo em frente ao computador e telemóvel”.

“Na pandemia faltou a parte da socialização, contato físico, tinha aulas direto e ia para o computador e via o que as lojas estavam postando roupas. Via que tinha promoção de entrega dependendo do valor da compra, então comecei a comprar mais”.

Os estudantes destacaram mais a utilização da Internet e das redes sociais digitais para as compras *online* em comparação ao público entrevistado. Em todas as turmas, houve menção ao *e-commerce* e consumo exacerbado durante o confinamento e poucos estudantes destacaram a preferência pela compra física e não virtual.

“Não gosto de comprar roupa *online*, prefiro ir a loja e experimentar”

“Gosto de ver, tocar e comprar”

O ensino à distância obteve protagonismo no momento de isolamento físico, colocando os docentes frente aos desafios de construção de novas formas de ensino-aprendizagem. Mas e os estudantes nesse contexto de ensino remoto emergencial? Quais foram as experiências nesse momento de transição do analógico para o digital? Desta forma, questionamos os estudantes nos *Focus group* quanto à essa vivência durante a pandemia e as citações foram surpreendentes, reforçando a importância de uma discussão mais aprofundada sobre a qualidade da educação proposta pelo ensino remoto, refletindo sobre as estratégias e metodologias a serem adotadas.

“Aulas *online* foram horríveis e não conseguia ter muita atenção *online*”

“Tenho filha pequena que pulava e ficava no mesmo ambiente que eu e era difícil concentrar nas aulas, senti um retrocesso na minha aprendizagem”

“É diferente aprender *online* com tanto ruído e estímulo atrapalhando”

“A luz da tela do computador dá cansaço”

“As aulas se tornaram monótonas”

“Demorava mais para assimilar os conteúdos durante as aulas *online*”

Os professores entrevistados ressaltaram a dificuldade enfrentada para a transição da educação analógica para o digital durante a pandemia, tendo ainda alguns pontos de resistência para essa migração. Observamos nos *Focus group* uma decepção dos estudantes com ensino remoto proposto durante a pandemia e as citações acima são algumas das narradas pelos estudantes durante as entrevistas coletivas. Quando questionados se gostariam de retornar às aulas presenciais, houve uma resposta quase uníssona positiva, tendo apenas um estudante de um *Focus group* relatando que preferia o “isolamento físico e social”.

Entende-se que essa fase do ensino remoto emergencial foi importante em um momento de isolamento, mas é necessária a discussão para uma educação digital com novos modelos de aprendizagem virtuais, ambientes de aprendizagem colaborativa e novos modelos de avaliação.

9.10 Análise de redes sociais: um estudo sociométrico das redes de relacionamento dos estudantes *offline* e *online*

A análise de redes sociais é uma metodologia de investigação que, desde a sua gênese até aos nossos dias, percorreu algumas escolas e foi beneficiada por outras ciências que permitiram a objetividade de análise possível atualmente, designadamente a matemática. O que distingue as redes sociais das redes espontâneas e naturais reside na intencionalidade dos relacionamentos e nos objetivos comuns estabelecidos entre os elementos que nela interagem (atores da rede).

A análise de redes sociais fornece explicações para o comportamento social através de modelos de interação entre os atores sociais em vez de estudar os efeitos independentes de atributos individuais ou relações duais. O grande desafio é encontrar regularidades, grupos, categorizações, de modo indutivo, através da

análise do conjunto de relações. A lógica de análise não são unidades independentes, mas ao contrário, o conjunto de relações que as interliga.

No final das entrevistas, os estudantes receberam um questionário com quatro perguntas (Anexo II) para indicarem os colegas com os quais têm relacionamento, dentro e fora das salas de aula (presencial e *online*). Isso permitiu a análise das redes seguindo parâmetros da sociometria, com uso do software Ucinet e Netdraw. As questões abordadas com os estudantes foram:

- a. rede de contato *offline* (“Na tua turma, e no período que em há aulas presenciais, com que colegas estudas presencialmente?”)
- b. rede de contato *online* (“Na tua turma, e no período que em há aulas *online*, com que colegas estudas ou tira dúvida pelas redes sociais?”)
- c. rede de amizade *offline* (“Na tua turma, com que colegas convives frequentemente de forma presencial?”).
- d. rede de amizade *online* (“Na tua turma, com que colegas convives frequentemente *online* pelas redes sociais?”).

9.11 Análise de redes sociais *offline* e *online* – Centro I

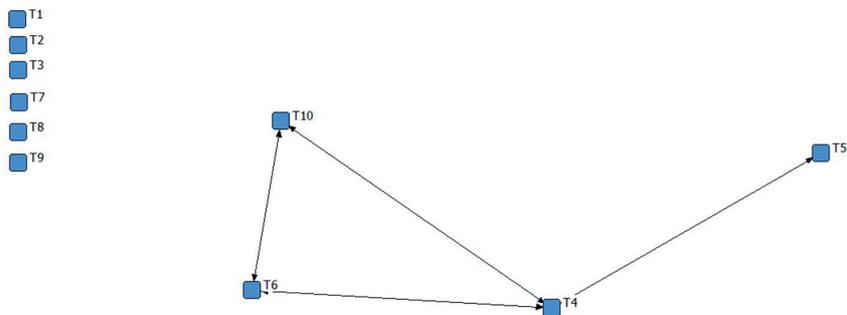
O primeiro grupo focal na região Centro (NUT II) contou com 10 estudantes e permitiu analisar as redes de relacionamento: contato e amizade, presencial e digital através das redes sociais.

Nas questões 1 e 2 foram identificadas as relações de contato: “quem os estudantes estudam ou tiram dúvidas” presencialmente e *online*.

Ambas as redes têm baixa densidade, mas na rede presencial apenas 4 estudantes se relacionam (Figura 48). Na rede *online* (Figura 49) mais atores se relacionam (7), sendo o aluno T9 o ator mais central da rede, ou seja, o mais procurado pelos outros estudantes para tirar dúvidas ou estudar *online*, o que não foi identificado na rede de contato presencial. Os atores (estudantes) não lembrados pelos colegas aparecem no quadrante superior esquerdo. Na figura 47 é possível observar que os estudantes T1, T2, T3, T7, T8 e T9 não foram citados por outros colegas na rede de contato presencial (“tirar dúvidas ou estudar na sala de aula”).

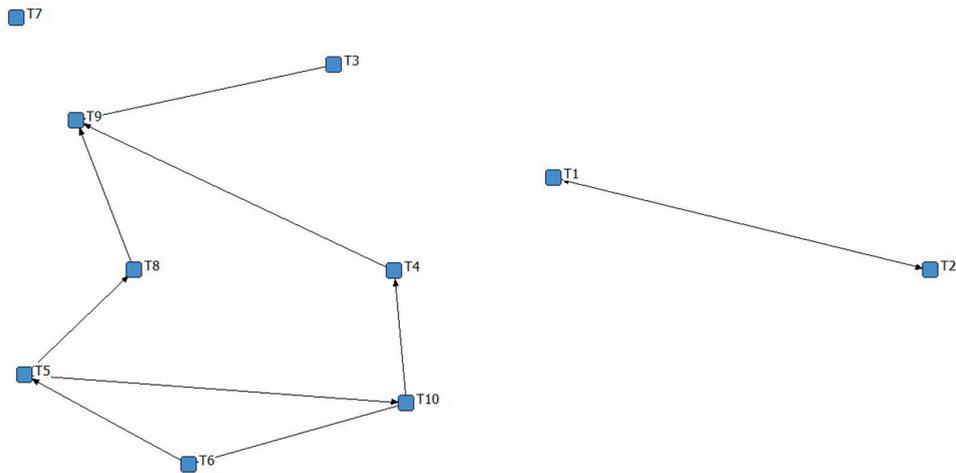
Já na interação *online* (figura 49), apenas o T7 não foi lembrado pelos colegas de turma. Nota-se também no grafo da rede de contato *online* a interação isolada entre T1 e T2.

Figura 48 – Rede de contato presencial Centro I



Fonte: questionário sociométrico

Figura 49 – Rede de contato *online* Centro I

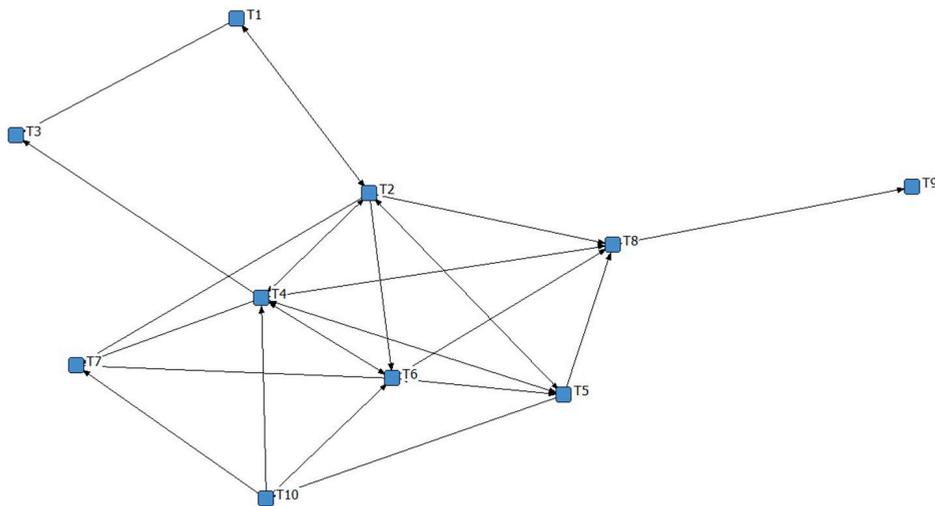


Fonte: questionário sociométrico

Na análise das redes de amizade, os estudantes precisavam informar com quais colegas eles conviviam mais frequentemente, dentro e fora da sala de aula (através das redes sociais digitais). Percebe-se uma densidade maior na rede presencial

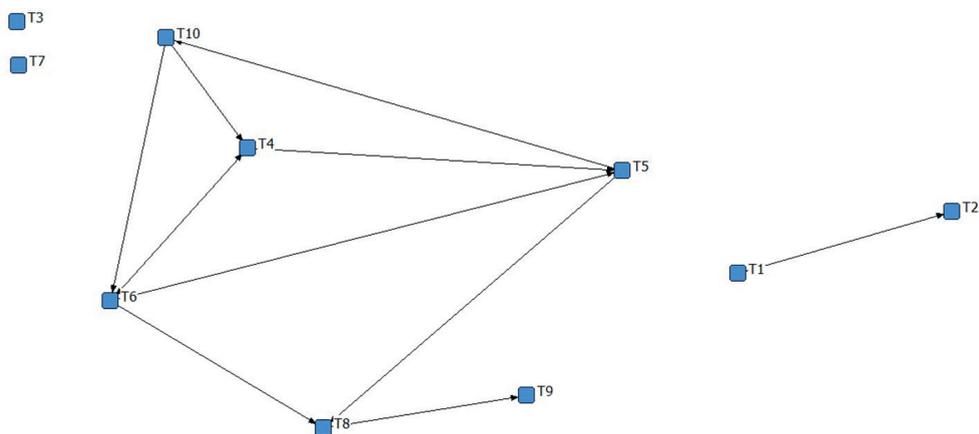
(Figura 50), onde o ator T7 foi o mais lembrado por outros colegas da turma, sendo um dos mais citados bem como os atores T2, T6 e T8 para as relações de convivência presencial, relação não refletida na rede *online* (Figura 51).

