



**Escola Superior
de Educação**

Politécnico de Coimbra

Consumo midiático e desinformação: estudo de caso sobre a Geração Z

Departamento de Comunicação e Ciências Empresariais [ESEC]

Mestrado em Comunicação Social – Novos Media

2022, Sandra Regina Coutinho Dias



**Escola Superior
de Educação**

Politécnico de Coimbra

Sandra Regina Coutinho Dias

Consumo midiático e desinformação: estudo de caso sobre a Geração Z

Dissertação de Mestrado em Comunicação Social – Novos Media, apresentada ao
Departamento de Comunicação e Ciências Empresariais, da Escola Superior de Educação de
Coimbra para obtenção do grau de Mestre

Constituição do júri

Presidente: Prof. Doutora Carla Susana Ribeiro Patrão

Arguente: Prof. Doutora Susana Maria Cerqueira Borges

Orientador: Prof. Doutor Gil António Baptista Ferreira

Abril de 2022

Assim como a minha graduação, dedico este estudo à memória da minha amada mãe, Marinalva Coutinho, a quem devo tudo o que sou e a quem serei eternamente grata. Seus valores e ensinamentos são a base da minha vida e permeiam meu cotidiano, refletindo minhas ações e visões de vida. Mãe, a ti, amor eterno.

Agradecimentos

Agradeço, acima de tudo, a Deus e a uma vida com saúde. Agradeço à força e determinação, impulsionadas pela vontade de viver e me desafiar, que sinto diariamente e são pontos marcantes da minha personalidade. Tais traços tiram-me da zona de conforto, me movem, levando-me além-mar.

Agradeço a minha mãe, pois nada seria possível se não fosse por ela e seus ensinamentos.

Agradeço a minha filha Maria Eduarda Coutinho por me permitir um tempo fora de casa, dizendo que estava na hora de eu fazer algo por mim.

Agradeço a minha irmã, Gabriella Coutinho, por cuidar da nossa casinha, da nossa pequena, e por me permitir um voo solo.

Agradeço a minha irmã, Andréa Carvalho, que me acolheu na sua casa, no Canadá, por duas vezes nos últimos dois anos, me encheu de amor, afeto e cuidados, fornecendo energia necessária e deixando meu coração cheio para que, no meu retorno a Portugal, eu pudesse voltar a caminhar sozinha, confiante no processo.

Ao meu sobrinho, Enzo Joshua, por tantos momentos de “tia San”, pela nossa (re)conexão, pela troca e constante aprendizado. Pelos anjinhos na neve, abraços e cheiros permitidos.

A nossa Sol, mascotinha da família, que, certamente, faz os nossos dias mais leves.

Como parte desse processo, agradecer a minha família pelo apoio e amor incondicionais é imperativo. Acredito que nada seria possível se não tivéssemos o privilégio de ser quem somos. Acredito, também, que agradecer, reconhecer o papel de outras pessoas nas nossas vidas é primordial. Muitas das coisas que realizamos, experienciamos não seria possível sem o apoio, sem a motivação, sem aquela palavra que nos desperta para o novo, que mostra que é plausível, sim, aquele objetivo, que nunca é tarde para viver algo novo, o sonho que foi deixado de lado por alguma razão. Em suma, não fazemos nada sozinhos.

Eu reconheço e agradeço imenso à família que tenho. Ao amor incondicional, que muito suporta, me acolhendo em tudo, sempre. Estamos “espalhadinhos” pelo mundo, separados por um Atlântico, em diferentes continentes, mas unidos pelo amor, apoio e respeito, alimentados diariamente.

Agradeço, ainda, aos meus amigos, poucos e bons, de longa jornada, e aos novos que conheci nesse percurso e que partilham parte dessa caminhada comigo.

Por fim, ao meu professor e orientador, Gil Ferreira, aos colegas de trabalho, a minha terapeuta, a todos que, de alguma forma, estenderam a mão para mim, me iluminaram com suas palavras. Obrigada e obrigada.

Consumo midiático e desinformação: estudo de caso sobre a Geração Z

Resumo: O ambiente online, reconhecido como espaço de expressão e de consumo de informação, mudou a comunicação. Na última década, os *media* sociais tiveram relevante influência sobre o perfil, comportamento e no número de pessoas que acessam as notícias nesse ambiente. Estudos anteriores encontraram relação positiva entre as redes sociais e o consumo de informação, sendo importantes plataformas na busca por notícias, bem como o impacto da tecnologia nas gerações. Relações positivas entre a utilização das redes sociais como fonte primária de informação, a aceitação de formas de desinformação e como isso pode contribuir para fomentar teorias conspiratórias também foram observadas. Outro fenômeno mais recente também tem sido foco de estudos: o *news finds me*. Definido como processo pelo qual as pessoas têm acesso às notícias de forma incidental, tem impactado no comportamento dos indivíduos, que acabam por ser informados, mas sem qualquer esforço. A partir de um questionário aplicado a 96 respondentes, caracterizados como Geração Z, o presente estudo tem como objetivo investigar o consumo midiático, permeado pelo fenômeno das notícias incidentais e o fator desinformação, que pode ser um importante contributo para a formação de crenças em teorias de conspiração. Os dados encontrados sugerem que os indivíduos, no processo informativo, acreditam estar bem informados, demonstrando confiança quando o consumo de notícias acontece de forma proposital e nos *media mainstream*. Os *media* sociais não são vistos como fontes confiáveis quando comparados com os *media* tradicionais. A alta conectividade e a interação digital também são contributos para percepção de desinformação. Em linha com a literatura, foi observado que o *news finds me* ocorre pela convergência entre os meios: novos *media* e *media mainstream*. Essas ligações sugerem a adoção de medidas de combate aos fatores que levam à desinformação, como a literacia digital.

Palavras-chave: *media*, *media* sociais, desinformação, teorias da conspiração, notícias incidentais, geração Z.

Media consumption and misinformation: a case study on Generation Z

Abstract: The online environment, recognized as a space for expression and consumption of information, has changed communication. In the last decade, social media has had a relevant influence on the profile, behavior and number of people who access news in this environment. Previous studies found a positive relationship between social networks and information consumption, being important platforms in the search for news, as well as the impact of technology on generations. Positive relationships between the use of social media as a primary source of information, the acceptance of forms of misinformation and how this can contribute to foster conspiracy theories were also observed. Another more recent phenomenon has also been the focus of studies: the news finds me. Defined as process by which people have access to news incidentally, it has impacted on the behavior of individuals, who end up being informed, but without any effort. Based on a questionnaire applied to 96 respondents, characterized as Generation Z, this study aims to investigate media consumption, permeated by the phenomenon of incidental news and the misinformation factor, which can be an important contribution to the formation of beliefs in conspiracy theories. The data found suggest that individuals, in the information process, believe be well informed, demonstrating confidence when the consumption of news happens on purpose and in the mainstream media. Social media is not seen as a reliable source when compared to traditional media. The high connectivity and digital interaction are also contributions to the perception of misinformation. In line with the literature, it was observed that the news finds me occurs to due to the convergence between the media: new media and mainstream media. These links suggest the adoption of measures to combat factors that lead to misinformation, such as digital literacy.

Keywords: media, social media, misinformation, conspiracy theories, incidental news, generation Z

Índice

1. INTRODUÇÃO	1
1.1. Contextualização e relevância do tema	3
1.2. Interesse do Estudo	6
1.3. Questões de Pesquisa e Hipóteses.....	7
1.4. Estrutura do trabalho.....	8
2. ENQUADRAMENTO TEÓRICO	11
2.1 Teoria da desinformação.....	13
2.2 Teoria de conspiração.....	18
2.3 Conceito de incidental <i>news</i>	23
2.4 Gerações	28
2.4.1 O que é geração	28
2.4.2. As gerações.....	31
2.4.3. Geração Z em Portugal.....	34
3. METODOLOGIA DA INVESTIGAÇÃO.....	37
3.1. Metodologia.....	39
3.2. População e amostra	39
3.3. Instrumento de recolha de dados	40
3.4. Procedimento de recolha de dados	41
3.5. Hipóteses de pesquisa	41
4. ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	45
4.1. Dados estatísticos	47
4.2. Caracterização da amostra	47
5. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS E CONCLUSÕES	55
5.1. Discussão dos resultados.....	57
5.2. Conclusão	59
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	63
ANEXOS	71
Anexo 1 - Inquérito.....	73

Lista de abreviaturas

NFM - News finds me

NFME - News finds me effects

SMU - Social Media Use

Lista de figuras

Figura 1 – Grupo etário dos 10 aos 24 anos, em Portugal. 34

Lista de gráficos

Gráfico 1 - Género	47
Gráfico 2 - O essencial da informação que me ajuda a compreender o dia-a-dia:	48
Gráfico 3 - Meios informativos	49
Gráfico 4 - Considera-se bem informado	51
Gráfico 5 - Muitos eventos mundiais de grande importância ocorreram como resultado de conspirações que desconhecemos.....	52

Lista de tabelas

Tabela 1 - Efeitos NFM.....	50
Tabela 2 - Efeitos NFME, considera-se bem informado.....	51
Tabela 3 - Efeito NFM * FN.....	53
Tabela 4 - Validação das hipóteses.....	54

1. INTRODUÇÃO

1.1. Contextualização e relevância do tema

Ao longo da história, o mundo tem passado por importantes acontecimentos. Desafios sociais, humanitários, que apresentam desdobramentos econômicos, políticos, sociais e de saúde, abrangendo as áreas de tecnologia e comunicação, e que requerem atitudes responsáveis e adequadas por parte da sociedade como um todo, têm marcado a história.

Mais recentemente, a pandemia provocada pela Covid-19, doença causada pela variante do coronavírus, apresenta-se como um evento sem precedentes na memória coletiva nos últimos tempos. Com efeito, esse contexto dominou a agenda cotidiana dos indivíduos, assim como influenciou diretamente a agenda dos *media* e de todo tipo de comunicação, principalmente no ambiente online.

Logo no início da pandemia, a OMS já chamava a atenção para esse cenário, caracterizando o ambiente no qual era possível observar uma “superabundância de informações - algumas precisas e outras não”, presentes num cenário de epidemia, que “pode levar à confusão e, em última análise, à desconfiança nos governos e na resposta da saúde pública.” Ou seja, esse comportamento poderia trazer mais problemas para uma resposta assertiva acerca da doença Covid-19 do que o próprio surto de coronavírus.

O ambiente online se traduz em um espaço singular, que dita a comunicação, bem como a expressão e o consumo de informações, que mudaram, moldaram o perfil e comportamento das pessoas. Igualmente, faz surgir atores, porta-vozes, indivíduos e grupos que buscam, partilham e interagem por meio das páginas *web* e das redes sociais para discutir diferentes assuntos, sobretudo, os que estão em cima do acontecimento, com intuito de se informar ou manterem-se informados.

Na última década, os *media* sociais desempenharam um papel importante no que refere ao número de pessoas que acessam as notícias nesse ambiente. As plataformas que os indivíduos usam e a maneira como as notícias são veiculadas, entretanto, mudaram consideravelmente neste período: Facebook, YouTube e Twitter, por exemplo, mudaram e evoluíram em termos de como funcionam, oferecendo, conseqüentemente, outra experiência para seus respectivos

utilizadores. Essas redes são vistas e buscadas como importantes meios de obtenção de informação (Pew Research Center, 2021).

Estudos encontraram relações positivas entre a utilização das redes sociais como fonte primária de informação e a aceitação de formas de desinformação e como isso pode contribuir para fomentar teorias conspiratórias, amplificando a desinformação nas redes sociais. Visto como preocupantes, essas atitudes, além de gerar dúvidas e confusão, podem levar ao medo e travar uma melhor resposta ao cenário da pandemia, causada pela Covid-19, além de interferir diretamente em outros aspectos do cotidiano.

Allington et al. (2021) identificaram algumas razões que explicam por que a desinformação se torna facilmente viral no ambiente das redes sociais. A partir de dados recolhidos já durante a pandemia Covid-19, verificaram que quanto maior a dependência de plataformas como Twitter, Facebook ou YouTube como fontes principais de informação, maior é a probabilidade de aceitação das diversas teorias da conspiração relacionadas com a pandemia.

Após análise sobre o tema, Goreis & Kothgassner (2020) argumentam que as teorias da conspiração e desinformação “são disseminadas, proliferadas e amplificadas em plataformas de mídia social”, sendo o Facebook e o Twitter as principais. E acrescentam que as diferentes crenças suscitam comportamentos diferentes. Em conjunto, as crenças conspiratórias online surgem como “surto”, como um “dilúvio de informações conflitantes, desinformações e informações manipuladas nas redes sociais” (Larson, 2018, p.309).

Um cenário que projeta incertezas, com alto nível de desconfiança, faz com que a maioria das pessoas recorra aos *media* para entender o ambiente em que vive e tomar decisões em relação a ele. Nesse sentido, a influência dos *media* é frequentemente amplificada, logo, o recurso a fontes de informação confiáveis é dos fatores mais importantes do comportamento social, sobretudo em situações de gestão de crise, (Longstaff, 2005).

Com o objetivo de compreender o complexo sistema no qual os *media* se inserem, outro fenómeno foi observado: o *news finds me*, consumo incidental de notícias. Caracterizado por Mitchelstein & Boczkowski, (2018), como um fenómeno em transição, sem consequências previsíveis, tendo a internet e a sua alta

conectividade como principal porta de acesso às notícias e aos seus efeitos. Os telefones “inteligentes” e outros dispositivos móveis, o acesso aos sites e as redes online são justificados como contributos geradores que levam às notícias incidentais. Indivíduos que se apropriam de tais recursos digitais com mais frequência são mais suscetíveis a esses estímulos (Ardèvol-Abreu, Diehl, & Gil de Zuniga, 2018).

Face a isso, é pertinente observar o comportamento e as práticas de consumo de informações, assim como a sua associação positiva com os *media* sociais e os jovens consumidores de notícias que lá estão presentes, caracterizados como Geração Z, os nativos digitais, e a sua absoluta onipresença nos meios online, designadamente as redes sociais, efeito passível da evolução da sociedade e das gerações. Isso porque a tecnologia permite, em particular, uma rápida evolução de como as pessoas se comunicam e interagem, sendo vista como um processo de relevante consideração que molda e está associado ao conceito de geração (Pew Research Center, 2019).

De igual modo, o Pew Research Center (2019), analisa, paralelamente, a evolução das gerações face ao desenvolvimento das tecnologias, uma vez que o período que compreende o início e término que definem as gerações está condicionado às alterações externas, eventos significativos, como socioeconômico e político, tendo impacto direto no comportamento, atitudes e estilos de vida desses indivíduos.

Com efeito, é ponderado o papel da tecnologia a cada geração e seu impacto. “Os *baby boomers* cresceram enquanto a televisão se expandiu dramaticamente, mudando seu estilo de vida e sua conexão com o mundo de maneiras fundamentais. A Geração X cresceu enquanto a revolução do computador estava se firmando, e os *Millennials* amadureceram durante a explosão da Internet” (Pew Research Center, 2019).

A mais recente das gerações, a Geração Z, soma todos os pontos acima desde sempre, e assinala sua progressão, marcada pela conectividade constante, relações com as mídias sociais, entretenimento e comunicação sob demanda, enquanto tais inovações tiveram que ser absorvidas aos poucos e, talvez, com certa dificuldade para as outras gerações (Pew Research Center, 2019).

