



U N I V E R S I D A D E
LUSÓFONA

Universidade Lusófona - Centro Universitário do Porto

**Faculdade de Comunicação, Arquitetura, Artes e Tecnologias da
Informação**

Mestrado em Literacia dos Media, Informação e Cidadania Digital

**Desinformação e Polarização Política: Um estudo sobre as
perceções e impacto da desinformação com os Estudantes da
Universidade Lusófona - Centro Universitário do Porto**

Dissertação de Mestrado apresentada a provas públicas para a obtenção do grau de mestre em
Literacia dos *Media* e da Informação e Cidadania Digital, orientada pela Professora Doutora
Ana Filipa Pereira Oliveira

Nuno Miguel da Cruz Silva

2025

www.ulusofona.pt



UNIVERSIDADE
LUSÓFONA

Universidade Lusófona - Centro Universitário do Porto

**Faculdade de Comunicação, Arquitetura, Artes e Tecnologias da
Informação**

Mestrado em Literacia dos Media, Informação e Cidadania Digital

**Desinformação e Polarização Política: Um estudo sobre as
perceções e impacto da desinformação com os Estudantes da
Universidade Lusófona - Centro Universitário do Porto**

Dissertação defendida em provas públicas na Universidade Lusófona, Centro Universitário do Porto no dia 24/02/2025, perante o júri, nomeado pelo Despacho de Nomeação nº: 1059/2024, de 25 de novembro, com a seguinte composição:

Presidente: Prof^ª Doutora Maria José Lisboa Brites de Azeredo

Arguente: Prof^ª Doutora Ioli Ribeiro Campos (Universidade Católica Portuguesa)

Orientadora: Prof^ª Doutora Ana Filipa Pereira Oliveira

Nuno Miguel da Cruz Silva

2025

É autorizada a reprodução parcial desta dissertação, apenas para efeitos de investigação, mediante declaração escrita do interessado, que a tal se compromete.

Dedicatória

Dedico esta dissertação à minha mãe, não só pelo seu apoio incansável ao longo desta caminhada, mas por todo o amor, sacrifício e dedicação que desde sempre me ofereceu. A tua força e coragem moldaram-me, e sem ti nada disto seria possível. Cada conquista minha é também tua, pelo teu exemplo de resiliência e fé inabalável que sempre me transmitiste.

Ao meu pai, cuja integridade e valores servem de farol nos momentos mais desafiantes. A tua forma de viver com honestidade e coerência, mesmo nas situações mais difíceis, são lições que carrego a cada passo.

À minha filha, Maria João, minha luz e razão maior. És a minha inspiração mais profunda e a motivação constante para sempre seguir em frente. Cada pensamento, cada palavra escrita nesta dissertação, foi guiada pelo desejo de construir um mundo em que possas crescer com a necessidade de te munires de ferramentas necessárias para fazeres escolhas conscientes e informadas. Que este trabalho seja um pequeno contributo para um futuro onde o teu caminho seja pautado pela justiça, sabedoria e possibilidade de alcançares tudo aquilo que sonhas. Que a tua geração encontre, nas páginas que aqui escrevo, a importância da literacia para tomarem decisões conscientes.

Agradecimentos

Gostaria de expressar o meu agradecimento à Professora Doutora Elisabete Pinto da Costa, cujo incentivo me conduziram ao desafio de realizar o Mestrado em Literacia dos Media, Informação e Cidadania Digital. A sua sugestão foi decisiva para o início deste percurso académico, e por isso sou-lhe grato.

Contudo, é à Professora Doutora Ana Filipa Oliveira, a minha orientadora desta dissertação, que dirijo um reconhecimento sem paralelo. O seu acompanhamento ao longo de todo este percurso foi verdadeiramente exemplar e ultrapassou largamente as minhas expectativas. Detentora de um rigor académico inquestionável e uma disponibilidade constante, a Professora Doutora Ana Oliveira demonstrou não só uma competência científica, mas também uma sensibilidade humana que fez toda a diferença nos momentos mais desafiantes deste percurso.

A sua capacidade de orientação, aliada à sua habilidade em fomentar um pensamento crítico, foi fundamental para o desenvolvimento e sucesso deste trabalho. O seu apoio não foi apenas uma supervisão, foi um guia, que me transmitiu a confiança e as ferramentas necessárias para explorar, questionar e, acima de tudo, crescer academicamente. A sua paciência, exigência e generosidade intelectual marcaram profundamente não só a execução desta dissertação, mas também o meu crescimento enquanto investigador e cidadão.

A ela, dirijo o meu mais sincero e profundo agradecimento, não só por tudo o que me ensinou, mas por acreditar no meu potencial.

Resumo

As informações manipuladas assumem, na atualidade, particular relevância. A sua livre circulação através dos dispositivos eletrónicos, sem a presença de mecanismos eficazes de filtragem ou bloqueio, faz com que se confundam, frequentemente, com notícias legítimas, e que se propaguem de forma mais célere do que aquelas divulgadas por fontes fidedignas. Quando instrumentalizada por decisores políticos, a desinformação procura confundir os cidadãos, promovendo a dúvida e a desconfiança em torno das instituições, o que pode colocar em risco a própria estrutura democrática, ao fomentar a polarização política.

O presente estudo tem como objeto de análise a relação dos estudantes universitários, especificamente dos alunos da Universidade Lusófona – Centro Universitário do Porto, com a desinformação, o impacto auto-percebido da desinformação na polarização política e as competências de literacia mediática e da informação auto-identificadas. Recorrendo a uma metodologia mista, que combinou a aplicação de questionários com a realização de grupos de foco com os estudantes, o estudo procurou recolher dados que permitissem compreender: 1) o contacto e partilha de desinformação e 2) a perceção sobre as competências necessárias para identificar e evitar a disseminação de informações manipuladas. A partir da análise das perceções dos estudantes sobre o impacto da desinformação nas suas experiências de cidadania, o estudo explorou a interligação entre o fenómeno da desinformação e os valores democráticos.

Os resultados sugerem que a exposição dos estudantes do ensino superior às desordens informativas é elevada e frequente, com um impacto potencialmente significativo na polarização política. A investigação revelou que a desinformação, amplamente difundida através das redes sociais, pode prejudicar a capacidade crítica dos jovens, intensificando a segmentação política e promovendo a criação de bolhas informativas. Este fenómeno contribui para o aumento da desconfiança nos meios de comunicação tradicionais, constituindo uma ameaça à coesão social.

Palavras-chave: desinformação, democracia, fake news, ensino superior, populismo.

Abstract

Manipulated information has assumed particular relevance in contemporary society. Its unrestricted circulation via electronic devices, in the absence of effective filtering or blocking mechanisms, often leads to confusion with legitimate news and allows it to spread more swiftly than information disseminated by reliable sources. When leveraged by political decision-makers, misinformation aims to mislead citizens, fostering doubt and distrust toward institutions, which may endanger the democratic structure itself by exacerbating political polarisation.

This study examines the relationship of university students, specifically those at Lusófona University – Porto University Centre, with misinformation, the self-perceived impact of misinformation on political polarisation, and their self-identified media and information literacy skills. Using a mixed-method approach, combining surveys with focus groups among students, the study aimed to gather data that would facilitate understanding of: (1) their exposure to and sharing of misinformation, and (2) their perceptions of the skills needed to identify and avoid the spread of manipulated information. Based on students' perceptions of the impact of misinformation on their civic experiences, the study explored the interrelation between the phenomenon of misinformation and democratic values.

The findings suggest that university students experience a high and frequent exposure to informational disorders, with potentially significant impacts on political polarisation. The research revealed that misinformation, widely disseminated through social networks, may impair young people's critical thinking abilities, intensifying political segmentation and fostering the creation of informational bubbles. This phenomenon contributes to a rise in distrust towards traditional media, posing a threat to social cohesion.

Keywords: Disinformation, democracy, fake news, higher education, populism.

Índice de Conteúdos

1 - ENQUADRAMENTO TEÓRICO	8
Entre o populismo e os movimentos radicais	8
Um olhar sobre o contexto internacional e nacional	10
2 - Media e Democracia	12
Sobre a democracia	13
Os media enquanto elementos da democracia	14
3 - A Desinformação e a urgência da literária mediática	15
O que é ou não notícia?	16
A desinformação	17
O Digital, a Popularização das Redes Sociais e os desafios à literacia	19
4 - Sumário	21
5 - METODOLOGIA DA INVESTIGAÇÃO	22
5.1 Questões de investigação e objetivos de estudo	23
5.2 Contexto de estudo	24
5.3 - A pesquisa por métodos mistos	24
5.4 - Desenho metodológico do estudo	25
5.4.1 - Pesquisa bibliográfica	28
5.4.2 Questionário (Google Forms)	28
5.4.3 Grupo de foco	29
5.4.4 Questões éticas	32
5.5 Análise de dados	32
5.5.1 Análise do Questionário	32
5.5.2 Análise do grupo de foco	45
1. Impacto das Fake News	47
2. Polarização Política	48
3. Confiança nos Meios de Comunicação - O Digital, os algoritmos e os influenciadores	48
4. Responsabilidade e Educação	50
5. Ação e Intervenção	50
5.5.3 Análise dos dados integrados	51
Perfil da amostra e implicações para a análise	51
Exposição às Fake News e a preocupação com a verificação da informação	52
6 - Conclusões	53
7 - Desafios à Literacia Mediática e da Informação	57
8 - Limitações do estudo e contributos para investigações futuras	59
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	1

Índice de Figuras

Figura 1 - Desenho processo metodológico (elaboração própria 2024)	20
--	----

Índice de Tabelas

Tabela 1: Idade	26
Tabela 2: Ciclo de Estudos	27
Tabela 3: Género	27
Tabela 4: Distribuição dos participantes por ciclo de estudos	28
Tabela 5: Estatuto	29
Tabela 6: Nacionalidade	30
Tabela 7: Já ouviste falar de “fake news”?	30
Tabela 8: Com que frequência consomes notícias na internet?	31
Tabela 9: Com que frequência encontras notícias falsas na internet?	31
Tabela 10: Com que frequência encontras notícias falsas na internet sobre questões políticas?	32
Tabela 11: Na tua opinião, qual é a principal fonte de notícias falsas na internet?	32
Tabela 12: Já alguma vez partilhaste uma notícia falsa sem o saber?	33
Tabela 13: Como reages quando descobres que uma notícia que partilhaste era falsa?	33
Tabela 14: Costumas verificar uma notícia antes de a partilhar?	34
Tabela 15: Costumas verificar uma notícia antes de a partilhar?	34
Tabela 16: Na tua opinião, quem é responsável por combater as notícias falsas na internet?	35
Tabela 17: Achas que as redes sociais estão a fazer o suficiente para combater as notícias falsas?	35
Tabela 18: Como achas que as redes sociais podem ajudar a reduzir a disseminação de notícias falsas?	36
Tabela 19: Achas que as pessoas são influenciadas pelas notícias falsas que vêm na internet?	36
Tabela 20: Achas que as notícias falsas têm um impacto negativo na sociedade?	37

Tabela 21: Conheces as leis existentes que visam combater as notícias falsas?	37
Tabela 22: Conheces as leis existentes que visam combater as notícias falsas?	38
Tabela 23: Achas que as notícias falsas sobre questões políticas são usadas como ferramenta de propaganda política?	38

1 - ENQUADRAMENTO TEÓRICO

Entre o populismo e os movimentos radicais

O populismo e os movimentos radicais, embora frequentemente entrelaçados no discurso público, apresentam características distintas que justificam uma análise crítica e detalhada. Importa assim compreender, primeiramente, o conceito.

De acordo com Mudde e Kaltwasser (2017), o populismo pode ser caracterizado como uma ideologia de baixa densidade, fundamentada numa divisão binária da sociedade entre dois grupos antagónicos: o denominado "povo puro" e a "elite corrupta". Esta perspetiva defende que a política deve expressar essencialmente a *volonté general* (vontade geral) do povo. Contudo, o populismo raramente se apresenta isoladamente, combinando-se frequentemente com outras correntes ideológicas, o que lhe confere uma flexibilidade significativa e lhe permite emergir em diversas configurações, tanto à direita como à esquerda no panorama político (Mudde, 2007; Mudde & Kaltwasser, 2017).

Segundo Mudde (2007), a essência ideológica do populismo reside precisamente na oposição entre povo e elites, reforçando a noção de que a representação política deveria privilegiar os interesses gerais da população em detrimento dos interesses particulares das elites. Esta dicotomia simplificadora reduz a complexidade social e política, possibilitando uma comunicação mais direta e emocionalmente envolvente com os cidadãos (Prior, 2024).

O populismo enfatiza esta divisão entre "o povo puro" e "a elite corrupta", privilegiando a vontade popular como a base legítima para a política (Woods, 2014). Este sentimento populista, presente em todo o espectro ideológico, tende frequentemente a questionar as instituições políticas estabelecidas e as normas vigentes, visando fortalecer a posição dos cidadãos "comuns" (Mo, 2021; Urbinati, 2019). Por outro lado, os movimentos radicais distinguem-se por propostas mais extremas e transformadoras, pretendendo reformular de forma fundamental a ordem social, económica ou política vigente. Estes movimentos podem utilizar abordagens mais confrontacionais e defender ideologias que se distanciam significativamente do mainstream, como o autoritarismo, o etno-nacionalismo ou o anti-pluralismo (Vachudová, 2021; Paxton & Peace, 2020). Embora existam pontos de interseção entre o populismo e os movimentos radicais, sobretudo no que concerne às críticas ao sistema vigente, estes diferem essencialmente no grau de afastamento relativamente ao modelo liberal-democrático e na disposição para adotar estratégias mais disruptivas ou intransigentes (Urbinati, 2019).

Neste sentido, o populismo emerge como um fenómeno de natureza fluida, multifacetada e adaptável, capaz de adotar diferentes formas e estratégias discursivas conforme o contexto histórico e cultural onde se manifesta (Mudde, 2007; Mudde & Kaltwasser, 2017). Estas características tornam-no particularmente pertinente para a análise das atuais dinâmicas

políticas, frequentemente marcadas por fenómenos de polarização e pelo aparecimento de novos atores políticos que contestam o establishment (Sponholz & Özvatan, 2024).

De acordo com Valentim (2024), o populismo não decorre apenas de convicções intrínsecas dos eleitores, mas surge também de dinâmicas sociais que regulam ou condicionam a manifestação dessas convicções. Em muitas situações, a crença de que determinados posicionamentos políticos de cariz radical — especialmente os que se opõem à inclusão de grupos minoritários — acarretam juízos negativos da parte da sociedade, leva os cidadãos a silenciarem as suas preferências em público. No entanto, certos acontecimentos pontuais podem diminuir os custos sociais inerentes à expressão dessas ideias, proporcionando a emergência de novas lideranças que mobilizam apoios até então latentes. Esse fenómeno de “normalização” consiste, pois, numa alteração gradual das normas sociais que permite que discursos outrora tidos por marginais ganhem, de forma sustentada, visibilidade e legitimidade no debate político (Valentim, 2024).

Desta forma, o crescimento do populismo no século XXI dá-se num contexto de declínio do apoio aos partidos políticos tradicionais e da ascensão de forças *anti-establishment* nas democracias. Este fenómeno tem sido impulsionado por uma série de fatores, incluindo disparidades económicas, fragilidades na política representativa e a recessão económica global. Partidos e movimentos populistas ganharam força apresentando-se como a voz do “povo puro” contra uma “elite corrupta” (Vachudová, 2021). Esta retórica antagónica do “nós contra eles” permitiu-lhes capitalizar o descontentamento e a frustração do público com o *establishment* político. Ao mesmo tempo, a inserção de plataformas populistas na corrente principal levou ao abrandamento das suas posições *anti-establishment* em alguns casos, à medida que procuram posicionar-se como alternativas governativas viáveis (Paxton & Peace, 2020). Contudo, o desafio populista à democracia liberal é multifacetado e a resposta exigida é igualmente complexa. Enquanto os partidos populistas de esquerda no poder tendem a tornar-se mais moderados ao longo do tempo, os partidos populistas de direita demonstram uma maior propensão para o retrocesso democrático e o uso da desinformação como forma de consolidar o poder (Vachudová, 2021).

No contexto contemporâneo da política democrática, a ascensão das forças populistas tem desafiado profundamente os fundamentos dos sistemas partidários estabelecidos. Bértoa e Rama (2021) argumentam que, em vez de marginalizar ou simplesmente acomodar movimentos populistas, a regeneração dos partidos políticos tradicionais emerge como uma estratégia promissora para enfrentar as raízes profundas desse fenómeno. A proposta de uma comunicação política ética e transparente figura como componente central dessa estratégia, delineando um caminho de longo prazo para restaurar a confiança pública e fortalecer os alicerces da democracia representativa.

Um olhar sobre o contexto internacional e nacional

No contexto internacional, o século XXI tem sido marcado pela ascensão de líderes e movimentos populistas que configuram um cenário político global complexo. Esta nova dinâmica populista, impulsionada por um cocktail de fatores como crises socioeconômicas, globalização, polarização política e disfunções democráticas, tem desafiado as estruturas tradicionais de poder e levantado dúvidas sobre o futuro da democracia. Exemplos disso são a eleição de Donald Trump, em 2016, a de Jair Bolsonaro, em 2018, e a ascensão de Boris Johnson enquanto protagonista do processo do Brexit (culminando na sua chefia do governo britânico, em 2019) ilustram de forma clara como o populismo ganhou terreno em diversos contextos políticos (Gusterson, 2017), personalidades que marcam a onda populista, particularmente evidente, surgida entre meados da década de 2010 e o início da seguinte (Moffitt, 2016; Mudde & Rovira Kaltwasser, 2017).

Este incremento da retórica populista, marcado pela valorização de uma identidade nacional, pela contestação direcionada às elites e pela proclamação de um mandato legítimo para representar o “povo”, atravessou realidades socioculturais díspares, mas apresentou traços comuns que legitimam uma abordagem comparada (Gerbaudo, 2018). Ao analisar lideranças que prosperaram durante este período de efervescência populista, é possível identificar as dinâmicas e estratégias que sustentaram o respetivo sucesso, bem como avaliar as consequências das suas intervenções, tanto no plano interno como internacional (Eatwell & Goodwin, 2018; Singer, 2018). Assim, ao focar estes três casos, procura-se compreender a forma como elementos transversais — entre os quais o descontentamento em relação aos partidos estabelecidos ou as pressões associadas à globalização — contribuíram para o surgimento de manifestações populistas paralelas, enriquecendo o debate académico acerca da evolução deste fenómeno em diferentes democracias consolidadas.

Apesar das particularidades de cada um dos casos, a ascensão de Bolsonaro, Trump e Johnson apresentam elementos comuns que permitem traçar paralelos e reflexões mais amplas sobre o fenómeno populista. O discurso anti-establishment, o apelo ao nacionalismo, a polarização social, o uso estratégico dos media sociais e a disseminação de desinformação são apenas alguns dos aspetos que ligam essas três experiências e que serão explorados ao longo deste capítulo.

A ascensão de Donald Trump nos Estados Unidos trouxe uma nova atenção para a complexa relação entre o populismo e os movimentos radicais. A sua retórica, marcada por um discurso maniqueísta que divide a nação em “nós” e “eles”, é emblemática da abordagem populista (Çınar et al., 2020; Mirza et al., 2021). No entanto, o populismo de Trump tem sido igualmente associado a elementos que vão para além do enquadramento populista típico, como a aceitação de ideologias extremistas de direita, incluindo racismo e visões patriarcais. Durante a sua campanha para a eleição de 2016, Trump soube capitalizar o ressentimento de grande

parte da população em relação ao “*establishment*” político de Washington, explorando a desconfiança generalizada nos meios de comunicação e a frustração com a forma de fazer política convencional (Biegon, 2019). Além disso, a disseminação de desinformação e o uso estratégico das redes sociais desempenharam um papel crucial na mobilização de apoio, permitindo a Trump construir uma base eleitoral profundamente leal, particularmente entre os eleitores brancos, menos escolarizados, e aqueles que se sentiam deixados para trás pela economia global (Chen, 2023). Este contexto de polarização, agravado pelas tensões raciais e económicas, facilitou a ascensão de Trump como uma figura que prometia restaurar a “grandeza” da América através de políticas nacionalistas e protecionistas, que rejeitavam os princípios liberais do comércio livre e da imigração aberta.

Deste lado do Atlântico, o referendo do Brexit em 2016 marcou um ponto de viragem na política britânica e europeia, refletindo o crescimento do populismo e do nacionalismo no Reino Unido, com a campanha “Leave”, liderada por figuras como Boris Johnson, a capitalizar o descontentamento com a União Europeia. A retórica anti-imigração e a promessa de “recuperar o controlo” da soberania nacional mobilizaram eleitores preocupados com a crise migratória e a perda de identidade britânica. O discurso populista também explorou a frustração com a burocracia da União Europeia e a perceção de interferência em assuntos internos, com Johnson a destacar-se ao usar estratégias de comunicação eficazes, incluindo o uso das redes sociais e a disseminação de desinformação (Bennett & Livingston, 2018; Howard & Hussain, 2019). A promessa simplista de redirecionar fundos da UE para o sistema de saúde foi uma mensagem apelativa que ganhou tração entre os eleitores, reforçando a desconfiança nas instituições tradicionais. A ascensão de Johnson como líder do Brexit e a sua vitória eleitoral em 2019 exemplificam a força do discurso populista no Reino Unido, destacando tanto o potencial da internet em democratizar o acesso à informação, assim como, os desafios que esta coloca para a democracia.