Figura 50 – Rede de amizade presencial Centro I



Fonte: questionário sociométrico

Figura 51 – Rede de amizade *online* Centro I



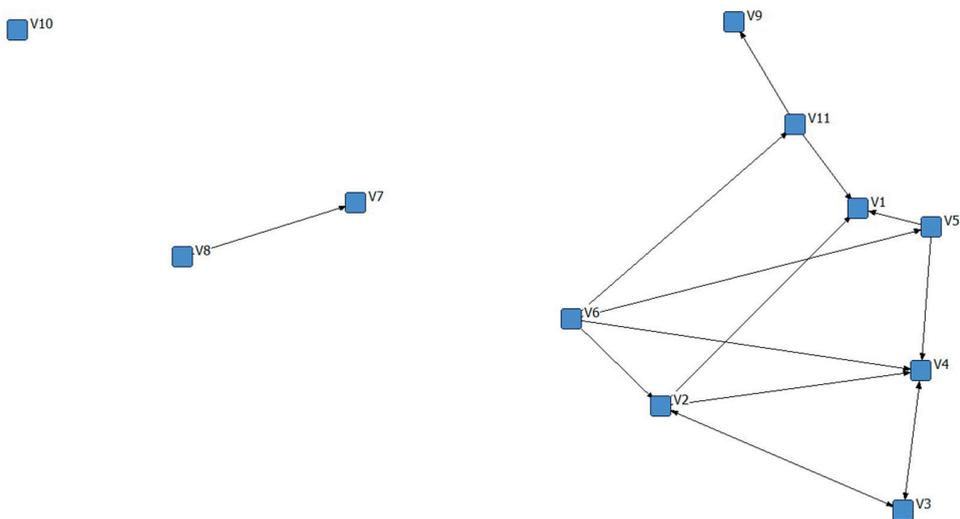
Fonte: questionário sociométrico

9.12 Análise de redes sociais *offline* e *online* – Centro II

A dinâmica com o segundo grupo contou com 11 estudantes de uma escola da região Centro (NUTS II).

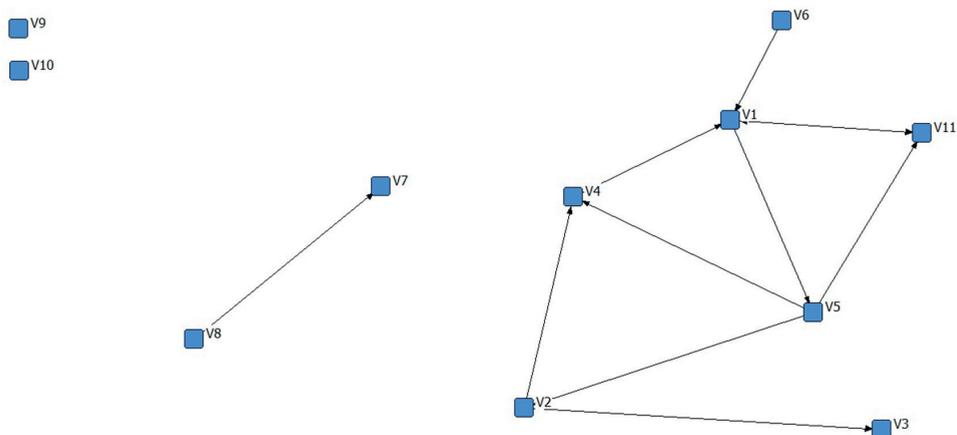
Com a análise das redes sociais dos estudantes, nas relações presenciais e virtuais, identificamos que na rede de contato em sala de aula para tirar dúvidas de forma presencial é relativamente mais densa do que a rede com relação para tirar dúvidas ou estudar pelas redes sociais digitais (densidade de 14,5% contra-riamente a 10% no formato *online*). O ator da rede V10 não informou nenhum colega como rede de contato, tanto presencial quanto *online* e os atores V8 e V7 interagem apenas entre eles (relação recíproca) em ambas as redes.

Figura 52 – Rede de contato presencial Centro II



Fonte: questionário sociométrico

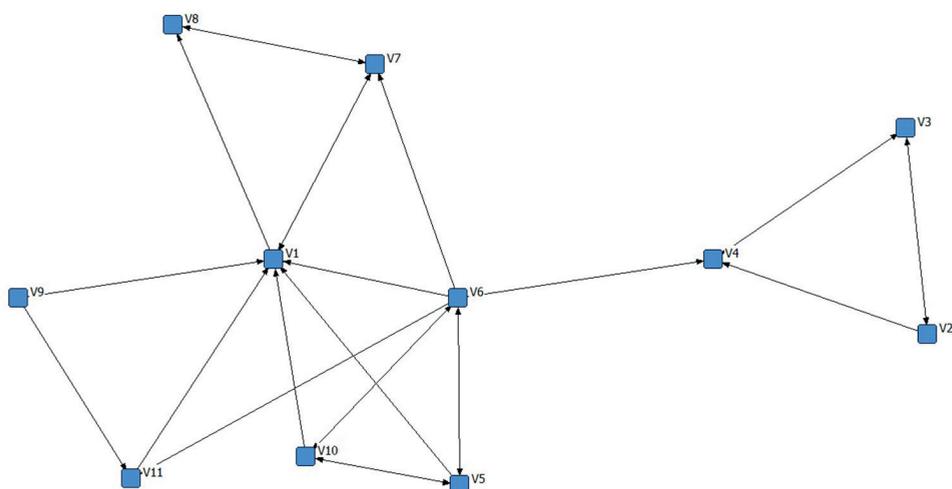
Figura 53 – Rede de contato *online* Centro II



Fonte: questionário sociométrico

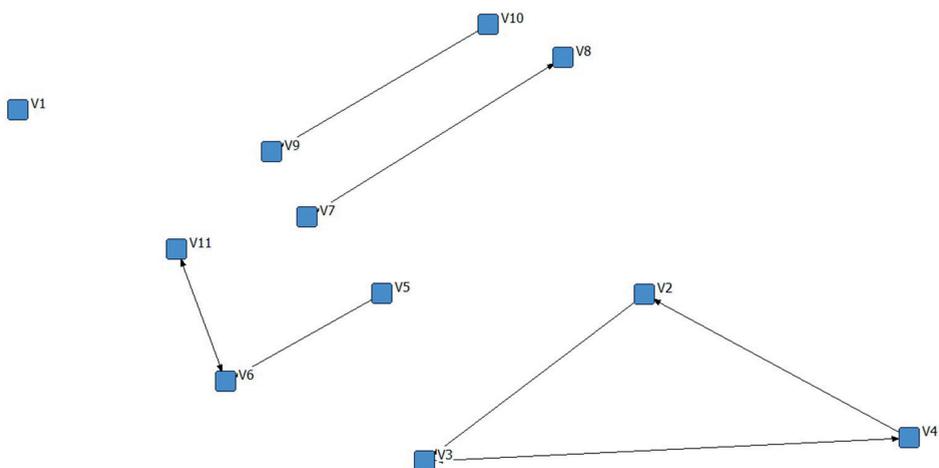
Nas redes de amizade, é possível verificar que nem todas as relações mantidas de forma presencial são mantidas nas redes sociais digitais, como observado também no grupo da escola 1 da região Centro. O ator V1 é o mais central na rede presencial, mas não foi lembrado como um contato nas relações digitais.

Figura 54 – Rede de amizade presencial Centro II



Fonte: questionário sociométrico

Figura 55 – Grafo da rede de amizade *Online* Centro II



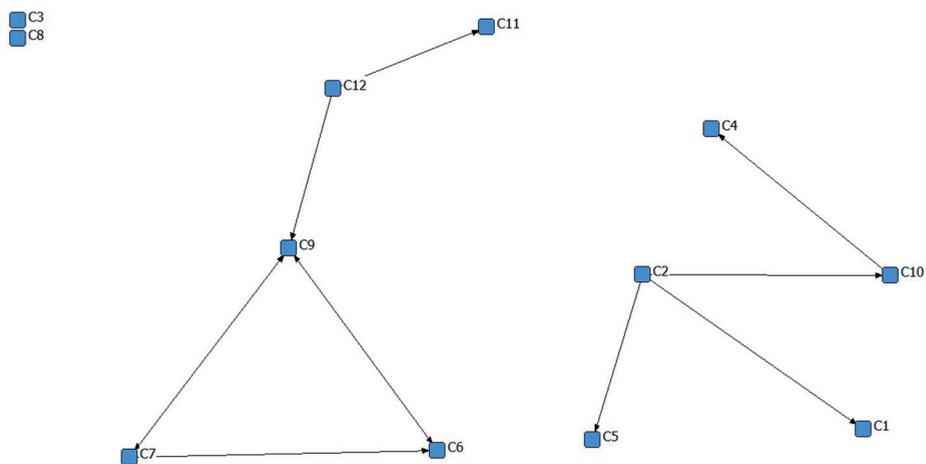
Fonte: questionário sociométrico

Fonte: Questionário sociométrico

9.13 Análise de redes sociais *offline* e *online* – Centro III

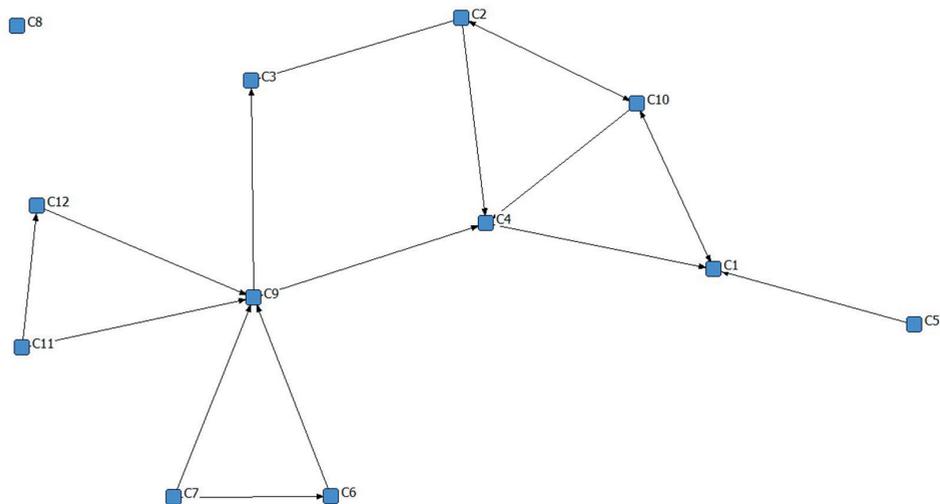
A dinâmica com terceiro grupo contou com 12 estudantes de uma escola da região Centro (NUTS II). Observa-se na rede presencial (figura 55) que o ator C9 é o mais central, ou seja, o mais procurado pelos colegas para tirar dúvidas ou estudar na sala de aula. Os estudantes C3 e C8 não foram lembrados na rede presencial. Vale destacar que o estudante C8 não mencionou nenhum colega para relações presenciais ou *online* e também não foi citado por nenhum estudante da turma (figuras 56, 57, 58 e 59).

