
Varia. Artigos/Articles/Artículos

Redes Sociais: O Novo Quinto Poder? Recensão da Obra *Redes Sociais — Ilusão, Obsessão e Manipulação*, de Joaquim Fialho



Social Networks: The New Fifth Power? Book Review of *Redes Sociais — Ilusão, Obsessão e Manipulação*, by Joaquim Fialho

Redes Sociales: ¿El Nuevo Quinto Poder? Reseña del Libro *Redes Sociais — Ilusão, Obsessão e Manipulação*, de Joaquim Fialho

 **Ana Paula Vieira**

Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho, Braga, Portugal
2017.apv@gmail.com

Revista Comunicando

vol. 14, núm. 1, e025002 2025

Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação, Portugal

ISSN: 2184-0636

ISSN-E: 2182-4037

Periodicidade: Frecuencia continua

comunicando@sopcom.pt

Fialho Joaquim. *Redes Sociais — Ilusão, Obsessão e Manipulação*. 2023. Lisboa. Edições Sílabo. 146 pp.

Recepção: 12 Fevereiro 2025

Aprovação: 21 Abril 2025

Publicado: 30 Maio 2025

DOI: <https://doi.org/10.58050/comunicando.v14i1.438>

URL: <https://portal.amelica.org/ameli/journal/819/8195202007/>

Resumo: Publicado em 2023, o livro *Redes Sociais — Ilusão, Obsessão e Manipulação* aborda a dependência da sociedade das redes sociais. O seu autor, Joaquim Fialho, mostra-se muito crítico sobre os efeitos que estas produzem, colocando a ênfase nas novas relações tóxicas, que subvertem a própria realidade. Joaquim Fialho advoga que vivemos num outro estado pandémico, onde o vírus da estupidificação social deve fazer soar as campainhas.

Palavras-chave: Redes Sociais, Manipulação, Joaquim Fialho.

Abstract: Published in 2023, the book *Redes Sociais — Ilusão, Obsessão e Manipulação* (Social Networks — Illusion, Obsession and Manipulation) deals with society's dependence on social networks. Its author, Joaquim Fialho, is highly critical of the effects they produce, emphasising the new toxic relationships that subvert reality itself. Joaquim Fialho argues that we are living in another pandemic state, where the virus of social stupidification must ring alarm bells.

Keywords: Social Networks, Manipulation, Joaquim Fialho.

Resumen: Publicado en 2023, el libro *Redes Sociais — Ilusão, Obsessão e Manipulação* (Redes Sociales – Ilusión, Obsesión y Manipulación) aborda la dependencia de la sociedad de las redes sociales. Su autor, Joaquim Fialho, es muy crítico con los efectos que producen, haciendo hincapié en las

nuevas relaciones tóxicas que subvierten la propia realidad. Joaquim Fialho sostiene que vivimos en otro estado pandémico, donde el virus de la estupidez social debe hacer sonar las alarmas.

Palabras clave: Redes Sociales, Manipulación, Joaquim Fialho.

Estima-se que, neste momento, mais de cinco mil milhões de pessoas em todo o mundo usem as redes sociais (Kemp, 2025). Estes dados sustentam a ideia de que, com uma razoabilidade bastante elevada, esta será a maior rede de sempre a conectar indivíduos de todas as idades, géneros, etnias e culturas. Só esse motivo seria suficiente para que, nos escaparates das principais livrarias, a obra *Redes Sociais — Ilusão, Obsessão e Manipulação* (Fialho, 2023) chamasse a atenção. Porém, a entidade editora (ou mesmo o autor) juntou um motivo adicional de interesse: a capa, que mostra uma série de fichas com o logotipo das principais redes sociais, numa alusão a um frasco de comprimidos, que alguém com dependência de drogas toma e deixa cair ao chão. Esta espécie de invólucro funciona como um atrativo suplementar, até porque a imagem ao serviço da mensagem é uma ferramenta narrativa, que pretende ela também reforçar o conteúdo do livro.