No contexto brasileiro e sobretudo pelo uso estratégico de desinformação e pela fragmentação da comunicação política (Ituassu et al., 2023), Jair Bolsonaro soube capitalizar o potencial que as redes sociais lhe oferecem e capitalizar os descontentes. Esta estratégia contribuiu para a consolidação da sua imagem de outsider e para alimentar a sua narrativa anti-establishment. A proliferação de fake news durante a campanha de Bolsonaro, frequentemente veiculadas através de redes sociais, visava atacar a credibilidade dos seus opositores, promover agendas políticas e explorar medos latentes na sociedade brasileira. A desinformação tornou-se uma arma poderosa, exacerbando a polarização social, minando o debate político. A investigação de Rodrigues et al., (2020) destaca a crise da democracia no Brasil face à desinformação, sublinhando a sua capacidade de moldar a opinião pública e influenciar processos eleitorais.

Entre as campanhas de Donald Trump, Boris Johnson e Jair Bolsonaro, enquanto líderes populistas, são evidentes os pontos comuns na forma como utilizaram os meios digitais, em particular as redes sociais, para promover e propagar as suas retóricas. Estes líderes

souberam capitalizar o descontentamento com o *establishment* político e económico, utilizando plataformas como o Facebook, Twitter e WhatsApp para mobilizar as suas bases eleitorais. Através do uso estratégico destes canais, conseguiram contornar os media tradicionais, disseminando as suas mensagens diretamente aos eleitores, frequentemente sob a forma de slogans simplistas e apelativos. As redes sociais permitiram-lhes personalizar o discurso e criar uma narrativa dualista de "nós contra eles", que ecoou fortemente junto de setores da população que se sentiam excluídos ou ignorados pelos políticos tradicionais (Vachudova, 2021). A eficácia desta estratégia foi reforçada pela velocidade e amplitude com que as mensagens se propagaram nos meios digitais (Monti, 2020), fomentando a polarização política e a divisão social. Além disso, em todos os casos, a promoção de desinformação tem desempenhado um papel central na construção e fortalecimento das suas imagens políticas (Correia, 2019 ; Baptista, 2022). A proliferação de *fake news*, impulsionada pelas redes sociais, foi fundamental para minar a credibilidade dos adversários políticos e para criar uma atmosfera de desconfiança relativamente às instituições democráticas e aos media convencionais. Este uso dos meios digitais, demonstra não apenas o potencial dessas plataformas para amplificar mensagens políticas, mas também os riscos que representam para a integridade dos processos democráticos, ao alimentarem divisões sociais e enfraquecerem a confiança nas instituições (Pereira, 2021).

No contexto nacional, embora Serrano, (2020) argumente que, Portugal tem um histórico de estabilidade partidária, o sucesso eleitoral de novos partidos, como o Chega, nas eleições legislativas de 2019, sugere uma possível mudança nesse padrão. Analisando o discurso político do líder do Chega, André Ventura, na comunicação social, identificam-se manifestações de populismo (Serrano, 2020). Conforme ilustrado através de uma leitura dos perfis dos líderes anteriormente citados, o discurso de Ventura apresenta várias características do populismo, incluindo o antagonismo entre o "povo puro" e a "elite corrupta", a ênfase na vontade popular e o uso de uma linguagem simples e direta para se ligar com o povo.

2 - MEDIA E DEMOCRACIA

A imprensa é frequentemente considerada um pilar fundamental numa democracia funcional, atuando como "guardião da democracia" (Monti, 2018) e desempenhando várias funções cruciais. A imprensa livre e independente examina as ações do governo, responsabilizando os detentores do poder pelas suas decisões. Através da investigação e da reportagem sobre atividades governamentais, a imprensa ajuda a garantir a transparência e a prevenir abusos de poder. Além disso, a imprensa facilita o discurso público ao fornecer uma plataforma para diversas perspetivas e opiniões, permitindo aos cidadãos envolver-se em debates informados sobre questões fundamentais e promovendo um senso de participação cívica. Ao destacar e retratar os problemas sociais, injustiças e falhas políticas, a imprensa pode influenciar a agenda pública e impulsionar as reformas necessárias, servindo de voz aos marginalizados e refletindo a realidade social. No entanto, com o aparecimento de novos media e fenómenos como o

populismo e as notícias falsas, são diversos os desafios colocados ao papel tradicional da imprensa (Monti, 2018), sendo crucial considerar esses desafios e como eles impactam a capacidade da imprensa de cumprir as suas funções democráticas. O crescimento exponencial do digital e a popularização das redes sociais têm transformado significativamente a maneira como a informação é consumida, partilhada e manipulada, impactando diversos aspetos da sociedade, desde a política até à educação, e alterando a dinâmica das interações sociais e a percepção da realidade.

A liberdade de expressão, sendo um dos direitos individuais e cruciais para qualquer sistema social democrático, pode ser exercida através da disseminação de mensagens e conteúdos por diversos canais, desde a comunicação oral presencial até um repertório crescente de trocas comunicativas mediadas por tecnologias digitais (Silva et al., 2022). É neste sentido que a relação entre os media e a democracia se tem tornado um tema recorrente nos debates académicos e políticos contemporâneos. Esta é também particularmente relevante quando se discute a temática da desinformação e o impacto das plataformas digitais. Ao facilitarem a disseminação massiva de informações, facilitam a propagação de conteúdos falsos ou manipulados e distorcem o exercício da liberdade de expressão, aspetos que dificultam a formação de uma opinião pública informada. Em consequência, gera-se um ambiente propenso à degradação do discurso civil, exacerbando tensões e polarizações políticas e minando os alicerces de uma sociedade democrática.

Neste ponto, e entendendo os media como veículos da democracia, exploramos estas interações, começando com uma definição de democracia e avançando para uma reflexão sobre o papel dos media no contexto democrático.

Sobre a democracia

Enquanto conceito político, a democracia tem sido objeto de várias interpretações e definições ao longo dos tempos. De maneira geral, pode ser definida como um sistema de governo em que o poder é exercido pelo povo, diretamente ou via representantes eleitos (Silva, 2013). Entendida como "governo do povo" (Demokratia), refere-se ao regime político em que a soberania é exercida pelo próprio povo. Originada na Grécia Antiga, particularmente em Atenas, a participação política manifestava-se através de instituições como assembleias, conselhos e tribunais. O ponto central dessa participação popular residia na Eklésia (assembleia), onde os cidadãos tinham a oportunidade de propor, discutir e aprovar leis (Rocha, 2016). Naquela época, surgiram também os primeiros exemplos dos perigos do populismo, como demonstrado por demagogos como Cléon, que evidenciaram o risco de manipulação da vontade popular e de subversão dos princípios democráticos (Estanque, 2006).

Uma das abordagens contemporâneas à democracia é a democracia deliberativa, que coloca a deliberação pública como elemento central para a tomada de decisões políticas. Nesta perspetiva, os media desempenham um papel crucial, sendo responsáveis por promover a

circulação de diferentes perspectivas, assegurando que os cidadãos possam exercer a sua autonomia de forma crítica, ao processar e comparar várias posições. O funcionamento saudável da democracia é assegurado através da interação de diversos atores, entre os quais os media, que desempenham aqui um papel fundamental.

Neste contexto, os cidadãos são percebidos como agentes autónomos, capazes de formar juízos críticos e razoáveis a partir da exposição e assimilação de múltiplos pontos de vista. A legitimidade das decisões democráticas deriva, assim, de um processo de deliberação pública generalizada, em que todos têm a oportunidade de participar e influenciar o debate coletivo (Ferreira, 2018; Junqueira, 2018). A deliberação pública não é apenas um processo de troca de opiniões, mas uma prática discursiva complexa e exigente, que visa a obtenção de compromissos fundamentados, baseados em argumentos racionais e bem informados (Fontes, 2023).

Os media enquanto elementos da democracia

Neste quadro, o papel dos media torna-se essencial, pois funcionam como mediadores entre os cidadãos e os representantes políticos (Fenton, 2010). Ao fornecerem informações de forma acessível e abrangente, os media facilitam o acesso a uma diversidade de perspectivas, promovendo um debate público que é vital para o funcionamento de uma democracia deliberativa. A sua responsabilidade vai além da simples transmissão de notícias; os media congregam a responsabilidade de fomentar a literacia política e cívica, ajudando os cidadãos a interpretar e analisar criticamente as questões políticas e sociais em discussão (Fenton, 2010). Além disso, os media desempenham um papel de vigilância, ao monitorizarem e avaliarem as ações dos representantes políticos, garantindo a transparência e a responsabilização dentro do sistema democrático (Monti, 2018). Contudo, para que os media cumpram eficazmente este papel, é necessário que atuem com imparcialidade e integridade, evitando a disseminação de desinformação ou a manipulação do discurso público. Com a crescente influência das tecnologias digitais e o surgimento de novos canais de comunicação, como as redes sociais, o ambiente mediático tornou-se, porém, mais fragmentado (Monti, 2020) e vulnerável às desordens informativas (Baptista, 2022). Estes aspetos podem comprometer a qualidade da deliberação pública e, por conseguinte, a saúde democrática.

O cenário atual evidencia um conjunto de riscos e entraves ao papel dos media enquanto motores da democracia. Embora os media digitais tenham vindo a ter um impacto positivo nas dinâmicas de socialização - proporcionando novas oportunidades para o envolvimento nos processos democráticos e de tomada de decisão - a proliferação de informações falsificadas tornou-se numa preocupação crescente. A rápida disseminação de desinformação nas redes sociais tem, não só contribuído para o aumento do fosso no contexto político, impulsionando a ascensão de movimentos populistas e radicais (Tucker et al., 2018), como a multiplicação de narrativas falsas e teorias da conspiração tem causado um impacto prejudicial no processo

democrático. A facilidade com que a desinformação se difunde através das redes sociais e outras plataformas online causa entraves à formação de opiniões fundamentadas e à tomada de decisões políticas racionais (Trattner et al., 2021; McKay & Tenove, 2020), minando a credibilidade das fontes legítimas e reduzindo a capacidade do público de participar em debates relevantes (Shi, 2023). Em consequência, os cidadãos tornam-se gradualmente incapazes de desenvolver opiniões conscientes e tomar decisões políticas racionais (Lee, 2019). Este desafio é agravado pelo uso estratégico da desinformação por parte de atores políticos que procuram manipular a opinião pública e semear divisões dentro da sociedade (Bliss et al., 2020).

Não descurando a evolução dos mecanismos de participação e todos os contributos que a promessa da liberalização da internet trouxe consigo, os desafios à democracia persistem, especialmente com o avanço das tecnologias digitais. A disseminação massiva da internet, acessível em quase todos os dispositivos móveis, permite a grupos organizados difundir desinformação com o objetivo de distorcer a realidade e influenciar negativamente a capacidade de análise e julgamento dos cidadãos (Monti, 2020). Este fenómeno ressalta como os antigos riscos de manipulação populista continuam presentes, agora amplificados pelos meios digitais. Como elementos fundamentais da democracia mantêm-se a participação dos cidadãos, a igualdade perante a lei, a proteção dos direitos humanos e a prevalência do Estado de Direito (Ferreira, 2018).

Para além destes desafios, o papel dos meios de comunicação social continua a ser fundamental para a manutenção das democracias contemporâneas. Mesmo com as transformações trazidas pelas tecnologias digitais e o surgimento de novas formas de comunicação, os media tradicionais desempenham um papel vital na informação e educação da opinião pública. Segundo Allcott e Gentzkow (2017), os media são cruciais para a disseminação de informação precisa e para a formação de uma cidadania informada, o que é essencial para o funcionamento adequado da democracia. Estes autores sublinham ainda que, ao fornecerem uma plataforma para o debate público e ao servirem de contrapeso às elites políticas, os media contribuem para a responsabilização dos governos e para o fortalecimento das instituições democráticas. Assim, a sua capacidade de oferecer informação credível e diversificada continua a ser uma pedra angular no fortalecimento da democracia.

3 - A DESINFORMAÇÃO E A URGÊNCIA DA LITERÁRIA MEDIÁTICA

A desinformação, definida como a distribuição intencional de conteúdo falso ou enganoso, representa uma ameaça substancial à coesão social e à integridade dos sistemas democráticos. Este fenómeno, ao minar a confiança nas instituições democráticas, contribui para o fortalecimento de sentimentos de ineficácia e alienação política entre o eleitorado (Lee, 2019), promovendo, assim, a polarização das opiniões e o aprofundamento de divisões sociais.

Além disso, a proliferação de informações erradas ou manipuladas tem efeitos graves em várias áreas políticas, como a saúde pública e a segurança nacional. Horvitz (2022) salienta que a propagação de dados falsos coloca em dúvida a veracidade dos factos, comprometendo a criação e implementação de políticas públicas eficazes. Este cenário não só prejudica a tomada de decisões fundamentadas, como também enfraquece a legitimidade das instituições governamentais, o que, por sua vez, compromete a estabilidade política e o bom funcionamento das democracias.

O impacto das desordens informativas na polarização política é ainda mais exacerbado pela fragmentação do panorama mediático e pelo declínio do capital social. À medida que as fontes dos media tradicionais perdem a sua influência, os indivíduos recorrem cada vez mais a fontes alternativas de informação, muitas das quais são propensas à disseminação de desinformação. Além disso, a erosão da confiança nas instituições e nos concidadãos mina a habilidade coletiva de discernir facto de ficção, tornando a sociedade mais vulnerável à propagação de narrativas falsas (Kim & Kim, 2020). Esta ligação entre as desordens informativas e a polarização política pode ser melhor compreendida à luz do conceito de "modernidade líquida" de Zygmunt Bauman (Bachur, 2021). Na era contemporânea, marcada por rápidas mudanças no campo social, económico e tecnológico, os indivíduos encontram-se num estado constante de fluxo e incerteza, o que intensifica sentimentos de insegurança e vulnerabilidade.

Este capítulo explora o conceito de desinformação e os desafios apresentados por este fenómeno à integridade do ecossistema informativo na era digital e à própria democracia.

O que é ou não notícia?

Conforme estabelecido no Código Deontológico dos Jornalistas, constata-se que uma notícia é delineada por uma narração factual e informativa, requerendo-se que seja precisa, objetiva e pertinente. Adicionalmente, a autenticidade dos factos constitui um pilar fundamental na sua formulação (*Deontológico – Código Deontológico – Sindicato Dos Jornalistas*, n.d.). É ainda imposto ao jornalista, no exercício da sua função informativa, o cumprimento de um código deontológico. No seu primeiro artigo, este código estabelece que:

O jornalista deve relatar os factos com precisão e fidelidade e interpretá-los com integridade. A veracidade dos factos deve ser comprovada através da audição das partes envolvidas com interesses relevantes no assunto abordado. A distinção entre informação e opinião deve ser claramente evidenciada para o público. (*Deontológico – Código Deontológico – Sindicato Dos Jornalistas*, n.d.)

Embora a ideia de notícia pressuponha a partilha da verdade - e a verdade não possa ser simultaneamente falsa -, nos últimos anos, o neologismo “notícias falsas” (*fake news*) popularizou-se, entrando no vocabulário de diferentes públicos. Desta forma, quando nos

referirmos a notícias falsas, o termo mais correto a empregar será informações falsificadas ou desordens informativas.

O fenómeno da disseminação intencional de informações falsas ou manipuladas, com objetivos políticos, sociais ou económicos específicos, não é um fenómeno exclusivo da atualidade. Efetivamente, existem registos claros destas práticas desde a antiguidade clássica, nomeadamente no século I a.C., durante o período final da República Romana. Um dos exemplos mais emblemáticos é a campanha de propaganda orquestrada por Octaviano contra Marco António, baseada em rumores deliberadamente falsos, cujo objetivo era desacreditar o adversário político, retratando-o como moralmente corrompido pela influência de Cleópatra (Thornton, 2000). Um outro caso emblemático de desinformação em larga escala ocorreu em 1938, quando a transmissão de uma adaptação radiofónica do drama "A Guerra dos Mundos" de H. G. Wells causou pânico em aproximadamente um milhão de pessoas (Cantril, 1941). Também durante guerras e conflitos políticos ao longo do século XX as informações falsas ou fabricadas foram usadas como instrumentos de propaganda (Fernandes, 2012), visando persuadir ou manipular os cidadãos no sentido de adotar uma determinada posição ou opinião.

Contudo, com o advento da internet e das redes sociais, a disseminação de informações falsas tornou-se mais fácil e rápida, alcançando uma plateia global em questão de segundos. Este novo ecossistema, onde o acesso à internet e às redes sociais se efetua através de smartphones, introduziu uma nova dinâmica na disseminação da informação. A proliferação generalizada de smartphones com conectividade online tem provocado transformações profundas na forma como as notícias são recebidas pelos cidadãos. Com a mudança da circulação exclusiva de notícias pelos meios de comunicação tradicionais, os indivíduos atualmente participam ativamente na cadeia de transmissão de informações, abrindo assim espaço para a propagação de notícias falsas (Monti, 2018).

A desinformação

São vários os investigadores que têm endereçado o fenómeno e os impactos da desinformação no ecossistema mais amplo da informação. Na sua generalidade, afastam-se do termo "notícias falsas" (*"fake news"*), optando, em vez disso, por termos como "informações manipuladas" ou "desordens informativas". Segundo Frau-Meigs (2019), as desordens informativas são um fenómeno sistémico que tem raízes profundas nas mudanças perpetradas pelos processos de digitalização e que implicam elevados custos sociais (Parlamento Europeu, 2019). Estas são frequentemente confundidas com a tradicional propaganda, demonstrando uma presença persistente e significativa na contemporaneidade (Frau-Meigs, 2019). Wardle e Derakhshan (2017) esclarecem que o conceito de desordem informativa encapsula a natureza multifacetada do problema e este correlaciona três facetas inter-relacionadas, mas distintas, delimitadas pelas suas intenções e ramificações, nomeadamente a disseminação deliberada de falsidades com o propósito de infligir danos nos

destinatários da informação (Oliveira et al., 2024): 1) Desinformação considera-se informação falsa e criada deliberadamente para prejudicar uma pessoa, um grupo social, uma organização ou país; 2) Informação Incorreta - Informação falsa, mas não criada com a intenção de causar dano; 3) Má Informação - Informação baseada na realidade, utilizada para infligir danos a uma pessoa, organização ou país. Wardle & Derakhshan (2017) salientam que a desinformação é particularmente amplificada pelas plataformas digitais e redes sociais, onde os algoritmos favorecem conteúdos que geram mais envolvimento dos utilizadores - frequentemente conteúdos fabricados ou sensacionalistas.

Outros autores têm vindo a debruçar-se sobre o conceito de desinformação. Yoram Eshet-Alkalai (2012) explora a relação entre o pensamento na era digital e a desordem da informação, analisando como os novos meios influenciam a forma como processamos a informação. Já Benker et al. (2018) em "Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics" aprofundam a questão da manipulação e desinformação no contexto político americano, demonstrando como a proliferação de informação online pode ser utilizada para fins pouco claros. Mais recentemente, outros autores (e.g. Curiel & Molpeceres, 2020; Bachur, 2021; Bucci et al., 2023) referem que a desordem informativa se revelou particularmente perigosa durante a pandemia da Covid-19, tendo contribuído para a disseminação de teorias da conspiração e conteúdo enganoso relacionado com o vírus e as medidas de combate à sua propagação.

Monti (2020) explica que as desordens informativas sempre existiram, mas que hoje, com o acesso generalizado à internet através quase todos os dispositivos móveis, com um conjunto de novos desafios éticos ao jornalismo nas plataformas de internet e com a ausência de controlo sobre estas difusões, estas se tornaram gradualmente mais uma arma política de movimentos políticos populistas. A ideia é também reforçada por Correia (2019) que explica que os fenómenos de desinformação estão tipicamente associados a agendas de formas populistas nacionalistas (eventualmente neofascistas). Essas agendas recorrem à criação e disseminação de conteúdos falsos como ações de instrumentalização política (Baptista, 2022). Para Christopoulou (2018), e em linha com os trabalhos de outros autores (e.g. Frau-Meigs, 2019; Wardle & Derakhshan, 2017) as redes sociais desempenham neste contexto um papel crucial: promovendo ecossistema propício à propagação da desordem informativa. Este ecossistema é, assim, fortemente influenciado pelas dinâmicas das redes sociais, onde a monetização de conteúdo, a estrutura algorítmica e as interações dos utilizadores contribuem para a rápida disseminação de desinformação (Christopoulou, 2018).