Figura 56 – Rede de contato presencial Centro III



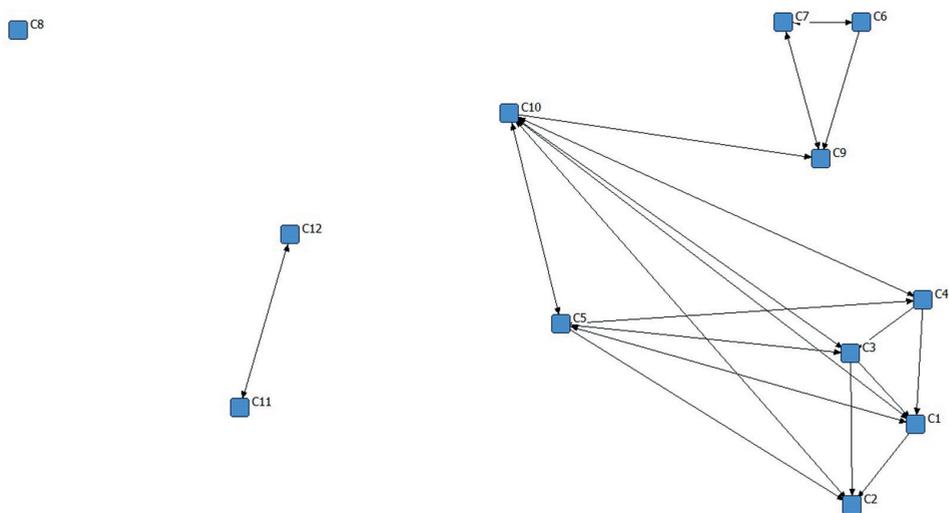
Fonte: questionário sociométrico

Figura 57 – Rede de contato *online* Centro III



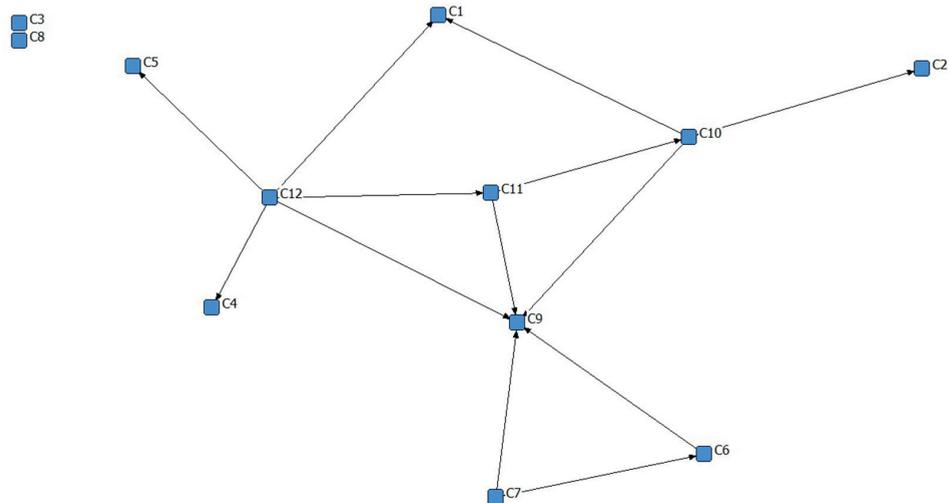
Fonte: questionário sociométrico

Figura 58 – Rede de amizade presencial Centro III



Fonte: questionário sociométrico

Figura 59 – Rede de amizade *Online* Centro III



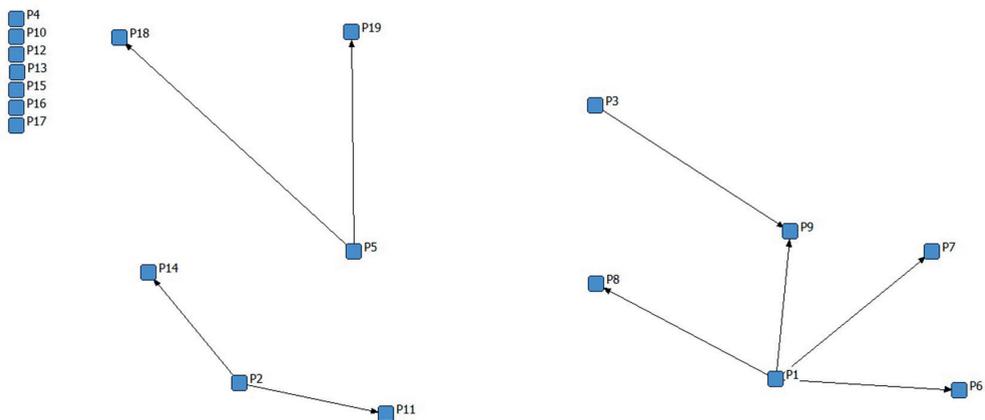
Fonte: questionário sociométrico

9.14 Análise de redes sociais *offline* e *online* – Norte

Na escola da região Norte houve a presença de 5 alunos que responderam o questionário, após a dinâmica do grupo focal, onde puderam indicar um ou mais colegas da turma, sem limitação para cada questão apresentada. Os alunos presentes no dia da dinâmica foram codificados de P1, P2, P3, P4 e P5. Os participantes mencionaram 14 alunos que não estavam presentes no dia da dinâmica, portanto, não responderam o questionário físico e foram codificados de P6 a P19.

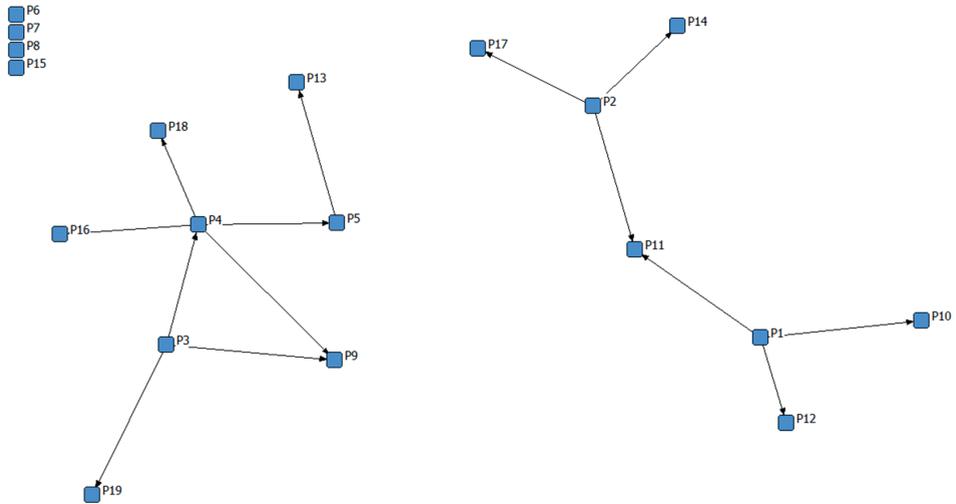
Analisando as redes de convivência presencial e *online*, observa-se que as relações presenciais não são mantidas *online*, sendo a rede de convivência *online* ainda menos densa do que a presencial, ou seja, menor interação entre os atores.

Figura 60 – Rede de contato presencial Norte



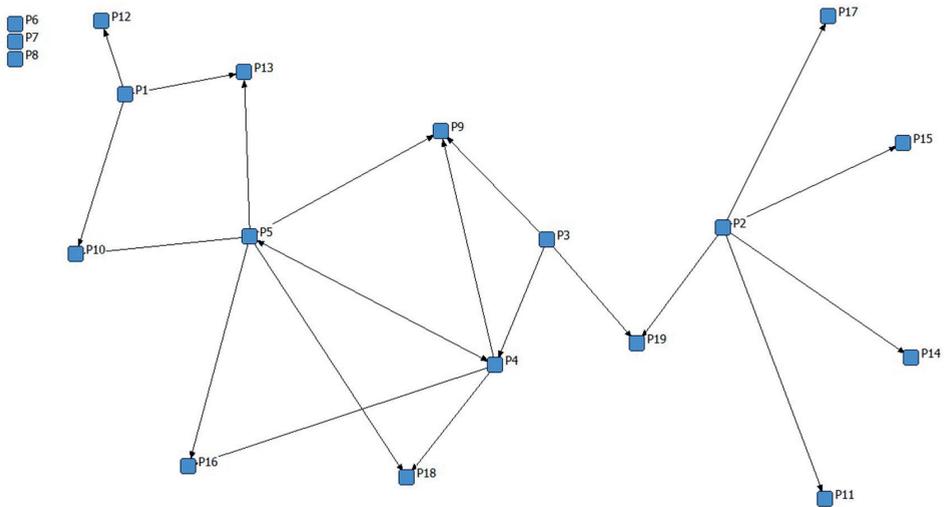
Fonte: questionário sociométrico

Figura 61 – Rede de contato *online* Norte



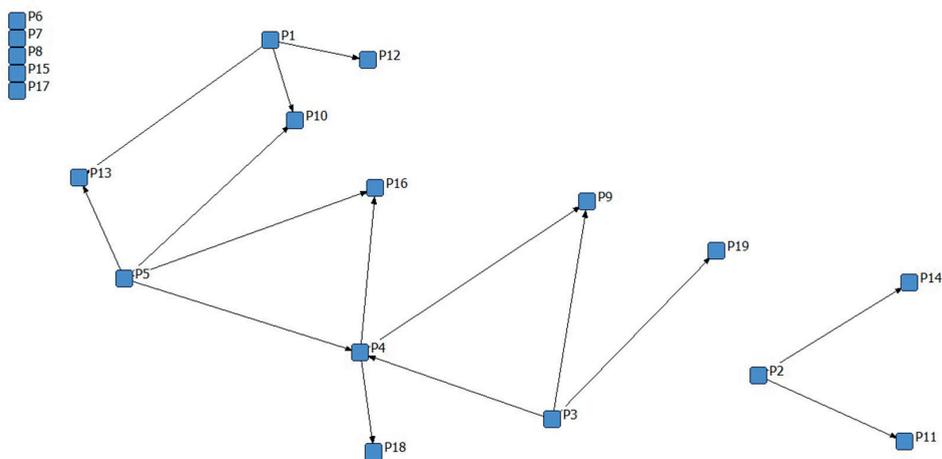
Fonte: questionário sociométrico

Figura 62 – Rede de amizade presencial Norte



Fonte: questionário sociométrico

Figura 63 – Rede de amizade *Online* Norte



Fonte: questionário sociométrico

Tabela 12 – Relações de amizade na rede – densidade das redes

	G1 - Centro	G2 - Centro	G3-Centro	G1 - Norte	Média
Rede de amizade offline ("Na tua turma, com que colegas convives frequentemente de forma presencial?").	0,30 (30%)	0,227 (22,7%)	0,227 (22,7%)	0,061 (6,1%)	20,40%
Rede de amizade online ("Na tua turma, com que colegas convives frequentemente online pelas redes sociais?").	0,133 (13,3%)	0,091 (9,1%)	0,121 (12,1%)	0,044 (4,4%)	9,70%
Varição entre contacto online e presencial (%)	-16,7	-13,6	-10,6	-1,7	- 10,70

Fonte: questionário sociométrico | densidade dos grafos

Tabela 13 – Relações de estudo na rede – densidade das redes

	G1 - Centro	G2 - Centro	G3 - Centro	G1 - Norte	Média
Rede de contacto offline ("Na tua turma, e no período que em há aulas presenciais, com que colegas estudas presencialmente?")	0,083 (8,3%)	0,145 (14,5%)	0,098 (9,8%)	0,026 (2,6%)	8,80%
Rede de contacto online ("Na tua turma, e no período que em há aulas online, com que colegas estudas ou tira dúvida pelas redes sociais?")	0,111 (11,1%)	0,10 (10%)	0,144 (14,4%)	0,041 (4,1%)	9,90%
Varição entre contacto online e presencial (%)	2,8	-4,5	4,6	1,5	1,10

Fonte: questionário sociométrico | densidade dos grafos

Densidade é o número de conexões existentes, dividido pelo número de conexões possíveis (Guimarães & Melo, 2005). Essa métrica revela qual o percentual de relações presente na rede em referência a todas as possibilidades de relacionamento. Através da densidade, é possível classificar as ligações fracas (ligações com baixa densidade, em que muitas possibilidades de relacionamento estão ausentes) ou fortes (ligações são mais próximas e apresentam um envolvimento maior entre os atores).

Analisando os resultados das métricas de densidade das redes das turmas (tabelas 12 e 13), destaca-se a rede de amizade *offline* (presencial para estudar ou tirar dúvidas) como a maior média de densidade, mesmo com esse resultado pode ser considerada uma rede com densidade baixa, significando que apenas 20% do potencial das relações está sendo utilizado. As demais redes apresentaram média abaixo de 10%, redes com ligações fracas.

SECÇÃO 4

CONCLUSÕES

As redes sociais digitais ocupam hoje, nas sociedades desenvolvidas, uma centralidade inquestionável. Deixaram de ser meras formas de manter contatos entre utilizadores para se transformarem em fontes de informação e desinformação, estratégias para negócios e publicidade, espaços de lazer e uma multiplicidade de funções e atividades que ocupam, cada vez mais, utilizadores de todas as idades e classes sociais. O smartphone é o principal cordão umbilical de ligação ao mundo virtual e, simultaneamente, o principal equipamento de manuseamento digital.