Um ambiente tecnológico e crescer num modo ativo sempre pode trazer algumas implicações. As alterações podem ser tanto positivas como refletir preocupações. É uma geração vista como mais engajada, preocupada com as questões da sociedade, mudanças climáticas, mais crítica, plural e conectada. De modo que importa compreender seu papel, as práticas de consumo de informação, a relevância da desinformação e aceitação de teorias de conspiração enquanto uma geração protagonista do seu tempo, com atitudes não negligenciáveis, assim como o papel dos *media* também não passa despercebido ao tentarem adaptar as suas funções face a um contexto de rápida evolução, com a presença dos *media* sociais e as notícias que chegam por novas vias, conferindo-lhes aspectos distintos, contribuindo para reforçar conspirações e um ambiente incerto. Acompanhar esta nova geração ao longo do tempo e o ecossistema midiático que a acompanha se mostra de grande relevância.

1.2. Interesse do Estudo

É notório e de conhecimento público que as plataformas online e as redes sociais têm se mostrado protagonistas no acesso às notícias e reconhecidas como importantes meios de compartilhamento de informações, sobretudo, sobre aspectos que impactam na vida cotidiana, sendo, muitas vezes, fontes informativas privilegiadas. O papel que os *media* sociais possuem, enquanto relevante fonte no atual ecossistema midiático, não passa despercebido. Parte dos conteúdos que circulam ali pretende ser uma alternativa em relação às informações disponibilizadas nos meios tradicionais de comunicação, como os *media mainstream* e as fontes oficiais, institucionais.

Esse comportamento, por consequência, tem gerado maior atenção de estudiosos, pois é visto como fator que gera desinformação. Alguns estudos têm encontrado uma relação com a “superabundância de informações - algumas precisas e outras não”, presentes no ambiente online que podem ser propulsoras de teorias de conspiração. O cenário é suportado pelo argumento que as teorias da conspiração e desinformação “são disseminadas, proliferadas e amplificadas em plataformas de mídia social”, tendo o Facebook e o Twitter como os principais meios.

Um fenômeno mais recente e também foco de estudos para uma melhor compreensão e mitigação dos seus efeitos, denominado como *news finds me*, processo definido pelo acesso às notícias de forma incidental, tem impactado no comportamento dos indivíduos, que acabam por ser informados, mas sem qualquer esforço. Alguns estudos apontam que o consumo de informação nos *media* sociais ocorre de forma incidental. Isso interferiria no processo de comunicação tal como é conhecido, num contexto de “incidentalização”, que rompe com a hierarquia informativa conhecida e convencional, passível de certa credibilidade.

Com efeito, alterações verificadas no ecossistema informativo, a difusão de informações, com maior consumo de informações nos *media* sociais em detrimento dos *media* convencionais, podem interferir diretamente no aparecimento de crenças conspiratórias fundamentadas em desinformação.

Deste modo, a presente pesquisa tem como objetivo geral investigar o consumo midiático, permeado pelo fenômeno das notícias incidentais e o fator desinformação, que pode ser um importante contributo para as crenças em teorias de conspiração.

1.3. Questões de Pesquisa e Hipóteses

Alguns estudos têm abordado a relação dos meios nos quais os indivíduos estão presentes, a relação com o ambiente informativo, verificando um acesso intencional às informações, e a ocorrência das notícias incidentais (Boczkowski et al., 2018; Reuters, 2021).

A partir da premissa acima, as questões de pesquisa que servem de ponto de partida deste estudo são as seguintes:

Q1: A quais meios recorro para me informar e por quais meios sou passível de ser ‘encontrado’ (notícias incidentais)

Q2: Quais as fontes considero ter mais peso para o consumo de informações para a formação de opinião (meios privilegiados)

Com as questões colocadas, busca-se compreender, com base na revisão de literatura, o papel dos *media* sociais como foco de desinformação e, conseqüentemente, sendo um terreno propício para as teorias de conspiração. Valenzuela et al. (2019) versam sobre a existência de uma associação positiva entre a utilização de *media* sociais e a partilha de informações incorretas, enquanto Allington et al. (2021) observaram uma relação entre Twitter, Facebook e YouTube. Com efeito, quanto maior a dependência dessas redes como principais fontes de informação, mais provável é a aceitação das diversas teorias da conspiração.

Outros fatores, quando associados à desinformação e crenças, podem colaborar para um cenário de incertezas e desconfiança. Situações menos conhecidas, ameaçadoras, eventos significativos em sociedade, como a atual pandemia, por exemplo, constituem incertezas e insegurança, sendo importantes contributos para a formação e aceitação de teorias conspiratórias (Encyclopaedia Britannica, 2021; Mari et al., 2021). Contudo, um uso ativo das redes sociais poderia contribuir para diminuir os possíveis efeitos negativos gerados pelo consumo incidental de notícias. Na sequência, formulam-se, então, as seguintes hipóteses:

H1: Os indivíduos que elegem as redes sociais como principal fonte de informação tendem a ser mais suscetíveis ao efeito *news finds me*.

H2. Os indivíduos que possuem os jornais (digitais e em papel) como principal fonte tendem a ter um consumo propositado de informação.

H3: A percepção de estar bem informado é superior por parte dos indivíduos que procuram a informação. E menor percepção por meio das notícias incidentais.

H4: Existe uma associação positiva entre a valorização do acesso incidental à informação e a aceitação de teorias da conspiração.

1.4. Estrutura do trabalho

O presente trabalho está organizado em cinco capítulos, nomeadamente: introdução; enquadramento teórico; metodologia da investigação; análise dos resultados; e discussão dos resultados e conclusões por fim.

O capítulo I buscou demonstrar a contextualização e relevância do tema, os interesses do estudo, bem como as questões de pesquisa e hipóteses.

O capítulo II apresenta o enquadramento teórico, abordando as teorias e conceitos pertinentes ao estudo a partir da revisão de literatura.

O capítulo III apresenta a metodologia de investigação utilizada, com enquadramento referente à amostra e população, instrumento de recolha dos dados e os procedimentos de recolha dos dados.

O capítulo IV apresenta a análise dos resultados, com referência aos dados estatísticos obtidos e à caracterização da amostra.

Por fim, o capítulo V apresenta a discussão dos resultados, as limitações do estudo e as conclusões.

2. ENQUADRAMENTO TEÓRICO

2.1 Teoria da desinformação

É notório o surgimento de alguns termos e teorias nos últimos tempos, assim como uma melhor compreensão sobre o seu significado e importância. Nesse contexto, importa entender por que o termo desinformação ou teoria da desinformação tem sido tão difundido e usado, bem como analisar a sua relevância e prevalência na sociedade contemporânea. O termo vem ganhando atenção de especialistas que se concentram em entender melhor o seu significado, o que é relevante para a sua compreensão.

Em uma exaustiva pesquisa, foi possível observar que não há uma uniformidade nas definições da teoria da desinformação, tampouco, observa-se uma definição clara na língua portuguesa. Outra variação importante é que o termo pode ser encontrado como *disinformation* e *misinformation*, não havendo uma distinção clara entre eles, o que leva tudo ao espectro do conceito de desinformação.

Embora não encontrada uma clareza nas distinções que contemple a natureza do termo desinformação, seria plausível dizer que *misinformation* pode ser considerada informação falsa ou enganadora, enquanto *disinformation* falta a intenção de enganar deliberadamente o leitor.

O Cambridge Dictionary define *Disinformation* ou, ainda, *Misinformation*, como um substantivo que significa informação errada, ou o fato de as pessoas estarem mal informadas ou, ainda, informações destinadas a enganar.

Scheufele e Krause (2019) caracterizam desinformação de duas formas, ainda que não acreditem ser uma definição clara: em um sentido mais amplo, como “informação incorreta”, que ocorre de forma acidental; de modo comparativo, em que denotando um tipo de desinformação identificada como “intencionalmente falsa” (Scheufele & Krause, 2019). Os autores seguem em uma análise sobre o debate em volta do significado de “desinformado” e “mal informado”. E explicam: “Estar mal informado é frequentemente conceituado como acreditar em afirmações incorretas ou contrafactuais. No entanto, a linha entre estar mal informado ou desinformado - isto é, simplesmente não saber - há muito está confusa em diferentes literaturas” (Scheufele & Krause, 2019).

Prior (2019) diz que desinformação é um conceito histórico, assinalada como “rumores, relatos falsos, distorção, omissão de factos relevantes”, que podem influenciar em como a informação chega, comprometendo o seu entendimento e distorcendo a realidade de modo intencional (Prior, 2019, p.56-57).

De acordo com a UNESCO (2019), a desinformação “é uma informação falsa”. A pessoa responsável pela sua divulgação tem a consciência de que se trata de uma informação falsa, partilhando-a de forma intencional. A desinformação também é enquadrada como: “contexto falso; conteúdo impostor; conteúdo manipulado; conteúdo fabricado” (UNESCO, 2019, p.48).

O processo de criação e propagação de desinformação seria uma ação coordenada visando manipular ou confundir quem recebe informações distorcidas. Os responsáveis então esperam por um maior alcance por meio da partilha da desinformação no ambiente que ela se encontra (UNESCO, 2019, p.7).

A UNESCO (2019) ainda classifica a desinformação como perigosa por se apropriar de recursos elaborados e uso de tecnologia. Ela transpõe os limites do ambiente político, está presente na agenda dos *media*, o que a torna um problema mundial (UNESCO, 2019, p.21).

Na busca por fornecer uma maior compreensão sobre o assunto, alguns recursos podem ser usados para a deteção de “*misinformation*”, tais como conteúdo (texto, imagem e vídeo), contexto, propagação e deteção precoce de forma a observar alguma intencionalidade distinta. Além disso, conceitos que vão desde *spam* às *fake news*, contemplam a gama de conceitos que direcionam às informações imprecisas ou falsas espalhadas pelos *media* sociais (Wu, Morstatter, Carley, & Liu, 2019).

Associados a essas definições também estariam a “omissão de acontecimentos ou hiperbolização de detalhes dispersivos que seriam significativos para a compreensão dos factos”. Além disso, são ações consideradas intencionais e que levam à distorção dos factos, e, muitas vezes, adotadas como “recursos estilísticos na narrativa jornalística” com o intuito de aumentar o poder de persuasão (Baptista, 2019, p.56).

A desinformação enquanto fenômeno da sociedade contemporânea permite um ambiente de desconfiança e preocupação. Isso porque as informações difundidas nos *media* podem não ser confiáveis e verídicas, e assim interferir no entendimento de quem as recebe, uma vez que pode tratar-se de informações imprecisas ou mesmo falsas (Valente, 2019).

De acordo com o relatório da Comissão Europeia “A Multi-Dimensional Approach to Disinformation - Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation”, que realizou uma abordagem multidimensional sobre o conceito, o termo desinformação tem sido comumente utilizado ao fazer referência às notícias fabricadas com o objetivo de enganar. O seu conteúdo é impreciso, apresentado e disseminado com o intuito de promover danos ou, ainda, com fins lucrativos.

O dano a que se refere o relatório trata-se de danos públicos, relacionados à saúde, educação, ciência e outros, o que pode colocar em risco os “valores políticos democráticos”. Além disso, o relatório reporta que contribui para a perda do poder de crítica de quem as recebe, devido a uma equivocada interpretação e leitura, interferindo e levando à ampliação da desinformação. É considerada uma ameaça à democracia por ter cunho político e ideológico (European Commission, 2018, p.10-11).

A European Commission (2018) ainda define a desinformação como um discurso ilegal, que visa a difamação, incita a violência e o ódio. A entidade chama a atenção para o fato de poder ser, ainda, promovida por instituições, governos, grupos ou cidadãos de forma individual.

Com efeito, a disseminação de desinformação pode contribuir para uma sociedade mais polarizada, com opiniões e divergências que pairam nas extremidades, o que teria um impacto direto nas discussões em espaços públicos, tomada de decisão, influenciando diretamente as relações democráticas.

A Entidade Reguladora da Comunicação Social (ERC), à frente de um projeto desenvolvido em contexto europeu, nomeadamente “A Desinformação - Contexto Europeu Nacional”, também define desinformação como informação “comprovadamente falsa ou enganadora”, criada e propagada visando ganhos

financeiros e com o intuito de levar o público-alvo ao equívoco, podendo causar danos públicos (Entidade Reguladora para a Comunicação Social, 2019).

A ERC reforça a ameaça à democracia e aos processos políticos provocados pela desinformação, colocando em risco o desenvolvimento de políticas que visam o bem dos cidadãos, bem como a segurança, saúde e o ambiente, isso no que respeita à União Europeia. A desinformação seria, ainda, propesora de criar um cenário de desconfiança e de tensão social (Entidade Reguladora para a Comunicação Social, 2019).

O relatório da ERC analisa o poder da desinformação, refletindo que ela abala as bases construídas pelas instituições e também pelos *media* tradicionais, bem como, no cenário mais atual, os *media* online. Chama atenção, também, assim como outros estudos, que a desinformação tem um papel fundamental consoante à democracia, afetando o discernimento dos cidadãos no que refere a tomada de decisões baseadas em informações verdadeiras. A desinformação teria então um impacto na liberdade de expressão (Entidade Reguladora para a Comunicação Social, 2019, p.7).

Nesta medida, seria uma importante disfunção relacionada aos *media* e importante contributo para o declínio da confiança nas instituições e órgãos de comunicação social.

Por vezes, a desinformação é associada à *fake news* (“notícias falsas”), compreendida como um significado direto. Todavia, uma compreensão comum e direta deve ser evitada (Tandoc et al., 2018). A palavra notícia, então, por si só confere credibilidade, baseada em informação verificável e de interesse público. Uma vez que isso não reflete a realidade, ela não pode ser classificada como notícia (UNESCO, 2019, p.7).

Dito isso, o termo “notícias falsas”, *fake news*, seria um oxímoro¹, que danifica a credibilidade da informação, que atende aos critérios de verificável e de interesse público, ou seja, notícias reais” (UNESCO, 2019)

¹ Oxímoro: termo definido com combinação engenhosa de palavras cujo sentido literal é contraditório ou incongruente. - <https://dicionario.priberam.org/oximoro> acesso em 12-10-2021.

Apesar de parecer um fenômeno da atualidade, as *fake news* existem há um tempo, mas com conteúdos e objetivos que as tornavam distintas, sendo definidas como paródias de notícias, sátiras políticas, fabricação, manipulação, publicidade e propaganda (Edson C. Tandoc Jr., Zheng Wei Lim e Richard Ling, 2018).

Na maior parte dos casos, os leitores ignoram as *fake news* com as quais se deparam, mas em alguns casos o consumo de *fake news* pode levar a ações concretas (Edson C. Tandoc Jr., Zheng Wei Lim e Richard Ling, 2018). Talvez um senso crítico, um questionamento sobre determinadas notícias, a busca pela verdade de fato, o sair da zona de conforto, “bolha”, o estado de convicção em que as pessoas se encontram, pudesse mudar o cenário e o impacto das *fake news*, ainda mais quando algumas notícias chegam a beirar o cúmulo do absurdo e exploração de fatos.

Concebidas no conceito de desinformação, as *fake news* também pautam-se no caráter informativo. No entanto, no seu processo de distribuição, amplificado pelas novas tecnologias, principalmente as redes sociais, acabam por desinformar o público receptor. O simples fato de transmitir a informação pode criar um ruído entre o emissor e o receptor, e a informação ser perdida na sua essência. Além disso, não é só o jornalista o responsável por escrever ou publicar notícias. As plataformas digitais também estão inseridas nesse contexto e influenciam diretamente o processo de disseminação de *fake news*, contribuindo para a desinformação, logo, os novos *media* também têm um contributo relevante nesse processo.