A diversidade de termos associados ao conceito de desinformação reflete a intrincada natureza deste fenómeno, uma vez que pode englobar desde rumores e teorias da conspiração, até sátiras, desinformação intencional e até mesmo ameaças híbridas claras e manipulação externa (Frau-Meigs, 2019). Embora estes autores se afastem, como anteriormente referido, do termo *fake news* ou notícias falsas, este é hoje comumente utilizado de forma lata. Donald

Trump terá sido um dos grandes promotores do uso massificado do conceito, tendo sido marcante durante as eleições americanas de 2016.

O Digital, a Popularização das Redes Sociais e os desafios à literacia

O advento das redes sociais facilitou a troca de informações em tempo real e permitiu a participação ativa dos utilizadores na criação e disseminação de conteúdo (Silva et al., 2021). Contudo, essa democratização trouxe também desafios, como a proliferação de discursos de ódio e a manipulação da opinião pública (McDougall et al., 2019). A desinformação nas redes sociais é um problema crescente, exacerbado pela velocidade e alcance das plataformas digitais (Benkler, Faris & Roberts, 2018). A confiança nos media tradicionais tem diminuído, enquanto a credibilidade das notícias partilhadas por amigos e familiares nas redes sociais permanece alta, apesar da veracidade questionável (Loos & Ivan, 2022). Segundo Tarrow (2011), o advento da Internet e, mais recentemente, o papel central das redes sociais no contexto político, transformaram significativamente as dinâmicas de influência política, permitindo que o cidadão comum desempenhasse um papel mais ativo e influenciador no espaço público. Este protagonismo possibilita que os indivíduos não só acessem a uma vasta gama de informações e opiniões, como também criem e disseminem conteúdo, participando de forma direta na construção do discurso político e na mobilização social. As redes sociais, ao facilitarem a comunicação e a partilha de ideias de forma rápida e abrangente, concedem aos cidadãos a capacidade de intervir nos debates públicos e nos processos de tomada de decisão política, ultrapassando assim os canais mediáticos tradicionais. Esta mudança deu origem a novos espaços de participação cívica e potenciou a capacidade dos indivíduos de influenciar movimentos sociais e campanhas políticas.

De acordo com Baptista (2022), observa-se um considerável menosprezo pela verdade e fundamentação científica, refletindo-se numa crise de credibilidade e confiança nas principais entidades públicas e políticas. Atualmente, a disseminação de desinformação, camuflada sob a aparência de notícias legítimas, disputa espaço no ambiente digital com os órgãos de comunicação, numa procura pela atenção de uma audiência cada vez mais dividida, polarizada e seletiva. Numa era tão profundamente digitalizada quanto esta, a disseminação de desinformação agrava a crise de credibilidade nas instituições desafiando a integridade das fontes de notícias, destacando a importância de um consumo crítico de informações online. Podemos então deduzir que a propaganda e a desinformação não é jornalismo, e que o jornalismo se rege pela verdade (Correia, 2019). Constata-se desta forma que a internet provocou mudanças radicais na forma como a notícia chega até ao cidadão. Uma vez que a notícia já não circula exclusivamente pelos meios tradicionais, hoje todos os cidadãos são parte ativa na cadeia de difusão de notícias, o que abre as portas à difusão de notícias falsas (Monti, 2018). Assim, e num cenário em que os meios de comunicação tradicionais perderam credibilidade e é possível criar notícias falsas através de plataformas de Internet, os movimentos populistas exploraram notícias falsas sensacionais e virais para obter um

consenso e um aumento substancial das suas ações de voto (Monti, 2020). Ao contornar os meios de comunicação tradicionais, os mecanismos e as ferramentas de verificação da verdade até então existentes, simplesmente desaparecem (Monti, 2018). Um fenómeno que até então era um problema pré-eleitoral, hoje as informações falsificadas “são uma ameaça mundial, que assola a maioria das democracias da Europa Ocidental e da América” (Baptista, 2022, p. 13).

Maneta et al. (2022) exploram como o discurso de ódio, as implicações na prática jornalística e a participação online são influenciadas pelo crescimento digital. Destacando a necessidade de estratégias de combate e conscientização tanto para jornalistas assim como para a sociedade civil, é necessária a compreensão dos mecanismos de influência das redes sociais na percepção pública, ressaltando a importância da alfabetização digital e da necessidade de políticas públicas que promovam a educação para os media (McDougall et al., 2019; Benkler et al., 2018). Além disso, a regulação das plataformas digitais e a promoção de boas práticas jornalísticas são essenciais para mitigar os efeitos negativos da desinformação (Silva et al., 2021). Maneta (2022), em "Discurso de Ódio, Jornalismo e Participação das Audiências", destaca, também, a complexidade do discurso de ódio, particularmente no contexto digital, evidenciando a ambiguidade do termo e as dificuldades na atribuição de responsabilidades legais.

Benkler, Faris e Roberts (2018), na obra “Network Propaganda”, analisam como a desinformação é estruturada e disseminada através de redes digitais, destacando a radicalização política resultante dessas práticas. Este estudo complementa a pesquisa de Maneta (2022) ao fornecer uma perspetiva sobre a manipulação e radicalização, mostrando que a arquitetura das redes sociais contribui significativamente para a disseminação de desinformação. A literacia mediática desempenha um papel central na capacidade dos indivíduos de analisar criticamente as informações consumidas, especialmente no contexto digital. Rayess et al. (2018) destacam que a compreensão das dinâmicas dos meios de comunicação e a habilidade para avaliar a credibilidade das notícias online são competências fundamentais na sociedade atual, onde a proliferação de conteúdos falsos é cada vez mais comum. Jesus e Hubbard (2020) complementam essa visão, ao argumentarem que a literacia mediática vai além da simples leitura e interpretação de textos, envolvendo também a capacidade de identificar as intenções por trás das mensagens, o que exige um nível mais profundo de análise crítica. McDougall et al. (2019) discutem a importância da literacia digital na educação para fortalecer a resiliência dos cidadãos contra a desinformação, argumentando que a educação para os media deve ser integrada nos currículos escolares para preparar os cidadãos a reconhecer e combater notícias falsas. Este ponto é essencial para a formação de uma sociedade crítica e informada. Neste sentido, Machete e Turpin (2020) sublinham que a integração de competências de literacia mediática nos currículos académicos pode ser uma ferramenta essencial para preparar cidadãos digitais mais informados e aptos a discernir entre fontes de informação confiáveis e aquelas que visam manipular ou distorcer a realidade. Assim,

a literacia mediática não apenas contribui para uma maior compreensão dos conteúdos, mas também fortalece a resistência a práticas desinformativas, promovendo uma sociedade mais crítica e bem-informada.

4 - SUMÁRIO

A desinformação, quando combinada com um ambiente mediático cada vez mais fragmentado, compromete o debate público saudável, essencial para o funcionamento da democracia, e fomenta um clima de desconfiança e hostilidade entre cidadãos. Desta forma, o estudo desta relação torna-se crucial para compreender os impactos negativos da desinformação na coesão social e na participação política informada.

Das leituras realizadas ao longo desta revisão de literatura evidenciam-se diversos aspetos que exigem uma discussão e reflexão mais aprofundada. Num mundo cada vez mais digitalizado, o papel dos media na democracia é, simultaneamente, uma força potencial para o fortalecimento da esfera pública e um desafio, dadas as ameaças à integridade da informação que circula. A interação entre cidadãos bem informados e media responsáveis é, portanto, uma condição fundamental para o fortalecimento da deliberação pública e a promoção de um sistema democrático robusto e inclusivo. Eles ajudam o público a alcançar um juízo informado e refletido, não apenas em tempos de disputas eleitorais, mas também no exercício de uma influência efetiva sobre as decisões relativas à condução da sociedade (Fontes, 2023). Neste sentido, é imputada aos media a responsabilidade de estimular a civilidade, a procura partilhada de entendimento e o desejo de compreender outros pontos de vista, promovendo formas de interesse público em oposição a interesses particulares (Ribeiro, 2011).

Porém, verificam-se cada vez mais manifestações de incivilidade em contexto democrático, com comportamentos que violam normas de respeito em interações públicas, especialmente nas redes sociais e através da propagação de informações falsificadas que deturpam a verdade. Esta incivilidade pode minar o debate público e enfraquecer a confiança nas instituições democráticas (Saldaña & Proust, 2022).

Neste contexto, e embora a Internet tenha democratizado o acesso à informação, a tarefa de identificar fontes verdadeiramente fiáveis revela-se um desafio cada vez mais complexo (Teixeira, 2022), sendo que o volume de informação disponível pode tornar-se esmagador para o utilizador comum (Alhusseini et al., 2020). Os motores de pesquisa fornecem uma quantidade significativa de resultados, tornando difícil filtrar e identificar as fontes mais confiáveis. Ao contrário dos meios de comunicação tradicionais, grande parte do conteúdo online não passa por processos rigorosos de verificação de factos e supervisão editorial (Metzger, 2007). Atualmente, qualquer indivíduo pode publicar na Internet, independentemente da sua

especialização ou competência, o que contribui significativamente para a disseminação de desinformação. Além disso, as plataformas digitais e os algoritmos que as suportam contribuem para a formação de "câmaras de eco", expondo os utilizadores principalmente a informações que reforçam as suas crenças pré-existentes (Wardle & Derakhshan, 2017; Saldaña & Proust, 2022; Kim & Kim, 2020).

A facilidade com que se dissemina informação deliberadamente enganosa ou falsa através da Internet (Teixeira, 2022) apresenta consequências potencialmente graves, afetando não apenas o discurso político, mas também a saúde pública, entre outros domínios. Deste modo, navegar no complexo panorama da informação online exige competências avançadas de literacia digital, contudo, nem todos os indivíduos possuem as competências necessárias para avaliar criticamente as fontes, identificar potenciais vieses ou reconhecer a desinformação (Da Silva & Cardoso, 2020).

A análise crítica dos trabalhos explorados ao longo deste capítulo apontam a necessidade de reflexões mais aprofundadas quer sobre a desinformação e o seu impacto na democracia - em especial nas perspetivas polarizadas dos cidadãos -, quer sobre o impacto das informações falsificadas disseminadas pelos meios digitais nos indivíduos. É neste sentido que esta dissertação se centra no impacto das informações falsas (vulgarmente denominadas de *fake news*) nos jovens estudantes universitários.

Para efeitos desta dissertação e no decorrer da mesma, para uma melhor perceção do leitor, também nos iremos referir às desordens informativas como *fake news*. Ainda que o termo em si seja um oxímoro, a expressão *fake news* é comumente conhecida e foi viralizada desde 2016 (Menezes, 2020), conforme no decorrer desta dissertação se procurará esclarecer.

5 - METODOLOGIA DA INVESTIGAÇÃO

Neste capítulo, procura-se apresentar de forma detalhada a metodologia adotada no presente estudo, procurando proporcionar uma compreensão clara das opções metodológicas que o fundamentam. A metodologia adotada reflete uma natureza multifacetada do fenómeno em análise, tendo sido desenhada com o intuito de capturar, as várias dimensões e nuances associadas ao objeto de estudo.

A investigação segue uma abordagem mista, sequencial, integrando a recolha de dados através de métodos quantitativos, seguindo-se os métodos qualitativos, de forma a permitir uma visão holística e aprofundada sobre o tema em análise. A opção por uma abordagem mista prende-se à necessidade de explorar tanto a amplitude quanto a profundidade das questões em análise, permitindo, assim, a combinação de dados quantitativos com a

complementaridade dos dados qualitativos que enriquecem a análise e interpretação dos resultados.

Seguidamente, procede-se à justificação das escolhas metodológicas, abordando a pertinência e adequação dos métodos selecionados face aos objetivos e questões de investigação.

Este capítulo procura também proporcionar uma reflexão crítica sobre as decisões tomadas ao longo do processo de investigação, demonstrando como estas contribuem para alcançar os objetivos delineados e responder de forma eficaz às perguntas de investigação formuladas. Assim, procura-se estabelecer um quadro metodológico sólido que sustentará a análise e interpretação dos dados nos capítulos subsequentes da dissertação.

5.1 QUESTÕES DE INVESTIGAÇÃO E OBJETIVOS DE ESTUDO

Atendendo aos temas explorados no enquadramento teórico, esta dissertação debruça-se na relação dos estudantes universitários da Universidade Lusófona - Centro universitário do Porto com a desinformação (UL - CUP), com as suas competências de literacia mediática para lidar com a circulação de informações falsificadas - principalmente nos meios digitais - e na sua perceção da influência da desinformação na polarização política. Estabeleceram-se as seguintes questões de investigação: Qual a relação dos estudantes universitários com a desinformação? Qual o impacto auto-percebido da desinformação tem na polarização política? Que competências os estudantes universitários auto-identificam como essenciais para reconhecer e evitar desinformação?

Este trabalho visa, por um lado, compreender como os estudantes universitários da UL - CUP se confrontam com a desinformação e avaliar as suas auto-perceções relativamente às competências de literacia dos media e da informação para identificar e prevenir a sua propagação. Consideram-se as auto-perceções pertinentes, no sentido em que 1) permitem compreender se existe um excesso ou falta de confiança perante uma determinada ação ou tarefa; 2) a reflexão sobre as competências contribui para a tomada de consciência sobre os processos de análise e de interpretação da informação consumida; e 3) para envolver diferentes grupos de indivíduos em processos críticos que permitem ajudar a identificar lacunas nas suas competências e conhecimentos. Este estudo visou, também, investigar o impacto da desinformação na formação das perceções políticas destes estudantes e explorar o possível contributo para a polarização política.

Importa ainda referir que este estudo se foca nos estudantes universitários, uma vez que estes se encontram num período crucial de desenvolvimento de competências e de pensamento crítico, fatores essenciais para a compreensão e resposta eficaz à desinformação e sendo que muitos estarão a votar pelas primeiras vezes. A par disso, Nygreen et al. (2020) identificam que

os estudantes enfrentam dificuldades em distinguir entre fontes credíveis e não credíveis, baseando-se frequentemente em elementos visuais ao invés de procederem a uma verificação rigorosa da origem da informação. Torna-se, assim, relevante focar o estudo neste público-alvo, contribuindo para um conhecimento mais aprofundado da sua relação com a desinformação e para os impactos por ela causados na sua relação com a democracia.

5.2 CONTEXTO DE ESTUDO

Este estudo focou-se nos estudantes da Universidade Lusófona - Centro Universitário do Porto (UL - CUP). Ao invés de abranger um universo mais amplo de estudantes do ensino superior, a opção de focar apenas este grupo de estudantes provenientes de um contexto específico justifica-se pela vantagem proporcionada ao acesso e logística necessária para a realização deste estudo num curto espaço de tempo. A realização de um estudo limitado a uma única instituição de ensino superior facilita a logística e a gestão eficiente da recolha de dados, assim como permite um acesso mais direto aos participantes.

Atualmente a UL - CUP, disponibiliza 23 licenciaturas, 1 mestrado integrado, 19 mestrados, 1 mestrado Erasmus Mundus e 4 programas de doutoramento¹. No âmbito desta dissertação, focamos a nossa recolha de dados nos estudantes inscritos no primeiro e segundo ciclo de estudos uma vez que, durante estes ciclos, os alunos estão num período crucial de desenvolvimento de competências e pensamento crítico, essenciais para compreender e responder à desinformação. O primeiro ciclo representa uma fase de aquisição de conhecimento fundamental e de desenvolvimento da capacidade de análise, enquanto o segundo ciclo aprofunda estas competências, exigindo uma maior capacidade de reflexão crítica e de compreensão da complexidade da informação.

5.3 - A PESQUISA POR MÉTODOS MISTOS

A pesquisa por métodos mistos é uma abordagem que combina ou associa métodos qualitativos e quantitativos. Esta metodologia abrange pressupostos filosóficos e integra tanto abordagens qualitativas como quantitativas numa única investigação (Creswell, 2010). Desta forma, não se trata apenas de recolher e analisar os dois tipos de dados, mas também de utilizar estas abordagens de forma integrada, de modo que a robustez global do estudo seja superior àquela que poderia ser alcançada com a utilização isolada de métodos qualitativos ou quantitativos (Creswell & Plano Clark, 2007; Bronstein & Kovacs, 2013).

Os métodos mistos consistem em utilizar uma abordagem em que os resultados obtidos através de um método são desenvolvidos ou ampliados por outro (Creswell, 2010). Esta

¹ Estes dados foram consultados na página oficial da Universidade Lusófona, refletindo a ampla gama de opções académicas oferecidas pela instituição.

estratégia pode começar com um método quantitativo que testa uma teoria, seguido de uma análise qualitativa aprofundada de alguns casos. A utilização deste método permite combinar as forças de ambas as abordagens, proporcionando uma compreensão mais completa e detalhada do fenómeno em estudo (Creswell, 2010).

Desta forma, considerou-se pertinente o recurso a uma abordagem metodológica mista, sequencial, complementando a recolha de dados quantitativos com dados qualitativos, o que poderá fornecer uma visão mais abrangente do fenómeno da desinformação e da polarização política entre os estudantes no ensino superior. Segundo Pocinho & Matos (2022), além das dicotomias que caracterizam os métodos quantitativos e qualitativos, quando se complementam permitem a quantificação de dados qualitativos e, inversamente, a qualificação de medidas numéricas, conferindo validade, explicação e reinterpretação dos dados.

5.4 - DESENHO METODOLÓGICO DO ESTUDO

O desenho metodológico desta dissertação desdobra-se em três etapas complementares, no sentido de promover uma compreensão abrangente dos temas em estudo. Iniciou com uma pesquisa bibliográfica que permitiu desenhar um estado da arte sobre os grandes temas em foco e, particularmente, alargar o conhecimento sobre a desinformação e as suas implicações sociopolíticas. Seguiu-se a implementação de um questionário para recolha de dados quantitativos, para identificar padrões de exposição à desinformação, fontes de informação mais utilizadas, variáveis demográficas e académicas que possam influenciar a perceção e reação à desinformação. Ancorado nos resultados obtidos no questionário, realizou-se um grupo de foco que proporcionou um espaço para discussões qualitativas mais profundas e com vista a aprofundar as experiências, crenças, e atitudes dos estudantes relativamente à desinformação, bem como compreender os motivos subjacentes às suas reações e comportamentos face a notícias falsas.

O desenho metodológico proposto alinha-se com os três níveis compreendidos nesta investigação. Num primeiro nível, o estudo procura compreender a relação dos estudantes universitários com a desinformação. Questões como "Acreditas que as notícias falsas podem influenciar as opiniões das pessoas?" (grupo de foco, pergunta 4), ou "Acreditas que já foste influenciado por uma notícia falsa?" (grupo de foco, pergunta 5.2), permitem explorar a extensão e o grau em que os estudantes se sentem afetados por informações enganosas. Estas perguntas ajudam a identificar se as notícias falsas têm um papel na formação de perceções e opiniões políticas entre os estudantes, avaliando em que medida estas opiniões são moldadas ou alteradas pela desinformação.

Num segundo nível, procurou-se compreender de que forma os estudantes universitários percebem o impacto das desordens informativas na polarização política. As questões do questionário disponibilizado através do Google Forms e disponível no [Apêndice II](#), tais como a frequência com que os estudantes encontram notícias falsas sobre questões políticas (pergunta

4), e se acreditam que estas notícias são usadas como ferramenta de propaganda política (pergunta 17), são fundamentais para avaliar o impacto das *fake news* na formação e intensificação de posicionamentos políticos. Adicionalmente, outras questões do grupo de foco (disponíveis no [Apêndice I](#)) que investigam a percepção dos estudantes sobre o uso das notícias falsas em períodos eleitorais (pergunta 8) ou como ferramenta política (pergunta 9), ajudam a compreender se há um aumento da polarização em períodos críticos e se os estudantes reconhecem a instrumentalização dessas notícias.

Por fim, e reconhecendo o papel fundamental que a literacia dos media e da informação desempenha na identificação e prevenção da disseminação de desinformação, o estudo visou num terceiro nível apurar as auto-perceções dos estudantes face às suas competências de literacia mediática para lidar com a desinformação. Através de questões como "Como confirmas a veracidade de uma notícia antes de a partilhar?" (Google Forms, pergunta 9) e "Achas que as redes sociais estão a fazer o suficiente para combater as notícias falsas?" (Google Forms, pergunta 11), o estudo pretende identificar o nível de consciência e os métodos que os estudantes utilizam para verificar a veracidade das informações, bem como o seu grau de confiança nas suas próprias competências de literacia mediática.

O cruzamento entre os dados quantitativos e qualitativos permitiu não apenas validar os resultados obtidos em ambas as fases, mas também enriquecer a compreensão do fenómeno, oferecendo uma perspetiva mais holística e profunda sobre a forma como as características e experiências dos estudantes influenciam a sua interação com a desinformação. A par disso, esta adoção de uma abordagem por métodos mistos permite-nos explorar o problema de investigação a partir de múltiplas perspetivas, proporcionando uma compreensão mais rica e aprofundada do que seria possível através da utilização de um único método isoladamente.