Nesse contexto, a temática utilização das redes sociais digitais tem atraído a atenção de académicos e investigadores sociais, os quais têm levantado diversas questões sobre o tema e fomentado estudos empíricos. A interatividade é realidade e a preferência pelos meios digitais provocam mudanças nas práticas convencionais e nas relações interpessoais, impactando as formas de interação, consumo e partilha de informações, bens e serviços.

Assim, percebe-se a importância da análise mais profunda da realidade com que nos deparamos diariamente, de forma a contribuir para um mundo melhor, constitui o objetivo deste nosso projeto que, pelas suas características tipológicas, geográficas e metodológicas é pioneiro em Portugal.

O projeto iniciado em julho de 2021 com investigadores de Portugal e do Brasil tem como objetivo analisar o uso das redes sociais pelos portugueses e suas competências digitais, compreendendo as características multidimensionais de uso e competências a fim de auxiliar na discussão de políticas públicas mais inclusivas e sensíveis à diversidade que compõem o tecido social.

As redes sociais digitais, pelos dados recolhidos, confirmam um bom nível de penetração na população portuguesa. Hoje, pensar a vida em sociedade sem a presença das redes sociais torna-se um exercício inexecutável. A nossa vida faz-se com as redes sociais. Deixamos de ser meros espectadores e consumidores de

conteúdos e passámos, quase vertiginosamente, para sujeitos ativos na produção de conteúdos.

Os resultados desta investigação apontam para uma enorme consolidação da conexão virtual dos portugueses. Esta consolidação ocorre não só no uso da Internet, mas também pela presença regular nas redes sociais, através de um nível de participação e interação muito ativa. Mas essas conexões, cada vez mais intensas, exigem mais habilidades necessárias para realizar atividades, comunicar-se e obter informações no ambiente digital. Assim, a literacia digital constitui-se no processo de aprendizagem necessário ao desenvolvimento de competências e habilidades específicas na sociedade digital, principalmente pelas rápidas e profundas transformações observadas nos últimos tempos.

a) Práticas de utilização dos dispositivos, redes sociais e acesso à informação

O telemóvel (smartphone) é o principal dispositivo de acesso às redes sociais (99.5%). Este resultado acompanha a tendência mundial no uso intensivo de telemóvel (média mundial de 97% da população utiliza pelo menos 1 vez ao mês). O computador ocupa o segundo lugar. No uso deste dispositivo 955 (87.3%) dos inquiridos referem o uso diário. O computador ocupa o segundo lugar. No uso deste dispositivo 955 (87.3%) dos inquiridos referem o uso diário.

O principal ponto de acesso à Internet é a residência para 46.8% dos inquiridos. Como explicação para este valor, superior ao acesso via Internet móvel, está a consolidação da rede de banda larga fixa em Portugal, a consolidação de aplicações de vídeo streaming (ex.: Netflix, NPlay, FOXPlay, Amazon Prime Vídeo, HBO Portugal). Inversamente, verifica-se uma baixa expressão nos acessos por via da rede de espaços públicos e, por outro, o acesso de 2.9% na rede disponível nas escolas.

Os dispositivos inteligentes, apesar das suas funcionalidades e potencialidades, ainda ocupam uma expressão muito modesta em Portugal, contudo superam o uso diário comparando aos utilizadores do tablet. A utilização de tablet na vida dos portugueses não apresenta uma grande expressão com apenas 17,1% utilizadores deste dispositivo

Não se verifica diferença significativa no uso de telemóvel entre géneros, região, formação ou situação profissional. O uso do computador, dispositivos móveis e tablet é maior entre os homens na frequência diária do que entre as mulheres. A utilização do computador tem perdido relevância nas faixas etárias até 44 anos. Esta realidade inverte-se nos inquiridos a partir de 55 anos.

Os dispositivos inteligentes tornam-se os dispositivos mais utilizados entre os jovens na faixa de 25 a 34 anos, com ainda grande adesão no uso nas faixas adultas de 35 até 54 anos.

Os tipos mais frequentes de uso da Internet são para trabalhar representando 63% (691 respostas), obter informação sobre as notícias recentes com 46% (505 respostas) e usar as redes sociais 42% (461 respostas).

Quando o mundo ou o país pulsa, a soma dos inquiridos que recorrem à Internet para obter informação é de 77% (843 respostas).

Quanto maior a formação académica ou grau de escolaridade maior é o interesse em usar a Internet para procurar informação. A maior frequência está entre os inquiridos com formação a partir de Licenciatura (31,6% acedem frequentemente e 48,4% acedem com muita frequência a Internet para procurar informação).

A utilização da Internet para ler livros (*e-book*) apresenta níveis de adesão muito moderados. O livro em formato tradicional (físico) ainda parece ocupar uma maior centralidade na vida dos portugueses.

b) Características de utilização das redes sociais a nível nacional e regional

O resultado mostrou que 1.017 inquiridos possuem rede social correspondendo a 93% dos participantes da pesquisa.

O uso das redes sociais virtuais tem vindo a conquistar cada vez mais utilizadores. Os inquiridos referem que utilizam as redes sociais com “muita frequência” (464 representando 42%). Se a este indicador adicionarmos os 28% (311 respostas) de uso “frequente”, obtemos 70% de utilização das redes sociais virtuais pelos participantes da pesquisa

Utilizar as redes sociais virtuais para despoletar discussões sobre os mais diversos temas da vida quotidiana, assumindo, por vezes, até dimensões de inflamação, tornou-se uma prática dos utilizadores.

Em termos de aplicativos de comunicação o WhatsApp (69%) é o mais referenciado, enquanto 316 usam o Messenger (30%) e apenas 9 informaram utilizar o Telegram (1%).

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

Os resultados apontam também que os participantes nas faixas etárias dos 16 a 24 anos e 25 a 24 anos são os que mais confiam nas informações que circulam na rede com, respetivamente, 38% e 27% de nível de confiança. Na faixa acima de 65 anos observa-se que são eles quem possuem concordância baixa quanto a confiança com 64% e ao mesmo tempo 25% destes participantes acreditam parcialmente nas informações que circulam nas redes.

A análise da confiança sobre a informação que circula nas redes, tendo em conta o estado civil, coloca os separados(as) como os que mais confiam nas informações que circulam nas redes sociais virtuais (30.0%). São os viúvos e os casais com união de facto quem menos confia nas informações que circulam nas redes sociais, com grau de concordância baixa de 57,2% e 51,2%, respetivamente.

O nível de rendimento permite-nos verificar que quanto menor o nível de rendimento, maior é o nível de confiança nas redes sociais. A mesma dinâmica também é observável em termos de habilitações escolares: quanto menores as habilitações escolares, maior o nível de confiança nas redes sociais.

Analisando os resultados quanto à questão da pesquisa sobre partilha de conteúdo falso nas redes sociais sem saber que era falso, não foram identificadas grandes oscilações nos resultados obtidos. Os níveis de discordância são bastante elevados em todas as NUT II e, havendo concordância, é no Algarve e na RA Madeira que se verifica maior concordância quanto à partilha de conteúdo falso, 18,6% e 18,2%, respetivamente.

Os resultados apontam que 51,6% dos inquiridos (525 participantes) apresentam alto grau de concordância quanto à consulta de opiniões antes do consumo de produtos ou serviços,

Entre as redes mais populares para os jovens dos *focus group*, o Instagram está no topo das preferências, como a mais utilizada para as suas interações. A espontaneidade da fotografia é o principal aliciante desta aplicação. O Facebook, a perder popularidade entre os jovens, acompanha a tendência de estudos recentes, que confirmam que esta rede social está a perder as preferências. Todas as respostas dos participantes do *focus group* foram direcionadas para a desconfiança sobre os conteúdos que circulam nas redes sociais, indo de encontro às respostas dos entrevistados. Entretanto, 5 dos 6 entrevistados ressaltaram que verificam em bases (sítios) oficiais quando tem dúvidas sobre a informação recebida nas redes sociais, mas poucos estudantes destacaram esse tipo de atitude e competência.

Uma outra nota sobre as redes dos jovens dos *Focus group* é que apresentam todas, sem exceção, baixa densidade nas conexões tanto *offline* quanto *online*.

c) Análise das condições de acesso e a tipologia do uso digital em Portugal

Portugal apresenta níveis bastante satisfatórios quanto à qualidade de conexão. Se somarmos as respostas relativas a qualidade “muito boa” (51,4%) e qualidade “boa” (27.2%) verifica-se que o nível de satisfação dos inquiridos é de 78.6% para a qualidade da conexão de Internet, corroborando com resultados do Relatório DESI 2021 que mostrou Portugal avançando nas questões relativas à conectividade, mas ainda se encontra em 15º colocado em comparação a outros países da União Europeia neste quesito.

O acesso aos serviços públicos representa 34% (372) de interação regular pelos inquiridos (frequentemente) e 20% (224) muito frequente, totalizando 54% enquanto apenas 4% (40) nunca utilizou serviços públicos digitais.

O crescimento das compras *online* é uma realidade e atingiu com a pandemia Covid-19 uma etapa de massificação. A privação dos espaços de compras físicas durante o confinamento, ajuda a explicar este fenómeno.

É possível observar que o género feminino demonstra mais disposição para o consumo *online* com compras frequente ou muito frequente com 38% das participações.

Foi possível ainda identificar que especialmente os inquiridos na classe etária de 35 a 44 anos que indicaram não ter rendimento (71%), ou que possuem ganhos até 1500 euros (33%) confirmaram ter partilhado tais conteúdos.

O resultado da pesquisa realizada identificou que 23 inquiridos apresentaram alto grau de concordância (2,3% da amostra) já partilharam de forma intencional conteúdo falso nas redes sociais. Analisando por região, inquiridos residentes na região da Madeira e Norte apresentaram maior concordância quanto à partilha de conteúdo falso intencional, 9,1% e 4,6%, respetivamente. Contudo, é interessante notar a existência de 9 respostas na alternativa, nem concorda nem discorda da afirmação de ter partilhado conteúdo falso intencionalmente, preferindo ficar “Neutro” neste debate.

Os participantes sem rendimento 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%, respetivamente, confirmando que já partilharam conteúdo falso de forma intencional.

Na amostra deste projeto, identificamos das 1017 respostas, menos de ¼ dos inquiridos (23,5%) tem a prática de partilhar opiniões sobre produtos ou serviços que consome nas redes sociais (grau de concordância alto). Analisando por região, inquiridos residentes de Lisboa e do Norte apresentaram maior concordância, 27,0% e 25,3%, respetivamente, enquanto RA Madeira apresentou o menor nível de interesse dos residentes (72,7% concordância baixa) em partilhar sobre produtos ou serviços que consome nas redes sociais.

Analisando por formação, quem tem o ensino primário não partilha a sua opinião nas redes (100%). Inquiridos com rendimento acima de 3000 euros são os que mais partilham suas opiniões sobre produtos e serviços que utiliza (31,3%), já os que têm rendimento de 701 a 1500 euros são os que menos partilham (62,2% dos inquiridos desta faixa salarial não partilham com outros sua opinião).

d) Interação e envolvimento dos indivíduos através das tecnologias digitais, antes e durante a pandemia

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 (95,0%). Todavia, importa sublinhar que o aumento do consumo foi ligeiro, mas a prática de utilização já era elevada e sofreu um aumento.

A utilização, antes e durante a pandemia, o número de horas nas redes sociais aumentou. É na classe das 4 a 6 horas que se registou a maior variação (+7.8%) e na classe de 1 a 3 horas que se registou a variação (+5%). Em contrapartida uma grande variação pode ser observada de -16,6% na classe de 1 hora. Com estes dados é possível afirmar que houve aumento expressivo do uso das redes sociais durante a pandemia em Portugal.

A maior alteração entre os que não utilizavam as redes sociais foi a região Centro (antes da pandemia 8% dos residentes no Centro assinalaram que não utilizavam e durante a pandemia foi para 6,9%). Açores foi a região com maior crescimento na utilização acima de 6 horas por dia (antes da pandemia era apenas 1,4% dos inquiridos e durante a pandemia foi de 13,7%).