Leite e Matos (2017, p.2) analisam que em consequência das novas formas de produção e o acesso à conteúdos e o tráfego de informações, geradores de um caos informacional e de desinformação, possibilitam o consumo e propagação de informações distorcidas, manipuladas e, ainda, falsas, com o intuito de servir finalidades distintas, como pessoais e institucionais.

Outrora, vivia-se uma escassez de informações e o acesso a elas era restrito, enquanto hoje a situação é oposta. É verificado uma “explosão informacional” que acaba por tornar difícil o acesso e a interpretação das informações, principalmente quando elas estão igualmente dispostas em um ambiente onde circulam informações verídicas com outras que carregam dados falsos, numa espécie de

sobreposição, muitas vezes partilhadas de forma negligente e mesmo intencional (Leite e Matos, 2017, p.2)

Diante desse cenário, algumas ferramentas e estratégias estão sendo desenvolvidas por alguns órgãos de comunicação social para combater a desinformação, com o objetivo de devolver a fiabilidade aos meios tradicionais de apuração e produção de notícias, podendo até mesmo consolidar a sua atuação enquanto fontes credíveis de notícias.

O Observatório da Comunicação (OBERCOM), por meio de um relatório a respeito das agências de notícias e ao seu papel no que concerne ao *fact-checking* (verificação de fatos em tradução livre), observa que os novos meios online, nomeadamente os *media* sociais, não são os responsáveis pela desinformação, tendo sua origem atribuída “erradamente” às redes sociais. No entanto, ressalta que a alta conectividade, bem como a interação digital, são ambientes que permitem uma “viralização exponencial” e meios de contributo relevante para o surgimento de novas formas de desinformação, com conteúdos falsos, ainda que parciais e, também, “politicamente comprometidos” (OberCom, 2020).

Em paralelo, o relatório destaca que a literacia digital, assim como a crítica, é fator fundamental quando relacionada à audiência para a criação de uma cultura de mitigação da desinformação, devendo ser fomentada por meio do consumo informado.

Em consonância a essas iniciativas, outros agentes do setor digital também mudaram suas atitudes no que refere à verificação de conteúdos. Em busca de melhorar a qualidade das informações circulantes, bem como da experiência dos utilizadores na sua rede, o “Facebook lançou, dentro do seu Journalism Project (9), uma estrutura de fact-checking para instituições externas”. A ação visa, também, melhorar a imagem pública da empresa (OBERCOM, 2020, p.8-9).

2.2 Teoria de conspiração

Integrante dos estudos das Teorias da Comunicação, a teoria da conspiração tem se tornado um fenómeno preocupante. Análises de como os meios de comunicação podem auxiliar na disseminação, principalmente a internet, têm

surgido como consequência (Deravi et al., 2019). O fenómeno gera desconfiança em relação às informações originadas dos *media* convencionais quando comparadas aos *media* alternativos, numa comunicação que ocorre de forma direta e sem mediação.

Centrado nessas ideias, é pertinente refletir sobre como a pandemia provocada pela Covid-19 afetou a rotina das pessoas, evidenciando problemas antes silenciados. Ao passo que com a mesma rapidez de disseminação do vírus pelo mundo o mesmo parece ter acontecido no que concerne à desinformação e a propulsão de teorias de conspirações.

Nesse sentido, as redes sociais, local onde muitos buscaram refúgio em tempos de isolamento social, conexão de diferentes indivíduos, personagens, posições políticas, visões e, também, nacionalidades propiciam diferentes comportamentos e tipos de consumo, desde entretenimento, exposição de ideias, aprendizagens, à busca por informações.

Esse ambiente serviu de terreno fértil para a criação e proliferação de teorias de conspiração, que reconfigurou e amplificou o processo da informação tal como ele é, pautado em apuração, fontes oficiais e divulgada pelos *media* convencionais, fontes até então oficiais e credíveis de notícias.

A Encyclopaedia Britannica (2021) define teoria da conspiração como a tentativa de explicar como acontecimentos e determinadas situações, principalmente eventos trágicos ou perigosos, são resultados das ações de um grupo pequeno, porém, poderoso. Com efeito, aqueles que acreditam na teoria rejeitam a narrativa oficial em torno dos eventos, de forma que a veracidade acerca dos fatos pode ser vista como mais uma prova da teoria de conspiração.

A Encyclopaedia acrescenta que, usualmente, tais teorias ganham notoriedade e força de propagação em períodos críticos vividos pela sociedade, como, por exemplo, durante guerras, crises econômicas e após desastres naturais de impacto e pandemia. A hipótese é que o pensamento conspiratório é fomentado pelo desejo humano de dar sentido às forças sociais que são importantes, para além de ameaçadoras, e seu conteúdo é carregado de emoções e argumentos alarmistas.

Tempos incertos e conturbados constituem um ambiente adequado para a proliferação de diferentes convicções. Acontecimentos como, por exemplo, o surto de Covid-19, tendem a atrair algumas pessoas por teorias de conspiração (Goreis & Kothgassner, 2020) no que respeita a causa ou a motivação por trás da propagação do vírus.

Ao circularem de forma muito rápida e sem fundamento factual ou científico, especulações sobre possíveis causas, tratamentos ou mesmo sobre os próprios desenvolvimentos da pandemia, causam confusão e propiciam comportamentos de risco (Allington et al., 2021). Atribuem-se também comportamentos e preferências dos indivíduos propensos às crenças conspiratórias na relação que têm consoante ao uso e discussão que desempenham nas redes sociais, que podem moldar a forma de pensar e levar a percepções equivocadas (Su, 2021).

É importante ainda, considerando esses conceitos, entender o papel dos novos *media*, sobretudo, os *media* sociais, que surgem como espaço para a teoria. Segundo Allington et al. (2021) a “mídia social” parece apresentar um forte potencial no quesito mensageira de crenças conspiratórias, já que as pessoas que possuem crenças conspiratórias são mais propensas a buscar seus conhecimentos nas redes sociais. O ambiente das plataformas de mídia social mostra-se propício para disseminar, amplificar e proliferar as teorias da conspiração e desinformação (Goreis & Kothgassner, 2020)

Há muito tempo que as plataformas de redes sociais são reconhecidas como importantes meios de compartilhamento de informações, sobretudo, sobre saúde. Esse comportamento, por consequência, gera desinformação. Para além do surto de Covid-19, com efeito de declaração de pandemia pela OMS, em março de 2020, o mundo passou a vivenciar o que pode-se denominar “pandemia da desinformação”, propiciada principalmente pela circulação de conteúdos nas redes sociais. Informações sobre o vírus, sua origem e as formas de o combater “inundaram” os meios digitais, como as redes sociais e, igualmente, os *media* convencionais. Sendo assim, a desinformação poderia ser mensageira de teorias conspiracionistas, tendo a internet como um meio de importante contributo para o aumento do fenómeno, uma vez que conecta pessoas distantes fisicamente, mas com pontos de vista semelhantes.

Allington et al. (2021) identificaram algumas razões que explicam por que a desinformação se torna facilmente viral no ambiente das redes sociais. A partir de dados recolhidos já durante a pandemia Covid-19, verificaram que quanto maior a dependência de plataformas como Twitter, Facebook ou YouTube como fontes principais de informação, maior é a probabilidade de aceitação das diversas teorias da conspiração relacionadas com a pandemia.

Outros estudos encontraram relações positivas entre a utilização das redes sociais como fonte primária de informação e a aceitação de formas de desinformação e como isso pode contribuir para fomentar teorias conspiratórias, amplificando a desinformação nas redes sociais. Visto como preocupante, essas atitudes, além de gerar dúvidas e confusão, podem levar ao medo e travar uma melhor resposta ao cenário da pandemia, causado pela Covid-19. As teorias de conspiração também são associadas a comportamentos e atitudes políticos (Deravi et al., 2019).

Após análise sobre o tema, Goreis & Kothgassner (2020) argumentam que as teorias da conspiração e desinformação “são disseminadas, proliferadas e amplificadas em plataformas de mídia social”, sendo o Facebook e o Twitter as principais. E acrescentam que as diferentes crenças suscitam comportamentos diferentes. “A crença de que Covid-19 é uma farsa pode levar a uma diminuição da percepção de ameaças e perigo, enquanto aumento do comportamento de risco, por sua vez, contradiz os efeitos de prevenção contra o vírus”, o que representa uma grave ameaça à saúde global. “Uma sistemática revisão de conteúdo do Facebook, canais do YouTube e vídeos de blogs sobre “Covid-19” revelam um amplo espectro de informações sobre crenças de conspiração relacionadas à doença, incluindo a proposição de que a pandemia é uma conspiração governamental, e a ideia de que Covid-19 é uma farsa (Goreis & Kothgassner, 2020).

O mesmo cenário é descrito por Allington et al., (2021, p.1) nas associações dos conteúdos disseminados nas redes que abordam saúde. “O YouTube e o Facebook foram identificados como os principais vetores para a disseminação de crenças conspiratórias e desinformação”, em tratando-se de temas médicos, entre outros. Em conjunto, as crenças conspiratórias online surgem como “surto”, como

um “dilúvio de informações conflitantes, desinformações e informações manipuladas nas redes sociais” (Larson, 2018, p.309).

O ambiente online se traduz em um espaço singular, que dita a comunicação, bem como a expressão e o consumo de informações, que mudaram, moldaram o perfil e comportamento das pessoas, o que por sua vez pode levar a uma crença maior em teorias de conspiração, podendo apresentar uma conexão mais forte entre essas teorias e o nível de confiança institucional. Por meio de debates de cunho ideológico ou político sobre assuntos de grande repercussão, ela pode contribuir para a polarização da sociedade. O uso de linguagem exacerbada, carregada de emoções, sejam positivas ou negativas, pautadas em crenças, podem dividir a sociedade em dois lados, entre quem é a favor ou contra a situação em questão (Larson, 2018, p.309).

Um estudo recente (Mari et al., 2021) afirma que em sociedades onde situações menos conhecidas são percebidas como ameaçadoras ou desconfortáveis e que evitam incertezas, a proliferação de crenças conspiratórias impactam de forma negativa as instituições e a confiança nelas depositada.

“Teorias de conspiração podem alimentar um clima de suspeita, o que pode destruir o capital social e contribuir para um clima geral de desconfiança que permeia a sociedade em geral, afetando negativamente as convicções da opinião pública sobre as instituições políticas e governamentais” (Mari et al., 2021, p. 2).

Contudo, o estudo apresenta um importante contraponto, diferentemente de boa parte da literatura pesquisada, que sustenta a visão que os *media* sociais são propulsores de incertezas e temores para a sociedade em geral.

Debruçados na compreensão do uso ativo das redes sociais, SMU, os autores Mari et al., (2021) observaram também que as redes sociais também têm um potencial de diminuir o efeito prejudicial das teorias de conspiração, principalmente no que refere à confiança que os indivíduos têm em seus governos e instituições. A hipótese é de que as formas ativas de uso das redes sociais proporcionam engajamento político e, por consequência, amenizam o impacto negativo que as teorias de conspiração podem causar na confiança institucional (Mari et al., 2021). Isso porque baseada nos pilares de uso ativo (interacional, informativo e expressivo), aumentam a sua capacidade de fortalecer as relações

na rede, mantendo-se informadas sobre questões comuns, de forma a atenuar os efeitos negativos da crença na conspiração.

Outros estudos mostram que as teorias de conspiração podem influenciar as intenções positivas das pessoas ao serem expostas a determinadas circunstâncias e, igualmente, informar o que elas pretendem fazer em questões importantes, como mudanças climáticas e vacinação, por exemplo (Deravi et al., 2019).

Consoante a esse contexto, Deravi et al. (2019) afirmam que as teorias de conspiração podem permitir que os indivíduos desafiem ou, ainda, questionem o poder hierárquico existente, bem como as ações de grupos poderosos. Todavia, essas atitudes podem incentivar os governos a serem mais transparentes em suas ações.

Por fim, a hipótese é que a população que utiliza a internet e as redes sociais, pautada nas suas atitudes e comportamentos, pode ter mais confiança nas instituições.

2.3 Conceito de incidental news

O conceito de notícia incidental, *incidental news*, em inglês, ainda é pouco estudado. O termo foi cunhado para referir-se às notícias disponíveis no ambiente online, nomeadamente as redes sociais, que “acidentalmente” são acedidas pela audiência, isto é “notícias incidentais” é a predominância de aquisição de informações que ocorre entre os jovens consumidores (Boczkowski et al., 2017). “Esse novo ideal-típico de consumo de informações se tornou o modo dominante de aquisição de informação para este segmento da população. O conteúdo de notícias encontrado em dispositivos móveis durante visitas a sites de mídias sociais, em um processo que é derivado de interações de mídia social em vez de procurado deliberadamente” (Boczkowski et al., 2017).

De acordo com o dicionário da Real Academia Espanhola, incidental significa "que ocorre em alguma matéria e tem alguma relação com ela"; e "de uma coisa ou fato: acessório, de menor importância" (MESO, 2016).

Caracterizado por Zúñiga, Weeks & Ardèvol-Abreu (2017) como *news finds me* (NFM), notícias me encontram em tradução literal, o termo é definido sob a crença por parte dos indivíduos de que estão informados ou mais informados à medida que ‘esbarram’ em notícias sem haver uma procura ativa de informações. Elas chegam indiretamente por meio online, recebidas de amigos e conexões nas redes sociais (Zúñiga et al., 2017).

Apesar do consumo de notícias nos *media* sociais ter se tornado popular essa prática é considerada, no entanto, um fenómeno recente. A sua dinâmica, o papel da tecnologia, as diferenças, bem como as semelhanças em relação às opções tradicionais, tais como transmissão, impressos e a web, pouco se conhece sobre o seu funcionamento (Boczkowski et al., 2017).

Ainda que os dados disponíveis sobre o fenómeno sejam poucos, ou sob tais definições e para além delas, esse novo viés no processo informativo pode alterar a perceção que os indivíduos têm sobre as notícias que consomem a partir do tipo de consumo, dando mais ênfase a determinados aspetos das informações. As consequências desse enviesamento podem ir desde a formação de sentimentos e julgamentos éticos e morais até o processamento da informação recebida.

Nos dias atuais, as redes sociais permitem publicações e partilhas nas quais os cidadãos têm mais oportunidades de encontrar notícias e informações do que antes visto. Além dos meios de comunicação tradicionais, como jornais, televisão e rádio, a “onipresença” das notícias na internet e nas redes sociais oferece às pessoas a possibilidade de serem expostas às notícias, quer as busquem de maneira ativa ou não (Zúñiga et al., 2017). Essas atividades acrescentam relevância na construção e percepção de um ambiente informativo de determinado género.

Assim, esse fenómeno das notícias incidentais se torna responsável por um ambiente onde é observado uma convergência de notícias nas redes sociais, que são oferecidas simultaneamente aos utilizadores: notícias dos *media mainstream* e também as partilhadas por outras pessoas em redes sociais (Zúñiga et al., 2017).

Por efeito, o consumo incidental de informações acaba por gerar um paradoxo. Sabe-se que há uma relação entre o aumento do consumo das notícias em redes

sociais com a diminuição do consumo de notícias em outras plataformas online, que contribui indireta e significativamente para o “efeito de deslocamento” da audiência (Bucholtz, 2015).

No mesmo sentido, Boczkowski et al., (2017) observaram que “o surgimento de notícias incidentais marca uma descontinuidade significativa com o consumo de notícias na mídia impressa e televisiva e, ainda que em menor proporção, com o consumo de notícias na *web* por meio dos computadores”.