O processo metodológico foi conduzido da seguinte forma:

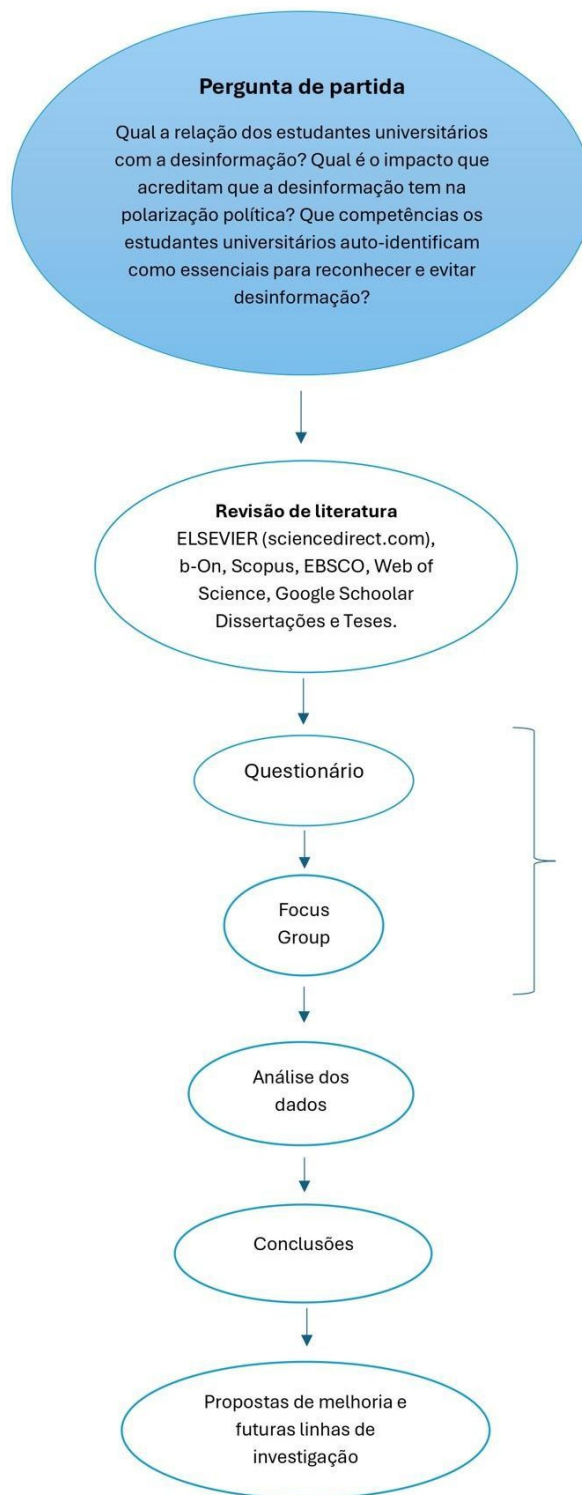


Figura 1 - Desenho processo metodológico (elaboração própria 2024)

5.4.1 - PESQUISA BIBLIOGRÁFICA

Numa primeira fase, realizou-se uma revisão de literatura, com o intuito de fundamentar teoricamente a problemática a investigar e a compreender o estado da arte. Simultaneamente, a revisão da literatura procurou identificar os principais conceitos e metodologias utilizados em estudos anteriores.

A pesquisa bibliográfica foi efetuada nos repositórios ELSEVIER (sciencedirect.com), b-On, Scopus, EBSCO e Web of Science, reconhecidos consensualmente pela qualidade e rigor das fontes que disponibilizam. Complementarmente, foram ainda realizadas pesquisas de artigos no Google Scholar para ampliar a abrangência da revisão bibliográfica.

Na pesquisa, foram utilizadas palavras-chave como: "Impact of fake news on political polarization", "University context and misinformation", "Fake news in higher education", "Political polarization among university students", "Social media and misinformation", e "Democracy". Para refinar e ampliar os resultados, foram empregues fórmulas booleanas, combinando termos com os operadores AND e OR. Por exemplo, foram utilizados termos como "*fake news*" AND "political polarization" para encontrar estudos que abordassem ambos os conceitos em conjunto, e "misinformation" OR "*fake news*" para obter uma gama mais abrangente de resultados que incluíssem qualquer um dos termos relacionados com desinformação. A escolha destas palavras-chave prendeu-se com o objetivo de garantir que a pesquisa abrangesse diferentes dimensões do fenómeno das *fake news* e da sua influência na polarização política, com enfoque particular no contexto universitário.

5.4.2 QUESTIONÁRIO (GOOGLE FORMS)

No contexto das investigações académicas, escolher os métodos de recolha de dados de forma adequada é crucial de forma a assegurar a validade e a fiabilidade dos resultados obtidos. Entre as várias ferramentas disponíveis, o Google Forms destaca-se como uma solução acessível e eficaz, especialmente útil em estudos que requerem a recolha de dados de amostras grandes e num curto período (Wright, 2005).

Neste sentido, discutem-se, brevemente, as vantagens e limitações do uso do Google Forms, bem como as questões éticas associadas à sua aplicação. Em termos de vantagens para a investigação académica, o Google Forms oferece acessibilidade, baixo custo, personalização e flexibilidade (Priyanda et al., 2021; Wright, 2005). Contudo, a utilização desta ferramenta também nos levanta algumas preocupações. A sensibilidade dos dados armazenados nos servidores da Google pode suscitar questões éticas e legais, particularmente no que diz respeito ao cumprimento do Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados (RGPD) (Clark, 2019). Além disso, a dependência do acesso à internet para a criação, distribuição e resposta aos questionários pode ser uma limitação significativa em contextos onde a conectividade é

limitada ou instável, comprometendo a representatividade da amostra (Truell, 2003). Apesar destas desvantagens, o Google Forms continua a ser uma solução prática e acessível para a recolha de dados em investigações académicas, tendo sido a ferramenta escolhida para a recolha dos nossos dados e cujo questionário pode ser consultado no [Apêndice II](#).

Considerando os objetivos previamente estabelecidos, o questionário foi distribuído aos alunos inscritos nos primeiros e segundos ciclos de estudos da Faculdade de Ciências Económicas Sociais e da Empresa, assim como na Faculdade de Comunicação, Arquitetura, Artes e Tecnologias de Informação da UL - CUP, a realização de um grupo de foco (abordagem qualitativa) com estudantes inscritos nestas mesmas faculdades da UL - CUP. O questionário foi desenvolvido com o objetivo de perceber o eventual impacto das desordens informativas, comumente referidas como *fake news*, na polarização política.

Este questionário contém um total de 28 perguntas, a maioria das quais de resposta fechada, sendo organizadas da seguinte forma:

- Caracterização sociodemográfica: Cerca de 10 perguntas focadas na identificação demográfica dos respondentes, como idade, género e situação académica ou laboral.
- Familiaridade e consumo de notícias: 5 a 6 perguntas sobre consumo de notícias, frequência de exposição a *fake news* e as principais fontes de desinformação.
- Comportamento e Opiniões: Aproximadamente 10 perguntas sobre comportamentos em relação às *fake news*, incluindo verificação de informações e opiniões sobre medidas de combate.

O questionário consiste maioritariamente em perguntas de escolha múltipla e algumas de resposta curta, com o objetivo de facilitar a sua análise estatística. As questões abordam temas como a frequência do consumo de notícias, a reação dos inquiridos ao identificar notícias falsas, a perceção acerca da responsabilidade no combate às *fake news* (por exemplo, papel do governo, dos cidadãos e das empresas tecnológicas). Adicionalmente, o questionário integra também escalas de avaliação (Likert), permitindo a medição do grau de concordância em determinadas questões.

O preenchimento do questionário demorou, em média, cerca de 5 minutos.

Os dados quantitativos provenientes dos questionários foram analisados através do software estatístico SPSS, através de análise estatística descritiva.

5.4.3 GRUPO DE FOCO

Através do grupo de foco, procurou-se aprofundar as respostas obtidas no questionário, oferecendo uma compreensão mais holística dos resultados que, de outra forma, não seria

possível alcançar. Procurou-se, particularmente, analisar as experiências dos estudantes universitários com a desinformação e as estratégias que utilizam para lidar com a mesma, em particular no contexto das redes sociais. Adicionalmente, visou-se avaliar as percepções destes jovens relativamente à desinformação e o seu impacto na formação de posições políticas extremistas.

Uma das principais vantagens deste método é a potencial que oferece para explorar em profundidade as experiências, percepções e motivações dos participantes, permitindo compreender as nuances e o contexto das respostas (Creswell, 2010). De referir ainda que as entrevistas através do grupo de foco podem ajudar a explorar em profundidade as percepções, atitudes e comportamentos dos estudantes relativamente às *fake news* (Martins et al., 2018). Assim, o método qualitativo complementa a investigação quantitativa, enriquecendo os estudos, conferindo-lhes maior robustez contribuindo para a produção científica (Pocinho & Matos, 2022), e permitindo obter uma compreensão mais holística do atual contexto, permitindo o desenvolvimento eventual de estratégias educativas e de políticas públicas para promover a literacia mediática, essenciais para uma cidadania digital na era da desinformação.

O grupo de foco foi conduzido com um conjunto de 5 estudantes da UL - CUP. Os participantes foram recrutados aleatoriamente em regime de participação voluntária em turma de vários cursos de 1º ciclo da instituição, de forma a garantir diversidade em termos de cursos, ano de estudo e envolvimento em atividades políticas ou cívicas. Seguiu um guião semiestruturado, e que pode ser consultado no [Apêndice I](#). Este incluiu perguntas abertas sobre a exposição às desordens informativas, a identificação dessas notícias, a influência percebida nas suas percepções políticas e as estratégias utilizadas para combater a desinformação.

A sessão foi gravada e o áudio foi posteriormente transcrito integralmente para análise posterior. Todos os participantes assinaram um Termo de Consentimento Informado, sendo o grupo de foco foi conduzido pela orientadora desta dissertação e acompanhado pelo autor da mesma. Os participantes foram informados de que poderiam abandonar a sessão em qualquer momento, caso fosse a sua intenção.

Análise de conteúdo

Os dados recolhidos através do grupo de foco foram analisados através da análise de conteúdo, conforme delineado por Laurence Bardin na sua obra *Análise de Conteúdo* (Bardin, 2010). Esta técnica metodológica permitiu uma análise rigorosa e sistemática do conteúdo das discussões, facilitando a identificação de significados latentes e manifestos nas respostas dos participantes. A gravação do grupo de foco foi transcrita integralmente, e a análise seguiu um processo de codificação sequencial e manual (Bardin, 2010), que procurou identificar padrões e temas recorrentes nas experiências e percepções dos estudantes.

O processo de codificação seguiu as etapas descritas por Bardin (2010), dividindo-se em três fases principais. Primeiramente, foi realizada a pré-análise, que consistiu na leitura flutuante da transcrição, permitindo uma compreensão geral dos dados e uma familiarização com os discursos. Esta fase preparatória foi fundamental para a criação de um referencial inicial de códigos e categorias emergentes, consoante os princípios de Bardin. Em seguida, procedeu-se à exploração do material, onde se aplicou a codificação propriamente dita. A codificação foi realizada em dois ciclos. No primeiro ciclo, recorreu-se à codificação aberta, onde cada unidade de registo (frase, expressão ou ideia) foi segmentada e associada a um código. Estes códigos foram criados a partir dos dados, num processo indutivo, sem categorias predefinidas. No segundo ciclo, realizou-se uma codificação axial, onde os códigos foram agrupados em torno de categorias centrais, como o impacto das *fake news*, a polarização política, confiança nos meios de comunicação, responsabilidade e educação, e ação e intervenção. Este processo de purificação permitiu a estruturação do conteúdo, facilitando a identificação de padrões mais profundos.

As categorias de análise foram definidas de forma a agrupar os diferentes códigos identificados durante a exploração do conteúdo. Seguindo Bardin, as categorias foram selecionadas com base na sua relevância, homogeneidade e exclusividade. Entre as categorias identificadas estão:

- **Impacto das *Fake News*:** Manipulação de Informação, Viralidade, Desconfiança, *agenda-setting*.
- **Polarização Política:** Conflito familiar, opiniões extremas, divisão social;
- **Confiança nos Meios de Comunicação:** Credibilidade, Influenciadores, Redes Sociais, Televisão;
- **Responsabilidade e Educação:** Verificação de Fatos, Educação nas Escolas, Responsabilidade Social;
- **Ação e Intervenção:** Legislação, Penalidades, Papel das Plataformas.

Cada categoria foi acompanhada de exemplos ilustrativos retirados diretamente das transcrições, de modo a garantir que a sua interpretação estivesse firmemente ancorada nos dados empíricos.

Por fim, realizou-se a interpretação dos resultados, fase em que se procurou não só descrever, mas também explicar os fenómenos observados, destacando a complexidade das perceções dos estudantes sobre as *fake news* e o seu impacto na polarização política. As categorias emergentes foram, assim, interpretadas à luz do quadro teórico, permitindo uma análise detalhada e crítica dos dados

Esta análise aprofundada é crucial para o desenvolvimento de estratégias e políticas educativas que visem o combate à desinformação e a promoção de uma maior literacia mediática. Ao identificar as áreas de maior vulnerabilidade e as necessidades específicas dos estudantes, é possível propor intervenções mais eficazes e personalizadas, contribuindo para uma sociedade mais informada e resiliente face à crescente disseminação de *fake news*.

5.4.4 QUESTÕES ÉTICAS

As questões éticas e a sua garantia são cruciais na investigação académica. Asseguram a integridade da investigação, o respeito por todos os participantes envolvidos e a salvaguarda dos padrões éticos. Ao longo desta dissertação foram tomadas diversas medidas

Quanto ao questionário, foi assegurado, desde logo, o consentimento informado. Os participantes foram informados do objetivo do instrumento, a sua duração e os propósitos gerais da investigação. A par disso, todas as questões relacionadas com a anonimidade e a confidencialidade dos dados foram asseguradas, não tendo sido elementos identificativos dos participantes (e.g. email, nome, endereços).

Em consonância com os princípios éticos da investigação científica e seguindo as recomendações de Bardin para a análise de conteúdo das transcrições do grupo de foco, foram adotados também procedimentos para assegurar a privacidade e a proteção dos dados dos participantes. Todos os dados recolhidos foram anonimizados, com a substituição dos nomes verdadeiros, de forma a proteger a identidade dos intervenientes. Além disso, a gravação e transcrição das discussões foram realizadas com o consentimento informado dos participantes, garantindo que estes estavam plenamente cientes do propósito do estudo e das medidas tomadas para proteger a sua privacidade. Os dados foram tratados em conformidade com o Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados (RGPD), garantindo o armazenamento seguro e o acesso restrito apenas aos investigadores envolvidos no estudo.

5.5 ANÁLISE DE DADOS

5.5.1 ANÁLISE DO QUESTIONÁRIO

A recolha de dados foi realizada através de um questionário no Google Forms, resultando em 121 respostas. Contudo, das 121 respostas, apenas 101 foram consideradas válidas, sendo as restantes 20 excluídas, exclusivamente por incompletude, sem aplicação de qualquer outro critério de seleção. Esta opção metodológica assegura a qualidade e consistência dos dados, minimizando distorções que poderiam comprometer a validade dos resultados. Assim, a análise concentra-se nas 101 respostas completas, que constituem o núcleo deste estudo e fundamentam as conclusões apresentadas.

Os dados foram analisados com recurso ao SPSS, através de estatística descritiva simples, com recurso a tabelas de frequências. Apresentam-se abaixo os resultados.

Dados sociodemográficos

Conforme apresentado na tabela 1, a amostra do estudo é composta por 101 participantes. Em termos de faixa etária, a sua maioria encontra-se na faixa dos 20 aos 24 anos (49,5%, n=50), seguida pelos indivíduos com idade inferior ou igual a 19 anos (43,6%, n=44). As faixas etárias de 25 a 29 anos (4,0%, n=4) e de 30 a 34 anos (3,0%, n=3) são significativamente menos representadas.

Tabela 1: Idade

Idade	Frequência (N=101)	Percentagem (%)
<=19	44	43.6
20 a 24	50	49.5
25 a 29	4	4.0
30 a 34	3	3.0
Total	101	100.0

No que ao nível de formação académica concerne, a grande maioria dos participantes encontra-se a concluir a Licenciatura (91,1%, n=92), enquanto apenas uma minoria (8,9%, n=9) se encontra a concluir Mestrado. Estes dados indicam-nos uma prevalência de indivíduos a concluir o grau académico de primeiro ciclo.

Tabela 2: Ciclo de Estudos

Ciclo de Estudos	Frequência (N=101)	Percentagem (%)
Licenciatura	92	91.1
Mestrado	9	8.9
Total	101	100.0

Relativamente à distribuição por género, a maioria dos respondentes identificam-se como sendo do género feminino (72,3%, n=73) e masculino (27,7%, n=28).

Tabela 3: Género

Género	Frequência (N=101)	Percentagem (%)
Masculino	28	27.7
Feminino	73	72.3
Total	101	100.0

No que aos cursos concerne (tabela 4), a mais representada é a Licenciatura em Gestão, (31,7%, n=32), seguido-se, a Licenciatura em Ciências da Comunicação (27,7%, n=28). A Licenciatura em Gestão e Desenvolvimento de Recursos Humanos e Licenciatura em Comunicação Aplicada, ambas com 15,8% cada (n=16 para cada área).

Entre os graus de Mestrado, a Literacia dos Media e da Informação e Cidadania Digital é a área mais representada, (3,0%, n=3), seguindo-se Gestão de Recursos Humanos e Ciências da Educação (2,0%, n=2) e (1,0%, n=1) da amostra, respetivamente. Outras áreas de Mestrado, como Gestão, Direito e Psicologia Clínica e da Saúde, encontram-se igualmente representadas (1,0%, n=1).

Tabela 4: Distribuição dos participantes por ciclo de estudos

Ciclo de estudos	Frequência (N=101)	Porcentagem (%)
LICENCIATURA EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO	28	27.7
LICENCIATURA EM GESTÃO E DESENVOLVIMENTO DE RECURSOS HUMANOS	16	15.8
MESTRADO EM CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO	1	1.0
MESTRADO EM LITERACIA DOS MEDIA E DA INFORMAÇÃO E CIDADANIA DIGITAL	3	3.0
MESTRADO EM GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS	2	2.0
LICENCIATURA EM COMUNICAÇÃO APLICADA	16	15.8
LICENCIATURA EM GESTÃO	32	31.7
MESTRADO EM GESTÃO	1	1.0
MESTRADO EM DIREITO	1	1.0
MESTRADO EM PSICOLOGIA CLÍNICA E DA SAÚDE	1	1.0
Total	101	100.0

Nas tabelas 5 e 6, podemos constatar a existência de uma proporção elevada de estudantes-trabalhadores (77,2%, n=78), o que sugere que muitos dos participantes possuem responsabilidades adicionais para além dos estudos.

Tabela 5: Estatuto

Estatuto	Frequência (N=101)	Percentagem (%)
Estudante	22	21.8
Estudante-trabalhador/a	78	77.2
Estudante-atleta de alto rendimento	1	1.0
Total	101	100.0

No que à nacionalidade e contexto cultural concerne, a predominância de participantes de nacionalidade portuguesa - 85,1%, (n=86) - sugere que as conclusões do estudo serão fortemente influenciadas pela realidade cultural e política de Portugal. No entanto, a presença de minorias de outras nacionalidades, como angolana 7,9%, (n=8), e brasileira 5,9%, (n=6), assim como, um participante luso-venezuelano 1,0%, (n=1), permite apontar possíveis pontos para reflexão sobre como diferentes contextos culturais e históricos podem influenciar a percepção das *fake news* e da polarização política.

Tabela 6: Nacionalidade

Nacionalidade	Frequência (N=101)	Percentagem (%)
Portuguesa	86	85.1
Brasileira	6	5.9
Luso Venezuelana	1	1.0
Angolana	8	7.9
Total	101	100.0

De seguida, realizou-se em SPSS uma tabela de frequências a todos os dados recolhidos de forma a obter uma visão generalista das perceções dos estudantes do ensino superior relativamente ao impacto das *fake news* e a sua ligação com a polarização política.

Para esta análise de dados e melhor interpretação dos seus resultados agregamos as mesmas em 7 temáticas:

1ª Temática - Consumo de Notícias e Exposição a *Fake News*

A primeira temática abordada no estudo refere-se ao consumo de notícias e à exposição a *fake news*. De acordo com os dados apresentados, verificou-se que todos os participantes (100%, n=101) já tinham ouvido falar sobre *fake news*. Este resultado indica que a amostra é composta por indivíduos que possuem um conhecimento prévio sobre o fenómeno da desinformação, sugerindo um grupo relativamente bem informado sobre o tema.

Tabela 7: Já ouviste falar de “fake news”?

Já ouviste falar de “fake news”?	Frequência (N=101)	Percentagem (%)
Sim	101	100.0

No que à frequência de consumo de notícias concerne, verificou-se que a maioria dos estudantes acede regularmente a notícias através da internet. Concretamente, 75,2%(n=76) dos participantes indicaram consumir notícias diariamente, enquanto que uma percentagem menor afirmaram fazê-lo várias vezes por semana (23,8%, n=24). Apenas (1,0%, n=1) dos estudantes relatou consumir notícias uma vez por semana. Estes dados sugerem que a grande maioria dos estudantes tem um elevado nível de envolvimento com a informação noticiosa, sobretudo em plataformas digitais, o que pode influenciar a sua exposição a diferentes fontes de informação e, por conseguinte, a *fake news*.