Tanto homens, quanto mulheres, apresentaram aumento expressivo na intensidade de uso na faixa de 4 a 6 horas (7,7% dos homens usavam as redes antes da pandemia nesta faixa de consumo e durante a pandemia foi para 12,4% e 7,4% das mulheres utilizavam, bem próximo da percentagem de homens, mas durante a pandemia essa participação dobrou com 15,4% do género feminino utilizando de 4 a 6 horas).

A análise das duas tabelas anteriores permite-nos afirmar que a sociabilidade digital, antes da pandemia já assumia níveis bastante significativos e que, durante a pandemia passou para uma fase de consolidação por influência direta do confinamento e da procura de estratégias alternativas para manter os vínculos sociais, pelo que não deve ser de estranhar este quadro de interações sociais.

e) Analisar o consumo e partilha das informações nas redes digitais

Quanto à atividade de lazer nas redes sociais durante o trabalho ou estudo, 10% destacaram que fazem de forma frequente (4% “muito frequente” e 6% “frequente”). Destes 4% muito frequentes, a concentração está no público solteiro (5,4% dos inquiridos solteiros fazem isso de forma muito frequente) e os viúvos e solteiros mais uma vez responderam que não tem essa frequência. Não houve diferença significativa entre géneros (“muito frequente” - mulheres: 3,9% e homens

- 4%). Alentejo (5,2%) e Açores (5,5%) foram as regiões que tiveram mais inquiridos com uso frequente do lazer nas redes sociais durante o trabalho ou estudo.

Apenas 5,6% dos inquiridos destacaram que fazem uso frequente (2,2% muito frequente + 3,4% frequente), sendo a atividade menos frequente durante o trabalho ou estudo em comparação com obter notícias ou lazer. A região do Alentejo com 3,2% e a região Norte com 2,9% apresentaram as maiores frequências. Entre os homens, 2,8% fazem esse tipo de uso muito frequente, frente a 1,9% de mulheres. Os divorciados e solteiros utilizam mais frequentemente as redes para fazer postagens do que os demais inquiridos (3,6% e 3,4%, respetivamente).

Note que os temas referentes ao conhecimento técnico/profissional, saúde, bem-estar e alimentação e viagens, cultura e lazer representam alto nível de interesse tanto em partilhar ou consumir nas redes sociais (os três primeiros no ranking). A maior variação encontrada no interesse em consumir em comparação ao partilhar está nos temas sobre cultura e lazer e saúde e bem-estar.

Fica evidente que os participantes consomem mais informações sobre conteúdo político e religião do que partilham. E, ainda se nota a maior variação entre o conteúdo “humor” nas redes, um interesse maior pela partilha deste tipo de conteúdo do que pelo consumo. As regiões de Lisboa (30%) e Norte (23%) são as que mais partilham conteúdo de humor nas redes sociais.

f) Autoavaliação das competências digitais no contexto do uso da informação, criação e colaboração, privacidade e segurança, resolução de problemas e capacitação digital

As competências digitais básicas para todos os cidadãos e a oportunidade de adquirir novas competências digitais especializadas para a força de trabalho são um dos pré-requisitos para participar ativamente da *Digital Decade*³⁶. Além da meta de competências digitais básicas (80% das pessoas) estabelecida no Plano de Ação para a Educação Digital e no Plano de Ação do Pilar Europeu dos Direitos Sociais, há a meta de atingir até 2030 pelo menos 20 milhões de especialistas em TIC empregados na UE, com convergência entre mulheres e homens. O resultado

³⁶ 2030 Digital Compass: Your digital decade. Disponível em: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/europes-digital-decade-digital-targets-2030_en

encontrado nesta investigação entre os géneros quanto à capacidade de se informar e buscar capacitações para aprimorar suas competências digitais (apenas 60% das mulheres afirmaram ter essa capacidade contra 77% dos homens) mostra que há um caminho a percorrer para colmatar o fosso digital entre homens e mulheres.

Foi possível observar que os inquiridos com maior nível de escolaridade e maior rendimento apresentaram concordância mais alta em todas as questões avaliadas de competências digitais, de literacia digital, passando por segurança e privacidade até resolução de problemas, reforçando a necessidade de um olhar mais amplo para as características de desigualdade social que acabam refletindo na desigualdade digital.

O grupo etário mais elevado apresenta valores inferiores quando comparados com os grupos etários mais novos em todas as questões no contexto de competências digitais escolhidos para essa investigação. Isso ressalta a importância de ter programas e iniciativas abrangentes e que consigam capturar e incentivar esse público para a literacia digital.

No contexto de literacia digital e desinformação, cruzando os resultados do bloco 2 e 3 (uso das redes sociais e competências digitais), verificamos uma congruência das respostas no que tange à *disinformation*, um tipo de desordem informacional impulsionado durante a pandemia. Quando analisadas as competências digitais para verificar a veracidade das informações antes de partilhar, 25% dos inquiridos de RA Madeira e 17% do Algarve não são capazes de verificar a veracidade da informação antes de partilhar as redes sociais. Esse resultado vem ao encontro do que foi observado no bloco anterior sobre uso das redes sociais onde os inquiridos destas regiões apresentaram maior percentual de partilha de conteúdos falsos nas redes sem saber.

As competências digitais têm um carácter transversal e multidimensional, sendo necessário identificar e aplicar as competências para uma utilização mais ativa e efetiva das tecnologias digitais, principalmente no contexto de hiperconectividade e mobilidade trazido pela sociabilidade digital. Assim, as competências para pesquisar, avaliar, criticar e utilizar informações são essenciais para que se possa trabalhar e aprender no meio digital.

CONSIDERAÇÕES FINAIS E LIMITAÇÕES DO ESTUDO

Limitações do estudo: amostra por conveniência, grupos focais apenas no Norte e Centro, entrevista sem participação de indivíduos acima de 65 anos e baixa participação deste perfil no questionário (< 5%).

A outra limitação é sobre as características específicas do inquérito por questionário aplicado neste estudo. O instrumento não mede as competências digitais como uma avaliação ampliada utilizando todo o Quadro Europeu de Competências Digitais (Dig Comp), trata-se de uma autoavaliação dos inquiridos acerca das competências digitais e suas práticas no meio digital a partir de questões selecionadas pelos investigadores para esse projeto.

A partir dos dados recolhidos, é possível traçar alguns apanhados estratégicos a respeito do contexto informacional e digital dos portugueses, de como estão sendo utilizadas as redes sociais e os serviços digitais e quais as competências digitais menos desenvolvidas pelos inquiridos.

As redes sociais digitais podem contribuir para o processo de ensino e aprendizagem, mas para isso, as pessoas precisam melhorar ou desenvolver suas competências digitais. O desafio no desenvolvimento de competências digitais envolve dilemas como a velocidade da tecnologia que exige indivíduos com o espírito de aprendizado contínuo (*lifelong learning*), com autonomia para aprender e exige além de habilidades técnicas, habilidades socioemocionais (*soft skills*) para lidar com essa sociedade em rede e digital. Ainda no contexto educacional, Lebrun (2002, p. 227) alerta que a tecnologia digital usada sem imaginação poderá passar de uma “miragem tecnológica a um verdadeiro deserto pedagógico”.

Em suma, pela sua própria natureza, o ciberespaço é um campo que abriga a interdisciplinaridade, assim, como sugestões para trabalhos futuros, sugere-se estudos mais aprofundado sobre (i) educação digital, as práticas formativas e competências necessárias; (ii) disseminação da desinformação nas redes sociais digitais;

(iii) comportamentos aditivos dos indivíduos nas redes sociais digitais, principalmente sobre a dependência *online* (DO) e a exposição a riscos virtuais como o *cyberbullying* e crimes virtuais e (iv) competências digitais críticas e fatores multidimensionais que impactam na inclusão digital.

É importante destacar 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 importantes para a compreensão dos efeitos pós pandemia quanto a tipologia do uso das redes sociais, dos serviços e atividades digitais. Por último, dada a escassez de estudos realizados com questionários envolvendo uso das redes sociais e competências digitais, apontamos a necessidade do desenvolvimento de novos estudos com estes instrumentos de avaliação e aplicar em outros contextos e países, principalmente naqueles com alta intensidade de uso de redes sociais digitais e baixa literacia digital.

PROPOSTA DE INTERVENÇÃO

Para o conjunto dos problemas identificados, desenvolvemos 3 eixos estruturantes, através dos quais desenhamos algumas linhas de atuação para as questões apresentadas no contexto desta investigação: o uso intensivo das redes sociais e a disseminação de desinformação no seu sentido mais amplo (intencional ou não) e comportamentos negativos como *cyberbullying* e o vício digital, as lacunas de competências digitais e o uso de serviços e atividades digitais pós pandemia.

1. Uso das redes sociais digitais
2. Competências críticas digitais
3. Serviços e atividades no meio digital

O **Eixo 1** procura refletir sobre a intensidade do uso das redes sociais digitais e os comportamentos negativos e riscos apresentados no diagnóstico e propõe um conjunto de medidas de ação que podem auxiliar os indivíduos a identificarem esses riscos e comportamentos aditivos.

O **Eixo 2** enfatiza as questões relativas às competências digitais, em virtude da necessidade de uma análise das competências básicas e intermediárias necessárias para uma sociedade cada vez mais digital.

O **Eixo 3** desafia para um conjunto de atividades para intervenção junto ao setor público no sentido de ampliar os serviços de saúde e outros serviços públicos para a sociedade portuguesa, além de refletir sobre a educação digital, modelos de serviços e atividades necessários e que foram evidenciados no contexto da pandemia de Covid-19.

Tabela 14 – Proposta de medidas

Eixo	Medidas
<p>Eixo 1</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desenvolver um diagnóstico em profundidade, a nível nacional, sobre os comportamentos aditivos no uso da Internet e das redes sociais. 2. Conceção e desenvolvimento de uma Unidade de Formação de Curta Duração (50 horas), denominada “Literacia para as redes sociais” para integração no Catálogo Nacional das Qualificações. 3. Conceção de um Guia para navegar na Internet e nas redes sociais (como lidar com a desinformação e como proteger os dados e informações pessoais) para difusão junto da população em geral. 4. Programas para gerar maior consciência sobre o cyber-bullying e outros comportamentos negativos nas redes sociais e facilitar o acesso a materiais educativos com orientações claras para promover mudanças.
<p>Eixo 2</p>	<p>Fortalecer programas de inclusão digital para as competências digitais críticas, abrangendo toda a população portuguesa, imigrantes ou não, de todas as faixas etárias e regiões do país:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Programa “EuSouDigital” que pretende ajudar um milhão de portugueses a dar os primeiros passos na Internet através de uma rede nacional com voluntários; 2. “Academia Portugal Digital” a ser lançado no 1º semestre de 2022 para elevar as competências digitais dos cidadãos portugueses, ser um recurso para as empresas na qualificação dos seus trabalhadores e promover a inclusão digital na sociedade portuguesa. 3. Iniciativas para promover a igualdade de género tendo em vista o aumento da participação das mulheres no digital em todas as linhas de intervenção, desde a educação ao empreendedorismo de base tecnológica, passando pela investigação e a participação em redes internacionais de I&D e de produção de conhecimento, sendo fomentadas pelo InCode 2030. 4. Acesso ampliado às bandas fixas e móveis, incluindo as zonas rurais e com custo acessível à população para reduzir a barreira de acesso ao digital que ainda permeia a sociedade portuguesa (conectividade e acesso à Internet). 5. Divulgação e aplicação do framework de competências digitais DigComp que está sendo atualizado (versão 2.2).