A abordagem do autor não podia ser mais crítica, uma vez que, na sua visão, as redes sociais estão a provocar na sociedade uma dependência nunca antes vista. Os “digitaloides”, como o próprio Joaquim Fialho os nomeia, estão por todo o lado e “tornam o supérfluo uma necessidade” (p. 72). A mudança na sociedade é de tal ordem, que há um apelo ao hiperconsumo, porque o “ter supera o ser. O ter implica exhibir” (p. 72), o que se traduz na prática numa subserviência ao capitalismo, onde há apenas espaço e tempo “para expor a vida a qualquer hora em qualquer lugar, numa submissão a uma ditadura dos dados que aceitamos pacificamente” (p. 65).

Na verdade, o *homo digitalis*, que o século XXI trouxe, mais não é do que escravo do *scroll*, como refere o autor num dos capítulos. É uma clara alusão a pessoas que vivem subjugadas às redes sociais, sem noção dos perigos e da toxicidade que estas podem trazer. Aqui, o voyeurismo parece assumir um papel fundamental: todos veem todos, nesta espécie de Big Brother, que funciona em circuito fechado e onde só falta a “vigilância” de George Orwell para o vaticínio se cumprir. Na realidade, é desta dependência que os psicólogos britânicos tratam, quando referem o FOMO, o *fear of missing out*, que mais não é do que o medo de ficar afastado dos atos sociais importantes. Arpita Kaswa e Rudrani Kolapkar (2024) defendem, num artigo publicado recentemente, que este problema afeta sobretudo “os *millennials* e a geração Z” (p. 2). De acordo com as autoras, este estado psicológico que se caracteriza por uma ansiedade e desconforto, reforçado não só pela insegurança, mas até pela inveja entre pares, põe em risco a saúde mental e agudizou-se com a pandemia.

Na esteira da mesma corrente crítica, Joaquim Fialho advoga que vivemos num outro estado pandémico, onde o vírus da estupidificação social deve fazer soar as campanhas. O ponto de viragem foi, aliás, a COVID-19, altura em que as redes sociais digitais

ganharam lastro e “substituíram e acentuaram o contacto pessoal pelo virtual. O toque pelo *click*. O abraço pelo *emoji*. O aperto de mão pelo *like*” (p. 32). De acordo com Joaquim Fialho, estas relações virtuais começam a ser desequilibradas, dado que a amizade se confunde com o contacto (p. 31).

Joaquim Fialho põe a tónica na “dependência e obsessão”, explicando que “estar ligado é um prazer” (p. 106). Efetivamente, o vício pelo digital, ou seja, o transtorno por dependência da internet, que Fialho volta a trazer à cena, depois de ter sido estudado por Goldberg, aborda o uso irracional e excessivo da internet e o modo como esta interfere na vida quotidiana e provoca patologias como a ansiedade, a depressão e o transtorno de déficit de atenção. Os perigos que causam as redes estão, de facto, bem consubstanciados. Em 2022, a Comissão Europeia financiou o estudo *Research on Current Risks Among Young People as Users of Social Networks* (investigação dos riscos atuais para os jovens enquanto utilizadores das redes sociais; Georgieva et al., 2022). Os autores sublinharam a diminuição do tempo ao ar livre, menor atividade física, má imagem corporal, baixa autoestima, vício e dependência, riscos de exposição. Além do mais, as redes podem potenciar o *cyberbullying*, isolamento social, poucas horas de sono, problemas pessoais e distorção de valores. No mesmo sentido, duas investigadoras brasileiras estudaram as consequências do uso das redes sociais na saúde mental dos adolescentes. A conclusão aponta para “o *cyberbullying* e a depressão como principais riscos para o uso excessivo das tecnologias digitais” (Souza & Cunha, 2019, p. 214). As autoras referem ainda que o sinal de alerta deve ser dado não só quando as crianças e os adolescentes não se conseguem desligar das redes, mas também quando as alterações de humor e comportamento se agudizam. Ainda assim, Georgieva et al. (2022) apontam vários pontos positivos, como a manutenção da saúde mental, inspiração, conexão através de um sentimento de pertença e aceitação, formação de uma identidade própria e posicionamento na sociedade, terapia online e finalmente o uso das redes pelos profissionais para recolher dados.