Tabela 8: Com que frequência consomes notícias na internet?

Com que frequência consomes notícias na internet?	Frequência (N=101)	Percentagem (%)
Todos os dias	76	75.2
Várias vezes por semana	24	23.8
Uma vez por semana	1	1.0
Total	101	100.0

Relativamente à exposição a notícias falsas, os dados mostram que 64,4% (n=65) dos estudantes afirmaram encontrar *fake news* algumas vezes por semana, enquanto 26,7% (n=27) relataram encontrá-las diariamente. Apenas 8,9%(n=9) indicaram que raramente se deparam com notícias falsas. Estes resultados sugerem que a maioria dos estudantes está frequentemente exposta a *fake news*, o que pode ter implicações importantes na forma como consomem e processam informação.

Tabela 9: Com que frequência encontras notícias falsas na internet?

Com que frequência encontras notícias falsas na internet?	Frequência (N=101)	Percentagem (%)
Todos os dias	27	26.7
Algumas vezes por semana	65	64.4
Raramente	9	8.9
Total	101	100.0

2ª Temática - Fake News sobre Questões Políticas e Fontes

No que diz respeito às *fake news* sobre questões políticas, a maioria dos estudantes (67,3%, n=68) indicaram encontrá-las algumas vezes por semana, enquanto outros (11,9%, n=12) afirmaram ser expostos a esse tipo de desinformação diariamente. Estes dados sugerem que os estudantes estão frequentemente expostos a informações politicamente polarizadas, o que pode influenciar as suas percepções e opiniões sobre questões políticas.

Tabela 10: Com que frequência encontras notícias falsas na internet sobre questões políticas?

Com que frequência encontras notícias falsas na internet sobre questões políticas?	Frequência (N=101)	Percentagem (%)
Todos os dias	12	11.9
Algumas vezes por semana	68	67.3
Raramente	20	19.8
Nunca	1	1.0
Total	101	100.0

Relativamente à percepção das fontes de *fake news*, a maioria dos participantes, (77,2%, n=78) apontou as redes sociais como a principal fonte de desinformação, seguidas por sites de notícias não confiáveis, mencionados por 17,8% (n=18) dos estudantes.

Tabela 11: Na tua opinião, qual é a principal fonte de notícias falsas na internet?

Na tua opinião, qual é a principal fonte de notícias falsas na internet?	Frequência (N=101)	Percentagem (%)
Redes Sociais	78	77.2
Sites de notícias não confiáveis	18	17.8
E-mails de spam	1	1.0
Não tenho certeza	4	4.0
Total	101	100.0

3ª Temática - Comportamento dos Estudantes face às *Fake News* (Tabelas 12 & 13)

Relativamente à partilha involuntária de *fake news*, conforme a tabela 12 apresenta, 42,6% (n=43) dos estudantes admitiram já ter partilhado uma notícia falsa sem se aperceberem. Este dado indica que, apesar do conhecimento generalizado sobre *fake news*, a verificação prévia das informações ainda apresenta dificuldades aos estudantes.

Tabela 12: Já alguma vez partilhaste uma notícia falsa sem o saber?

Já alguma vez partilhaste uma notícia falsa sem o saber?	Frequência (N=101)	Percentagem (%)
Sim	43	42.6
Não	58	57.4
Total	101	100.0

Ao descobrir que partilharam uma notícia falsa, como apresentado na tabela 13, a maioria dos estudantes (63,4%, n=64) apaga a publicação. Um grupo menor (17,8%, n=18), opta por adicionar um pedido de desculpas ou esclarecimento. Entretanto, 18,8%(n=19) afirmam não tomar nenhuma ação em resposta.

Tabela 13: Como reages quando descobres que uma notícia que partilhaste era falsa?

Como reages quando descobres que uma notícia que partilhaste era falsa?	Frequência (N=101)	Percentagem (%)
Apago a publicação	64	63.4
Adiciono um pedido de desculpa ou esclarecimento	18	17.8
Não faço nada	19	18.8
Total	101	100.0

4ª Temática - Verificação e Combate às Fake News (Tabelas 14, 15 & 16)

No que à verificação de notícias diz respeito (tabela 14), a maioria dos estudantes (74,3%, n=75) declara proceder à verificação das notícias antes de as partilhar, enquanto outros (25,7%, n=26) admitem não o fazer.

Tabela 14: Costumas verificar uma notícia antes de a partilhar?

Costumas verificar uma notícia antes de a partilhar?	Frequência (N=101)	Percentagem (%)
Sim	75	74.3
Não	26	25.7
Total	101	100.0

Entre os estudantes que realizam a verificação, 40,6% (n=41) recorrem a fontes fidedignas para o fazer.

Tabela 15: Costumas verificar uma notícia antes de a partilhar?

Como confirmas a veracidade de uma notícia antes de a partilhar?	Frequência (N=101)	Percentagem (%)
Verifico fontes confiáveis	41	40.6
Pesquisei se a notícia já foi partilhada por outros órgãos de comunicação social	30	29.7
Pergunto a outras pessoas se elas já viram a notícia	3	3.0
Normalmente, não faço verificações	27	26.7
Total	101	100.0

A tabela 16 revela que a ampla maioria dos estudantes (92,1%, n=93) considera que a responsabilidade de combater as fake news deve ser partilhada por todos, refletindo uma percepção coletiva do problema sendo que apenas 3,0%(n=3) acreditam que o cidadão individual deve ser o principal responsável.

Tabela 16: Na tua opinião, quem é responsável por combater as notícias falsas na internet?

Na tua opinião, quem é responsável por combater as notícias falsas na internet?	Frequência (N=101)	Percentagem (%)
O cidadão	3	3.0
Governo	1	1.0
Empresas de tecnologia	4	4.0
Todos nós	93	92.1
Total	101	100.0

5ª Temática - Combate às notícias falsas

Em relação ao combate às notícias falsas, como apresentado na tabela 17, 89,1% dos estudantes (n=90) defende que as plataformas estão a falhar nos seus esforços, sendo que apenas 10,9%(n=11) dos estudantes consideram as medidas existentes satisfatórias.

Tabela 17: Achas que as redes sociais estão a fazer o suficiente para combater as notícias falsas?

Achas que as redes sociais estão a fazer o suficiente para combater as notícias falsas?	Frequência (N=101)	Percentagem (%)
Sim	11	10.9
Não	90	89.1
Total	101	100.0

Questionados sobre as formas como acreditam que as redes sociais podem construir para o combate à disseminação de notícias falsas (tabela 18), 62,4% (n=63) dos estudantes consideram essencial a aplicação de todas as estratégias mencionadas, incluindo a melhoria da verificação de factos, a remoção de conteúdo enganoso e a promoção de maior visibilidade para fontes fidedignas.

Tabela 18: Como achas que as redes sociais podem ajudar a reduzir a disseminação de notícias falsas?

Como achas que as redes sociais podem ajudar a reduzir a disseminação de notícias falsas?	Frequência (N=101)	Percentagem (%)
Melhorando a verificação de fatos	16	15.8
Removendo conteúdo enganoso	13	12.9
Dando mais visibilidade a fontes confiáveis	9	8.9
Todas as opções acima.	63	62.4
Total	101	100.0

6ª Temática - Impacto das *Fake News* na Sociedade e Política

Quase todos os participantes (98,0%, n=99) acreditam que as *fake news* influenciam as pessoas (tabela 19), e a quase totalidade (99,0%, n=100) concordam que têm um impacto negativo na sociedade (tabela 20), estas respostas sugerem uma forte consciência dos danos causados pelas desordens informativas.

Tabela 19: Achas que as pessoas são influenciadas pelas notícias falsas que vêm na internet?

Achas que as pessoas são influenciadas pelas notícias falsas que vêm na internet?	Frequência (N=101)	Percentagem (%)
Sim	99	98.0
Não	2	2.0
Total	101	100.0

Tabela 20: Achas que as notícias falsas têm um impacto negativo na sociedade?

Achas que as notícias falsas têm um impacto negativo na sociedade?	Frequência (N=101)	Percentagem (%)
Sim	100	99.0
Não	1	1.0
Total	101	100.0

7ª Temática - A eficácia das leis no combate às *fake news*

Em relação ao conhecimento sobre as Leis contra Notícias Falsas, os dados apresentados na tabela 21 mostram que 75,2% (n=76) dos estudantes não conhece as leis existentes que visam combater as notícias falsas, enquanto 24,8% (n=25) afirmam estar cientes dessas leis.

Tabela 21: Conheces as leis existentes que visam combater as notícias falsas?

Conheces as leis existentes que visam combater as notícias falsas?	Frequência (N=101)	Percentagem (%)
Sim	25	24.8
Não	76	75.2
Total	101	100.0

Sobre a percepção relativamente à eficiência das Leis, a tabela 22 mostra que 83,2% (n=84) dos estudantes acreditam que essas leis não são eficazes na resolução do problema, enquanto apenas (16,8%, n=17) consideram que as leis são eficazes. Mesmo entre os que conhecem as leis, há uma percepção maioritária de que a legislação existente não é suficiente para combater as fake news.

Tabela 22: Conheces as leis existentes que visam combater as notícias falsas?

Se sim, acreditas que as leis contra notícias falsas são efetivas na resolução do problema?	Frequência (N=101)	Percentagem (%)
Sim	17	16.8
Não	84	83.2
Total	101	100.0

Ainda sobre o uso de notícias falsas como ferramenta de propaganda política, conforme apresentado na tabela 23, 95,0% (n=96) dos estudantes do ensino superior acreditam que as notícias falsas sobre questões políticas são usadas como ferramenta de propaganda política. Este dado reflete uma perceção quase unânime entre os estudantes de que as fake news são instrumentalizadas para fins políticos.

Tabela 23: Achas que as notícias falsas sobre questões políticas são usadas como ferramenta de propaganda política?

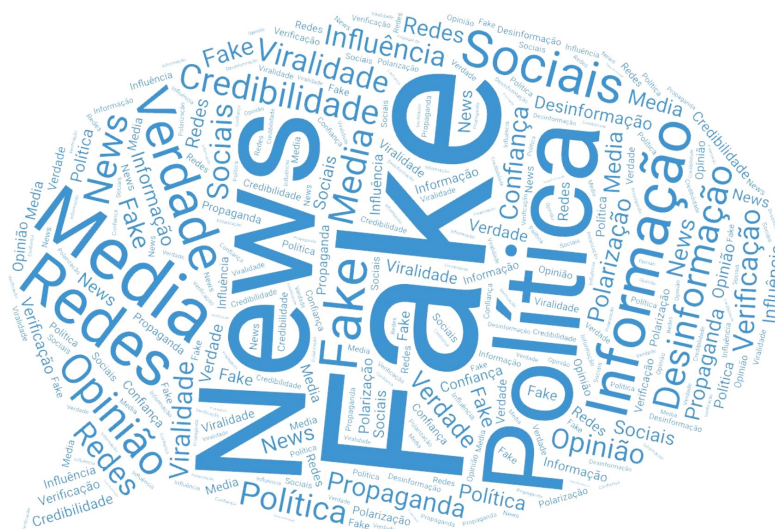
Achas que as notícias falsas sobre questões políticas são usadas como ferramenta de propaganda política?	Frequência (N=101)	Percentagem (%)
Sim	96	95.0
Não	5	5.0
Total	101	100.0

5.5.2 ANÁLISE DO GRUPO DE FOCO

A análise deste grupo de foco ofereceu-nos uma visão abrangente sobre as perceções e preocupações dos participantes relativamente ao impacto das fake news e à polarização política. As categorias de análise desenvolvidas, apresentadas no capítulo II, proporcionaram uma estrutura para a compreensão das dinâmicas complexas que envolvem a confiança nos meios de comunicação, a educação sobre e para a verificação de factos, os impactos da desinformação na experiência de cidadania dos indivíduos, e a necessidade de intervenção regulamentar. A matriz resultante da análise pode ser consultada no [Apêndice III](#).

No que às palavras-chave mais referidas ao longo do grupo de foto concerne, e como a nuvem de palavras abaixo ilustra, identificamos as seguintes:

1. *Fake news* - Termo recorrente utilizado para descrever notícias falsas e desinformação.
2. Política - mencionada frequentemente em relação à influência dos media e das *fake news*.
3. Media - Discutidos como a principal fonte de propagação de informações e a sua influência na opinião pública.
4. Redes sociais - Referidas no contexto de como facilitam a disseminação de *fake news* e influenciam a percepção pública.
5. Informação - Relacionada tanto à veracidade quanto à manipulação de dados.
6. Verdade - Associada ao contraste entre informações verdadeiras e falsas.
7. Opinião - mencionada no que respeita à forma como é moldada e influenciada pelos media.
8. Credibilidade - Ligada à confiança (ou falta dela) nas fontes de informação.
9. Propaganda - Uso de informações para influenciar opiniões, frequentemente com intenções políticas.
10. Viralidade - Discussão sobre como a velocidade e o alcance de uma informação contribuem para a sua disseminação, independentemente da veracidade.
11. Desinformação - Como um termo mais técnico relacionado com *fake news*.
12. Verificação - Relacionado com a necessidade de verificar a veracidade das informações encontradas.
13. Polarização - Ligada ao aumento da divergência entre opiniões políticas, exacerbada por *fake news*.
14. Influência - Como as notícias e os media influenciam as opiniões e decisões das pessoas.
15. Confiança - Debate sobre em quem ou no que confiar ao consumir notícias.



Relativamente às categorias de análise pré-definidas que nortearam a leitura e análise do grupo de foco, apresentamos e discutimos abaixo os dados recolhidos.

1. Impacto das *Fake News*

A manipulação da opinião pública foi um tema recorrente na discussão, com os participantes a manifestarem preocupações sobre o impacto das notícias falsas na perceção das pessoas, frequentemente distorcendo a realidade. Um exemplo significativo foi mencionado por um dos intervenientes, que destacou a tendência das pessoas em confiar nos media, mesmo quando confrontadas diretamente com a verdade:

Eu acho que, mesmo que a notícia seja sobre a pessoa, se a pessoa vier ao público e disser 'eu estou-vos a dizer que isto não aconteceu', eu acho que as pessoas preferem acreditar nos media do que na própria pessoa. (Interveniente 1)

Outros participantes referiram o mesmo fenómeno, evidenciando o impacto que a desinformação pode ter nas tomadas de posição dos cidadãos e na sua imparcialidade. Um dos intervenientes destacou influência que a desinformação pode ter nas tomadas de posição e na imparcialidade dos cidadãos:

(...) é muito difícil não escolher um lado, e quando os meios de comunicação vão noticiar alguma coisa, acaba que eles noticiam de uma maneira que a pessoa que está a redigir um artigo ou alguma coisa já está a influenciar o leitor, ou o público, de uma certa maneira. (Interveniente 1)

Outro participante reforçou esta perspetiva, referindo a dificuldade em confiar nas notícias devido à parcialidade percebida:

(...) o problema do estado da gente é que não se consegue pedir opinião ou ir pelo que as notícias dizem, porque já está tão influenciado e tão imparcial que a pessoa acaba por não saber se tem certeza se a informação que está a receber é correta. Pelo menos do meu ponto de vista, é um bocado difícil entender (...). (Interveniente 2)

Por fim, um outro interveniente destacou como as fake news podem ser facilmente utilizadas em contextos políticos para manipular grupos vulneráveis, como a população mais idosa: "...isso também pode ir de encontro à situação das fake news porque, por exemplo, é muito fácil usar uma notícia a ver com política, com informações falsas, para atingir gente mais velha" (Interveniente 5).

2. Polarização Política

A polarização política foi identificada como um fenómeno que não só divide a sociedade, mas que também se manifesta nas relações familiares. Segundo um dos participantes, a desinformação desempenha um papel central na intensificação das posições polarizadas, contribuindo para o desgaste das relações familiares. Este interveniente partilhou um exemplo pessoal, evidenciando como as *fake news* podem deteriorar as dinâmicas familiares:

(...) deu tanta briga, parente que não quer mais falar com parentes, e a minha mãe saiu do grupo da família e é um xingando o outro, então eu acho que as pessoas às vezes deixam levar ao extremo. Acho que... é isso basicamente tem essa polarização é uma coisa muito forte e as fake news alimentam muito isso. (Interveniente 3)

Outro participante sublinhou o papel das plataformas digitais, como o WhatsApp, na disseminação de notícias falsas em grupos restritos, o que reforça as crenças pré-existentes, fomentando a hostilidade entre pessoas com orientações políticas divergentes. Este interveniente admitiu que, em alguns casos, a busca por informação que sustente o seu ponto de vista ocorre independentemente da veracidade dos factos: *"(...) então eu procuro as notícias, falsas ou verdadeiras ou o que seja, para ir encontrar o meu pensamento"* (Interveniente 4).

3. Confiança nos Meios de Comunicação - O Digital, os algoritmos e os influenciadores

Quando confrontados com questões relativas à confiança nos meios de comunicação, os participantes refletiram sobre o impacto dos media digitais — particularmente das redes sociais — na disseminação da desinformação. A primazia da viralidade em detrimento da veracidade,

bem como a influência dos algoritmos na exposição a conteúdos informativos nas redes sociais, foram temas mencionados e discutidos. Um dos intervenientes expressou uma perspetiva crítica relativamente à forma como a viralidade se sobrepõe à exatidão da informação: “(...) *a veracidade não vem primeiro hoje, é o viral. O que se falar é o que importa mais partilhar*” (Interveniente 5). Outros participantes revelaram estar conscientes de que as redes sociais estão progressivamente a substituir os meios tradicionais em termos de consumo informativo, abrangendo várias gerações. Um dos intervenientes observou:

(...) acho que as redes sociais dão uma facilidade imensa à propaganda de fake news porque vai de um para o outro. As notícias nós temos em casa, mas rapidamente apagamos a televisão e agora ainda mais da nossa idade quase ninguém vê televisão e os nossos avós, por exemplo, a minha avó tem Facebook, a minha avó tem Instagram, a minha mãe. (Interveniente 4)

Outro tema destacado foi a influência dos algoritmos no consumo de notícias, considerando-se que estes moldam as perceções e os comportamentos informativos dos utilizadores. Um dos participantes comentou como os algoritmos das redes sociais tendem a reforçar os pontos de vista dos utilizadores, promovendo a exposição a conteúdos que refletem as suas preferências ou crenças ideológicas:

Eu acho que o algoritmo dessas redes sociais tem uma coisa muito importante, interfere muito com o conteúdo que as pessoas consomem então, por exemplo, eu tenho ideais mais esquerdistas eu sigo pessoas que falam do mesmo ponto de vista que eu, então às vezes acaba que o algoritmo me dá coisas similares. (Interveniente 1)

Para além dos algoritmos, os influenciadores emergem como figuras centrais na formação da confiança relativamente à informação noticiosa. Vários participantes referiram a influência que estas personalidades exercem sobre os seus seguidores, destacando a confiança que muitos depositam nas suas opiniões e interpretações:

Por exemplo, eu nem muito para isso, costumo nem confiar muito no que é dito por esses influencers, mas tenho a certeza que existem pessoas que acreditam (...) e qualquer coisa que a pessoa diga, eles vão acreditar nessa opinião. (Interveniente 3)

Adicionalmente, a relação de confiança estabelecida com influenciadores, derivada de uma familiaridade prévia ou de uma ligação emocional, parece afetar a escolha de fontes de informação. Um dos participantes explicou:

E eu dei por mim, porque eu o conhecia já, o trabalho como humorista, já o conhecia de outros ramos, já o seguia, e já sabia que confiava mais neles do que certas notícias. Eu acho que foi isso que ela estava a dizer no início, que nós acabamos de escolher quem queremos seguir porque são pessoas que confiamos, conhecemos, vamos ver o que é que fazem, os seus valores. (Interveniente 5).

Outro participante destacou o impacto dos influenciadores na formação de opiniões políticas:

(...) perguntei-lhe que fonte é que ele foi para tentar para defender o Lula daquela forma. E ele disse que era do influencer. E eu, mas porquê? Ele disse que acredita nele, o que ele está a dizer eu acho que é verdade. (Interveniente 1)

4. Responsabilidade e Educação

A necessidade de uma educação centrada na verificação de factos foi referida. Por um lado, os participantes consideraram a escolaridade e a formação dos cidadãos como um dos fatores determinantes na sua capacidade de distinguir informações falsas. Um dos participantes sublinhou que as *fake news* tendem a visar grupos menos escolarizados ou com menor interesse por questões políticas: *"As fake news são usadas de maneira a pegar o público que não tem interesse por política, pessoas que têm menos escolaridade"* (Interveniente 3).