Dados analisados nos EUA, em 2016, mostram que apesar dos meios de comunicação tradicionais ainda se mostrarem como fontes comuns de notícia para parte da população, os americanos mais jovens estão cada vez mais expostos às notícias em plataformas como sites, aplicativos e redes sociais, especialmente Facebook e Twitter (Pew, 2016), o que pode ter influenciado a maneira de se informar.

A hipótese, na análise de Hermida (2014), é de que, tecnicamente, os *media* sociais são mais fáceis de usar, o que poderia, então, influenciar e “mascarar” os hábitos de consumo e comunicação nas plataformas. E ainda: que a notícia é um “zumbido constante, disponível em qualquer dispositivo, lugar, que busca o seu próprio público” (Hermida, 2014, p.02).

O mesmo raciocínio parte de Tewksbury, Weaver, & Maddex (2001) ao afirmarem que a exposição não racional às notícias nos meios online deve-se, em grande parte, à natureza do meio e ao modelo de disseminação. “A prevalência de notícias nos diferentes cantos da *web* oferece oportunidades para que as pessoas encontrem informações sobre assuntos atuais de uma forma incidental, um subproduto de suas outras atividades online”, cenário que reflete oposição ao consumo de conteúdo de entretenimento na televisão (Boczkowski et al., 2017).

À medida que as pessoas inserem as redes sociais a sua rotina diária, conseqüentemente, a oportunidade de se depararem incidentalmente com notícias aumenta (Pew, 2014). Isso se deve ao fato relacionado à natureza ambiental das notícias e sua predominância nos *media* sociais, dificultando completamente a exposição às notícias (Hargreaves & Thomas, 2002).

O pressuposto de que mais redes sociais é igual a mais incidência e exposição às notícias incidentais tem uma relação com o comportamento dos indivíduos nas redes. Isso porque quanto mais partilha e discussão das notícias disponíveis, outros usuários das redes sociais, inevitavelmente, serão expostos ao conteúdo de notícias sem muito esforço de sua parte (Kim et al., 2013; Tewksbury et al., 2001).

A observação desse enviesamento, proporcionado pela presença dos novos *media*, também construído por muitos dos seus utilizadores ainda que de forma despropositada, poderá resultar na criação de um pseudo-ambiente, com potenciais efeitos naqueles que o usam como fonte de informação principal.

Mitchelstein & Boczkowski (2018) caracterizam o *news finds me* como um “fenómeno em transição, cujas consequências não são inteiramente previsíveis”. Acrescem, ainda, que a alta conectividade na internet facilita o acesso incidental à informação. Telefones “inteligentes” e outros dispositivos móveis, o acesso aos sites e a ligação online com outras pessoas, gerando interações constantes são importantes contributos que levam às notícias incidentais.

Boczkowski et al., (2017) buscam uma melhor compreensão sobre o assunto:

“Nesse novo modo de consumo de notícias, os jovens consumidores são cercados por conteúdo de notícias indiferenciado de outros tipos de conteúdo em seus feeds de mídia social. Eles são expostos a elas constantemente, no entanto, os cliques são esporádicos e muito pouco tempo é dedicado a ler ou assistir as histórias. Esse retrato mostra que o surgimento de notícias incidentais sinaliza uma grande descontinuidade com as ecologias de informação associadas ao consumo de notícias na mídia” (Boczkowski et al., 2017).

Um estudo do Centro de Estudios sobre Medios y Sociedad (MESO) acrescenta que a emergência da notícia incidental surge como um divisor de águas no processo de comunicação convencional. O surgimento da notícia incidental marca uma ruptura com as práticas de consumo dos *media* que dominaram o século 20, consideradas autônomas e com alguma dedicação de tempo. Ler jornal ou assistir televisão requeriam dos indivíduos tempo e lugar, adequados às rotinas e tarefas diárias (MESO, 2016).

Se muitos estudos buscam compreender como se dá o processo das notícias incidentais e identificar as vias por onde ele ocorre, os tipos de consumo, quem são seus consumidores, a quais meios de comunicação recorrem, além das causas e consequências, paralelamente, é verificado que outros estudiosos concentram-se no fenômeno inverso e a relação com os novos meios: o consumo proposital de informações online.

Esse viés é parte integrante de análises sobre o comportamento dos indivíduos de acordo com o advento da tecnologia, por consequência o efeito migratório que causa, o seu desenvolvimento e a conectividade que proporciona. Essa percepção insere novos atores, além de modular consumos e práticas já existentes, alterando, inevitavelmente, a realidade. Isso porque, ainda que os indivíduos parem suas atividades e escolham por qual meio querem acessar o noticiário, eles não consideram apenas os *media* convencionais para se informar, pautando, muitas vezes, seu comportamento de acordo com informações dos *media* digitais. Com efeito, essa disponibilidade e conexão online permitem acesso em qualquer tempo e lugar.

Perante esse cenário, Mari et al. (2021) verificam os efeitos e o papel moderador do uso ativo da mídia social, definido por eles como SMU, caracterizando-o como “SMU interacional, SMU informativo e SMU político-expressivo”. Pressupõem, ainda, que essas características vão desde “permissões” que facultam o trânsito de teorias da conspiração à atitudes e usos positivos nas redes, que contribuem para uma maior confiança e credibilidade às instituições envolvidas (Mari et al., 2021). Os autores acrescentam que as formas de interação a partir de SMU se dão de forma passiva também, ou seja, incidental, para além da ativa. O consumo ativo seria propulsor de interação social, por meio de geração de conteúdos, participações, enquanto na passiva, não ocorreria interação direta. O consumo se dá, todavia, no acompanhamento das atitudes online.

Centrado nas ideias de uso da mídia para obter notícias, Ardèvol-Abreu, Diehl, & Gil de Zuniga (2018) argumentam que os indivíduos que se apropriam dos recursos digitais com mais frequência são mais suscetíveis a estímulos, o que aumentaria o espaço de discussão, bem como a interação com a sua rede,

contribuindo para uma maior conexão online. A SMU ativa teria o efeito interacional.

Apesar dos recursos que a tecnologia disponibiliza, os fatores motivacionais que levam os indivíduos às participações ativas e a uma maior aproximação da internet e dos *media* sociais são diferentes (Correa et al., 2010). Nesse sentido, a base ativa para essa conexão seria motivacional.

Por fim, um último tipo de SMU ativa destacada por Mari et al. (2021) é o motivo informativo, pelo qual as pessoas podem querer acessar as redes sociais para buscarem notícias e se manterem informadas em questões que tocam a sociedade (Huber, Gil de Zúñiga, Diehl, & Liu, 2019).

Recentes estatísticas mostram que os *media* sociais passaram a ser um dos principais canais de consumo de informação, de propagação de mensagens, de debate público, contribuindo, em alguma medida, para a formação de opinião, maior ou menor interação e reciprocidade.

O surgimento de um novo cenário informativo pode, igualmente, contribuir para o chamado efeito bolha, com exposição a notícias ou pessoas que pensam da mesma maneira. A consequência seria a geração de laços fortes, assim como também fracos quando as posições estivessem em contrário. Este estabelecimento de laços teria efeito direto no reforço, associação e participação nas redes sociais, a fim de garantir a transmissão de normas, crenças e princípios da comunidade, tendo como ponto central o uso das notícias. O uso das redes digitais seria, então, o ponto de partida para processos de reflexão, raciocínio e atitude (Ardèvol-Abreu, Diehl, & Gil de Zuniga, 2018).

2.4 Gerações

2.4.1 O que é geração

Na busca por uma melhor compreensão da sua relevância na sociedade, o conceito de geração vem sendo estudado e ampliado ao longo dos anos por diferentes estudiosos. É visto como um retrato da evolução dos tempos, numa tentativa de explicitar o desenvolvimento da juventude de acordo com o contexto

social existente, sendo um importante contributo para as ciências humanas e sociais. O debate teórico acerca do conceito busca compreender quem são os indivíduos que formam as gerações (Leccardi & Feixa, 2011).

Mannheim (1993) faz uma profunda análise teórica passando por reflexões sobre o conceito denominadas como “positivista” e “histórico-romântica” a uma abordagem “moderna”, relacionando a geração sempre ao contexto político-social vivido e atual no qual está inserida.

Nesse sentido e numa conceitualização de que uma geração pode ser definida quando possuem afinidades, participativas de acontecimentos comuns da sociedade, em prol do coletivo, o conceito foi estruturado de acordo com determinadas influências: conexão geracional, posição geracional e unidade geracional. Essas estruturas são responsáveis por caracterizar as gerações em grupos que interligam os indivíduos por laços orgânicos, posição de igualdade na esfera histórico-social, fatores biológicos, como idade, momentos sociais vitais, situação de classe, posição económica e de poder (Mannheim, 1993).

Essa caracterização resume-se ao “fenómeno geracional”, com grupos que experienciam momentos que podem determinar a efetividade da geração a qual pertencem (Mannheim, 1993, p.29)

Outras teorias foram assinaladas ao longo do tempo, como “revezamento geracional, problema geracional e sobreposição geracional” por outros estudiosos, sempre em busca de uma melhor compreensão e à evolução do conceito geração (Leccardi & Feixa, 2011), para o qual Mannheim (1993) entende não ter uma relação apenas com fatores etários, mas com vivências e acontecimentos de associados a uma época.

Os aspectos sociais e de mudanças também são considerados mais relevantes e permeiam a construção e surgimento das gerações, bem como seu comportamento e anseios.

“Embora muito simples, a definição destaca que a mera proximidade de idade não é suficiente para considerar um grupo pertencente à mesma geração. É necessário identificar um conjunto de experiências históricas compartilhadas – obviamente, de natureza macrossocial–, que marcam

princípios compartilhados de visão de vida, contexto e, claro, um conjunto de valores comuns” (Lombardia et al., 2008, p.02, tradução própria).

Entre outras definições, o conceito de geração está relacionado à partilha de uma mesma época, à natureza biológica, como intervalo de nascimento, desenvolvimento de tecnologias, comparação entre grupos e épocas (The American Heritage Dictionary, 2021).

1. As pessoas que nasceram e viveram na mesma época, consideradas como um grupo: *a geração baby-boom*.
2. O intervalo médio de tempo entre o nascimento dos pais e o nascimento de seus filhos: *uma mudança social que ocorreu ao longo de três gerações*.
3. Todos os descendentes que estão no mesmo estágio de descendência de um ancestral comum: *Mãe e filhas representam duas gerações*”. (The American Heritage Dictionary, 2021)

Representativa do seu tempo, cada geração possui características consonantes com a realidade na qual estão inseridas, unidas por costumes, valores e comportamentos próprios da época. O contexto ideológico, assim como o económico e político, têm influência considerável. O conjunto de vivências comuns, visão de vida, cenário sociopolítico, aproximação de idade e valores está na base da formação de cada geração (Lombardia et al., 2008)

Em sua análise, Weller (2005) submete o conceito de geração a indivíduos que são testemunhas dos mesmos fatos, evoluções e que sofrem as mesmas influências. Embora acredite, também, que os mesmos fatores que as unem podem, por outro lado, não ser imperativos, contrapondo-as face a determinadas situações, com comportamentos e reações diferentes. Ou seja, elas não precisam apresentar a mesma atitude frente a mesma situação.

No que concerne ao período de tempo, Neil Howe e William Strauss (1991) dizem que o surgimento de uma nova geração se dá a cada 20 ou 25 anos. Todavia, esse hiato diminuiu para 10 ou 15 anos (Ortega y Gasset, 1929, p. 54). O advento da tecnologia é um dos principais fatores que explicaria essa queda.

Ainda que com abordagens diferentes, as formulações em torno do conceito de geração se dão, também, a partir do “revezamento geracional (sucessão e coexistência de gerações)”, “problema geracional” e “sobreposição geracional (que explicita sobre uma nova geração, dita mais ‘avançada’)” (Leccardi & Feixa, 2011). Esse conjunto de análises, que se mostram fundamentações muito teóricas, são pertinentes e trazem luz às importantes reflexões que ajudam a compreender melhor o conceito de geração atualmente.

Em suma, a noção de geração está correlacionada a momentos históricos, que correspondem a quadros sociopolíticos específicos, nomeadamente contexto social, económico, político e tecnológico. É percebido também que o conceito de geração parece não ser orgânico, considerando os pressupostos que interligam as gerações, como se cada uma se desenvolvesse a partir da anterior e das suas vivências, evoluindo de acordo com o contexto no qual estão inseridas e, principalmente, pautadas pelo advento e avanço da tecnologia. Tal interação permite partilhas e transformações na sociedade em que vivem.

Esse ambiente pressupõe que os jovens da sociedade contemporânea tendem a ser mais aptos às mudanças provocadas pela tecnologia do que as gerações antecessoras.

2.4.2. As gerações

Consideramos importante conhecer melhor as gerações anteriores à Geração Z, que é foco do estudo.

Para além do comportamento, característica principal das gerações, não há consenso na literatura existente sobre o período compreendido entre o início e o fim de uma geração. Contudo, parece não haver qualquer influência nesse sentido, ou seja, a divergência no período de nascimento dos indivíduos que são parte de cada geração não parece ser significativa (Pew, 2019; Silva et al., 2019; Veloso et al., 2008). Contudo, neste trabalho, usaremos um período apenas como referência para identificar o surgimento de cada geração.

Afirma-se que cinco gerações convivem na nossa sociedade atualmente: os *Baby Boomers*, nascidos entre 1946 e 1960; a Geração X, nascida entre 1961 e 1980;

a Geração Y, nascida entre os anos de 1981 e 1994; a Geração Z, nascida entre 1995 e 2010; e, por último, a Geração Alpha, compreendida por indivíduos nascidos após 2010.

Todas as gerações são reflexos do ambiente no qual estão inseridas, logo, são influenciadas pelos seus contextos social, político, económico, ambiental e tecnológico. Suas atitudes perante o mundo vão de acordo com as questões e causas que despertam preocupações, assinalados por eventos históricos significativos e marcantes do seu período.

Após a considerada geração tradicional, nascida até 1945, a primeira a ser estudada de fato foi a geração dos *Baby Boomers*, nascidos entre 1946 e 1960. Os *baby boomers* são os ‘filhos do pós-guerra’, pois nasceram em um contexto pós Segunda Guerra Mundial e da Grande Depressão, recebendo esse nome devido ao aumento da taxa de natalidade nesse período. São considerados otimistas, trabalhadores, focados na carreira, valorizando o status e ascensão profissional, bem como estabilidade financeira. São definidos, ainda, como uma geração que rompeu padrões, que lutou pela paz e optou em agir em consenso (Loiola, 2009).

A Geração X, nascida entre 1961 e 1980, surgiu num contexto de sociedade de bens de consumo e abundância, valorizando esse ambiente. Tais condições permitiram buscar qualidade de vida, que poderia ser conquistada por meio do trabalho (Oliveira, 2009). É uma geração vista com foco no material e sem ideologia, dando mais importância a bens materiais e a títulos do que outras gerações. O desenvolvimento das tecnologias de comunicação permitiram o equilíbrio entre vida pessoal e profissional (Galileu, 2015). Apresentam uma postura cética e defendem o ambiente de trabalho informal (Velooso et al., 2008)

A aceitação da diversidade e a boa convivência com as diferenças de género, etnia, além de religião e nacionalidades, nas suas relações, representam características marcantes dessa geração (Loiola, 2009).