Eixo	Medidas
Eixo 3	<ol style="list-style-type: none"> <li data-bbox="428 205 1115 365">1. Programas para promover a literacia digital dos alunos e docentes, considerando que a utilização de recursos digitais voltados para o ambiente educacional não depende apenas de instrumentos, mas dos sujeitos que os utilizam para desenvolver novas práticas de ensinar e aprender. <li data-bbox="428 389 1115 453">2. Conceção e desenvolvimento de iniciativas para as fomentar competências essenciais para a aprendizagem ao longo da vida. <li data-bbox="428 476 1115 596">3. Estratégia para a Transição Digital em Portugal (capacitação e inclusão digital das pessoas; transformação digital no tecido empresarial; digitalização do Estado) aliada ao amplo acesso e conectividade.

Fonte: elaborado pelos autores (2021)

REFERÊNCIAS

- Ala-Mutka, K. (2011). *Mapping Digital Competence: Towards a Conceptual Understanding*. JRC Notes. Disponível em: <http://ftp.jrc.es/EURdoc/JRC67075_TN.pdf> Acesso em 30 jul. 2021
- Azevedo, D, Silveira, A, Lopes, C, Amaral, L, Goulart, I, Martins, R. (2018). Letramento digital: uma reflexão sobre o mito dos “Nativos Digitais”. *RENOTE*. v. 16 n. 2, dezembro, 2018. Doi: 10.22456/1679-1916.89222
- Barabasi, A. (2002) *Linked - A Nova Ciência dos Networks*. Editora, Leopardo Editora.
- Bawden, D. (2008). *Origins and Concepts of Digital Literacy*. In C.Lankshear, M. Knobel (orgs.) *Digital literacies: concepts, policies and practices*. Peter Lang Pub: New York.
- Baker, W. E. (1992). *The Network Organization in Theory and Practice*. In. Nohria, N.; Eccles, R. G.; *Networks and Organizations: Structure, form and action*, Cambridge, Harvard Business School Press.
- Bauman, Z. (2008). *Vida para Consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Zahar
- Bourdieu, P. (1996). *Razões Práticas: sobre a teoria da ação*. Tradução de Mariza Corrêa, Campinas, Papirus.
- Bardin. L. (1977). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Editora Edições 70.
- Bourdieu, P. (1985). *The forms of capital*, In. Richradson, J.G (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education*, Connecticut, Greenwood Press.
- Bourdieu, P.(1980). *Le capital social: notes provisoires*. Actes Rech, Sci.Soc, nº30.
- Boyd, D.M. and Ellison, N.B. (2007), *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13: 210-230. <<https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>>
- Burt, R. (1992), *Structural Holes: The Social Structure of Competition*. University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical

- Research Reference in Entrepreneurship. <<https://ssrn.com/abstract=1496205>> Acesso em 03 jul 2021.
- Buzato, M. E. K. (2006). *Letramentos digitais e formação de professores*. São Paulo: Portal Educarede. Disponível em: <http://www.educarede.org.br/educa/img_conteu-do-marcelobuzato.pdf>. Acesso em 01 jul. 2021.
- Campello, B. S. (2003). O movimento da competência informacional: uma perspectiva para o letramento informacional. *Ciência da Informação*, Brasília, DF, v.32, n.3, (p.28-37). Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v32n3/19021.pdf>>. Acesso em: 10 ago. 2011.
- Castells, M. (1999). *A Sociedade em Rede. A Era da Informática: Economia, Sociedade e Cultura*. Rio de Janeiro, Ed. Paz e Vida.
- Castells, M. (2004). *A galáxia da internet: reflexões sobre a Internet*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- 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. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com.ez46.periodicos.capes.gov.br/science/article/pii/S0099133315001494?via%3Dihub#>>. acesso em 01 out 2021
- Coleman, J. (1990). *Foundations of social theory*, Cambridge, The Belkness Press of Harvard University Press.
- Coleman, J. (1988), *Social capital in the creation of human capital*. *American Journal of Sociology* 94 (Supplement).
- Comissão Europeia (2007). *Competências-chave para a Aprendizagem ao Longo da Vida – Quadro de Referência Europeu*. Disponível em: <<http://goo.gl/eVJiyo>> Acesso em 10 jul 2021
- Comissão Europeia (2010). *New Skills for New Jobs: Action Now*. A report by the Expert Group on New Skills for New Jobs prepared for the European Commission. Disponível em: <<http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=4505&langId=en>>
- Comissão Europeia. *Digital economy and society index - DESI (2020)*. Disponível em <<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/digital-economy-and-society-index-desi-2020>> Acesso em 20 jul 2021.
- Comissão Europeia. *Digital economy and society index - DESI (2021)*. Disponível em <<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/digital-economy-and-society-index-desi-2021>> Acesso em 03 jan 2022.

- Conselho da União Europeia. Recomendação do Conselho da União Europeia: Sobre as competências essenciais para a aprendizagem ao longo da vida (2018/C189/01). 2018. Disponível em: <[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604(01))> Acesso em 01 ago 2021.
- Costa, R. (2005). Por um novo conceito de comunidade: redes sociais, comunidades pessoais, inteligência coletiva. *Interface: Comunicação, Saúde, Educação*. Botucatu, v. 9, n. 17, p. 235-48, mar./ago. 2005. <<https://doi.org/10.1590/S1414-32832005000200003>>
- Desmurget, M. (2021). *A fábrica dos cretinos digitais*. Lisboa: Contraponto.
- Dias, M. C, Novais, A. E. (2009). Por uma matriz de letramento digital. In: *III Encontro sobre hipertexto (CEFET-MG)*. Disponível em: <http://www.ufpe.br/nehete/hipertexto2009/anais/pw/por-uma-matriz.pdf>. Acesso em: 01 jul. 2021.
- Donath, J.; boyd, D. (2004) *Public Displays of Connection*. *BT Technol. J.*, 22, 71–82.
- Dudziak, E. A. (2003). *Information literacy: princípios, filosofia e prática*. Ciência da Informação, Brasília, v. 32, n. 1.
- Dupas, G.(2005). *Atores e poderes na nova ordem global: assimetrias, instabilidades e imperativos de legitimação*. São Paulo: Editora da Unesp.
- Evans, P (1996). “Government action, social capital and development: reviewing the evidence on synergy”, *World development*, v. 24, n. 6, pp. 1119-1132.
- Ferrari, A. (2012). *Digital Competence in practice: An analysis of frameworks*. Luxembourg: European Commission, Joint Research Centre, Institute for Prospective Technological Studies. Disponível em <<http://ftp.jrc.es/EURdoc/JRC68116.pdf>> Acesso em 20 jul. 2021
- Fialho, J. (2020) (org). *Redes Sociais. Como compreendê-las? Uma introdução à análise de redes sociais*. Lisboa: Edições Sílabo
- Fialho, J. (2015). Pressupostos para a construção de uma sociologia das redes sociais. *Sociologia*, v. 29, p. 59-79.
- Franco, A. (2001). *Capital social: Leituras de Tocqueville, Jacobs, Putnam, Fukuyama, Maturana, Castells e Levy*. Brasília: Millennium, 2001.
- Frey, K.(2003), “Desenvolvimento sustentável local na sociedade em rede: o potencial das novas tecnologias de informação e comunicação”, *Revista de Sociologia e Política* n°21; Novembro, <<http://www.esterkaufman.com.ar/sitio/kaufman/publicaciones>>
- Gasque, K. (2010). Arcabouço conceitual do letramento informacional. *Inf. Brasília*, DF, v. 39, n. 3, (p.83-92). Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/>

- ci/a/9L8b38v48WBQSQVRX63BMsw/?lang= pt & format=pdf > Acesso em 01 jul. 2021.
- Garton, L.; Harthornthwaite, C.; Wellman, B. (1997). Studying online social networks. *Journal of Computer Mediated Communication*, Indiana, v. 3, n. 1. <<http://jcmc.indiana.edu/vol3/issue1/garton.html>>
- Granovetter; M. (1973). *The strength of weak ties*, *American Journal of Sociology*, 78.
- Granovetter; M. (1985). *Ação económica e estrutura social - o problema da incrustação*, In: Peixoto, J. & Marques, R.; *A nova sociologia económica* (2003), Oeiras, Celta, pp. 69-102.
- Guimarães, F. J. Z.; Melo, E. (2005). *Diagnóstico utilizando Redes Sociais*. Rio de Janeiro: UFRJ.
- Han, B. C. (2016). *No Enxame: perspectivas do digital*. Trad. Lucas Machado. Petrópolis: Vozes.
- Hargittai, E. (2003). *The digital divide and what to do about it*. In Derek Jones (Ed.) *New Economy Handbook* (p.822-841). San Diego, CA: Academic Press.
- Hobbs, R. (2016). *Literacy*. *International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy* (1-11). New York: Wiley Blackwell. Disponível em: <<https://goo.gl/knQIqC>>. Acesso em: 01 jul. 2021.
- Jenkins, H. (2014). *Cultura da conexão*. 1. ed. São Paulo: Aleph, 408 p.
- Johnson, D. (1994). Focus groups. In: Zweizig, D. et al. *Tell it! Evaluation sourcebook & training manual*. Madison: SLIS, p. 161-172.
- König, J; Jäger-Biela, D. & Glutsch, N. *Adapting to online teaching during COVID-19 school closure: teacher education and teacher competence effects among early career teachers in Germany*, *European Journal of Teacher Education*, 43:4, 608-622, 2020. DOI: 10.1080/02619768.2020.1809650
- Lévy, P. (1999). *Cibercultura* (Trad. Carlos Irineu da Costa). São Paulo: Ed. 34.
- Lin, N. (1982). *Social structure and network analysis*, California: Sage Publications.
- Lebrun, M. (2002), *Teorias e métodos pedagógicos para ensinar e aprender*, coleção Horizontes Pedagógicos, Instituto Piaget.
- Loury, G. (1981). *Intergerational transfers and the distribuitin of earnings*, S.Paulo, *Econometria* n° 49.

- Lucas, M.; Moreira, A. & Costa (2017). DigComp 2.1: Quadro europeu de competência digital para cidadãos: com oito níveis de proficiência e exemplos de uso. UA Editora. 2017 <<http://hdl.handle.net/10773/21079>>
- Ludke, M., André, M. (1986). Pesquisa em educação: abordagens qualitativas. São Paulo: EPU.
- Mattar, J. *et al* (2020). Apresentação crítica do Quadro Europeu de Competência Digital (DigComp) e modelos relacionados. *Research, Society and Development*, 9(4). <<https://doi.org/10.33448/rsd-v9i4.3062>>
- Maffesoli, M. (1998). Elogio da razão sensível. Petrópolis: Vozes.
- Maierovitch, C. (2019). Mesa redonda Fake news: Vacine-se contra! 13/06/2019. Fiocruz Brasília (Fundação Oswaldo Cruz - Brasília). Disponível em: <<https://portal.fiocruz.br/video/mesa-redonda-fake-news-vacine-se-contra-claudio-maierovitch>>. Acesso em 02 ago. 2021.
- Marcuschi, L. A. (2004). Gêneros textuais emergentes no contexto da tecnologia digital. In: Marcuschi, L. A; Xavier, A. C. *Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção do sentido*. Rio de Janeiro: Lucerna, p. 13-67, 2004.
- Marteleto, R. M. (2001). Análise de redes sociais – aplicação nos estudos de transferência da informação. *Ci. Inf.* v.30 n.1 Brasília. <<https://doi.org/10.1590/S0100-19652001000100009>>
- Moreira, J. A, Henriques, S. & Barros, D. (2020). Transitando de um ensino remoto emergencial para uma educação digital em rede, em tempos de pandemia. *Dialogia*, 34, 351-364.
- Oliveira, M. & Freitas, H. M. R. de. (1998). *Focus group* - pesquisa qualitativa: resgatando a teoria, instrumentalizando o seu planejamento. *Revista de Administração da USP - Rausp*, São Paulo, v.33, n.3, p.83-91, jul./set.
- Onwuegbuzie, A., *et al* (2009). *A Qualitative Framework for Collecting and Analyzing Data in Focus Group Research*. *International Journal of Qualitative Methods*, 8 (3). <<https://doi.org/10.1177/1609406909000800301>>
- Organização Pan-americana da Saúde (OPAS). 2020. Fichas Informativas COVID-19: entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a COVID-19 [Internet]. Brasília: Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS); 2020. Disponível em: <<https://iris.paho.org/handle/10665.2/52054?locale-attribute=pt>> Acesso em 01 jul 2021.

