

Legislativas: Imigração e falsas sondagens destacadas por académicos como desinformação

Lisboa, 12 mai 2025 (Lusa) - Professores e investigadores académicos da área da desinformação e comunicação política consideram, à Lusa, que na atual campanha eleitoral a imigração e a circulação de sondagens falsas são os principais temas de desinformação.

A investigadora de comunicação política da Universidade de Lisboa Susana Salgado verifica, na atual corrida eleitoral, "a circulação de sondagens falsas nas redes sociais, realizadas por empresas não credenciadas junto da ERC [Entidade Reguladora da Comunicação] e cuja metodologia poderá não ser fidedigna".

Susana Salgado acrescenta que "a produção de sondagens diárias também não é propriamente uma boa decisão editorial, uma vez que só por si pode ter esse efeito de manipulação (mesmo que não seja propositado)".

Por seu turno, para o professor da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro João Pedro Batista o tema da imigração procura "normalizar ou legitimar determinados discursos, nomeadamente para criar ambientes de insegurança", aproveitando este receio para influenciar a estabilidade dos portugueses, referindo que "a desinformação é muito oportunista, no que diz respeito aos temas, à cobertura que se faz e vive muito do momento e da situação".

Também a professora da Universidade Lusófona e Universidade Nova de Lisboa Sara Pina considera que, "em termos de mensagens recentes da campanha eleitoral, a imigração é um bom exemplo", explicando que estabelecer uma correlação entre a imigração e o aumento da criminalidade é uma "avaliação causa-efeito ignorante, é errado, é falso, mas muito fácil de se fazer".

Por sua vez, o vice-reitor da Universidade Católica Portuguesa, Nelson Ribeiro, explica que "há muito eleitorado que sente que o seu estilo de vida está ameaçado e, portanto, é preciso apresentar quem é que são os bodes expiatórios e tem de ser sempre alguém que seja facilmente identificável", por exemplo os imigrantes.

Se as pessoas já sentem algum desconforto com tema, "mais facilmente vão acreditar em algum conteúdo falso que possa estar a circular", dizendo "que, outros partidos, nomeadamente o PS e o PSD, durante vários anos ignoraram o tema", contribuindo para o atual panorama.

"Havia, de facto, uma perceção social de que alguma coisa não estava bem com a imigração. E os dois maiores partidos durante muito tempo disseram: 'não, está tudo ótimo, não há nenhum problema, está tudo controlado'. Portanto, a partir do momento em que se assume algum descontrolo, isso abre uma brecha para a circulação da desinformação", disse Nelson Ribeiro.

O vice-reitor concluiu, dizendo que circulam sondagens "baseadas não em factos verdadeiros, mas em factos que são criados", estando em cima da mesa material desinformativo, nomeadamente na atual campanha eleitoral.

Legislativas: Académicos consideram eleições tempo mais propício à desinformação

Lisboa, 12 mai 2025 (Lusa) - Professores universitários e académicos da área da desinformação e comunicação política, entrevistados pela agência Lusa, defendem que as campanhas eleitorais são ambientes mais propícios à circulação de desinformação, com mais investimento por parte de agentes desinformativos.

A professora da Universidade Lusófona e Nova de Lisboa Sara Pina explica que se vive uma quarta fase das campanhas eleitorais "baseada em dados das pessoas, em informações sobre os cidadãos", sendo esta uma característica do fenómeno de "americanização", em que o "nível da campanha é praticamente individualizado".

Neste sentido, a docente defende que "a informação falsa é também feita desta forma micro individualizada (...), feita à medida de cada pessoa".

Na mesma linha de pensamento, o professor João Pedro Batista, da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, considera que a desinformação em Portugal "acaba por ser mais frequente, nomeadamente durante as campanhas eleitorais", notando neste período um maior investimento por parte dos agentes de desinformação, tendo "a corrupção como um elemento-chave por parte da desinformação".

Por sua vez, a investigadora de comunicação política da Universidade de Lisboa Susana Salgado diz que "muitas vezes é difícil distinguir entre desinformação e propaganda, especialmente em contextos eleitorais quando circulam muitos conteúdos políticos, mais do que o habitual".

A investigadora estabelece a diferença entre propaganda e desinformação, explicando que propaganda significa informação apresentada de forma tendenciosa, para passar uma imagem positiva de um partido ou candidato, enquanto a desinformação "são conteúdos falsos criados deliberadamente", sendo que, "por vezes, é complicado distinguir entre uma da outra, especialmente quando a desinformação mistura conteúdos falsos com verdadeiros para ser mais credível".

Susana Salgado menciona "a falta de meios dos jornalistas para desconstruir os conteúdos falsos e tendenciosos", dizendo que a verificação de factos não é suficiente e por vezes acaba por ter um efeito oposto, acabando por dar mais visibilidade a falsidades.

Já o vice-reitor da Universidade Católica Portuguesa, Nelson Ribeiro, considera que anteriormente era necessário ter uma grande estrutura para produzir desinformação e, consequentemente, um grande investimento para que essa desinformação pudesse circular, sendo que atualmente "o ambiente digital é muito facilitador da circulação de desinformação", nomeadamente em tempo de eleições.