Nascidos entre 1978 e 1994, a geração Y, também conhecida como *Millennials*, cresceu em um cenário de abundância conquistado pelas gerações anteriores. O acesso a bens de consumo e um cenário económico próspero permitiram uma maior valorização dos aspectos intelectuais e de autoconhecimento,

diferentemente das outras gerações. São considerados individualistas, priorizam o lado pessoal no que concerne às questões profissionais. Possuem autoestima e defendem suas opiniões (Loiola, 2009; Veloso et al., 2008).

Devido ao avanço tecnológico e à globalização, é uma geração que cresceu em contato com as tecnologias de informação. Viveu a explosão da comunicação por meio da revolução da informação, com acesso às informações também em meios online, como portais, fóruns, blogs, e-mails, além das redes sociais (Loiola, 2009).

A Geração Z surgiu já na metade da década de 1990, entre 1995 e 2010. É classificada pelos estudiosos como nativos digitais, uma vez que já nasceram inseridas no contexto online, totalmente familiarizada com as tecnologias digitais, sem encontrar dificuldades com as constantes mudanças nesse ambiente, diferentemente das gerações anteriores. A sigla "Z" vem de "zapear", que caracteriza bem as atitudes dessa geração, que troca os canais de informação constantemente e de forma rápida, sempre buscando se atualizar, algo "que seja interessante de ver ou ouvir ou, ainda, por hábito. "Zap", do inglês, significa "fazer algo muito rapidamente" e também "energia" ou "entusiasmo" (Kämpf, 2011).

São vistos como jovens que assimilam facilmente e de modo intuitivo as novas tecnologias digitais (Kämpf, 2011). Não vivem sem internet, estão sempre conectados, possuem, na maioria, smartphones, são realistas, e priorizam qualidade em vez de quantidade. É uma geração preocupada e comprometida com questões sociais, ambientais, com foco na responsabilização e em um mundo mais justo e sustentável. Suas ações estão canalizadas em fazer a diferença, com engajamento social e envolvimento político, de encontro aos seus valores, com foco em mudanças nas questões que mais lhe dizem respeito. É caracterizada, também, como uma geração crítica, com perfil criativo, que está conectada sempre e com capacidade de executar diferentes tarefas ao mesmo tempo (Prensky, 2001).

O termo "alpha" caracteriza pessoas nascidas a partir de 2010, formando a mais recente geração. Silva et al. (2019) define como uma geração representativa de mudanças no comportamento. São indivíduos definidos como curiosos, atentos, hiperestimulados, mais inteligentes, uma vez que iniciam os estudos antes do tempo regular, apresentam facilidade com meios tecnológicos, além de serem

adaptáveis e independentes. Formada por crianças, é uma geração inserida num contexto permeado de tecnologias, adaptando-se com facilidade quando comparada às outras gerações (Silva et al., 2019).

2.4.3. Geração Z em Portugal

De acordo com o PORDATA² (2021), Portugal tem atualmente aproximadamente 1,6 milhões de jovens pertencentes à Geração Z. Para essa parte da população, temas ligados à política, corrupção, pobreza e desemprego são pertinentes e são os assuntos que mais os preocupam na atualidade. Acreditam ser importante investir em educação e têm perfil empreendedor. Alguns estudiosos avaliam que as mídias digitais têm um papel relevante e moderador na vida desses jovens, causando transformações nas suas visões de mundo e comportamento (Kämpf, 2011)

Anos	Grupos etários		
	10-14	15-19	20-24
2014	540.674	552.373	553.108
2015	529.762	560.363	545.132
2016	524.168	558.165	538.556
2017	515.722	555.911	537.290
2018	510.351	552.744	538.705
2019	504.940	545.322	550.444
2020	501.888	536.441	563.793

Figura 1 – Grupo etário dos 10 aos 24 anos, em Portugal.

Fonte: <https://www.pordata.pt/DB/Portugal/Ambiente+de+Consulta/Tabela>

As principais características da Geração Z, ou GenZ, como também é denominada, se dá de maneira horizontal, não está compreendida pelo lugar, mas, sobretudo, pelo contexto no qual surge e está inserida. É uma geração

² PORDATA - Base de dados sobre Portugal.

preocupada e comprometida com questões sociais, ambientais, com foco na responsabilização e em um mundo mais justo e sustentável.

Em termos de comunicação e tecnologia, são “nativos digitais”, familiarizados com as tecnologias, com pouca ou nenhuma dificuldade em acessar informações, usando isso a favor da sua rede. Com efeito, é observada como uma geração voltada às imagens, presente nas redes sociais, produtoras e consumidoras de conteúdos, muitas vezes, próprios. Estão em constante ‘atualização’, em busca de algo “que seja interessante de ver ou ouvir” mesmo que por simples hábito. (Kämpf, 2011; Think With Google, 2019). Por outro lado, é vista como uma geração de indivíduos com interesses superficiais, com pouca atenção, pois estão presentes em todos os lugares (Kämpf, 2011).

Compreender o que move essa geração, seu comportamento e atitudes, ainda que partilhando valores e características das gerações anteriores, torna-se imprescindível na sociedade contemporânea e seus desafios, principalmente no que tange às práticas de consumo midiático.

3. METODOLOGIA DA INVESTIGAÇÃO

3.1. Metodologia

O objetivo do presente capítulo é caracterizar os procedimentos metodológicos adotados, bem como apresentar o modelo de investigação escolhido para a recolha e tratamento dos dados, visando responder aos objetivos deste estudo, além de testar as hipóteses de investigação apresentadas.

A metodologia adotada inicia-se pela revisão de literatura, por meio da qual algumas questões de pesquisa deverão ser extraídas e analisadas posteriormente. Na sequência, segue-se a aplicação de um questionário online a uma amostra determinada.

Com referencial teórico e o modelo a testar estabelecidos, devem, em seguida, definir-se os instrumentos de medidas que deverão ser usados, quais variáveis medir, como medir, quantidade de participantes, entre outras questões pertinentes (Marôco, 2014).

Consoante a este quadro, a metodologia utilizada para a validação das hipóteses formuladas foi baseada numa abordagem quantitativa. Esse tipo de abordagem é capaz de utilizar instrumentos padronizados com o intuito de mensurar as opiniões e atitudes dos entrevistados (Marconi & Lakatos, 2017). Tal método constitui-se na recolha de dados iniciais, com recurso à aplicação de um inquérito estruturado para uma amostra definida, sendo realizado tratamento estatístico posteriormente.

Na sequência, são apresentados os dados sobre a população e amostra, o instrumento de recolha dos dados, os procedimentos de recolha e, ainda, as técnicas estatísticas de análise e validação.

3.2. População e amostra

A recolha de informações sobre aspectos de um grupo numeroso, ou seja, o levantamento de dados de todo o grupo, é uma prática que se mostra, boa parte das vezes, impossível (Marconi & Lakatos, 2017). Sendo assim, é pertinente delimitar a amostra de uma população.

Para Marconi e Lakatos (2017, p. 41) a população é “o conjunto de seres animados ou inanimados que apresentam pelo menos uma característica em comum”. A

partir desta premissa, o passo seguinte é definir a amostra. A amostra pode ser definida como “uma porção convenientemente selecionada do universo (população). A amostra será um subconjunto do universo” (Marconi & Lakatos, 2017, p. 41).

A população alvo considerada neste estudo são jovens, entre 18 e 23 anos de idade, residentes em Portugal, abordados em ambiente universitário e inquiridos por meio online.

O ambiente da Internet tem trazido importantes avanços para diversas áreas, incluindo a investigação científica.

3.3. Instrumento de recolha de dados

Na elaboração do questionário, alguns fatores foram considerados. Marconi & Lakatos (2017) afirmam que o questionário não deve ser muito curto para não obter a informação necessária, porém, não muito extenso para não ser enfadonho, devendo considerar três objetivos específicos: 1) deve traduzir as informações necessárias num conjunto de perguntas; 2) deve ser motivador e encorajar o entrevistado a envolver-se na entrevista; 3) deve minimizar o erro de resposta (Malhotra et al., 2005).

O instrumento para coletar os dados foi construído considerando os construtos observados na revisão da literatura, adicionando questões para obtenção de dados demográficos. O inquérito possui 32 questões, considerando questões relativas à idade e gênero, por exemplo, sendo usado parcialmente para o presente estudo.

O questionário inicia-se com uma breve explicação sobre o estudo, qual a sua finalidade, bem como apresenta instruções aos respondentes e brevidade no tempo disponibilizado para respostas. É garantido, também, o anonimato das informações. Em seguida, é perguntado ao participante se ele tem mais de 18 anos e se aceita participar da pesquisa, garantindo que a qualquer tempo pode desistir ou retirar o consentimento dado à partida, sem mais justificativas.

Foi adotada uma escala de *Likert* para a medição das afirmações das escalas, com 6 pontos, de forma que do primeiro ao terceiro ponto é “discordo”, e do quarto ao sexto ponto é “concordo”.

3.4. Procedimento de recolha de dados

A plataforma Google *Forms* foi utilizada para a construção e envio do inquérito online, possibilitando a condução do presente estudo, tendo-se gerado um *link* para envio aos respondentes.

Trata-se de um estudo exploratório, com amostra de conveniência (não probabilística), constituída ao solicitar a colaboração de alunos dos cursos de licenciaturas do Instituto Politécnico de Coimbra (IPC), que correspondem ao grupo etário estudado e que pressupõe-se fazem parte da Geração Z. Deste modo, foi submetido um questionário online a estudantes do ensino superior entre os dias 13 de novembro e 10 de dezembro de 2021, tendo sido obtidas 96 respostas válidas.

A condição requerida era apenas a de que o respondente estivesse na faixa etária entre 18 e 23 anos, indo assim ao encontro da expectativa de alcançar, sobretudo, correspondente ao grupo caracterizado como Geração Z. Considerou-se que esta amostra possuiria características distintivas relevantes, como uma elevada utilização de *media* sociais e uma maior atenção a recursos e informações online.

3.5. Hipóteses de pesquisa

Com as questões colocadas, busca-se compreender, com base na revisão de literatura e por meio de hipóteses de pesquisa, o consumo de notícias e a exposição ao ecossistema midiático atual aos quais os indivíduos estão sujeitos.

Outros fatores, quando associados à desinformação e crenças, podem colaborar para um cenário de incertezas e desconfiança. Situações menos conhecidas, ameaçadoras, eventos significativos em sociedade, como a atual pandemia, por exemplo, constituem incertezas e insegurança, sendo importantes contributos para a formação e aceitação de teorias conspiratórias (Encyclopaedia Britannica,

2021; Mari et al., 2021). Contudo, um uso ativo das redes sociais poderia contribuir para diminuir os possíveis efeitos negativos gerados pelo consumo incidental de notícias. Na sequência, formulam-se, então, as hipóteses de pesquisa do presente estudo:

À medida que as pessoas inserem as redes sociais a sua rotina diária, conseqüentemente, a oportunidade de se depararem incidentalmente com notícias aumenta (Pew, 2014). Isso se deve ao fato relacionado à natureza ambiental das notícias e sua predominância nos media sociais, dificultando completamente a exposição às notícias (Hargreaves & Thomas, 2002). Tal contexto pode ter influenciado a maneira de se informar, o que sugere a hipótese seguinte:

H1: Os indivíduos que elegem as redes sociais como principal fonte de informação tendem a ser mais suscetíveis ao efeito *news finds me*.

De acordo com dados obtidos nos EUA, em 2016, os americanos mais jovens estão cada vez mais expostos às notícias em plataformas como sites, aplicativos e redes sociais, especialmente Facebook e Twitter. No entanto, os meios de comunicação tradicionais ainda se mostram como fontes comuns de notícia para parte da população (Pew, 2016). Tendo isso em mente, coloca-se a seguinte hipótese:

H2. Os indivíduos que possuem os jornais (digitais e em papel) como principal fonte tendem a ter um consumo propositado de informação

Uma vez que a presente investigação observa, por meio da literatura que o *news finds me* é caracterizado como um “fenómeno em transição, cujas conseqüências não são inteiramente previsíveis” (Mitchelstein & Boczkowski, 2018), podendo inferir na percepção dos indivíduos sobre estar mais ou menos informados sob o efeito do NFM coloca-se a hipótese seguinte:

H3: A percepção de estar bem informado é superior por parte dos indivíduos que procuram a informação, enquanto essa percepção é menor para quem está sujeito às notícias incidentais.

Na sequência, importa entender o papel correspondente aos *media* sociais como foco de desinformação e, conseqüentemente, observado como um terreno propício para as teorias de conspiração. Valenzuela et al. (2019) versam sobre a existência de uma associação positiva entre a utilização de *media* sociais e a partilha de informações incorretas, enquanto Allington et al. (2021) observaram uma relação entre Twitter, Facebook e YouTube. Com efeito, quanto maior a dependência dessas redes como principais fontes de informação, mais provável é a aceitação das diversas teorias da conspiração, o que sugere a hipótese seguinte:

H4: Existe uma associação positiva entre a valorização do acesso incidental à informação e a aceitação de teorias da conspiração.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1. Dados estatísticos

A análise e a interpretação dos dados tiveram como suporte a estatística descritiva, com análise simples e bi-variada de frequências e variáveis qualitativas, designadamente por meio de tabelas de contingências.

Variáveis demográficas. Duas variáveis demográficas foram incluídas no questionário, referentes ao género e idade.

4.2. Caracterização da amostra

Foram recolhidas 96 respostas, atendendo aos critérios de os inquiridos serem residentes em Portugal e dentro da faixa etária que caracteriza a Geração Z. Em linhas gerais, os dados demográficos parecem indicar que a amostra está bem distribuída, dentro do expectável, composta maioritariamente pelos indivíduos pretendidos, correspondentes à Geração Z.

Conforme pode ser visto na Figura 1, verificou-se que 25% dos inquiridos são do sexo masculino e 75% do sexo feminino. No que refere a idade, os respondentes encontram-se na faixa etária entre 28 e 23 anos.

A faixa etária respondente corresponde ao objetivo do estudo, representando quase a totalidade da amostra, apresentando poucas respostas dispersas.

Género

96 respostas

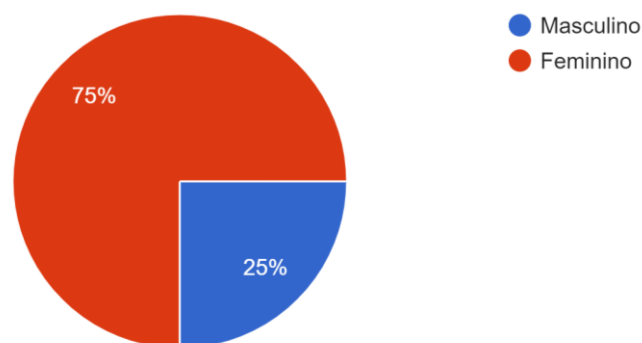


Gráfico 1 - Género

Acesso à informação. De forma a avaliar a prática no consumo de informações, o questionário incluiu algumas perguntas como instrumentos de medidas de componentes que caracterizam o conceito denominado *news finds me*. São referenciais teóricos que relacionam o fenómeno das notícias incidentais com o consumo incidental de notícias gerado por meio de notificações, informações partilhadas ou enviadas por outras pessoas. Os dados são consistentes e vão de encontro aos estudos sobre o mesmo tema, visto como o modo dominante de aquisição de informação, sem que haja uma busca deliberada (Boczkowski et al., 2017). Igualmente, é verificado quais meios os indivíduos buscam, recorrem para se informar, gerando um consumo intencional ou proposital de notícias.