Todavia, os jovens não parecem ser os únicos beneficiados. Os idosos também saem a ganhar com as redes sociais. Com efeito, estas, pela sua própria natureza, permitem ultrapassar “as barreiras de tempo e localização” (Tammisalo et al., 2024, p. 1), permitindo que a comunicação flua de forma natural entre vários participantes ao mesmo tempo, o que é particularmente importante para os idosos, porque tanto a “manutenção do contacto com a família, como a utilização diversificada dos meios de comunicação digital, incluindo as redes sociais, podem ser consideradas como contribuindo para o bem-estar” (Tammisalo et al., 2024, p. 9). A mesma opinião têm outros autores ao considerar que os hábitos de lazer digital “estão

relacionados positivamente com o bem-estar subjetivo (isto é, felicidade e satisfação de viver) entre adultos” (Chang et al., 2025, p.13).

Ancorados quiçá nos aspetos positivos, todos querem marcar presença nas redes sociais. Porém, Fialho acredita que estas funcionam sobretudo através de novas relações tóxicas, que se baseiam num mundo falso, onde tudo é perfeito e não há espaço para lágrimas e tristezas, onde “o corpo passou a ser uma mercadoria nas redes sociais. A beleza é um desejo para todos. Tal como a felicidade” (p. 94). Esta, por sua vez, está a ser divulgada por hipócritas, como os define o professor universitário, porque publicam cenários idílicos, que mais não são do que a manipulação da realidade:

a receita utilizada pelo hipócrita digital para construir a sua realidade paralela é fabricada por publicações que têm o objetivo de impressionar e manter as aparências. É uma narrativa de auto-conveniência ficcionada. Carros, roupa, viagens, casas, estilos de vida sensacionais, fazem parte da construção social conduzida pelo hipócrita digital. (p. 103)

Nestas novas ágoras modernas, não há espaço para o privado, porque este se confunde com o público, as fronteiras entre um e outro diluem-se, como se fossem faces da mesma moeda, porque, nesta espécie de “espaço sideral”, existir implica partilhar tudo.

No mundo global em que vivemos, o autor diz que devemos ter ainda em atenção as *fake news* e a velocidade com que elas se espalham. Um grupo de professores da Universidade de Lviv, na Ucrânia, num estudo sobre métodos para identificar notícias falsas nas redes sociais, diz que “as notícias falsas são usadas para desmoralizar a sociedade e semear o pânico. Com muita frequência, são criadas através de notícias, imagens ou até vídeos. O primeiro propósito é enganar e provocar uma resposta emocional” (Nazarkevych et al., 2024, p. 1).

Os efeitos negativos das redes são sublinhados por vários autores. O livro *Ten Arguments for Deleting Your Social Media Accounts Right Now* (dez argumentos para apagar as suas redes sociais imediatamente), publicado em 2018, por Jaron Lanier — profundo conhecedor da internet e da tecnologia, que ajudou a criar os primeiros chats —, fala da premência imediata de sairmos das redes sociais e explica cientificamente porque o devemos fazer. Este livro, fundamental no espetro das redes sociais, remete, de alguma forma, para a obra aqui analisada, até porque, afinal, em última instância, o objetivo é o mesmo.

O alerta para os vários problemas é feito ao longo das 146 páginas do livro *Redes Sociais — Ilusão, Obsessão e Manipulação*, com um estilo peculiar. Joaquim Fialho dirige-se ao público em geral, mas a linguagem utilizada poderia remeter-nos para os políticos e os