Legislativas: académicos apontam redes sociais como principal meio de desinformação

Lisboa, 13 mai 2025 (Lusa) - Professores e investigadores académicos na área da comunicação política e desinformação, ouvidos pela agência Lusa, consideram que as redes sociais são um dos principais motores de propagação de desinformação durante a atual campanha eleitoral.

O professor da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro João Pedro Batista destaca o papel das redes sociais “onde é mais fácil proliferar algum tipo de desinformação” que vá ao encontro das crenças das pessoas, ajudando a amplificar a mensagem, pois “as redes sociais têm a vantagem de não haver regulador (...) têm um mundo aberto, com a possibilidade de chegar a milhares de pessoas sem filtro”.

Neste sentido, o académico considera que os meios de verificação de factos focam-se nas figuras políticas, fazendo a sua verificação com base nos debates, acabando por ser muito difícil acompanhar aquilo que se passa nas redes sociais, sendo que as próprias plataformas “têm uma série de algoritmos que acabam por enviesar os discursos, por não permitir, por exemplo, que a própria verificação de factos chegue a todos”.

A professora da Universidade Lusófona e da Universidade Nova de Lisboa Sara Pina, também salienta que a desinformação é um problema que não tem fim à vista, sobretudo devido ao papel que as redes sociais desempenham na disseminação de notícias falsas.

Sara Pina destaca o caso do WhatsApp onde “é ainda mais difícil fazer uma verificação”, explicando que “é quase como ter um grupo de pessoas presas dentro de um quarto isolado, onde existe uma pessoa que vem dar informação todos os dias a seu gosto”, deixando as pessoas isoladas e sem podem ser confrontadas com informação diferente da que recebem.

Por sua vez, o vice-reitor da Universidade Católica Portuguesa, Nelson Ribeiro, refere que hoje em dia a desinformação circula de forma mais fácil devido às redes sociais que “são uma plataforma que potencia muito essa circulação”, sobretudo através da partilha sem verificação das fontes.

O docente explica que “os seres humanos gostam muito de se relacionarem com conteúdos que têm um forte apelo emocional e de entretenimento, e portanto muitos desses conteúdos falsos que circulam 'online' incutem o medo, ou são divertidos”, por isso o apelo às emoções das pessoas faz com que estas primeiro partilhem os conteúdos e, eventualmente, só depois pensem sobre qual a fonte da informação.

Além disso, Nelson Ribeiro refere que a inteligência artificial (IA) também veio “potenciar a que a desinformação chegue mais longe”.

Legislativas: desinformação distingue Chega de outros partidos, dizem académicos

Lisboa, 13 mai 2025 (Lusa) - Professores e investigadores universitários das ciências políticas e desinformação, ouvidos pela agência Lusa, consideram que o Chega toma uma posição diferente em matéria de desinformação face aos restantes partidos.

O vice-reitor da Universidade Católica Portuguesa, Nelson Ribeiro, considera que "o Chega tem sido, talvez, o partido que se tem destacado bastante" no que diz respeito à apresentação de uma versão da informação que tende a favorecer a perspetiva do partido.

Nelson Ribeiro diz que o Chega é um partido que "ao longo do tempo, tem partilhado conteúdos falsos, ou seja, conteúdos com mensagens que são baseadas não em factos verdadeiros, mas em factos que são criados, por exemplo sondagens que depois se percebia que não existiam ou que eram feitas por empresas que não estavam credenciadas em Portugal para se poder dizer que, de facto, eram sondagens legítimas".

Por sua vez, para o docente da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro João Pedro Batista "os partidos tradicionais (...) por exemplo, o PS, o CDS, o PSD, etc. acabam muito por fazer uma espécie de propaganda, não tanto utilizar desinformação ou 'fake news'", estando em causa o que o chama de "autopromoção" e sobretudo "retransmissão daquilo que acontece nas televisões".

Em relação aos novos partidos, João Pedro Batista, salienta o caso do Chega "que apresentou uma sondagem 'online', com participação das redes sociais, que dava o Chega como vencedor das eleições", sendo que esta sondagem não tem fundamento porque tem "como base uma participação nas redes sociais".

Aquilo que está em causa para o professor é um fenómeno de notícias contrafeitas, com tudo para parecerem uma notícia credível, mas que contém informação falsa, até porque "a própria sociedade está mais predisposta a aceitar a mentira como algo normal de uma ação política".

Neste sentido, o professor caracteriza o Chega como um partido "no mundo da pós-verdade, ou seja, que não se interessa com a verdade", pois o partido recorre à mentira, aos conteúdos enganadores e descontextualizados com mais frequência "porque também este tipo de estratégia já está normalizada e já é mais aceitável hoje em dia".

Já a investigadora de comunicação política no Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa Susana Salgado, por seu turno, destaca que "o Chega tem um órgão de informação próprio e é muito proficiente na utilização das redes sociais e tem assim recursos para moldar os temas da forma que melhor serve os seus interesses".

Seguindo a mesma linha de pensamento, a investigadora também refere que se se tiver em consideração que a "desinformação também inclui esconder informação relevante para evitar perda de apoio eleitoral, então a desinformação é comum a todos os partidos e candidatos".