Gráfico 2 - O essencial da informação que me ajuda a compreender o dia a dia:

Principal fonte de informação. Aos respondentes, foi colocada a questão sobre o principal meio de acesso às informações. Entre os meios elegidos como fonte principal de informações, de natureza política ou social, os meios mais indicados foram os jornais digitais (25%) e as redes sociais (25%), no que refere ao ambiente online. A televisão também é considerada como fonte de informação, com 39,6% das respostas. Os resultados estão apresentados no gráfico abaixo (Gráfico 3).

De entre os meios que utilizou, qual indica como a sua PRINCIPAL fonte acerca de assuntos de natureza política/social durante a última semana:

96 respostas

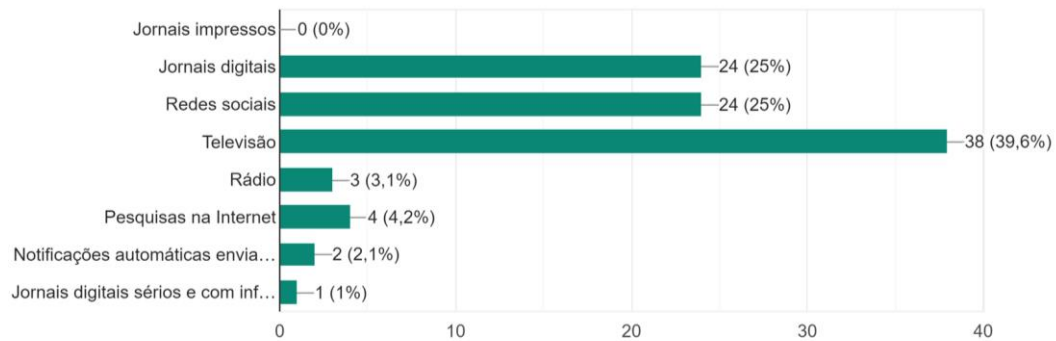


Gráfico 3 - Meios informativos

Os respondentes que afirmaram que são os principais responsáveis pela informação que consomem, quer por meios online ou papel, quer as recebam sem fazer qualquer esforço, acreditam receber o essencial de notícias para compreensão da realidade. A maior parte dos respondentes entende que recebe informações de ambas as formas, contribuindo também para o conhecimento essencial do mundo.

Os resultados obtidos mostram a seguinte distribuição: 28,1% dos indivíduos se informam de modo proposital, enquanto 18,8% dos indivíduos recebem notícias sem procurar. Para 53,1% dos respondentes, há um equilíbrio no consumo de informações.

Na tabela (Tabela 1) seguinte, encontramos a distribuição das atitudes consoantes às práticas de consumo de informação em diferentes meios, considerada as variáveis relativas ao conceito de notícias incidentais ou busca proposital de informações:

Tabela 1 - Efeitos NFM

Efeito NFM * PRINCIPAL fonte Crosstabulation									
			PRINCIPAL fonte						Total
			Redes sociais	Jornais digitais e papel	Televisão	Pesquisas na internet	Notificações	Rádio	
Efeito NFM	News finds me	Count	8	2	8	0	0	0	18
		% within PRINCIPAL fonte	33,3%	8,0%	21,1%	0,0%	0,0%	0,0%	18,8%
		% of Total	8,3%	2,1%	8,3%	0,0%	0,0%	0,0%	18,8%
	Eu procuro a informação	Count	4	8	11	2	0	2	27
		% within PRINCIPAL fonte	16,7%	32,0%	28,9%	50,0%	0,0%	66,7%	28,1%
		% of Total	4,2%	8,3%	11,5%	2,1%	0,0%	2,1%	28,1%
	Equilíbrio	Count	12	15	19	2	2	1	51
		% within PRINCIPAL fonte	50,0%	60,0%	50,0%	50,0%	100,0%	33,3%	53,1%
		% of Total	12,5%	15,6%	19,8%	2,1%	2,1%	1,0%	53,1%
Total		Count	24	25	38	4	2	3	96

Considera-se bem informado. Com a posse dos dados, procurou-se identificar a existência de uma correlação entre indivíduos com a percepção de bem informados ou não quando buscam as informações em oposição ao fenómeno das notícias incidentais, ocorrendo um consumo não intencional. A questão possuía uma escala de resposta composta por seis pontos, sendo os três primeiros contrários à afirmação, correspondente a “discordo totalmente”, e as três seguintes de concordância, “concordo totalmente”.

A questão considerou, ainda, as variáveis relativas aos tipos de consumo, incidental ou proposital. Os indivíduos que responderam que consideram-se bem informados, têm essa percepção a partir do momento que são ativos na busca por informações, enquanto os que são alvo das notícias incidentais, possuem uma percepção menor de estarem bem-informados. No gráfico seguinte (gráfico 4) são apresentados os resultados:

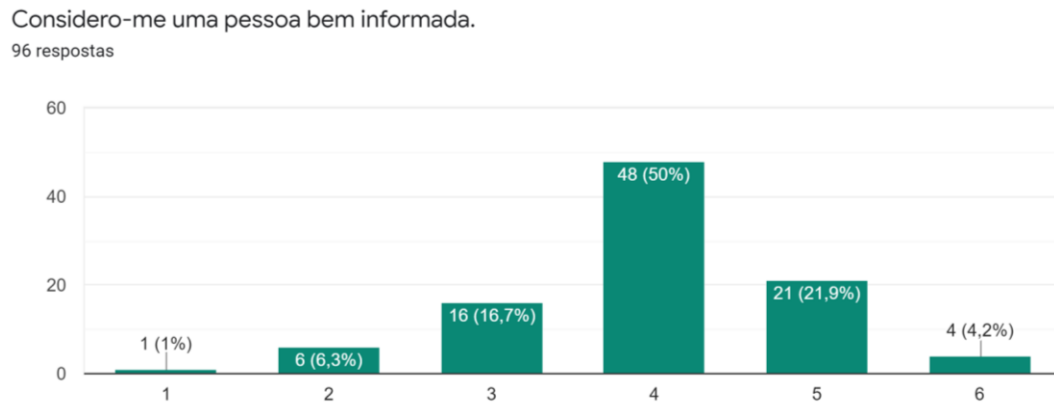


Gráfico 4 - Considera-se bem informado

A questão considerou, ainda, as variáveis relativas aos tipos de consumo, incidental ou proposital. Os indivíduos que responderam que consideram-se bem informados têm essa percepção a partir do momento que são ativos na busca por informações, enquanto os que são alvo das notícias incidentais, possuem uma percepção menor de estarem bem informados. Na tabela (Tabela 2) são apresentados os resultados a partir das variáveis:

Tabela 2 - Efeitos NFME, considera-se bem informado

Efeito NFM * Estou bem informado Crosstabulation					
			Estou bem informado		Total
			Discordo	Concordo	
Efeito NFM	News finds me	Count	6	12	18
		% within Efeito NFM	33,3%	66,7%	100,0%
	Eu procuro a informação	Count	5	22	27
		% within Efeito NFM	18,5%	81,5%	100,0%
	Equilíbrio	Count	12	39	51
		% within Efeito NFM	23,5%	76,5%	100,0%
Total	Count	23	73	96	

Conspirações. Em um ambiente online, com novos canais de comunicação, como as redes sociais, onde as informações estão por todo lado, partilhadas, muitas vezes, sem qualquer critério ou filtro, podendo ser, como consequência, propulsoras de desinformação, é importante analisar a relação entre eventos que têm influência direta na vida cotidiana com teorias de conspiração. Esse contexto permite que as atitudes sejam responsáveis por crenças denominadas conspiracionistas, definida como a tendência para assumir que importantes acontecimentos com impacto direto nas nossas vidas são orquestrados secretamente por entidades poderosas e malévolas, que agem de forma articulada, em conjunto (Douglas & Sutton, 2008). Aos respondentes foi colocada uma questão com a apresentação de uma escala de resposta composta por seis pontos. Os três primeiros são contrários à afirmação, correspondente a “discordo totalmente”, e os três pontos seguintes são de concordância, implicando em “concordo totalmente”. As respostas aparecem no gráfico (Gráfico 5) seguinte:

Muitos eventos mundiais de grande importância ocorreram como resultado de conspirações que desconhecemos.

94 respostas

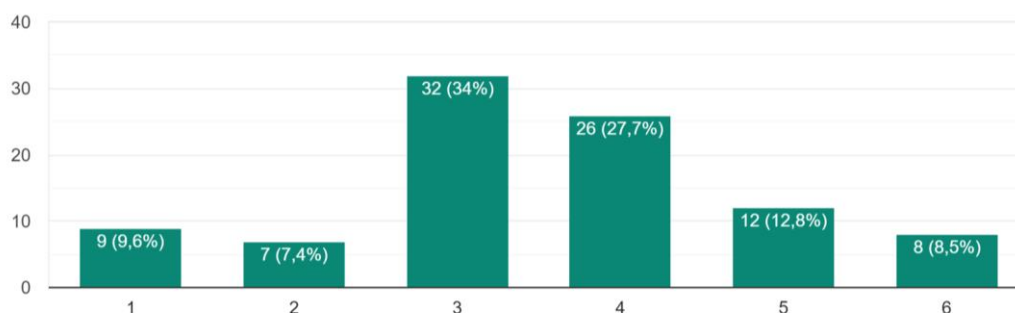


Gráfico 5 - Muitos eventos mundiais de grande importância ocorreram como resultado de conspirações que desconhecemos.

Desinformação. Como forma de introduzir a variável relativa à aceitação de desinformação, pretende-se aferir a aceitação de “teorias da conspiração” pelos indivíduos estudados e sua relação com o conceito de *news finds me*, fenômeno tão presente no ambiente das mídias digitais. Os respondentes concordam com a afirmação colocada relativa ao impacto que eventos mundiais de grande

importância podem estar associados às teorias de conspiração, com influência das notícias incidentais, enquanto a situação inversa, ou seja, a aceitação de teorias de conspiração, provocada pela desinformação nesse contexto, diminui ao passo que o consumo de informações é proposital, elas são buscadas. Os resultados dessa correlação segue na tabela (Tabela 3) seguinte:

Tabela 3 - Efeito NFM * FN

Efeito NFM * FN_Muitos eventos mundiais de grande importância ocorreram como resultado de conspirações que desconhecemos. Crosstabulation					
			FN_Muitos eventos mundiais de grande importância ocorreram como resultado de conspirações que desconhecemos.		Total
			Discordo	Concordo	
Efeito NFM	News finds me	Count	5	13	18
		% within Efeito NFM	27,8%	72,2%	100,0%
	Eu procuro a informação	Count	16	11	27
		% within Efeito NFM	59,3%	40,7%	100,0%
	Equilíbrio	Count	29	22	51
		% within Efeito NFM	56,9%	43,1%	100,0%
Total	Count	50	46	96	

Em resumo, na tabela 4, pode-se observar se as hipóteses previstas foram corroboradas ou não. De entre as quatro hipóteses previstas, é possível corroborar as quatro.

Tabela 4 - Validação das hipóteses

	Hipótese	Corroborada
H1	Os indivíduos que elegem as redes sociais como principal fonte de informação tendem a ser mais suscetíveis ao efeito <i>news finds me</i>	Sim
H2	Os indivíduos que possuem os jornais (digitais e em papel) como principal fonte tendem a ter um consumo propositado de informação.	Sim
H3	A perceção de estar bem informado é superior por parte dos indivíduos que procuram informação, enquanto sob o efeito das notícias incidentais a perceção é menor	Sim
H4	Existe uma associação positiva entre a valorização do acesso incidental à informação e a aceitação de teorias da conspiração	Sim

Fonte: elaboração própria.

5. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS E CONCLUSÕES

5.1. Discussão dos resultados

Centrado na ideia de que o ecossistema midiático vem sofrendo mudanças, alterando comportamento, o processo de comunicação, bem como a premissa da notícia, palavra que por si só confere credibilidade, baseada em informação verificável e de interesse público (Unesco, 2019, p.07), o presente estudo partiu do objeto de pesquisa sobre práticas e consumo de informação.

Nesse sentido, parte da revisão da literatura demonstrou que muitos estudos buscam compreender como se dá o processo das notícias incidentais, um conceito recente e ainda pouco estudado. O termo refere-se às notícias disponíveis no ambiente online, sobretudo, as redes sociais, que “acidentalmente” são acedidas pela audiência, predominantemente os jovens são passíveis do efeito (Boczkowski et al., 2017). Identificar as vias onde há maior ocorrência do fenômeno, tipos de consumo, quem são seus consumidores, a quais meios de comunicação recorrem, além das causas e consequências, paralelamente, também foi foco da revisão de literatura.

Dados da amostra revelam que 28,1% dos indivíduos respondentes afirmam que o acesso às informações em diferentes meios de comunicação se dá de forma ativa, como resultado de uma ação própria. O valor é significativamente baixo se considerarmos como referência a observação de alguns estudos sobre essas atitudes. Boczkowski et al., (2017) afirmam que o entendimento sobre o consumo incidental de notícias ainda necessita de mais estudos. No entanto, acreditam que é a forma predominante de aquisição de informações pela população jovem. Contudo, o cenário que avaliam é o das redes sociais. O mesmo foi encontrado por um estudo recente do Reuters Institute, (2021), ao verificar que a rede social Facebook é o meio onde os indivíduos mencionam ser mais alvos passíveis das notícias incidentais. Consideramos, então, como hipótese explicativa que tal comportamento muda quando são considerados outros meios, como os *media* online e *media mainstream*. Com efeito, tal situação também foi assinalada pelo mesmo estudo, referindo que alguns consumidores têm mais atenção a esses meios e optam por eles como alternativas para informar-se (Reuters, 2021).

Nessa medida, ao apresentar valores representativos de mais de metade da amostra, 53,1%, afirmando que há um equilíbrio no consumo informativo, tanto

ativo como passivo, os dados encontram consonância com Zúñiga et al., (2017) que demonstram que as redes sociais permitem publicações e partilhas, dando mais oportunidades aos indivíduos de encontrar notícias e informações ao considerar meios de comunicação tradicionais, como jornais, televisão e rádio, e a “onipresença” de notícias na internet e nas redes sociais, expondo-as mais às notícias, quer as busquem de maneira ativa ou não.

No que refere a principal fonte de informação, a televisão ainda é o meio mais buscado na obtenção de informação para 39,6% dos respondentes. Ao cruzar dados, é verificado, igualmente, que esse cenário corresponde ao descrito pelo Pew Research Center (2016), ao analisar o comportamento dos americanos, que ainda têm os meios de comunicação tradicionais como fontes comuns de notícias (Pew, 2016).

Na sequência, a maior parte dos respondentes, 76,1%, afirmou que se consideram indivíduos bem informados. Contudo, há uma ligeira mudança nesse quadro quando os respondentes são confrontados com a existência de uma correlação entre as variáveis relativas aos tipos de consumo, incidental ou proposital. 81,5% se sentem mais bem informados quando são ativos na busca por informações, enquanto essa percepção diminui sob influência do *news finds me*, para 66,7%. A literatura sugere que o *news finds me* contribuiu para um aumento na percepção de que os indivíduos estão informados ou mais informados à medida que ‘esbarram’ em notícias sem haver uma procura ativa de informações, uma vez que chegam indiretamente por meio online, recebidas de amigos e conexões nas redes sociais (Zúñiga et al., 2017).

Os recentes dados do Reuters Institute (2021), ao referirem o motivo pelo qual a audiência utiliza as redes sociais como plataforma de informação, observam que a maior parte dos respondentes diz ser um bom lugar para estar informado sobre os últimos acontecimentos. Outra finalidade aponta que os *media* sociais servem como interface para acesso aos *media* online, conseqüentemente, a busca de informações, tendo como privilégio os *media* tradicionais, assim como jornalistas reconhecidos.