famosos *soundbites*, com que os responsáveis gostam de brindar os jornalistas de televisão e de rádio. Na circunstância em que falamos, o *soundbite* é uma expressão curta, forte, que fica no ouvido e que é facilmente memorizável. Esta obra é, na verdade, toda ela assim: orações pequenas, ou seja, uma ideia, uma frase; palavras duras e sem medo de adjetivar as realidades, dirigidas ao público-alvo, onde se aposta em criar um forte impacto, que alerte para o “vulcão que pode entrar em erupção a qualquer momento” (p. 116). Deste modo, recorre a termos como “imbecilidade”, “disparate”, “ridículo”, “absurdo” para descrever os “especialistas em ‘tudologia” (p. 112). Em qualquer outra situação, nunca sairiam do anonimato: “sabem de tudo. As suas opiniões são verdades. Irrefutáveis. Não se aceita o olhar do outro. A troca de argumentos foi substituída pelo insulto fácil. A reflexão foi substituída pela reação” (p. 112). Estas pessoas agem como líderes de opinião, mesmo que não tenham nenhuma competência. Fialho usa, para reforçar os seus argumentos, a tal linguagem de que já falámos e que funciona como estratégia para chamar a atenção ao eventual leitor, o que pode por si só potenciar as vendas, mas terá também como intuito chegar ao utilizador das redes sociais, a quem interessa passar a mensagem. A leitura fácil e agradável esconde, contudo, a dúvida se uma linguagem tão extremada não poderá cair num certo exagero da realidade, uma vez que, em última instância, o *homo digitalis* é sempre o *homo sapiens sapiens*, a quem ainda não foi amputada a capacidade de pensar e decidir de acordo com os seus próprios interesses.

Nos últimos anos, com efeito, como tendência contrária ao FOMO surgiu a JOMO, o acrónimo de *joy of missing out*, ou seja, a felicidade de ficar ostensivamente de fora das redes sociais. É uma espécie de mudança de paradigma, onde se privilegia o bem-estar mental (Chan et al., 2022). O conceito, usado pela primeira vez em 2012, serve para enfatizar a vivência do momento presente longe das redes sociais, em harmonia com uma vida tranquila e longe dos telemóveis e das permanentes notificações. Três professores na Universidade de Mumbai avançaram com um estudo, onde se comprova que desde o início da pandemia há uma tendência de alteração do FOMO para o JOMO: “há uma mudança permanente na mentalidade das pessoas e a JOMO continua bem presente mesmo no período pós-pandemia” (Dedhia et al., 2023, p. 91).

Há quem se afaste também das redes sociais, mas por um motivo muito diferente. Um exemplo que se pode apontar, a nível empresarial, é o do abandono do jornal The Guardian da rede social X, o antigo Twitter. O jornal britânico, que tinha mais de 10 milhões de seguidores nesta rede social, saiu da plataforma por considerar, tal como disse, no editorial de 13 de novembro de 2024, que esta tem conteúdo “perturbador” e cedia a “teorias da conspiração de extrema-

direita e racismo” (Milmo, 2024, para. 6). Este anúncio surge depois de Elon Musk, que comprou a empresa em 2022, ter sido nomeado por Donald Trump para a nova administração norte-americana, após o forte apoio que recebeu nas campanhas presenciais.

É inegável: num mundo em profunda transformação, as redes sociais vieram para ficar, pelo que este livro, que antes de mais é uma obra emotiva, funciona como um valioso contributo, dado que alerta para os perigos e para a deterioração do quadro de valores da sociedade. Urge agir e regulamentar acessos e conteúdos, pelo que governos, organizações da sociedade civil e especialistas devem começar, desde já, a debater o problema, numa tentativa de ensaiar soluções.

Nota Biográfica

Ana Paula Vieira é atualmente jornalista freelancer, depois de ter integrado os quadros da SIC durante década e meia. Docente na Universidade Católica desde 2015, leciona uma unidade curricular do terceiro ano da Licenciatura em Ciências da Comunicação. Frequenta, neste momento, o Doutoramento em Ciências da Comunicação, no Instituto de Ciências Sociais, da Universidade do Minho. É mestre em Ciências da Comunicação desde 2011, pela mesma instituição, com a área de especialização em Informação e Jornalismo. No âmbito da licenciatura pré-Bolonha fez também um período Erasmus na Université Catholique de Louvain.