Para além disso, os participantes apontaram o papel ambíguo das redes sociais, que podem tanto facilitar a propagação de desinformação como atuar como ferramentas para a sua refutação. Um dos intervenientes destacou esta dualidade, afirmando:

(...) agora as redes sociais ajudam a que as pessoas, atores ou políticos tenham uma forma de dizer 'isto é mentira' e até mesmo nos comentários também, ler uma notícia e conseguir ver os comentários nas redes sociais ajuda-nos também a tentar perceber se pode ser verdade ou não, a questionar se realmente é verdade. (Interveniente 1)

O mesmo participante salientou ainda a importância de uma educação mediática nas escolas, sugerindo que a exposição a exemplos reais pode ser eficaz para sensibilizar as novas gerações: *(...) para as novas gerações é importante também ir às escolas falar e mostrar exemplos. Eu pelo menos se calhar comecei a ter um pouco mais de noção em relação às mídias a partir de exemplos que eu assistia e se calhar se nas escolas mostrarem isso e alertarem sobre isso as novas gerações podem se calhar mudar um bocado isso.* (Interveniente 1)

Este ponto reforça a necessidade de uma abordagem educativa desde tenra idade para capacitar as novas gerações a navegar de forma crítica num ambiente mediático cada vez mais complexo e sujeito à disseminação de desinformação.

5. Ação e Intervenção

A discussão sobre as responsabilidades das plataformas digitais e dos governos na regulamentação e combate às *fake news* foi também um dos temas abordados pelos participantes. A troca de opiniões evidenciou uma perceção generalizada de que é necessário responsabilizar e regulamentar a divulgação de informação online. Contudo, as opiniões

divergiram no que concerne ao conhecimento e à aplicação dessas regulamentações.

Enquanto alguns dos participantes mencionaram conhecer a existência de leis destinadas a regular os conteúdos digitais, outros revelaram não ter conhecimento dessas normas ou expressaram dúvidas sobre a sua efetiva implementação. Um dos intervenientes, por exemplo, sublinhou a aparente ineficácia das medidas legais em vigor: *"Leis feitas pelas coisas que acontecem na internet. Porque efetivamente até este momento faz tudo da internet e no fim não acontece nada"* (Interveniente 4).

O caso particular do Telegram (Rede Social X), foi mencionado por outro participante, que ilustrou os esforços de alguns governos, como o brasileiro, para regulamentar esta rede social. O participante descreveu o Telegram (Rede Social X), como uma "terra sem leis", referindo-se à proliferação de conteúdos ilícitos e às tentativas de intervenção governamental: *"Acho que é um pouco de terra sem leis. (...) Eu acho que eles (o Telegram) davam muito material de pornografia infantil, de tráfico humano, (...) e o governo tava tentando legislar"* (Interveniente 3).

Ainda no seguimento desta discussão, o mesmo interveniente apontou uma das principais dificuldades no que diz respeito à implementação de regulamentações: a perceção de que tais medidas podem ser vistas como uma *"afronta à liberdade de expressão"* (Interveniente 3). Este argumento levanta-nos uma questão central sobre o equilíbrio entre a regulação de conteúdos e a proteção de direitos fundamentais, como a liberdade de expressão.

5.5.3 ANÁLISE DOS DADOS INTEGRADOS

A análise dos dados provenientes do questionário e do grupo de foco realizados nesta dissertação destaque vários aspetos que permitem melhor compreender o público-alvo, as suas crenças e perceções sobre os tópicos em estudo. A adoção de uma metodologia mista, que combina dados quantitativos e qualitativos, permitiu não só uma triangulação dos resultados, como também assegurar uma maior robustez na formulação das conclusões. Esta abordagem proporcionou uma complementaridade crucial entre os dois métodos, evidenciando a importância de analisar as tendências quantitativas à luz das nuances qualitativas.

Perfil da amostra e implicações para a análise

O questionário oferece-nos um retrato demográfico relativamente homogéneo, composto maioritariamente por indivíduos entre os 20 e 24 anos (49,5%) e por estudantes de licenciatura (91,1%). Este dado sugere que a amostra reflete, em grande medida, as experiências e perceções de estudantes de primeiro ciclo, o que pode influenciar a forma como compreendem e reagem às *fake news*. A assimetria de género, com 72,3% de participantes do sexo feminino, levanta a questão de eventuais vieses na perceção e consumo de notícias.

A elevada frequência de exposição a notícias online, com 75,2% dos estudantes a consumi-las

diariamente, sublinha a relevância do ambiente digital na formação de percepções e no contacto com a desinformação. Este dado é ampliado pelos resultados qualitativos do grupo de foco, onde vários participantes salientaram a centralidade da internet e das redes sociais como fontes primárias de informação. Contudo, o facto de uma maioria (64,4%) relatar encontrar *fake news* várias vezes por semana — e 26,7% ter contacto diário com tais conteúdos — é um indicador alarmante da prevalência da desinformação nos meios digitais frequentados pelos estudantes.

Exposição às *Fake News* e a preocupação com a verificação da informação

Os dados obtidos tanto no questionário como no grupo de foco convergem no que diz respeito à preocupação dos estudantes com a verificação de notícias. Vários participantes indicaram a consulta de múltiplas fontes como uma prática comum, ainda que alguns tenham salientado as dificuldades inerentes a este processo, face ao volume de notícias falsas disponíveis. No questionário, embora a maioria dos inquiridos reconheça a exposição frequente a *fake news*, o grupo de foco oferece uma visão mais detalhada sobre as práticas de verificação adotadas pelos estudantes. Estes afirmam sentir a necessidade constante de verificar a veracidade das informações consumidas, o que demonstra uma consciência crítica relativamente à desinformação. Esta exposição constante à desinformação não deixa de ser preocupante, pois pode levar a uma normalização do fenómeno, onde as *fake news* passam a ser vistas como parte integrante do ambiente dos media.

Este aspeto é particularmente relevante à luz da exposição massiva a *fake news* relacionadas com a política, relatada por 67,3% dos inquiridos, e pela percepção de que 95% dos participantes veem as *fake news* como ferramentas de propaganda política. Este dado não só reflete uma visão generalizada sobre o papel instrumental da desinformação nos contextos eleitorais e de debate público, como também levanta questões sobre a resiliência democrática e a capacidade dos jovens para discernir entre informação factual e manipulada podendo levar a posições cada vez mais polarizadas.

Impacto da desinformação e polarização política

A polarização política emerge como um dos principais fenómenos associados à exposição a *fake news*, tanto no questionário como nas discussões do grupo de foco. Os participantes deste último destacaram exemplos concretos de como as *fake news* têm exacerbado divisões políticas, quer a nível social, quer nas dinâmicas familiares. Um dado interessante revelado no grupo de foco foi a identificação de tensões e conflitos gerados por divergências políticas, muitas vezes alimentadas por informações falsas. Esta dimensão qualitativa complementa os dados quantitativos que indicam uma exposição significativa a desinformação política, sugerindo que o impacto das *fake news* se estende além da esfera pública, penetrando nas relações interpessoais e familiares.

Adicionalmente, o ceticismo relativamente aos meios de comunicação é um fator recorrente nos depoimentos dos estudantes, que expressam desconfiança nas fontes noticiosas, sobretudo em relação ao tratamento de temas políticos. A análise dos dados sugere que, embora a maioria dos estudantes possua uma atitude vigilante em relação à veracidade das notícias, a natureza omnipresente da desinformação gera uma incerteza generalizada, o que pode contribuir para o aumento da polarização.

6 - CONCLUSÕES

A análise das contribuições de diversos autores proporcionou-nos uma visão abrangente sobre os desafios e as potenciais soluções relacionadas com o impacto do crescimento digital e da popularização das redes sociais. Enfrentar tais desafios pode requerer uma abordagem integrada, que combine regulação, educação e responsabilidade cívica. McDougall et al. (2019) destacam que a literacia digital deve transcender a simples habilidade de operar dispositivos tecnológicos, incentivando uma compreensão mais ampla sobre as formas contemporâneas de media, além dos métodos de produção e disseminação de informações. De modo complementar, a Comissão Europeia (2018) salienta a relevância de práticas educativas eficazes no combate à desinformação, sublinhando a importância de políticas públicas que promovam a literacia mediática desde a educação básica. Este conjunto de perspetivas sublinha a necessidade de estratégias coordenadas e abrangentes para lidar com os efeitos da desinformação, enfatizando o papel da literacia digital e a responsabilidade de todos os agentes envolvidos na promoção de um ambiente informativo mais saudável e fiável.

A análise integrada dos dados do questionário e do grupo de foco, revela-nos um cenário de exposição frequente a desinformação entre os estudantes da UL - CUP, especialmente no que se refere a conteúdos políticos. Este contacto regular com desinformação pode influenciar a forma como os participantes consomem e avaliam as informações que recebem, e é um dado relevante para compreender o impacto da desinformação no comportamento informativo dos estudantes. A elevada frequência de contacto com desinformação política, evidenciada pelos resultados do questionário, bem como a sua perceção enquanto instrumento de propaganda, embora não corroborem diretamente a tese da influência significativa das desordens informativas na polarização política, lançam um alerta sobre a importância de fomentar comportamentos de resiliência à desinformação, incentivando os jovens universitários a assumirem-se como agentes ativos no seu combate. Contudo, a preocupação demonstrada pelos estudantes em verificar a informação consumida, bem como o seu ceticismo relativamente aos media - particularmente os digitais -, pode ser vista como um sinal positivo de resiliência crítica. Ainda assim, os efeitos perniciosos das *fake news*, tanto no âmbito político como no seio das relações familiares, sublinham a necessidade de um esforço contínuo para

melhorar a literacia mediática e fortalecer a capacidade dos jovens em identificar e combater a desinformação.

Do nosso estudo, verifica-se uma elevada proporção de estudantes-trabalhadores (77,2%, n=78), o que sugere que muitos dos participantes acumulam responsabilidades adicionais para além dos estudos. Este fator poderá influenciar a forma como consomem informação, incluindo notícias, bem como o tipo de conteúdo consumido e a sua exposição a desinformação. Não havendo dados suficientes neste estudo para corroborar este aspeto, poderá apontar-se como tema futuro uma análise dos dados à luz dos diversos estatutos dos estudantes, no sentido de compreender se as diferentes condições em que ingressam e com que frequentam o ensino superior poderão impactar o seu consumo noticioso, o tipo de notícias consumidas e, mesmo, a importância dada à verificação de informação. Estudantes que conciliam trabalho e estudo tendem a dispor de menos tempo para verificar a veracidade das informações que recebem, o que pode aumentar a sua suscetibilidade a *fake news* e, por conseguinte, o seu impacto na polarização política (McDougall et al., 2018). Em contrapartida, a menor proporção de estudantes exclusivamente dedicados aos estudos (21,8%, n=22) poderá dispor de mais tempo para investigar, verificar fontes e refletir criticamente sobre as notícias, possivelmente reduzindo a influência da desinformação na sua perceção política. A presença de um estudante-atleta de alto rendimento (1,0%, n=1), embora reduzida, pode trazer uma perspetiva distinta, sobretudo se as exigências e pressões da sua prática desportiva influenciarem a sua interação com a informação.

Estes três perfis representam áreas de estudo distintas para exploração futura das suas interações com a informação dos media e do digital, e poderá fornecer contributos importantes para o campo da investigação sobre literacia dos media e da informação e a resistência à desinformação.

A exposição continuada a informações distorcidas ou falsas pode comprometer a capacidade crítica dos estudantes, um público potencialmente vulnerável à manipulação mediática devido à elevada utilização das plataformas digitais como principal fonte de informação, corroborando a posição de Nygreen et al. (2020). As redes sociais, em particular, foram apontadas como a principal via de disseminação de *fake news*, o que reforça a ideia de que a economia da atenção e a viralidade do conteúdo, frequentemente, sobrepõem-se à veracidade da informação partilhada, assim como, destaca igualmente o papel central das redes sociais na disseminação de informações falsas, sublinhando a necessidade de mecanismos de verificação mais eficazes nessas plataformas.

Da leitura efetuada, percebemos que um dos aspetos mais alarmantes revelados pela análise é a perceção da relação entre a exposição a *fake news* e o fenómeno da polarização política. O aumento da polarização nas sociedades contemporâneas, que divide grupos com posições políticas extremadas, é amplamente impulsionado pela circulação de notícias falsas que reforçam preconceitos e criam uma perceção distorcida da realidade.

Para a maioria dos estudantes que participaram nesta investigação, as *fake news* sobre temas políticos são particularmente frequentes, sendo amplamente utilizadas como ferramentas de propaganda política, indicando uma forte desconfiança em relação ao uso da desinformação como uma prática para influenciar a opinião pública e manipular processos eleitorais. Esta visão também destaca ainda a importância de combater a desinformação de forma a proteger a integridade do debate político e democrático. Segundo os participantes, esta instrumentalização da desinformação para fins políticos agrava o clima de desconfiança generalizada, criando bolhas informativas onde os indivíduos tendem a consumir apenas informações que reforçam as suas crenças pré-existentes, o que fomenta a divisão e o extremismo.

Além disso, a análise qualitativa sugere que este processo de polarização não só afeta o debate público, mas também, as relações interpessoais. Diversos intervenientes do grupo de foco, mencionaram a ocorrência de conflitos familiares resultantes de divergências políticas exacerbadas pela desinformação. Este dado sublinha a importância de compreender e aprofundar as reflexões sobre a dimensão social da polarização, onde as *fake news* não só influenciam o discurso público, mas também minam a coesão social.

Outro fator relevante é a crescente desconfiança face aos meios de comunicação, particularmente os digitais. Os participantes do grupo de foco admitiram consumir informação maioritariamente através das redes sociais. Se anteriormente a televisão era um elemento constantemente presente na rotina das famílias, as partilhas dos participantes revelam que, mesmo nos seus núcleos familiares, há uma tendência para migrar o consumo de informação para as redes sociais. Esta migração e esta concentração de consumo poderá criar um vácuo de credibilidade, que é facilmente preenchido por fontes menos fidedignas, como influenciadores digitais e canais de informação alternativos, onde a verificação dos factos é frequentemente negligenciada.

Da revisão de literatura efetuada na fase inicial desta dissertação compreendeu-se que a erosão da confiança nas instituições mediáticas e a crescente dependência das redes sociais como fontes de informação, conduzem a um aumento da vulnerabilidade dos indivíduos face à desinformação. Este padrão comportamental, aliado à elevada prevalência de algoritmos que promovem conteúdos baseados nas preferências dos utilizadores, resulta num ambiente propício à formação de câmaras de eco, onde as *fake news* podem prosperar sem contestação.

Os dados recolhidos neste estudo apontam que a exposição frequente a *fake news* entre os estudantes do ensino superior, especialmente em temas relacionados com política, tem um impacto significativo na sua perceção da realidade e no seu comportamento informativo. O estudo revelou que as *fake news* desempenham um papel importante na polarização política, intensificando as divisões e reforçando preconceitos preexistentes. A instrumentalização da

desinformação como ferramenta de propaganda foi reconhecida pelos participantes, que expressaram uma crescente desconfiança relativamente aos media, particularmente os digitais.

Adicionalmente, os perfis distintos identificados – estudantes exclusivamente dedicados aos estudos, estudantes-trabalhadores e o estudante-atleta de alto rendimento – sugerem que a disponibilidade de tempo e as exigências de cada perfil influenciam a interação com a informação e a capacidade de verificar a veracidade dos conteúdos consumidos. Estudantes que conciliam trabalho e estudo, por exemplo, parecem estar mais suscetíveis à desinformação devido à falta de tempo para análise crítica, ao passo que os estudantes exclusivamente dedicados aos estudos podem ter maior capacidade de verificação de factos. Estes resultados oferecem direções claras para investigações futuras, especialmente no que diz respeito ao impacto do contexto pessoal e académico dos estudantes no consumo de informação e na sua vulnerabilidade face à desinformação.

Por fim, o estudo sublinha a necessidade urgente de promover a literacia mediática e digital de forma mais integrada e abrangente, desde os primeiros anos de educação. A resistência à desinformação e a promoção de um ambiente informativo mais saudável exigem uma combinação de esforços que incluam regulação eficaz, educação crítica e responsabilidade cívica, tal como defendido por diversos autores analisados. Somente através de uma abordagem coordenada será possível mitigar os efeitos da desinformação e proteger a integridade do debate democrático e das relações sociais.

Do trabalho decorrido, surge também uma discussão sobre as intervenções legislativas e sobre a sua importância para uma democracia sã. A maioria dos estudantes manifestou a percepção de que as plataformas de redes sociais e os governos não estão a fazer o suficiente para combater as *fake news*. Desta forma, o desconhecimento relativamente à legislação contra as *fake news* entre a maioria dos estudantes sugere uma possível lacuna na divulgação ou compreensão das medidas legais em vigor. Isso pode limitar a eficácia dessas mesmas leis, uma vez que a população-alvo não está ciente dos seus direitos ou das proteções legais disponíveis. Este dado sugere a necessidade de implementar políticas públicas mais eficazes, que envolvam a responsabilização das plataformas digitais pela proliferação de conteúdos falsos e pela aplicação de mecanismos de controlo e verificação mais rigorosos. Essa falta de confiança na legislação pode refletir uma sensação de ineficácia das políticas públicas ou uma inadequação das leis para lidar com a complexidade da desinformação em contexto digital.

As plataformas tecnológicas, em particular, desempenham um papel crucial na disseminação de informações e, por consequente, na forma como as *fake news* se propagam. Desta forma, é fundamental que estas empresas sejam sujeitas a uma regulamentação adequada, de modo a garantir que cumprem com normas éticas e que colaboram ativamente na luta contra a desinformação. A transparência dos algoritmos, o *fact-checking* automático e a diminuição da visibilidade de conteúdos falsos são algumas das medidas que podem ser implementadas para combater este fenómeno.

7 - DESAFIOS À LITERACIA MEDIÁTICA E DA INFORMAÇÃO

As evoluções nos media digitais colocam desafios cada vez mais significativos aos utilizadores na era contemporânea, marcada pela rápida evolução tecnológica e pela disseminação massiva de informações através das redes sociais e outras plataformas digitais. As inovações tecnológicas, aliadas a uma bem-sucedida difusão social e comercial, impõem aos cidadãos um volume de informações que ameaça sobrecarregar a sua capacidade de processamento cognitivo. Esta sensação de estar submerso por um fluxo comunicacional que ultrapassa a nossa atenção provoca problemas individuais e sociais, confrontando-nos com um dos paradoxos do nosso tempo: apesar do aumento considerável do volume de informações, persiste a sensação de escassez de ferramentas intelectuais e habilidades práticas para gerir esta avalanche de conteúdos, gerando inquietação e mal-estar (Silva et al., 2022).

Este cenário transformou profundamente a forma como a informação é consumida, partilhada e manipulada, afetando diversos aspetos da sociedade, desde a política até à educação, e alterando a dinâmica das interações sociais e a perceção da realidade (Silva et al., 2021). Embora a literacia mediática envolva a capacidade de aceder, analisar, avaliar e criar conteúdos em diferentes contextos, a transição para o digital trouxe novos desafios que exigem uma adaptação constante. Neste sentido, McDougall et al. (2019) destacam a importância da literacia digital com vista a fortalecer a resiliência dos cidadãos contra a desinformação e as chamadas *fake news*. Integrar a educação mediática nos currículos escolares é essencial para preparar os cidadãos para se envolverem criticamente com a informação (Oliveira, 2022), promovendo assim uma sociedade mais informada e crítica. Os desafios são, porém, complexos, carecendo do envolvimento de diversos agentes educativos e de uma consciencialização alargada sobre as implicações sociais da literacia mediática (Oliveira, 2022).

Benkler, Faris e Roberts (2018) sublinham que a radicalização política e a manipulação da opinião pública são consequências diretas da disseminação de desinformação nas redes sociais, tendo a confiança nos media tradicionais vindo a diminuir, enquanto a credibilidade das notícias partilhadas por amigos e familiares nas redes sociais permanece elevada, apesar da sua veracidade questionável (Loos & Ivan, 2022). Com vista a explorar o impacto do crescimento digital no discurso de ódio e na prática jornalística, Maneta et al. (2022) destacam a necessidade de se criarem estratégias para combater e consciencializar tanto jornalistas quanto a sociedade civil. Um estudo de caso sobre as eleições legislativas portuguesas de 2015 e 2019 demonstra um aumento na incidência de discurso de ódio nos comentários online, propondo recomendações para a prevenção e formação na área, sendo fundamental promover as literacias cívico-mediáticas para combater a incivilidade e proteger a democracia (Silva et al., 2021). O estudo de Monti (2020) sobre o populismo italiano e as *fake news* na Internet demonstra como movimentos populistas exploram a desinformação para ganhar apoio, exacerbando a polarização política e a desconfiança nas instituições

democráticas. A internet, especialmente através das redes sociais, contribui para a fragmentação da comunicação política, criando bolhas de informação, dificultando o debate público mais alargado e democrático (Ituassu et al., 2023).