A nossa análise também se debruçou no comportamento dos indivíduos quando confrontados com as teses que associamos às teorias da conspiração, revelando

resultados em linha com outros resultados que citamos ao longo deste estudo. É verificada uma associação positiva entre a valorização do acesso incidental à informação e a aceitação de teorias da conspiração. Os respondentes concordam com a afirmação colocada relativa ao ‘impacto que eventos mundiais de grande importância’ podem estar associados às teorias de conspiração, com influência das notícias incidentais, 72,2%, enquanto a situação inversa, ou seja, a aceitação de teorias de conspiração diminui ao passo que o consumo de informações é proposital, 40,7%.

Para os autores Mari et al., (2021) o uso ativo das redes sociais, SMU, tem um potencial de diminuir o efeito prejudicial das teorias de conspiração. A hipótese é de que as formas ativas de uso das redes sociais proporcionam engajamento e, por consequência, amenizam o impacto negativo que as teorias de conspiração podem causar no quesito confiança. Isso porque baseada nos pilares desse modo de uso (interacional, informativo e expressivo), aumentam a sua capacidade de fortalecer as relações na rede, mantendo as pessoas informadas sobre questões comuns, de forma a atenuar os efeitos negativos de crenças conspiratórias.

5.2. Conclusão

É notório a relevância dos assuntos apresentados no presente estudo face ao ecossistema midiático atual: teoria da desinformação, teoria de conspiração, conceito de *news finds me* (NFM) e o papel das gerações. Os resultados demonstram algumas percepções, com algumas associações positivas entre os conceitos. Com efeito, traz para a agenda social, política e midiática da sociedade contemporânea importantes análises.

Com a mesma rapidez de disseminação de um vírus, a situação parece se replicar quando se trata de informações. Elas estão por todo lado e muitas vezes sem processo de mediação. Um cenário classificado como “infodêmico”, caracterizado pela disseminação de desinformação, que levam ao surgimento de teorias de conspiração.

O cenário padece de menos credibilidade quando retratado por meio dos *media* sociais que, apesar de regularmente consultados, mereceram a confiança de uma

minoría. A situação é refletida também quando o consumo de informações é pautado no conceito de incidentalização de notícias, que não ocorre por uma ação intencional dos indivíduos, mas, sim, por uma exposição incidental ocorrida por meio de partilhas, notificações por parte de outros, com destaque para as redes sociais. A hipótese 1 deste estudo pressupõe que os indivíduos que elegem as redes sociais como principal fonte de informação tendem a ser mais suscetíveis ao efeito *news finds me*, o que foi confirmado pelos resultados, uma vez que os jovens estão mais expostos às informações nesse ambiente, sobretudo, Facebook e Twitter, sendo influenciados no consumo de informações. Não obstante, é verificado a existência de uma associação positiva entre a valorização do acesso incidental à informação e a aceitação de teorias da conspiração.

Nesse sentido, destacamos o papel ainda determinante atribuído pelos indivíduos aos mediadores profissionais, aos meios tradicionais de notícias, frente a observação que a televisão continua a ser a principal fonte de informação, apesar da abundância de informação a que os indivíduos são expostos constantemente nos *media* sociais. Contudo, o surgimento da notícia incidental marca uma ruptura com as práticas de consumo dos *media* que dominaram o século 20, consideradas autônomas e com alguma dedicação de tempo.

Na presente análise, os jornais (digitais e em papel) também são fortes meios e considerados também como relevante fonte, tendo influência direta no consumo propositado da informação, o que está em consonância com a hipótese 2, que pressupõe que os indivíduos que possuem os jornais (digitais e em papel) como principais fontes tendem a ter um consumo propositado de informação.

Com efeito, a percepção de estar bem informado é superior por parte dos indivíduos que buscam a informação, que corresponde ao pressuposto na hipótese 3, sobre a percepção de estar bem informado em indivíduos que procuram a informação e uma menor percepção na ocorrência de notícias incidentais.

Esse novo espaço midiático tem como protagonistas os jovens das novas gerações, designadamente os que fazem parte da geração Z, foco de estudo deste trabalho. Considerados nativos digitais, presença constante, com perfil ativo, engajado e crítico nos *media* sociais, são ávidos consumidores de notícias, quer propositais, quer incidentais.

Verifica-se que os jovens consumidores são cercados por conteúdo de notícias indiferenciado de outros tipos de conteúdo em seus *feeds* de mídia social. Eles são expostos a elas constantemente, no entanto, os cliques são esporádicos e muito pouco tempo é dedicado a ler ou acompanhar o processo informativo. Entretanto, quando confrontados com a percepção de “estou bem informado” afirmam sentir confiança quando o seu consumo de notícia se dá de forma proposital e nos *media mainstream*.

Recentes estatísticas mostram que os *media* sociais passaram a ser um dos principais canais de consumo de informação, de propagação de mensagens, de debate público, contribuindo, em alguma medida, para a formação de opinião, maior ou menor interação e reciprocidade.

Ainda que os dados disponíveis sobre o fenômeno sejam poucos, ou sob tais definições e para além delas, esse novo viés no processo informativo pode alterar a percepção que os indivíduos têm sobre as notícias que consomem a partir do tipo de consumo, dando mais ênfase a determinados aspectos das informações. As consequências desse enviesamento podem ir desde a formação de sentimentos e julgamentos éticos e morais até o processamento da informação recebida.

Em linha com a presente literatura, o fenômeno das notícias incidentais é responsável por um ambiente com a ocorrência de uma convergência de notícias nas redes sociais, que são oferecidas simultaneamente aos utilizadores: notícias dos *media mainstream* e também as compartilhadas nas redes sociais por outras pessoas.

Com efeito, esse cenário demonstra que o surgimento de notícias incidentais sinaliza uma certa descontinuidade com as ecologias de informação associadas ao consumo de notícias na mídia de referência.

Os dados deste estudo confirmam uma percepção concreta para além de estável. Os *media* sociais parecem não ser fiáveis à medida em que são confrontados com os *media* tradicionais, transpassando o papel de disseminador de crenças falsas e conspiratórias. O consumo de notícias incidentais revela-se um importante fator para uma menor percepção de estar bem informado, assim como as redes sociais. Como consequência, há uma maior aceitação de teorias da conspiração face a esses contextos.

Esse cenário corrobora o previsto na hipótese 4, que pressupõe que existe uma associação positiva entre a valorização do acesso incidental à informação e a aceitação de teorias da conspiração.

Uma vez que é sabido que as crenças conspiratórias são disseminadas mais facilmente por meio dos *media* sociais, e que atuam na percepção dos indivíduos face a realidade, desenvolver ações sobre grupos que apresentam maior probabilidade de obter informações nesse ambiente apresenta-se como importante contributo no combate à disseminação de desinformação. Ao identificar fatores que tenham influência nesse processo, este estudo pode ser de relevante contribuição para elaboração de estratégias no combate à desinformação e às crenças conspiratórias por consequência.

Por fim, importa perceber como os novos *media* surgem como espaço para conceção desses fatores e o papel dos *media* convencionais nesse contexto, uma vez que se deparam com uma crise de confiança, com um discurso conspiracionista, alarmista, cujos personagens argumentam que eles ocultam informações, realidades assustadoras, logo, não seriam meios passíveis de confiança, no entanto, ainda inspiram credibilidade quando confrontados com os *media* sociais.

Além disso, a alta conectividade, bem como a interação digital, são contextos que permitem uma “viralização exponencial” e meios de contributo relevante para o surgimento de novas formas de desinformação, com conteúdos falsos, ainda que parciais e, também, “politicamente comprometidos”.

Frente a essas situações, a literacia digital, assim como a crítica, seriam de fator fundamental quando relacionada à audiência para a criação de uma cultura de mitigação da desinformação, devendo ser fomentada por meio do consumo informado e por ações, individuais ou em conjunto, que visem a mudança de paradigmas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Allington, D., Duffy, B., Wessely, S., Dhavan, N., Rubin, J. (2021). Health-protective behaviour, social media usage and conspiracy belief during the COVID-19 public health emergency. *Psychological Medicine* 1–7. [https://doi:10.1017/S003329172000224X](https://doi.org/10.1017/S003329172000224X)
- Ardèvol-Abreu, A., Diehl, T., & Gil de Zúñiga, H. (2018). Construyendo Capital Social: cómo las noticias y la fuerza de los vínculos en la discusión política fomentan la reciprocidad. *Revista Internacional De Sociología*, 76(1), e083. <https://doi.org/10.3989/ris.2018.76.1.16.147>
- Associação Brasileira de Rádio e Televisão. (2016) Estudo aponta que jovens consomem notícias de modo incidental. Disponível em: <https://abratel.org.br/clipping/estudo-aponta-que-jovens-consomem-noticias-de-modo-incidental/>. Acesso a 13 de Outubro, 2021.
- Boczkowski, P. J., Mitchelstein, E., & Matassi, M. (2017, January 3-7). Incidental news: How young people consume news on social media. In T. X. Bui, & R. Sprague Jr. (Eds.), *Proceedings of the 50th Annual Hawaii International Conference on System Sciences* (pp. 1785-1792). University of Hawaii. <https://doi.org/10.24251/HICSS.2017.217>
- Boczkowski, P., Mitchelstein, E., & Matassi, M. (2018). “News comes across when I’m in a moment of leisure”: Understanding the practices of incidental news consumption on social media. *New Media & Society*, 20, 3523–3539. <https://doi.org/10.1177/1461444817750396>
- Bucholtz, I., “Media Use Among Social Networking Site Users in Latvia”, *International Journal of Communication*, 9, 2015, pp. 2653-2673.
- Cambridge, Dictionary (2020). Definição de Misinformation. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/misinformation>. Acesso a 03 de Dezembro, 2020.
- Correa, T., Hinsley, A. W., & Gil de Zúñiga, H. (2010). Who interacts on the Web?: The intersection of users’ personality and social media use. *Computers in Human Behavior*, 26(2), 247– 253.

Priberam, Dicionário. (2021). Definição da palavra oxímoro. Disponível em: <https://dicionario.priberam.org/oximoro>. Acesso a 12 de Outubro, 2021.

Douglas, K. M., & Sutton, R. M. (2008). The hidden impact of conspiracy theories: Perceived and actual influence of theories surrounding the death of Princess Diana. *The Journal of Social Psychology*, 148, 210–222. <https://doi.org/10.3200/SOCP.148.2.210-222>

Douglas, K. M., Uscinski, J. E., Sutton, R. M., Cichocka, A., Nefes, T., Ang, C. S., e Deravi, F. (2019), Understanding Conspiracy Theories. *Psicologia Política*, 40: 3-35. <https://doi.org/10.1111/pops.12568>, <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/pops.12568> acessado em 02-11-21

Entidade Reguladora para a Comunicação Social. (2019). A Desinformação Contexto Europeu e Nacional. In Entidade Reguladora Para a Comunicação Social.

European Comission. (2018). A multi-dimensional approach to disinformation. In TNS Political & Social European Comission (Vol. 2, Issue 1). <https://doi.org/10.2759/0156>

Figueira, J. (org. ., & Santos, S. (org. . (2019). As fake news e a nova ordem (des)informativa na era da pós-verdade (2019th ed.). Imprensa da Universidade de Coimbra. <https://doi.org/10.14195/978-989-26-1778-7>

Folha de S. Paulo (2016). Jovens leem notícias de forma incidental por meio das redes sociais, diz estudo. Blogs Novo em Folha. Disponível em: <https://novoemfolha.blogfolha.uol.com.br/2016/08/09/jovens-leem-noticias-de-forma-incidental-e-por-meio-de-redes-sociais-diz-estudo/>. Acesso a 13 de Outubro, 2021.

Forbes Portugal. (2021). Top 3 das preocupações dos Millennials e da Geração Z. Disponível em: <https://www.forbespt.com/duas-geracoes-com-olhos-na-mudanca-sustentavel/>. Acesso a 16 de Outubro, 2021.

Gil de Zúñiga, H., Diehl, T., Huber, B., & Liu, J. H. (2019). The citizen communication mediation model across countries: A multilevel mediation

- model of news use and discussion on political participation. *Journal of Communication*, 69(2), 144– 167. <https://doi.org/10.1093/joc/iqz002>
- Gil de Zúñiga, H., Weeks, B. & Ardèvol-Abreu, A. (2017), Effects of the News-Finds-Me Perception in Communication: Social Media Use Implications for News Seeking and Learning About Politics. *J Comput-Mediat Comm*, 22: 105-123. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12185>
- Goreis, A., & Kothgassner, O. D. (2020). Social Media as Vehicle for Conspiracy Beliefs on COVID-19. *Digital Psychology*, 1(2), 36–39. <https://doi.org/10.24989/dp.v1i2.1866>
- Hargreaves, I., & Thomas, J. (2002). *New news, old news*. London: Independent Television Commission/Broadcasting Standards Commission.
- Hermida, A. (2014). *Tell everyone: Why we share and why it matters*. Doubleday Canada. Disponível em: https://www.academia.edu/9742579/Tell_Everyone_Why_We_Share_and_Why_It_Matters. Acesso a 13 de Outubro, 2021.
- United Nations Educational Scientific and Cultural Organization. (2018). *Journalism, 'Fake News' & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training*. <https://en.unesco.org/fightfakenews>
- Kampf, C. (2011). A geração Z e o papel das tecnologias digitais na construção do pensamento. *ComCiência*, Campinas, n. 131, 2011. Disponível em: http://comciencia.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-76542011000700004%20\lng=en\ nrm=iso. Acesso a 17 de dezembro, 2021.
- Kim, Y., Chen, H., & Gil de Zúñiga, H. (2013). Stumbling upon news on the internet: Effect of incidental news exposure and relative entertainment use on political participation. *Computers in Human Behavior*, 29, 2607–2614. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.06.005>
- Larson, H. J. (2018). The biggest pandemic risk? Viral misinformation. *Nature*, 562(7727), 309. Disponível em: <https://www.nature.com/articles/d41586-018-07034-4>. Acesso a 23 de Março, 2021.

- Leccardi, Carmen, & Feixa, Carles. (2011). El concepto de generación en las teorías sobre la juventud. Última década, 19(34), 11-32. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-22362011000100002>
- Leite, L. R. T., & Matos, J. C. (2017). Zumbificação da Informação: a Desinformação e o Caos Informacional. Anais Do Congresso Brasileiro de Biblioteconomia, Documentação e Ciência Da Informação - FEBAB, 26(0), 1–6. Disponível em: <https://anaiscbbd.emnuvens.com.br/anais/article/view/1961/1962>. Acesso a 2 de dezembro, 2021.
- Loiola, R. (2009). Revista Galileu. Comportamento. Geração Y, p. 50 - 53. Disponível em: <http://revistagalileu.globo.com/Revista/Galileu/0,,EDG87165-7943-219,00-GERACAO+Y.html>. Acesso a 16 de Outubro, 2021.
- Lombardia, P.G.; Stein, G.; & Pin, J.R. (2008). Políticas para dirigir a los nuevos profesionales motivaciones y valores de la generacion Y. Documento de investigación. DI-753. Disponível em: <http://www.iesep.com/Descargas/spdf/Gratis/R130.pdf> . Acesso em 18 de Outubro, 2021.
- Longstaff, P. H. (2005). Security, resilience, and communication in unpredictable environments such as terrorism, natural disasters and complex technology. Harvard University; Center for Information Policy Research.
- Mannheim, M. (1993). El Problema de las Generaciones. Española e Investigaciones Sociológicas nº62, (pp.145-168).
- Marconi, M. de A., & Lakatos, E. M. (2017). Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados (6a Edição). Atlas.
- Mari, S., Gil de Zúñiga, H., Suerdem, A., Hanke, K., Brown, G., Vilar, R., Boer, D., & Bilewicz, M. (2021). Conspiracy Theories and Institutional Trust: Examining the Role of Uncertainty Avoidance and Active Social Media Use. Political Psychology, pops.12754. <https://doi.org/10.1111/pops.12754>

Marôco, J. (2014). Análise de Equações Estruturais: Fundamentos teóricos, Software & Aplicações (2ª Edição, Vol. 2). Report Number.