Referências

- Chan, S., Van Solt, M., Cruz, R., Philp, M., Bahl, S., Serin, N., Amaral, N., Schindler, R., Bartosiak, A., Kumar, S., & Canbulut, M. (2022). Social media and mindfulness: From the fear of missing out (FOMO) to the joy of missing out (JOMO). *Journal of Consumer Affairs*, 56(3), 1312–1331. <https://doi.org/10.1111/joca.12476>
- Chang, L., Kono, S., & Huang, F. (2025). Does digital leisure relate to subjective well-being in later life? Examining roles of enjoyment, social support, and capitalisation. *Leisure Studies*, 1–17. <https://doi.org/10.1080/02614367.2025.2462096>
- Dedhia, V., Deshpande, A., & Chitnis, K. (2023). Joy of missing out (JOMO) — Could it be the current choice of the youth? *Bodhi International Journal of Research in Humanities, Arts and Science*, 7(2), 84–92. https://www.bodhijournals.com/pdf/V7N2/Bodhi_V7N2_023.pdf
- Fialho, J. (2023). *Redes sociais — Ilusão, obsessão e manipulação*. Edições Sílabo.
- Georgieva, M., Sabeva, P., Mahmud, S., Sabeva, V., Tsanova, M., Kitanovski, V., Hauser, P., & Marzec-Balinow, K. (2022). *Research on current risks among young people as users of social networks*. Follow me Association. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14844352>
- Kaswa, A., & Kolapkar, R. (2024). Comparing the JOMO (joy of missing out) experiences through age and gender perspectives. *Research Square*. <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-4399922/v1>
- Kemp, S. (2025, 5 de fevereiro). *Digital 2025: Global overview report*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-global-overview-report>
- Lanier, J. (2018). *Ten arguments for deleting your social media accounts right now*. Vintage Publishing.
- Milmo, D. (2024, 13 de novembro). Guardian will no longer post on Elon Musk's X from its official accounts. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/media/2024/nov/13/the-guardian-no-longer-post-on-x-twitter-elon-musk>
- Nazarkevych, M., Vysotska, V., Liakh, V., Leheza, Y., & Naconechnyi, N. (2024). Methods of identifying fake news in social networks. *Qeios*. <https://doi.org/10.32388/6H9WKK>

- Souza, K., & Cunha, M. (2019). Impactos do uso das redes sociais virtuais na saúde mental dos adolescentes. *Educação, Psicologia e Interfaces*, 3(3), 204–217. <https://doi.org/10.37444/issn-2594-5343.v3i3.156>
- Tammisalo, K., Danielsbacka, M., Tanskanen, A., & Arpino, B. (2024). Social media contact with family members and happiness in younger and older adults. *Computers in Human Behavior*, 153, Artigo 108103. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.108103>

AmeliCA

Disponível em:

<https://portal.amelica.org/amei/amei/journal/819/8195202007/8195202007.pdf>

Como citar este artigo

Número completo

Mais informações do artigo

Site da revista em portal.amelica.org

AmeliCA

Ciência Aberta para o Bem Comum

Ana Paula Vieira

Redes Sociais: O Novo Quinto Poder? Recensão da Obra *Redes Sociais — Ilusão, Obsessão e Manipulação*, de Joaquim Fialho

Social Networks: The New Fifth Power? Book Review of *Redes Sociais — Ilusão, Obsessão e Manipulação*, by Joaquim Fialho

Redes Sociales: ¿El Nuevo Quinto Poder? Reseña del Libro *Redes Sociais — Ilusão, Obsessão e Manipulação*, de Joaquim Fialho

Revista Comunicando

vol. 14, núm. 1, e025002, 2025

Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação,
Portugal

comunicando@sopcom.pt

ISSN: 2184-0636

ISSN-E: 2182-4037

DOI: <https://doi.org/10.58050/comunicando.v14i1.438>



CC BY 4.0 LEGAL CODE

Licença Internacional Creative Commons Atribuição 4.0.