O fortalecimento da democracia representativa não passa apenas por reformas que aumentem a capacidade de resposta, transparência e responsabilização dos partidos relativamente às preocupações dos cidadãos, mas também pela promoção da literacia mediática e da informação. A recuperação da confiança pública e a mitigação do apelo populista exigem não só que os partidos tradicionais se tornem mais ágeis e eficazes na resposta às necessidades da sociedade, mas também que se reconheça a sua responsabilidade na utilização dos media e plataformas digitais para fins de comunicação e propaganda. O uso responsável destes canais é fundamental para garantir que a informação transmitida é precisa e respeita os princípios da democracia, evitando a disseminação de desinformação e polarização política.

Enfrentar estes desafios na sua raiz, tanto no plano político como no mediático, será fundamental para navegar o intrincado panorama da política do século XXI, salvaguardando, ao mesmo tempo, a integridade das instituições democráticas. A regeneração dos partidos políticos tradicionais, em vez da sua marginalização ou acomodação das forças populistas, combinada com uma comunicação ética e transparente, poderá constituir uma estratégia de longo prazo mais eficaz para tratar as causas profundas da onda populista (Bértoa & Rama, 2021).

Perante este contexto, evidencia-se a urgência da promoção de intervenções educativas focadas na literacia mediática e na capacidade crítica dos estudantes. A formação para a verificação de factos e a interpretação crítica das notícias são competências essenciais para que os jovens possam navegar de uma forma mais consciente num ambiente digital contemporâneo. A integração destas temáticas nos currículos escolares e universitários, bem como a implementação de campanhas públicas de sensibilização, são medidas necessárias para mitigar o impacto da desinformação.

Nos últimos anos, a crescente preocupação com a disseminação de desinformação e conteúdos manipulados tem colocado em evidência a necessidade de estabelecer quadros regulamentares capazes de proteger a integridade da informação no espaço público. Neste contexto, a União Europeia deu passos significativos ao introduzir o Media Freedom Act (European Commission, n.d.) e o AI Act (European Parliament, 2023), dois instrumentos legislativos que procuram endereçar os desafios contemporâneos associados à propagação de informações incorretas e ao uso indevido de tecnologias de inteligência artificial na manipulação de conteúdos, contudo, a maioria das suas disposições não entrará em vigor até outubro de 2025 (English, 2024)

Estes quadros regulamentares procuram estabelecer diretrizes para a disseminação responsável de informações, bem como mitigar o impacto da manipulação de conteúdos

impulsionada pela inteligência artificial (European Commission, n.d. ; European Parliament, 2023). O aumento da desinformação tem consequências profundas em várias áreas políticas, desde a saúde pública à segurança nacional, podendo lançar dúvidas sobre evidências factuais, comprometendo a implementação de políticas públicas e minando a confiança das pessoas na integridade das instituições democráticas (Horvitz, 2022).

A literacia dos media revela-se, assim, um fator determinante na capacidade de avaliar a credibilidade das notícias online (Rayess et al., 2018; Jesus & Hubbard, 2020), sendo que a sua inclusão nos currículos académicos pode ser fundamental para a formação de cidadãos digitais mais críticos e informados (Machete & Turpin, 2020).

8 - LIMITAÇÕES DO ESTUDO E CONTRIBUTOS PARA INVESTIGAÇÕES FUTURAS

Olhando para o trabalho realizado, identifica-se um conjunto de limitações que carecem de reflexão.

Uma das principais limitações foi a dificuldade em recolher um número significativo de respostas ao questionário distribuído via Google Docs. A amostra reduzida pode comprometer a representatividade dos dados e, consequentemente, a validade das conclusões. Além disso, houve um desafio adicional em conseguir um maior número de participantes no grupo de foco. Inicialmente prevista a realização de dois grupos de foco, a dificuldade em mobilizar estudantes para um segundo grupo de foco mostrou-se extremamente difícil, pelo que tivemos de optar por um só grupo de foco o que limitou a diversidade de opiniões e perspetivas que poderiam ter enriquecido a análise.

Para investigações futuras, será benéfico explorar estratégias que incentivem a participação, como a utilização de diferentes plataformas de distribuição de questionários ou o reforço de incentivos para a participação no grupo de foco.

Porém, acredita-se que os resultados apresentados levantam questões e partilham dados que podem contribuir para futuras intervenções. Estas poderão focar-se em:

- Educação para a Literacia Mediática: Inclusão de programas de literacia mediática no ensino secundário e superior, que ajudem os estudantes a desenvolver competências de análise crítica e de verificação de factos.
- Regulamentação das Plataformas Digitais: Criação de políticas públicas que responsabilizem as redes sociais e outras plataformas digitais pela disseminação de *fake news*, impondo-lhes a obrigação de implementar mecanismos eficazes de controlo de conteúdos.

- Campanhas de Sensibilização: Lançamento de campanhas nacionais de sensibilização sobre os perigos das *fake news* e a importância da verificação das informações antes de partilhá-las.
- Colaboração Internacional: Dado o carácter transnacional da disseminação de *fake news*, as soluções para o problema devem incluir colaborações internacionais, tanto a nível legislativo como tecnológico.

Espera-se que com esta investigação se possa contribuir para o debate sobre o impacto das *fake news* na sociedade e, particularmente, no contexto universitário. Ao evidenciar a vulnerabilidade dos estudantes face à desinformação, o estudo sublinha a necessidade de desenvolver estratégias integradas que promovam uma resiliência informativa. Só através de uma abordagem multissetorial e de longo prazo será possível combater eficazmente o fenómeno das *fake news* e prevenir a erosão da confiança nas instituições democráticas.

De referir, ainda, que futuramente poderá ser relevante, no contexto do estudo sobre a polarização política, investigar se os estudantes-trabalhadores, possivelmente mais expostos a informação rápida e de fontes menos verificadas, mostram maior tendência à polarização devido à influência das *fake news*. Paralelamente, explorar as perceções entre estudantes de diferentes nacionalidades pode revelar como os contextos culturais impactam a interpretação de notícias falsas e a subsequente polarização política

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alhusseini N, Banta J E, Oh J, et al. (October 27, 2020) Understanding the Use of Electronic Means to Seek Personal Health Information Among Adults in the United States. *Cureus* 12(10): e11190. doi:10.7759/cureus.11190
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). *Social Media and Fake News in the 2016 Election*. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
- Bachur, J. P. (2021). Desinformação política, mídias digitais e democracia: Como e por que as fake news funcionam?. *Direito Público*, 18(99). <https://doi.org/10.11117/rdp.v18i99.5939>
- Baptista, J. (2022). *Quem consome Fake News? Uma análise comparativa do efeito da ideologia política Esquerda-Direita na crença, interpretação e divulgação* (Dissertação de mestrado). Universidade da Beira Interior. <https://ubibliorum.ubi.pt/handle/10400.6/12245>
- Barbosa, S. (2018). *O mal-estar no Supremo. Novos Estudos - CEBRAP*, 37(1), 9–11. <https://doi.org/10.25091/s01013300201800010008>
- Bardin, Laurence. *Análise de conteúdo*. 4. ed. Lisboa: Edições70, 2010
- Benkler, Y., Farris, R., & Roberts, H. (2018, September 17). Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics
- Bennett, W. L., & Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122-139. <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>
- Bentivegna, S., & Rega, R. (2022, July 1). Searching for the Dimensions of Today's Political Incivility. *SAGE Publishing*, 8(3), 205630512211144-205630512211144. <https://doi.org/10.1177/20563051221114430>
- Bértoa, F C., & Rama, J. (2021, January 1). The Antiestablishment Challenge. *Johns Hopkins University Press*, 32(1), 37-51. <https://doi.org/10.1353/jod.2021.0014>
- Biegon, R. (2019). A populist grand strategy? Trump and the framing of American decline. *International Relations*, 33(4), 517-539. <https://doi.org/10.1177/0047117819852399>
- Bliss, N., Bradley, E., Garland, J., Menczer, F., Ruston, S W., Starbird, K., & Wiggins, C H. (2020, January 1). *An Agenda for Disinformation Research*. Cornell University. <https://doi.org/10.48550/arxiv.2012.08572>
- Bronstein, L R., & Kovacs, P J. (2013, January 15). Writing a Mixed Methods Report in Social Work Research. *SAGE Publishing*, 23(3), 354-360. <https://doi.org/10.1177/1049731512471564>
- Bucci, F., Cristofaro, M., & Giardino, P L. (2023, January 1). Infodemia e pandemia: la cognitive warfare ai tempi del SARS-CoV-2. Cornell University. <https://doi.org/10.48550/arxiv.2308.00706>
- Burkhardt, J. (2017). Combating Fake News in the Digital Age. *Library Technology Reports*, 53(8). <https://doi.org/10.5860/ltr.53n8>
- Cavassana de Carvalho, F., Goulart Massuchin, M., & Batista Mitozo, I. (2018). Radicalização nas redes sociais: comentários no Facebook durante a disputa presidencial em 2014 no Brasil. *Análise Social*, 53(229), 898–926. <https://doi.org/10.31447/AS00032573.2018229.03>
- Chen, Z. (2023). How Have Populists Come to Dominate the Political Landscape in the 21st Century?. *Journal of Education, Humanities and Social Sciences*, 15, 134-139. <https://doi.org/10.54097/ehss.v15i.9210>
- Christopoulou, A. (2018). *The information disorder ecosystem: A study on the role of social media, the initiatives to tackle disinformation and a systematic literature review of false information taxonomies*. <http://hdl.handle.net/11544/29381>

- Çınar, İ., Stokes, S. C., & Uribe, A. (2020, April 26). Presidential Rhetoric and Populism. *Wiley*, 50(2), 240-263. <https://doi.org/10.1111/psq.12656>
- Clark, M. (2019). *Online privacy: Data protection in the digital age*. New York: Palgrave Macmillan.
- Correia, J. (2019). O novo ecossistema mediático e a desinformação como estratégia política dos populismos. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 16(2), 23-32. <http://hdl.handle.net/10400.6/9434>
- Creswell, J. W. (2009). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (3th ed.). Sage.
- Creswell, J. W., & Clark, V. L. P. (2007). *Designing and conducting mixed methods research*. SAGE.
- Da Silva, M. T., Brites, M. J., & Vicente-Marino, M. (2022). Introduction to Special Issue: Incivility and Public Participation. *Mediální Studia / Media Studies*, 16(3), 381-385. <https://www.medialnistudia.fsv.cuni.cz/aktualni-cislo>
- Da Silva, S. a. A., & Cardoso, A. M. P. (2020). Literacia informacional. *RDBCI Revista Digital De Biblioteconomia E Ciência Da Informação*, 18. <https://doi.org/10.20396/rdbci.v18i0.8660680>
- De Jesus, I. Q., & Hubbard, J. (2020). Media Literacy for Elementary Education Students: Inquiry into Fake News. *The Social Studies*, 112(3), 136–145. <https://doi.org/10.1080/00377996.2020.1841717>
- Deontológico, C. (n.d.). *Código Deontológico – Sindicato dos Jornalistas*. <https://jornalistas.eu/codigo-deontologico/>
- Eatwell, R., & Goodwin, M. (2018). *National populism: The revolt against liberal democracy*. Pelican.
- English, R. (2024, May 21). Political Advertising Regulation | Tech Law Blog. Tech Law Blog. <https://www.techlaw.ie/2024/05/articles/advertisement/political-advertising-regulation/>
- Estanque, E. (2009, July 27). *A questão social e a democracia no início do século XXI: participação cívica, desigualdades sociais e sindicalismo*. Estudo Geral. <http://hdl.handle.net/10316/10826>
- Eshet-Alkalai, Y. (2012). Thinking in the Digital Era: A Revised Model for Digital Literacy. *Issues in Informing Science and Information Technology*, 9, 267–276. <https://doi.org/10.28945/1621>
- European Media Freedom Act*. (n.d.). European Commission. https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/new-push-european-democracy/protecting-democracy/european-media-freedom-act_en
- EU AI Act: first regulation on artificial intelligence* | Topics | European Parliament. (2023, August 6). Topics | European Parliament. <https://www.europarl.europa.eu/topics/en/article/20230601STO93804/eu-ai-act-first-regulation-on-artificial-intelligence>
- Fenton, N. (2010). New Media, Old News: Journalism & Democracy in the Digital Age. In *SAGE Publications Ltd eBooks*. <https://doi.org/10.4135/9781446280010>
- Fernandes, J. P. T. (n.d.). *A ciberguerra como nova dimensão dos conflitos do século xxi*. http://scielo.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1645-91992012000100005
- Fontes, P. (2023b). Los derechos humanos y la crisis de la democracia: totalitarismo, populismo, relaciones de poder y participación política. *Analecta Política*, 13(25), 1–25. <https://doi.org/10.18566/apolit.v13n25.a06>
- Frau-Meigs, D. (2019, November 28). *Notícias falsas e desordens informativas*. Frau-Meigs | CECS - Publicações / eBooks. http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/article/view/3187/3081

- Fritch, J. W., & Cromwell, R. L. (2001). Evaluating Internet resources: Identity, affiliation, and cognitive authority in a networked world. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 52(6), 499–507. <https://doi.org/10.1002/asi.1081.abs>
- Horvitz, E., & Cromwell, R. L. (2022). On the Horizon: Interactive and Compositional Deepfakes. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*. <https://doi.org/10.1145/3536221.3558175>
- Gerbaudo, P. (2018). Social media and populism: an elective affinity? *Media Culture & Society*, 40(5), 745–753. <https://doi.org/10.1177/0163443718772192>
- Guess, A., Nyhan, B. and Reifler, J. (2018) Selective Exposure to Misinformation: Evidence from the Consumption of Fake News during the 2016 U.S. Presidential Campaign. Working Paper, European Research Council, Brussels. <https://about.fb.com/wp-content/uploads/2018/01/fake-news-2016.pdf>
- Gusterson, H. (2017). From Brexit to Trump: Anthropology and the rise of nationalist populism. *American Ethnologist*, 44(2), 209–214. <https://doi.org/10.1111/amet.12469>
- Howard, P. N., & Kollanyi, B. (2016). Bots, #StrongerIn, and #Brexit: Computational Propaganda during the UK-EU Referendum. *arXiv (Cornell University)*. <https://doi.org/10.48550/arxiv.1606.06356>
- Ituassu, A., Pecoraro, C., Capone, L., Leo, L., & Mannheimer, V. (2022). Mídias Digitais, Eleições e Democracia no Brasil: Uma Abordagem Qualitativa para o Estudo de Percepções de Profissionais de Campanha. *Dados*, 66(2). <https://doi.org/10.1590/dados.2023.66.2.294>
- Junqueira, T. L., & Da Silva, F. C. O. (2018). REPRESENTAÇÕES DISCURSIVAS DA ESCOLA DEMOCRÁTICA DO DF NA MÍDIA JORNALÍSTICA. *Alfa*, 62(2), 297–324. <https://doi.org/10.1590/1981-5794-1807-3>
- Kim, S., & Kim, S. (2020). The Crisis of Public Health and Infodemic: Analyzing Belief Structure of Fake News about COVID-19 Pandemic. *Sustainability*, 12(23), 9904. <https://doi.org/10.3390/su12239904>
- Lawrence, S., Pennock, D., Flake, G., Krovetz, R., Coetzee, F., Glover, E., Nielsen, F., Kruger, A., & Giles, C. (2001). Persistence of Web references in scientific research. *Computer*, 34(3), 26–31. <https://doi.org/10.1109/2.901164>
- Lee, T. (2019b). The global rise of “fake news” and the threat to democratic elections in the USA. *Public Administration and Policy*, 22(1), 15–24. <https://doi.org/10.1108/pap-04-2019-0008>
- Machete, P., & Turpin, M. (2020). The Use of Critical Thinking to Identify Fake News: A Systematic Literature review. In *Lecture notes in computer science* (pp. 235–246). https://doi.org/10.1007/978-3-030-45002-1_20
- Marques, A. (2021). COMBATENDO FAKE NEWS: MAPEANDO PRÁTICAS DE VERIFICAÇÃO NO CORREIO BRAZILIENSE. *Animus Revista Interamericana De Comunicação Midiática*, 20(42). <https://doi.org/10.5902/2175497741664>
- Martins, G. D., Gomes, C. a. S., Brocardo, J. M. L., Pedroso, J. V., Carrillo, J. L. A., Silva, L. M. U., Da Encarnação, M. M. G. A., Horta, M. J. D. V. C., Calçada, M. T. C. S., Nery, R. F. V., & Rodrigues, S. V. (2018). *Perfil dos alunos à saída da escolaridade obrigatória*. <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/111313/2/259064.pdf>
- McKay, S., & Tenove, C. (2020). Disinformation as a threat to deliberative democracy. *Political Research Quarterly*, 74(3), 703–717. <https://doi.org/10.1177/1065912920938143>
- Meltzer, K. (2014). Journalistic Concern about Uncivil Political Talk in Digital News Media. *The International Journal of Press/Politics*, 20(1), 85–107. <https://doi.org/10.1177/1940161214558748>
- Menezes, M. M. S. (2020). *Publicar é preciso, checar não é preciso: O impacto das fake news no comportamento dos consumidores de notícias online*. [Dissertação de mestrado, Universidade Católica Portuguesa]. Veritati Repositório Institucional. <https://hdl.handle.net/10400.14/37263>

- Metzger, M. J. (2007). Making sense of credibility on the Web: Models for evaluating online information and recommendations for future research. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 58(13), 2078–2091. <https://doi.org/10.1002/asi.20672>
- Mirza, M. N., Ali, L. A., & Qaisrani, I. H. (2021). Populism in the United States: Binary constructions by Donald Trump in the domestic and foreign policies. *Global Social Sciences Review*, VI(III), 59–71. [https://doi.org/10.31703/gssr.2021\(vi-iii\).07](https://doi.org/10.31703/gssr.2021(vi-iii).07)
- Mo, M. (2021). Anti-intellectual Policies, the Weak President, and the Establishment: Assessment of the effects of Trump-style populism (2016-2020). *Advances in Social Science, Education and Humanities Research/Advances in Social Science, Education and Humanities Research*. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210519.009>
- Moffitt, B. (2016). The global rise of populism: Performance, Political Style, and Representation. Stanford University Press.
- Monsees, L. (2021). Information disorder, fake news and the future of democracy. *Globalizations*, 20(1), 153–168. <https://doi.org/10.1080/14747731.2021.1927470>
- Monti, M. (2018). *The New Populism and Fake News on the Internet: How Populism Along with Internet New Media is Transforming the Fourth Estate*. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3175280
- Monti, M. (2020). Italian populism and fake news on the internet: a new political weapon in the public discourse. In *Springer eBooks* (pp. 177–197). https://doi.org/10.1007/978-3-030-37401-3_9
- Mudde, C., & Kaltwasser, C. R. (2017). *Populism: A Very Short Introduction*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/actrade/9780190234874.001.0001>
- Mudde, C. (2007). *Populist radical right parties in Europe*. <https://doi.org/10.1017/cbo9780511492037>
- Nygren, T., Folkeryd, J. W., Liberg, C., & Guath, M. (2020). Students assessing digital news and misinformation. In *Lecture notes in computer science* (pp. 63–79). https://doi.org/10.1007/978-3-030-61841-4_5
- Oliveira, A. F. (2022). Criação de narrativas digitais e Literacia Mediática: investigação-ação com alunos do Ensino Secundário [Dissertação de Mestrado, Universidade Aberta]. Repositório Aberto da Universidade Aberta. <https://hdl.handle.net/1822/77406>
- Oliveira, A. F., Maneta, M., Brites, M. J., & Ribeiro-Rodrigues, V. (2024). How is Portugal addressing disinformation? Results of a mapping of initiatives (2010-2023). *Observatorio (OBS*)*. <https://doi.org/10.15847/obsobs18520242444>
- European Parliament: Directorate-General for Internal Policies of the Union and Frau-Meigs, D., *Societal costs of "fake news" in the Digital Single Market*, European Parliament, 2019, <https://data.europa.eu/doi/10.2861/082956>
- Paxton, F., & Peace, T. (2020). Window dressing? The mainstreaming strategy of the Rassemblement National in power in French local government. *Government and Opposition*, 56(3), 545–562. <https://doi.org/10.1017/gov.2020.11>
- Pereira, P. (2021). Fake News No Contexto Português: Uma Abordagem Experimental. Universidade de Aveiro.
- Pérez-Curiel, C., & Molpeceres, A. M. V. (2020b). Impacto del discurso político en la difusión de bulos sobre Covid-19. Influencia de la desinformación en públicos y medios. *Revista Latina De Comunicación Social*, 78, 65–97. <https://doi.org/10.4185/rlds-2020-1469>
- Pocinho, Margarida & Matos, Fátima Regina. (2022). Metodologias de Pesquisa e de Investigação: qualitativa, quantitativa, quantiquantitativa, qualiquantitativa e revisões sistemáticas. https://www.researchgate.net/publication/360061984_Metodologias_de_Pesquisa_e_de_Investigacao_qualitativa_quantitativa_quantiquantitativa_qualiquantitativa_e_revisoes_sistematicas