Mitchelstein, E., & Boczkowski, P. J. (2018). Juventud, estatus y conexiones. Explicación del consumo incidental de noticias en redes sociales. Revista mexicana de opinión pública, (24), (pp.131-145). <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2018.24.61647>

Mitchelstein, E., Matassi, M., & Boczkowski, P. (2016). Centro de Estudios sobre Medios y Sociedad en Argentina (MESO). Revista Anfibia. Ensayo - Noticias, Jóvenes y Consumos. Disponível em: <https://www.revistaanfibia.com/medio-ya-no-mensaje/>. Acesso a 13 de Outubro, 2021.

Observatório da Comunicação (2020). Agências de Notícias e fact-checking. OberCom - Investigação e Saber em Comunicação. Disponível em: https://obercom.pt/wp-content/uploads/2020/11/Agencias_factchecking_Nov2020.pdf (2020) (p. 7-29). Acesso a 11 de Outubro, 2021.

Ortega y Gasset, J. (1929). A Rebelião das Massas. Campinas: Vide Editoria.

Pew Research Center. 8 key takeaway about social media and news. Pew Research Center's Journalism Project. <http://www.journalism.org/2014/03/26/8-key-takeaways-about-social-media-and-news/>. Acesso a 14 de Outubro, 2021.

Pew Research Center (2016). The modern news consumer: News attitudes and practices in the digital era. Pew Research Center's Journalism Project. <http://www.journalism.org/2016/07/07/the-modern-news-consumer/>. Acesso a 15 de Outubro, 2021.

Pew Research Center (2019). Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. Pew Research Center. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>. Acesso a 20 de dezembro, 2021.

Pew Research Center (2020). On the Cusp of Adulthood and Facing an Uncertain Future: What We Know About Gen Z So Far. Disponível em:

<https://www.pewresearch.org/social-trends/2020/05/14/on-the-cusp-of-adulthood-and-facing-an-uncertain-future-what-we-know-about-gen-z-so-far-2/>. Acesso a 20 de dezembro, 2021.

Prensky, M. (2001). Nativos Digitais, Imigrantes Digitais. On the horizon, v. 9, n. 5, (p. 1-6). Disponível em: <http://poetadasmoreninhas.pbworks.com/w/file/60222961/Prensky%20-%20Imigrantes%20e%20nativos%20digitais.pdf>. Acesso a 09 de Dezembro, 2021.

Prior, H. (2019). Em nome do povo: o populismo e o novo ecossistema mediático. As fake news e a nova ordem (des)informativa na era da pós-verdade (2019 th ed., pp.123-145). Imprensa da Universidade de Coimbra. João Figueira Sílvia Santos. <https://doi.org/10.14195/978-989-26-1778-7>

Pordata (2021). Pordata - Base de Dados Portugal Contemporâneo. Disponível em: <https://www.pordata.pt/DB/Portugal/Ambiente+de+Consulta/Tabela>. Acesso a 09 de Outubro, 2021.

Reid, S. A. (2021). Conspiracy Theory. Encyclopedia Britannica. Disponível em: <https://www.britannica.com/topic/conspiracy-theory>. Acesso a 8 de Novembro, 2021.

Reuters Institute (2021). ¿Cómo y por qué accede la audiencia a las noticias en redes sociales? Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2021/como-y-por-que-accede-la-audiencia-las-noticias-en-redes-sociales> Acesso a 15 de Outubro, 2021.

Scheufele, D. A., & Krause, N. M. (2019). Science audiences, misinformation, and fake news. Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America, 116(16), 7662–7669. <https://doi.org/10.1073/pnas.1805871115>

Silva W. B., Validório, V. C. & Mussio, S. C. (2019). A influência das tecnologias no comportamento das gerações atuais: ferramentas para o aprendizado de línguas estrangeiras. Revista CBTeCLE, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 2-22.

- Strauss, W., & Howe, N. (1991). Gerações: a história do futuro da América, (pp. 1584 a 2069). Nova York: William Morrow and Company Inc. Disponível em: <https://archive.org/details/GenerationsTheHistoryOfAmericasFuture1584To2069ByWilliamStraussNeilHowe>. Acesso a 18 de Outubro, 2021.
- Su, Y. (2021). It doesn't take a village to fall for misinformation: Social media use, discussion heterogeneity preference, worry of the virus, faith in scientists, and COVID-19-related misinformation beliefs. *Telematics and Informatics*, 58, 101547. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101547>
- Tandoc Jr, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining “fake news” A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137–153.
- Tewksbury, D., Weaver, A. J., & Maddex, B. D. (2001). Accidentally informed: Incidental news exposure on the world wide web. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 78, 533–554. <https://doi.org/10.1177/107769900107800309>.
- Time. (2017). Move Over, Millennials: How Generation Z Is Disrupting Work As We Know It <https://time.com/5066641/generation-z-disruption/>. Acessado em 12 de outubro de 2021
- The American Heritage ® Dictionary Of The English Language (2021), 5th ed, Houghton Mifflin Harcourt Publishing Company. Disponível em: <https://ahdictionary.com/word/search.html?q=generation>. Acesso a 08 de Outubro, 2021.
- The Washington Post. (2018). Post Nation. Millennials disrupted the system. Gen Z is here to fix the mess. Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/news/post-nation/wp/2018/02/24/millennials-disrupted-the-system-gen-z-is-here-to-fix-the-mess/>. Acesso em 12 de Outubro, 2021.
- Think With Google. (2019). Família, Futuro e Diversão: conheça as portas de acesso para a Geração Z. Disponível em: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/futuro-do-marketing/gestao-e-cultura-organizacional/diversidade-e-inclusao/familia-futuro-e-diversao->

- [conheca-as-portas-de-acesso-para-a-geracao-z/](#). Acesso a 11 de Dezembro, 2021.
- Valente, J. C. L. (2019). Regulando desinformação e fake news: um panorama internacional das respostas ao problema», Comunicação Pública [Online], Vol.14 nº 27. <https://doi.org/10.4000/cp.5262>
- Valenzuela, S., Halpern, D., Katz, J. E., & Miranda, J. P. (2019). The paradox of participation versus misinformation: Social media, political engagement, and the spread of misinformation. *Digital Journalism*, 7(6), 802–823. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1623701>
- Veloso, R.F.E., Dutra, S.J. & Nakata, E.L. (2008). Percepção sobre carreiras inteligentes: diferenças entre as gerações Y, X e *baby boomers*. *EnANPAD*, XXXII Encontro da ANPAD, Rio de Janeiro, v.1, n.1, p.1-16.
- Weller, W. (2005). A atualidade do conceito de gerações de Karl Mannheim: perspectivas para a análise das relações entre educação e trabalho, Caxambu, XXIX Encontro Anual da 147 ANPOCS. Disponível em: <http://www.anpocs.com/index.php/papers29-encontro/gt-25/gt06-9/3682-wweller-a-atualidade/file>. Acesso a 18 de Dezembro, 2021.
- World Health Organization. (2020). Infodemic management: Infodemiology. World Health Organization. Disponível em: <https://www.who.int/teams/risk-communication/infodemic-management>. Acesso a 23 de Março, 2021
- Wu, L., Morstatter, F., Carley, K.M. & Liu, H. (2019). Misinformation in Social Media: Definition, Manipulation, and Detection. *SIGKDD Explorations*, 21, 80-90. <https://doi.org/10.1145/3373464.3373475>

ANEXOS

Anexo 1 - Inquérito

Práticas de consumo de informação

Prezado(a) Participante,

Se tem entre 18 e 23 anos de idade, é convidado(a) a participar voluntariamente neste estudo cujo objetivo é perceber como as pessoas obtêm informação, e a sua relação com atitudes políticas, e que está a ser desenvolvido por uma equipa de investigadores do Núcleo de investigação em Ciências Sociais e Humanas da ESEC.

Neste estudo, solicitamos-lhe que responda a um breve questionário, que não demorará mais que uns 3-4 minutos. Se achar que algo não está compreensível, não hesite em solicitar mais informações.

CONSENTIMENTO INFORMADO LIVRE E ESCLARECIDO

Este procedimento é chamado consentimento informado e descreve a finalidade do estudo, os procedimentos, os possíveis benefícios e riscos. A sua participação irá contribuir para melhorar o conhecimento sobre a forma como as pessoas obtêm informação e formam a sua atitude política.

De modo a garantir a proteção dos direitos, segurança e bem-estar de todos/as os/as participantes e a garantir prova pública dessa proteção, a sua participação é voluntária, não recolhemos dados pessoais, as suas respostas serão anónimas, e garantimos ainda a confidencialidade e anonimização de todos os dados que serão utilizados exclusivamente para produção de trabalho científico, não existindo qualquer contrapartida financeira ou de outra natureza para o/a participante, nem será efetuada qualquer transação financeira com os dados recolhidos.

Se aceitar participar solicitamos que preencha o questionário que se segue. Será garantida completa anonimização quanto à informação recolhida.

A sua participação é voluntária e é inteiramente livre de aceitar ou recusar participar neste estudo.

Pode retirar o seu consentimento em qualquer altura sem qualquer consequência para si, sem precisar de explicar as razões, sem qualquer penalidade ou perda.

Qualquer dúvida que pretenda ver esclarecida por favor contacte o investigador responsável através do email: gbatista@esec.pt

*Obrigatório

1. Género *

Marcar apenas uma oval.

Masculino

Feminino

2. Idade *

3. Considero que a maioria dos responsáveis políticos não se preocupa com o que pensam pessoas como eu. *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	6	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

4. Considero que as pessoas comuns deverão ser consultadas sempre que houver que tomar decisões importantes, designadamente através de referendos populares. *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	6	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

5. A informação que me chega através de notificações automáticas garante que esteja bem informado (a), e por isso valorizo-a muito. *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	6	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

6. Valorizo muito a informação que encontro na consulta de produtos jornalísticos, por minha iniciativa. *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	6	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

7. O essencial da informação que me ajuda a compreender o dia-a-dia: *

Marcar apenas uma oval.

- resulta diretamente da minha ação (pelo consumo de jornais, digitais, impressos, televisivos ou radiofónicos, ou ainda por pesquisas na Internet)
- chega-me sem eu a procurar (a partir das redes sociais, notificações ou de outras formas de exposição casual)
- equilíbrio de forma simétrica as duas opções anteriores

8. Considero-me uma pessoa bem informada. *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	6	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

9. Na última semana, para me informar sobre a situação política do meu país, utilizei as seguintes fontes de informação *

(assinale todas as que utilizou)

Marque todas que se aplicam.

- Jornais impressos
- Jornais digitais
- Redes sociais
- Telejornais
- Rádiojornais
- Pesquisas na Internet
- Notificações automáticas

Outro: _____

10. Se indicou "Redes sociais", qual destas foi a sua principal:

Marque todas que se aplicam.

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- YouTube
- WhatsApp
- Facebook Messenger

Outro: _____

11. De entre os meios que utilizou, qual indica como a sua PRINCIPAL fonte acerca de assuntos de natureza política/social durante a última semana: *

Marque todas que se aplicam.

- Jornais impressos
- Jornais digitais
- Redes sociais
- Televisão
- Rádio
- Pesquisas na Internet
- Notificações automáticas enviadas por plataformas digitais (jornais/redes sociais)

Outro: _____

12. Acerca do assuntos políticos/sociais, que meio lhe mereceu mais confiança? *

Marque todas que se aplicam.

- Jornais impressos
 Jornais digitais
 Redes sociais
 Televisão
 Rádio
 Pesquisas na Internet
 Notificações automáticas enviadas por plataformas digitais (jornais/redes sociais)

Outro: _____

13. Muitos eventos mundiais de grande importância ocorreram como resultado de conspirações que desconhecemos.

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	6	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

14. Admito que o Covid-19 é uma arma biológica fabricada em laboratório

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	6	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

15. O alarme social acerca do Covid-19 tem objetivos económicos e políticos.

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	6	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

16. Apesar do que dizem as autoridades, as grandes empresas e / ou governos envolvem-se frequentemente em atividades secretas motivadas pelo lucro.

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	6	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

17. Género *

Marcar apenas uma oval.

- Masculino
 Feminino

18. Idade *

19. Considero que a maioria dos responsáveis políticos não se preocupa com o que pensam pessoas como eu. *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	6	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

20. Considero que as pessoas comuns deverão ser consultadas sempre que houver que tomar decisões importantes, designadamente através de referendos populares. *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	6	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

21. A informação que me chega através de notificações automáticas garante que esteja bem informado (a), e por isso valorizo-a muito. *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	6	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

22. Valorizo muito a informação que encontro na consulta de produtos jornalísticos, por minha iniciativa. *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	6	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

23. O essencial da informação que me ajuda a compreender o dia-a-dia: *

Marcar apenas uma oval.

- resulta diretamente da minha ação (pelo consumo de jornais, digitais, impressos, televisivos ou radiofónicos, ou ainda por pesquisas na Internet)
- chega-me sem eu a procurar (a partir das redes sociais, notificações ou de outras formas de exposição casual)
- equilíbrio de forma simétrica as duas opções anteriores

24. Considero-me uma pessoa bem informada. *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	6	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

25. Na última semana, para me informar sobre a situação política do meu país, utilizei as seguintes fontes de informação *

(assinale todas as que utilizou)

Marque todas que se aplicam.

- Jornais impressos
- Jornais digitais
- Redes sociais
- Telejornais
- Rádiojornais
- Pesquisas na Internet
- Notificações automáticas

Outro: _____

26. Se indicou "Redes sociais", qual destas foi a sua principal:

Marque todas que se aplicam.

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- YouTube
- WhatsApp
- Facebook Messenger

Outro: _____

27. De entre os meios que utilizou, qual indica como a sua PRINCIPAL fonte acerca de assuntos de natureza política/social durante a última semana: *

Marque todas que se aplicam.

- Jornais impressos
- Jornais digitais
- Redes sociais
- Televisão
- Rádio
- Pesquisas na Internet
- Notificações automáticas enviadas por plataformas digitais (jornais/redes sociais)

Outro: _____

28. Acerca do assuntos políticos/sociais, que meio lhe mereceu mais confiança? *

Marque todas que se aplicam.

- Jornais impressos
- Jornais digitais
- Redes sociais
- Televisão
- Rádio
- Pesquisas na Internet
- Notificações automáticas enviadas por plataformas digitais (jornais/redes sociais)

Outro: _____

29. Muitos eventos mundiais de grande importância ocorreram como resultado de conspirações que desconhecemos.

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	6	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

30. Admito que o Covid-19 é uma arma biológica fabricada em laboratório

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	6	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

31. O alarme social acerca do Covid-19 tem objetivos económicos e políticos.

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	6	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

32. Apesar do que dizem as autoridades, as grandes empresas e / ou governos envolvem-se frequentemente em atividades secretas motivadas pelo lucro.

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	6	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