- Palfrey, J. & Gasser, U. (2011). Nascidos na era digital: entendendo a primeira geração dos nativos digitais. Porto Alegre: Artmed.
- Portes, A. (2000). Capital social: origens e aplicações na sociologia contemporânea, *Sociologia* [online], Set. 2000, n° 33, pp. 133-158, <<http://www.scielo.oces.mctes.pt/scielo.php>>
- Portes, A. (1998). *Social capital: Its origins and applications in modern sociology*, *Annual Review of Sociology*, 24, pp.1-24.
- Primo, A. (2003). 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, Brasil.
- Putnam, R. (1996). *Comunidade e democracia: a experiência da Itália moderna*, Rio de Janeiro: FGV.
- Putnam, R. (1995). *Bowling alone: America's Declining Social Capital*, *Journal of Democracy*, 6 (jan 1995).
- Putnam, R. (1995a). *Tuning In, Tuning Out: the strange disappearance of social capital in America*, *Political Science and Politics*, 27.
- Putnam, R. (1993). *Making democracy work: civic traditions in modern Italy*, Princeton, Princeton University Press.
- Prensky, M. (2001). *Digital natives, digital immigrants*. NCB University Press, Vol. 9. <<https://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>> Acesso em 02 jul. 2021
- Ragnedda, M. & Ruiu, M. L. (2016). Exclusão digital: como é estar do lado errado da divisão digital. *RuMoRes*, v. 10 n. 20 (p. 90-113). Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/124298>> Acesso em 01 jul. 2021.
- Ragnedda, M. & Ruiu, M. L. (2020). *Digital Capital: A Bourdieusian Perspective on the Digital Divide*. Emerald Publishing. E-book.
- Recuero, R. C. (2009) *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 191p.
- Redecker, C. (2017). *European Framework for the Digital Competence of Educators: DigCompEdu*. In Y. Punie (Ed.), Joint Research Centre (JRC) Science for Policy report. <<https://doi.org/10.2760/159770>>
- Ripoll, L. & Ardigo, J. D. (2018). Confiabilidade informacional nos conteúdos online: perfil dos estudantes de Biblioteconomia da UDESC. *Revista ACB: biblioteconomia em Santa Catarina, Florianópolis*, v. 23, n. 2, p. 267-288, abr./jul.

- Santos, A. I. dos, Punie, Y., & Castaño-Muñoz, J. (2016). *Opening up Education: A Support Framework for Higher Education Institutions*. Publications Office of the European Union. <https://doi.org/10.2791/293408>.
- Santana, V. F. et. al. (2009) Redes sociais online: desafios e possibilidades para o contexto brasileiro. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE COMPUTAÇÃO, Bento Gonçalves. Anais... Bento Gonçalves: CSBC, 2009. p. 339-353.
- Schiff, M. (1992). *Social capital, labor mobility and welfare*, Ration Soc., nº4.
- Shirky, C. (2008). Lá vem todo mundo: O poder de organizar sem organizações. Editora Zahar, 325 p.
- Van Deursen, A. & Van Dijk, J. (2014). *The digital divide shifts to differences in usage*. New Media & Society. 16(3):507-526. <10.1177/1461444813487959>
- Vosoughi, S., Rou, D. & Aral, S. (2018). *The spread of true and false news online* Soroush Vosoughi, Deb Roy, Sinan Aral Science 09 Mar 2018: Vol. 359, Issue 6380, pp. 1146-1151 DOI: 10.1126/science.aap9559
- Unesco (2018). *A Global Framework to Measure Digital Literacy*. Disponível em <http://uis.unesco.org/en/blog/global-framework-measure-digital-literacy> Acesso em 01 jul. 2021.
- Wardle, C. & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe. 2017. <<https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>>
- Wardle, C. (2020). Entender a desordem informacional. First Draft, janeiro, 2020. <https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2020/07/Information_Disorder_Digital_AW_PTBR.pdf?x76851>
- Zago, G.; Silva, A. (2014). Sites de rede social e economia da atenção: circulação e consumo de informações no Facebook e no Twitter. Vozes e Diálogo, v. 13, n. 1, 2014. <<https://www6.univali.br/seer/index.php/vd/article/view/530>>
- Zanella, L. (2009). Metodologia de Estudo e de Pesquisa em Administração. Brasília: CAPES.
- Zarocostas J. (2020). *How to fight an infodemic*. Lancet [Internet]. <[https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)30461-X](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30461-X)>
- Zattar, M. (2017). Competência em informação e desinformação: critérios de avaliação do conteúdo das fontes de informação. Liinc em Revista, vol. 13, no. 2, p. 285-293. 2017. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/liinc/article/view/4075/3385>> Acesso em 20 ago. 2021.

Lista de Ilustrações

Figuras

Figura 1 – Gráfico de frequência do termo literacy (1900-2020)	28
Figura 2 – Gráfico de frequência do termo information literacy e digital literacy (1900-2020)	28
Figura 3 – Faixa etária dos inquiridos	62
Figura 4 – Por Género.	63
Figura 5 – Estado civil.	64
Figura 6 – Rendimentos	65
Figura 7 – Mapa de Portugal – Distrito de Residência dos Inquiridos (1094) .	66
Figura 8 – Região NUTS II	67
Figura 9 – Qualidade da Internet.	68
Figura 10 – Frequência do uso de dispositivos	69
Figura 11 – Frequência de uso de dispositivo por faixa etária.	72
Figura 12 – Utilização da Internet para serviços, trabalho e lazer.	73
Figura 13 – Utilização da Internet para procurar notícias recentes por formação académica	75
Figura 14 – Utilização da Internet para jogar por faixa etária	79
Figura 15 – Motivos para a utilização de aplicativos	81
Figura 16 – Tem perfil nas redes sociais?	82
Figura 17 – Redes sociais digitais mais utilizadas – Aplicações	83
Figura 18 – Confiança nas informações transmitidas nas redes sociais. . . .	84
Figura 19 – Região e confiança na informação das redes sociais	85
Figura 20 – Estado civil e confiança na informação das redes sociais	86
Figura 21 – Rendimento e confiança na informação das redes sociais	87

Figura 22 – Região e partilha de conteúdo falso	89
Figura 23 – Faixa etária e partilha de conteúdo falso	89
Figura 24 – Rendimento e partilha de conteúdo falso	90
Figura 25 – Região e partilha de conteúdo falso intencional.	91
Figura 26 – Faixa etária e partilha de conteúdo falso intencional	92
Figura 27 – Rendimento e partilha de conteúdo falso intencional	92
Figura 28 – Região e partilha de opinião sobre produtos ou serviços	93
Figura 29 – Rendimento e partilha de opinião sobre produtos ou serviços	94
Figura 30 – Realizar atividades simultâneas	99
Figura 31 – Lazer, fazer postagem e obter notícias	101
Figura 32 – Nuvem de Palavras sobre os conteúdos partilhados pelos participantes	105
Figura 33 – Nuvem de Palavras sobre os conteúdos consumidos pelos participantes.	106
Figura 34 – Competências Digitais: Informação e data literacy.	110
Figura 35 – Competências Digitais: colaboração e comunicação <i>online</i> .	111
Figura 36 – Competências Digitais: criação de conteúdo digital.	113
Figura 37 – Competências Digitais: segurança	114
Figura 38 – Competências Digitais: resolução de problemas	115
Figura 39 – Resultado da análise por competências	117
Figura 40 – O positivo das redes sociais	125
Figura 41 – O negativo das redes sociais	126
Figura 42 – Nuvem de palavras “rede social”	136
Figura 43 – Rede social: categorização do conceito	137
Figura 44 – O positivo das redes sociais	141
Figura 45 – O negativo das redes sociais.	142
Figura 46 – Preferências de publicação de conteúdos	143
Figura 47 – Preferências de redes sociais	144
Figura 48 – Rede de contato presencial Centro I	149
Figura 49 – Rede de contato <i>online</i> Centro I	149
Figura 50 – Rede de amizade presencial Centro I.	150
Figura 51 – Rede de amizade <i>online</i> Centro I	150
Figura 52 – Rede de contato presencial Centro II.	151
Figura 53 – Rede de contato <i>online</i> Centro II.	152

Figura 54 – Rede de amizade presencial Centro II	152
Figura 55 – Grafo da rede de amizade <i>Online</i> Centro II	153
Figura 56 – Rede de contato presencial Centro III	154
Figura 57 – Rede de contato <i>online</i> Centro III	154
Figura 58 – Rede de amizade presencial Centro III.	155
Figura 59 – Rede de amizade <i>Online</i> Centro III	155
Figura 60 – Rede de contato presencial Norte	156
Figura 61 – Rede de contato <i>online</i> Norte.	157
Figura 62 – Rede de amizade presencial Norte.	157
Figura 63 – Rede de amizade <i>Online</i> Norte	158

Quadros

Quadro 1 – Competências essenciais	36
Quadro 2 – Áreas de competência e competências.	38
Quadro 3 – Caracterização da pesquisa	51
Quadro 4 – Modelo de análise.	54
Quadro 5 – Competências digitais avaliadas na pesquisa	108
Quadro 6 – O positivo e negativo das redes sociais.	124
Quadro 7 – Pontos positivos e negativos das redes sociais.	138

Tabelas

Tabela 1 – Nacionalidade dos inquiridos	61
Tabela 2 – Habilitações escolares	63
Tabela 3 – Situação profissional.	64
Tabela 4 – Tipo de conexão	68
Tabela 5 – Frequência de uso de dispositivo por género	71
Tabela 6 – Frequência na compra e venda pela Internet por género	77
Tabela 7 – Faixa etária e Confiança na informação das redes sociais	86
Tabela 8 – Estado civil e partilha de opinião sobre produtos e serviços	94

Tabela 9 – Uso das redes sociais: antes e durante a pandemia de Covid-19 (periodicidade)	97
Tabela 10 – Uso das redes sociais: antes e durante a pandemia de Covid-19 (temporalidade)	97
Tabela 11 – Ranking dos 8 temas mais partilhados e consumidos	102
Tabela 12 – Relações de amizade na rede – densidade das redes.	158
Tabela 13 – Relações de estudo na rede – densidade das redes.	158
Tabela 14 – Proposta de medidas	175

ANEXOS

ANEXO I

Anexo 1.1 QUESTIONÁRIO *ONLINE*

Uso das redes sociais e competências digitais em Portugal

O presente questionário tem como objetivo a recolha de dados sobre a utilização das redes sociais e competências digitais dos residentes em Portugal para um projeto de investigação e produção de conhecimento científico. O projeto é desenvolvido pelo CLISSIS da Universidade Lusíada (Portugal) em parceria com o CRIE (Brasil) e apoio da Fundação de Ciência e Tecnologia (FCT).

O questionário está estruturado em 4 partes e a resposta na sua totalidade demora cerca de 20 minutos.

A sua colaboração é fundamental para o sucesso deste projeto. São garantidos o anonimato e confidencialidade de todos os participantes.

Colocamo-nos à disposição para eventuais esclarecimentos pelo e-mail redesportugal2021@gmail.com

Desde já agradecemos sua colaboração.

*Obrigatório

Concorda em participar voluntariamente desta pesquisa? *

Sim ()

Não ()

As informações solicitadas nesta seção visam conhecer o perfil do participante.