- Priyanda, R., Fadhelina, N., & Ariska, R. N. (2021b). Analysis of the effectiveness of students' worksheets assisted by Google Form in junior high school in Langsa Kota as an alternative of independent learning during Covid-19 pandemic. *Journal of Physics Conference Series*, 1806(1), 012100. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1806/1/012100>
- Quivy, Raymond, & Campenhoudt, L. (1998). Manual de Investigação em Ciências Sociais (2a Edição). Gradiva - Publicações, Ida.
- Rayess, M. E., Chebl, C., Mhanna, J., & Hage, R. (2018). Fake news judgement. *Reference Services Review*, 46(1), 146–149. <https://doi.org/10.1108/rsr-07-2017-0027>
- Ribeiro, E. A. (2011). Confiança política na América Latina: evolução recente e determinantes individuais. *Revista De Sociologia E Política*, 19(39), 167–182. <https://doi.org/10.1590/s0104-44782011000200012>
- Rocha, A. (2016). Filosofia da Democracia. *Revista Portuguesa De Filosofia*, 72(4), 889–928. https://doi.org/10.17990/rpf/2016_72_4_0889
- Rodrigues, T. M., Bonone, L., & Mielli, R. (2020). DESINFORMAÇÃO E CRISE DA DEMOCRACIA NO BRASIL: é possível regular fake news?. *Confluências | Revista Interdisciplinar De Sociologia E Direito*, 22(3), 30-52. <https://doi.org/10.22409/conflu.v22i3.45470>
- Saldaña, M., & Proust, V. (2022). Comments that hurt: Incivility in user-generated comments about marginalized groups. **Mediální Studia**, 16(3), 286–308.
- Serrano, E. (2020). Populismo em Portugal. *Media & Jornalismo*, 20(37), 221–239. https://doi.org/10.14195/2183-5462_37_12
- Shi, W. (2023). Efficacy of educational misinformation games. *arXiv (Cornell University)*. <https://doi.org/10.48550/arxiv.2305.09429>
- SILVA, José Afonso da. Curso de Direito Constitucional Positivo. 36ª Edição. São Paulo: editora Malheiros, 2013, página 128.
- Silva, M. T. (Coord.), Gonçalves, J., Coelho, P. & Brites, M. J. (2021). Discurso de ódio, jornalismo e participação das audiências: Enquadramento, regulação e boas práticas. Almedina (Coleção Regulação dos Media). 138 pp. ISBN 9789724099743. (2022). *Comunicação Pública*, 17(33). <https://doi.org/10.34629/cpublica.512>
- Sydnor, E. (2019). Disrespectful democracy. In *Columbia University Press eBooks*. <https://doi.org/10.7312/sydn18924>
- Tarrow, S. G. (2011). *Power in movement*. <https://doi.org/10.1017/cbo9780511973529>
- Teixeira, B. (2022). Estratégias para o combate à desinformação: o papel da Biblioteca Pública [MA thesis, Universidade de Coimbra]. In *Estudo Geral*. <https://hdl.handle.net/10316/99465>
- Thornton, B. (2000). The Moon Hoax: Debates About Ethics in 1835 New York Newspapers. *Journal of Mass Media Ethics*, 15(2), 89–100. https://doi.org/10.1207/S15327728JMME1502_3
- Trattner, C., Jannach, D., Motta, E., Meijer, I. C., Diakopoulos, N., Elahi, M., Opdahl, A. L., Tessem, B., Borch, N., Fjeld, M., Øvrelid, L., De Smedt, K., & Moe, H. (2021). Responsible media technology and AI: challenges and research directions. *AI And Ethics*, 2(4), 585–594. <https://doi.org/10.1007/s43681-021-00126-4>
- Truell, A. (2003). Use of internet tools for survey research use of internet tools for survey research. *Information Technology, Learning, and Performance Journal*, 21(1), 31.
- Tucker, J. A., Guess, A., Barbera, P., Vaccari, C., Siegel, A., Sanovich, S., Stukal, D., & Nyhan, B. (2018). Social Media, Political polarization, and Political Disinformation: A review of the Scientific literature. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3144139>
- Urbinati, N. (2019, June 1). *On Trumpism, or the end of American exceptionalism*. <https://journals.openedition.org/tp/820#quotation>

Vachudova, M. A. (2021). Populism, democracy, and party system change in Europe. *Annual Review of Political Science*, 24(1), 471–498. <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-041719-102711>

Valentim, V. (2024). *The normalization of the radical right*. In Oxford University Press eBooks. <https://doi.org/10.1093/9780198926740.001.0001>

Wardle, C. (2018, July 9). Information Disorder, Part 2: Mapping the Landscape. *Medium*. <https://medium.com/1st-draft/information-disorder-part-2-mapping-the-landscape-efa470155e7b>

Wardle, C., Derakhshan, H., Burns, A., & Dias, N. (n.d.). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. In *Council of Europe Publishing*. <https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html>

Wejnert, B. (2014). Epilogue: Finding populism today. In *Research in political sociology* (pp. 163–172). <https://doi.org/10.1108/s0895-993520140000022007>

Woods, D. (2014). The Many Faces of Populism: Diverse but not Disparate. In *Research in political sociology* (pp. 1–25). <https://doi.org/10.1108/s0895-993520140000022001>

Wright, K. B. (2005). Researching Internet-Based Populations: Advantages and disadvantages of online survey research, online questionnaire authoring software packages, and web survey services. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(3), 00. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2005.tb00259.x>

Young, K., Cantril, H., Gaudet, H., & Herzog, H. (1941). The Invasion from Mars: A Study in the Psychology of Panic, with the Complete Script of the Famous Orson Welles Broadcast. *American Sociological Review*, 6(5), 743. <https://doi.org/10.2307/20855>

APÊNDICE I - GRUPO DE FOCO

Fake News e Polarização Política

Introdução:

Bem-vindos ao focus group sobre *fake news* e polarização política. O objetivo desta sessão é recolher dados que nos permitam compreender melhor de que forma as notícias falsas afetam a opinião pública e contribuem para a polarização política. Agradecemos a presença de todos aqui hoje e estamos ansiosos por ouvir as vossas perspetivas e experiências.

Esta sessão será gravada (apenas áudio) e de acordo com o consentimento informado que já vos foi entregue, os materiais recolhidos serão única e exclusivamente utilizados para fins de investigação, sendo o vosso anonimato garantido.

Moderador:

- Apresentação do moderador e agradecer novamente a participação.
- Explicar a importância do tema e o objetivo do focus group.
- Estabelecer as regras básicas de respeito, participação equilibrada e confidencialidade. *(Por favor, lembrem-se de respeitar as opiniões uns dos outros, contribuindo para um diálogo construtivo.)*

Introdução:

Para começar, vamos fazer um pequeno exercício para nos conhecermos melhor. Por favor, digam-me os vossos nomes e numa frase curta, como é que vocês veem a relação entre os média e a política atualmente?

Discussão principal:

1. Definição de *fake news* e exemplos (10 minutos):

- O que entendem por “*fake news*”?
- *Explico o conceito de fake news, destacando a disseminação intencional (ou não) de informações falsas com o objetivo de enganar ou influenciar a opinião pública. (Wardle & Derakhshan - Information disorder - 3 tipos, consoante nível de intenção de provocar dano - mis-dis e mal information)*
- Acham que é um problema nos dias de hoje? Em que sentido?
- Costumam ter a preocupação em verificar se uma informação é verdadeira ou não? Como? Perante que informações? Como verificam? Onde aprenderam a fazê-lo?

2. Experiências pessoais (15 minutos):

(Convido os participantes a partilhar suas próprias experiências com as fake news relacionadas com política.)

- Têm visto notícias falsas nos meios de comunicação? Exemplos? *(Os participantes partilham exemplos de fake news que tenham encontrado ou que sejam relevantes para a política.)*
- E relacionadas com temas políticos?
- Onde acham que as notícias falsas são mais propagadas? Porquê?
- Quais são as principais fontes de *fake news* que costumam encontrar? Por que você acha que essas fontes são consideradas não confiáveis?
- Como é que vocês se sentiram ao saberem que as notícias eram falsas?
- Afetaram a vossa visão política? Como é que vocês lidam com a verificação de fatos?

3. Impacto nas relações sociais e políticas (15 minutos):

(Incentivo os participantes a refletir sobre como as fake news afetam as relações sociais e políticas.)

- Agora gostaria de vos convidar a refletir sobre o conceito de Polarização política. Sabem o que significa? *(A polarização pode referir-se à divergência ou ao aumento da divergência entre atitudes políticas de extremos ideológicos. Essa divergência pode ocorrer na população em geral ou dentro de certos grupos e instituições.)*

- Alguma vez sentiram esta divergência de opiniões sobre temas políticos? Como se sentiram? Sentiram algum tipo de pressão para se posicionarem?

- Acham que as *fake news* têm contribuído para a polarização política? Como elas podem influenciar as opiniões das pessoas?

- Vocês já testemunharam ou participaram em debates “acesos” relacionados com notícias que se vieram a verificar falsas ou falsificadas?

4. Ação e responsabilidade (15 minutos):

(Questionar sobre possíveis medidas possíveis para combater as fake news e mitigar seu impacto na polarização política.)

- De que forma acham que se pode combater este problema? Quem deve ser responsável por verificar a veracidade das informações? Como podemos educar as pessoas sobre a importância da verificação de fatos? A escola/ universidade terá um papel importante?
- Gostaria agora de vos questionar sobre as ações específicas que consideram que podem ser tomadas para combater as *fake news*. Para isso, gostaria de fazer convosco uma lista de medidas, dividida por quatro setores/ áreas de atividade - Media, Educação, Sociedade Civil e Poder Político.

Conclusão:

- Agradecer a todos os participantes pelas suas contribuições.
- Recapitular as principais conclusões e pontos discutidos.
- Pedir sugestões finais aos participantes sobre como lidar com as *fake news* e evitar a polarização política.
- Encerrar a sessão, enfatizando a importância de continuar a discutir e trabalhar em conjunto para abordar este problema.

APÊNDICE II - QUESTIONÁRIO GOOGLE FORMS

Caracterização Sociodemográfica

Idade / Género / Ciclo de estudos que frequenta / Estatuto / Nacionalidade

Questionário

- 1º Já ouviste falar de “fake news”?
- 2º Com que frequência consomes notícias na internet?
- 3º Com que frequência encontras notícias falsas na internet?
- 4º Com que frequência encontras notícias falsas na internet sobre questões políticas?
- 5º Na tua opinião, qual é a principal fonte de notícias falsas na internet?
6. Já alguma vez partilhaste uma notícia falsa sem o saber?
7. Como reages quando descobres que uma notícia que partilhaste era falsa?
- 8º Costumas verificar uma notícia antes de a partilhar?

Verificação de notícias

- 9º Como confirmas a veracidade de uma notícia antes de a partilhar?

Combater as notícias falsas.

10. Na tua opinião, quem é responsável por combater as notícias falsas na internet
- 11º Achas que as redes sociais estão a fazer o suficiente para combater as notícias falsas?
- 12º Como achas que as redes sociais podem ajudar a reduzir a disseminação de notícias falsas?
- 13º Achas que as pessoas são influenciadas pelas notícias falsas que vêm na internet?
- 14º Achas que as notícias falsas têm um impacto negativo na sociedade?
- 15º Conheces as leis existentes que visam combater as notícias falsas?
- 16º Se sim, acreditas que as leis contra notícias falsas são efetivas na resolução do problema?
17. Achas que as notícias falsas sobre questões políticas são usadas como ferramenta de propaganda política?

APÊNDICE III - TRANSCRIÇÃO GRUPO DE FOCO

Categoria de Análise	Códigos	Exemplo de Comentário	Interveniente e Tempo
Impacto das <i>Fake News</i>	Manipulação de Informação, Viralidade, Desconfiança, <i>agenda-setting</i> .	“...é muito difícil, não escolher um lado e quando os meios de comunicação vão noticiar alguma coisa acaba que eles noticiam de uma maneira que a pessoa que tá redigindo um artigo ou alguma coisa já tá influenciando o leitor, ou o público de uma certa maneira.”; “...o problema do estado da gente é que não se consegue pedir opinião ou ir pelo que as notícias dizem porque já está tão influenciado e tão imparcial que a pessoa acaba por não saber se tem certeza se a informação que dá a receber é correta por menos do meu ponto de vista é um bocado difícil entender...”; “Acho que a política neste momento é muito... aquilo que é escolhido na política vai muito do que é dado nos meios de comunicação.”; “...eu falo por mim, eu às vezes não sigo muito a política em si e sigo mais os média e às vezes também sou controlada pelas opiniões dos média.”; “...isso também pode ir de encontro à situação das <i>fake news</i> porque, por exemplo, é muito fácil usar uma notícia a ver com política, com informações falsas, para atingir gente mais velha.”; “E também vejo muito a acontecer atualmente a meios de comunicação a espalharem <i>fake news</i> porque é uma notícia viral. Sendo falsa ou não é viral, por isso nós vamos falar e vamos partilhar sendo verdade ou não.”; “Eu acho que mesmo que a notícia seja sobre a pessoa se a pessoa vier ao público e dizer 'eu estou-vos a dizer que isto não aconteceu' eu acho que as pessoas preferem acreditar nos media do que na própria pessoa.”;	Interveniente 1 - 00:03:11 Interveniente 2 - 00:03:46 Interveniente 3 - 00:05:01 Interveniente 4 - 00:05:43 Interveniente 5 - 00:06:31 Interveniente 5 - 00:08:27 Interveniente 1 - 00:11:21

Polarização Política	Conflito Familiar, Opiniões Extremas, Divisão Social	“Na minha família, por exemplo, é muito polarizado.”,	Interveniente 3 - 00:12:09
		“E eu acho que, quando a pessoa quer muito acreditar em alguma coisa, ela fica cega para aquilo..., ela não vai acreditar, porque é nisso que ela acredita e não importa o que outra pessoa, quantas provas mostram que não vão acreditar nessa outra possibilidade.”;	
		“Então eu procuro as notícias, falsas ou verdadeiras ou o que seja, para ir encontrar o meu pensamento.”;	Interveniente 4 - 00:13:54
		“Deu tanta briga, parente que quer mais falar com parentes, e a minha mãe saiu do grupo da família e é um xingando o outro, então eu acho que as pessoas às vezes deixam levar ao extremo. Acho que... é isso basicamente tem essa polarização é uma coisa muito forte e as <i>fake news</i> alimentam muito isso...”;	Interveniente 3 - 00:36:47
		“...90% do conteúdo que eu consumo nas redes sociais é brasileiro. Não é português. Eu vivi muito dentro das notícias dentro do conflito que houve entre o Lula e o Bolsonaro. Então sim. Vivi essa polarização política nesse sentido.”	Interveniente 4 - 00:38:51
		“eles colocavam em grupo de WhatsApp notícias absurdamente... Assim, que tu lê, não precisa nem confirmar, vê que é mentira”	Interveniente 3 - 00:47:49
		,” Então acho que isso influencia muito sim”	

Confiança nos Meios de Comunicação	Credibilidade, Influenciadores, Sociais, Televisão Redes	“Eu, por acaso, tenho sempre esse cuidado porque eu tendo sempre a não acreditar do que a acreditar. Porque infelizmente hoje em dia há mais mentiras na internet do que verdades.”; “E eu tenho sempre a... Mas saiu onde? Numa revista, provavelmente é mentira. Tipo, 90% do que está numa revista é tudo mentira. E vou pesquisar e rapidamente se percebo que é mentira ou que a pessoa realmente não disse nada.” “Por isso é que eu, por norma, nunca me acreditei numa notícia quando é de política.” “e disse uma frase e eles meteram só essa frase notícia, mas que se fossemos a ver o texto todo não queria dizer aquela frase”; “Em política, em específico, também não.”; “...aquela primeira ideia no início quando me apresentei que na política é mais usado, não é para espalhar notícias, é usado como uma arma, é usado para prejudicar o outro, para o sair por cima e muitas delas nem sequer são verdade...”; ” É o que eu acho que é a veracidade não vem primeiro hoje, é o viral. O que se falar é o que importa mais partilhar.”; “A viralidade é o que conta e a veracidade não.”; “Mas acho que as redes sociais dão uma facilidade imensa à propaganda de fake news porque vai de um para o outro.As notícias nós temos em casa mas rapidamente apagamos a televisão e agora ainda mais da nossa idade quase ninguém vê televisão e os nossos avós, por exemplo, a minha avó tem Facebook, a minha avó tem Instagram, a minha mãe”; ,” Eu acho que o algoritmo dessas redes sociais tem uma coisa muito importante, interfere muito com o conteúdo que as pessoas consomem então, por exemplo,	Interveniente 4 - 00:16:22 Interveniente 2 - 00:21:56 Interveniente 5 - 00:22:00 Interveniente 5 - 00:24:14 Interveniente 5 - 00:25:09 Interveniente 4 - 00:25:50 Interveniente 1 - 00:27:06
Nuno Miguel Cruz Silva - N°	A22213510	3	

		eu tenho ideais mais esquerdistas eu sigo pessoas que falam do mesmo ponto de vista que eu, então às vezes acaba que o algoritmo me dá coisas similares”; “Então eu vejo alguns e é bem que isso não é uma coisa específica mas eu tento pesquisar de vários diferentes para ver o que é que é.”; “Por exemplo, eu nem muito para isso, costumo nem confiar muito no que é dito por esses influencers mas tenho a certeza que existem pessoas que acreditam, que seguem aquela pessoa ao máximo e qualquer coisa que a pessoa diga, eles vão acreditar nessa opinião e acabam por... .”; “ E eu dei por mim, porque eu o conhecia já, o trabalho como humorista, já o conhecia de outros ramos, já o seguia, e já sabia que confiava mais neles do que certas notícias. Eu acho que foi isso que ela estava a dizer no início, que nós acabamos de escolher quem queremos seguir porque são pessoas que confiamos, conhecemos, vamos ver o que é que fazem, os seus valores.”; “...eu lembro de estar em casa dos meus tios e o meu primo estar a dizer que era contra o Lula por causa disto e disto e isto. E eu perguntei-lhe que fonte é que ele foi para tentar para defender o Lula daquela forma. E ele disse que era do influencer. E eu, mas porquê? Ele disse que acredita nele, o que ele está a dizer eu acho que é verdade.”	Interveniente 3 - 00:30:07 Interveniente 5 - 00:31:25 Interveniente 1 - 00:33:06
--	--	--	---

Responsabilidade e Educação	Verificação de Fatos, Educação nas Escolas, Responsabilidade Social	“E agora as redes sociais ajudam a que as pessoas, atores ou políticos tenham uma forma de dizer "isto é mentira" e até mesmo nos comentários também, ler uma notícia e conseguir ver os comentários nas redes sociais ajuda-nos também a tentar perceber se pode ser verdade ou não, a questionar se realmente é verdade.”; “E eu perguntei-lhe que fonte é que ele foi para tentar para defender o Lula daquela forma. E ele disse que era do influencer. E eu, mas porquê? Ele disse que acredita nele, o que ele está a dizer eu acho que é verdade”; “... as nossas crianças vão virar gays, ah tinha o kit gay também, que é um dos <i>fake news</i> que da escola e ia influenciar as crianças a virarem gay então vamos supor, parte de eleitores nem gostam do Bolsonaro, mas viam que o Lula ia dar uma madeira de pénis para as crianças...”; “As <i>fake news</i> são usadas de maneira a pegar o público que não tem interesse por política, pessoas que têm menos escolaridade...”;	Interveniente 1 - 00:18:34 Interveniente 1 - 00:33:06 Interveniente 3 - 00:47:49 Interveniente 3 - 00:49:30
Ação e Intervenção	Legislação, Penalidades, Papel das Plataformas	“E ter a maneira de... Leis feitas pelas coisas que acontecem na internet. Porque efetivamente até este momento faz tudo da internet e no fim não acontece nada.”; “E as leis até existem, mas...”; “Não, existem na teoria.”; “Acho que é um pouco de terra sem leis... Tipo o WhatsApp tem o Telegram, não sei se é comum aqui o Telegram. A gente tava com uma briga com o governo brasileiro muito grande porque eles queriam... O Telegram tem uma fonte de... Eu acho que eles davam muito material de pornografia infantil, de tráfico humano, muita coisa acontece pelo Telegram e o governo tava tentando legislar.”; “Eu acho que tem que ter responsabilidade social nessas plataformas que são muito grandes, mas eles não têm. Então o governo tem que também interferir, porque se for depender deles, não é assim?”;	Interveniente 4 - 00:56:33 Interveniente 5 - 00:56:46 Interveniente 4 - 00:56:49 Interveniente 3 - 00:56:55 Interveniente 3 - 00:58:00

		“Eu acho que para as novas gerações é importante também ir às escolas falar e mostrar exemplos. Eu pelo menos se calhar comecei a ter um pouco mais de noção em relação às mídias a partir de exemplos que eu assistia e se calhar se nas escolas mostrarem isso e alertarem sobre isso as novas gerações podem se calhar mudar um bocado isso”; “a questão de regularizar essas coisas também é que muitas pessoas levam com uma afronta liberdade de expressão”;	Interveniente 1 - 00:58:22 Interveniente 3 - 01:00:54
--	--	--	---