1. Reside em Portugal? *

• Sim ()

• Não ()

2. Qual é sua nacionalidade? *

• Portuguesa ()

• Angolana ()

• Brasileira ()

• Espanhola ()

• Moçambicana ()

• Outra: _____

3. Em qual distrito reside? * - Escolher uma opção (lista no formulário)

4. Qual a sua faixa etária? *

• 16 a 24 anos ()

• 25 a 34 anos ()

• 35 a 44 anos ()

• 45 a 54 anos ()

• 55 a 64 anos ()

• Acima de 65 anos ()

5. Qual seu género? *

• Masculino ()

• Feminino ()

• Outro ou prefiro não responder ()

6. Qual é sua formação académica? *

- 1º ciclo (ensino primário) ()
- 2º ciclo (5º e 6º ano) ()
- 3º ciclo (até o 9º ano) ()
- Secundário (até o 12º ano) ()
- Licenciatura ()
- Mestrado ()
- Doutoramento ()

7. Qual é seu estado civil? *

- Solteiro (a) ()
- Casado (a) ()
- Divorciado (a) ()
- União de facto ()
- Viúvo (a) ()
- Separado (a) ()

8. Qual é a sua situação profissional? *

- Trabalhador (a) por conta própria ou independente ()
- Trabalhador (a) por conta de outrem no setor privado ()
- Trabalhador (a) na administração pública ()
- Empregador (a) com menos de 10 empregados ()
- Empregador (a) com mais de 10 empregados ()
- Aposentado (a) ()
- Desempregado (a) ()
- Estudante ()

9. Qual é o seu rendimento mensal? *

- Até 700 euros ()
- 701 a 1500 euros ()
- 1501 a 3000 euros ()
- Superior a 3000 euros ()
- Não tenho rendimento ()

2. Acesso digital

As informações solicitadas nesta seção visam identificar e compreender a conectividade, uso dos dispositivos digitais e Internet.

10. Numa escala de 0 a 5, como avalia a qualidade da Internet da sua região? Onde 0 é Péssimo e 5 Excelente. ()

11. Qual tipo de conexão mais utilizada? *

- Internet móvel (telemóvel) ()
- Rede residencial ()
- Rede no trabalho ()
- Rede na escola ()
- Rede nos espaços públicos ()

Para responder as perguntas abaixo escolha entre as alternativas abaixo qual sua frequência de uso em dispositivos.

Diariamente - 1 vez por semana - Uma vez no mês - Não utilizo

12. Com que frequência utiliza o telemóvel? * ()

13. Com que frequência utiliza computador/notebook? * ()

14. Com que frequência utiliza o tablet? * ()

15. Com que frequência utiliza dispositivos inteligentes (Alexa ou outros assistentes virtuais; Apple Watch ou outros smartwatches)? * ()

Para responder a pergunta abaixo escolha entre as alternativas abaixo qual sua frequência de uso da internet

Nunca - Muito raramente - Raramente - Ocasionalmente -Frequente - Muito frequente

16. Com que frequência utiliza a Internet para: *

- Serviços públicos *online* ()
- Serviços bancários (Internet banking) ()
- Consulta médica (telemedicina) ()

- Comprar ou vender *online* ()
- Trabalhar ()
- Estudar ()
- Novos aprendizados (aprender outro idioma, aprender uma linguagem de programação, etc.) ()
- Ouvir música (streaming) ()
- Assistir filmes ()
- Ler livros (e-book) ()
- Jogar ()
- Usar as redes sociais ()
- Discutir sobre questões políticas ou sociais ()
- Se informar sobre as notícias recentes ()

3. Redes sociais digitais

As informações solicitadas nesta seção visam identificar e compreender a participação nas redes sociais digitais: redes online 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.

17. Utiliza aplicativos como Whatsapp, Telegram ou Messenger? *

- Sim ()
- Não ()

18. Qual é o mais utilizado? *

- WhatsApp ()
- Telegram ()
- Messenger ()

19. Qual (is) motivo (s) para a utilização? (Pode escolher mais de uma opção) *

- Profissional (trabalho) ()
- Atividades educacionais ()
- Social (amigos/família) ()
- Comércio eletrônico (e-commerce) ()
- Outro _____

20. Tem perfil criado nas redes sociais? *

- Sim ()
- Não ()

20.1. Qual o motivo de não utilizar as redes sociais?

- Não sei como usar ()
- Tenho preocupação com questões de privacidade ou segurança ()
- Não tenho interesse em usar rede social digital ()
- Sou contra a existência das redes sociais digitais ()

21. Qual (is) a (s) rede (s) social (is) mais utilizada (s)? (Pode escolher mais de uma opção) *

- Facebook ()
- Youtube ()
- Instagram ()
- LinkedIn ()
- Twitter ()

Outro: _____

Nas questões 22 a 26, responda em uma escala de 1 a 7 cada uma das afirmativas, sendo 1 “discorda totalmente” e 7 “concorda totalmente”

22. Confio nas informações transmitidas nas redes sociais

(Facebook, Twitter, etc.) ()

23. Já partilhei conteúdo sem saber que era falso * ()

24. Já partilhei conteúdo falso intencionalmente * ()

25. Costumo partilhar minha opinião sobre produtos
ou serviços que utilizo ()

26. Costumo aceder a comentários partilhados
por outras pessoas antes de consumir produtos ou serviços ()

27. Com qual frequência utilizava as redes sociais digitais ANTES da pandemia de Covid-19? *

- Diariamente ()

- 1 vez por semana ()
- 1 vez ao mês ()
- Não utilizava ()

28. Com qual frequência utilizava as redes sociais digitais DURANTE a pandemia de Covid-19? *

- Diariamente ()
- 1 vez por semana ()
- 1 vez ao mês ()
- Não utilizava ()

29. Quantas horas por dia costumava aceder a redes sociais ANTES da pandemia de Covid-19? *

- Até 1 hora ()
- 1 a 3 horas ()
- 4 a 6 horas ()
- Mais de 6 horas ()
- Não utilizava ()

30. Quantas horas por dia costumava aceder a redes sociais DURANTE a pandemia de Covid-19? *

- Até 1 hora ()
- 1 a 3 horas ()
- 4 a 6 horas ()
- Mais de 6 horas ()
- Não utilizava ()

Nas questões 31 a 33, responda em uma escala de 1 a 7 cada pergunta, sendo 1 “nunca” e 7 “muito frequente”:

31. Com que frequência utiliza as redes sociais para lazer enquanto está a trabalhar ou a estudar? *

32. Com que frequência utiliza as redes sociais para obter notícias enquanto está a trabalhar ou a estudar? *

33. Com que frequência utiliza as redes sociais para fazer postagens (publicações) enquanto está a trabalhar ou a estudar? *

34. Qual (is) tipo (s) de conteúdo (s) tem interesse em partilhar nas redes sociais? (Pode escolher mais de uma opção) *

- Vida pessoal e/ou alheia ()
- Saúde, bem-estar e/ou alimentação ()
- Viagem, lazer e/ou cultura ()
- Humor ()
- Religião ou espiritualidade ()
- Conteúdo social e/ou político ()
- Animais de estimação ()
- Conhecimentos técnicos e/ou profissionais ()
- Outros ()

35. Qual (is) tipo (s) de conteúdo (s) tem interesse em consumir nas redes sociais? (Pode escolher mais de uma opção) *

- Vida pessoal e/ou alheia ()
- Saúde, bem-estar e/ou alimentação ()
- Viagem, lazer e/ou cultura ()
- Humor ()
- Religião ou espiritualidade ()
- Conteúdo social e/ou político ()
- Animais de estimação ()
- Conhecimentos técnicos e/ou profissionais ()
- Outros ()

4. Competências digitais

As informações solicitadas nesta seção visam compreender a pesquisa, organização e partilha da informação; interação e comunicação através das tecnologias

digitais; criação de conteúdo digital; resolução de problemas, segurança e privacidade no meio digital.

Entende-se como competência digital o “conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes, estratégias e sensibilização de que se precisa quando se utilizam as TIC e os meios digitais para realizar tarefas, resolver problemas, se comunicar, gerir informação, colaborar, criar e compartilhar conteúdo, construir conhecimento de maneira efetiva, eficiente, adequada de maneira crítica, criativa, autônoma, flexível, ética, reflexiva para o trabalho, o lazer, a participação, a aprendizagem, a socialização, o consumo e o empoderamento” (FERRARI, 2012).

36. Sou capaz de buscar as informações que preciso na Internet sem ajuda de outras pessoas * ()
37. Sou capaz de organizar meus dados e informação para serem armazenados e recuperados quando for preciso *
38. Sou capaz de utilizar sites (serviços *online*) para resolver questões variadas sem recorrer a serviços presenciais *
39. Sou capaz de verificar a veracidade das informações antes de partilhar nas redes sociais *
40. Sou capaz de identificar situações de risco comportamental na Internet (p. ex.: cyberbulling, roubo de identidade, etc.) *
41. Sou capaz de desenvolver trabalhos de forma colaborativa na Internet (p. ex.: trabalho em grupo para escola e projetos em equipa) *
42. Sou capaz de produzir conteúdo para ser compartilhado em site, blog ou wiki *
43. Sou capaz de proteger minhas informações e meus dados criando identidades e perfis diferentes para serviços digitais distintos *
44. Sou capaz de avaliar se a forma como os meus dados pessoais são usados nas redes sociais digitais é apropriada e aceitável, no que diz respeito aos meus direitos e minha privacidade *
45. Sou capaz de selecionar soluções para a resolução de problemas com meus dispositivos digitais (por ex. instalação, pluggins etc.) *
46. Sou capaz de encontrar capacitações (*online* ou presencial) para suprir as minhas lacunas em competência digital *

ANEXO II

QUESTIONÁRIO SOCIOMÉTRICO

CONSENTIMENTO INFORMADO

Este questionário tem como objetivo a recolha de dados sobre a utilização das redes sociais e competências digitais dos residentes em Portugal para um projeto de investigação e produção de conhecimento científico. O projeto é desenvolvido pelo CLISSIS da Universidade Lusíada (Portugal) em parceria com o CRIE (Brasil) e apoio da Fundação de Ciência e Tecnologia (FCT).

Os nomes colocados nas respostas serão codificados e será garantido o anonimato e confidencialidade.

Data: __/ __/2021

Assinatura do Investigador

Assinatura do participante

1. Na tua turma, e no período que em há aulas presenciais, com que colegas estudas (presencialmente). Refere os nomes:

2. Na tua turma, com que colegas estudas/tiras dúvidas à distância/pelas redes sociais (*online*). Refere os nomes:

3. Na tua turma, com que colegas convives frequentemente de forma presencial. Refere os nomes:

4. Na tua turma, com que colegas convives frequentemente *online*/pelas redes sociais. Refere os nomes:

O uso das redes sociais e as competências digitais dos portugueses.

A consolidação desta lógica de hiperconectividade, potenciada pela Internet, tem nas redes sociais virtuais o principal símbolo da sociedade das redes. As redes sociais virtuais são, atualmente, uma das principais formas de interação nas sociedades desenvolvidas. A massificação da Internet e, simultaneamente, a generalização dos *smartphones* são elementos que explicam este enraizamento na pós-modernidade.

A conceção de rede social tem sido moldada por várias transformações ao longo do tempo. A consolidação das redes sociais virtuais estimula a eclosão de novas experiências virtuais que ocupam uma centralidade sem precedentes na organização da vida em sociedade.

As novas formas de interação social das sociedades desenvolvidas assentam em interações virtuais. São uma das componentes mais importantes na dinâmica das relações sociais entre pessoas, organizações e grupos.

Este livro apresenta uma radiografia do uso das redes sociais em Portugal e das práticas, perfis e estratégias de utilização pelos portugueses.

The use of social networks and the digital skills of the Portuguese.

Hyperconnectivity powered by the Internet positions virtual social networks as the main symbol of the online society. Virtual social networks are currently among the principal forms of interaction in developed societies. Massification of the Internet and the simultaneous the generalization of smartphones are elements that account for this strong rooting in postmodernity.

The conceptualization of social network has been shaped by several transformations over time. The use of virtual social networks stimulates the emergence of new virtual experiences that occupy an unprecedented centrality in the organization of life in society.

The new forms of social interaction in developed societies are based on virtual interactions and have emerged as leading components in the dynamics of social relationships between people, organizations, and groups.

This book is an x-ray on the use of social networks in Portugal and the practices, profiles, and strategies of use by the Portuguese.

