



# Europeias 2024

# Relatório-síntese

Protocolo CNE-MediaLab Iscte para a monitorização e despistagem de desinformação política, no contexto da campanha eleitoral, para as eleições europeias de 9 de junho de 2024 em Portugal.



# Âmbito e metodologia

## Âmbito

- Alcance e impacto das **publicações dos candidatos e partidos** nas redes sociais
- Alcance e impacto das **publicações sobre os candidatos** nas redes sociais
- Alcance e impacto dos **conteúdos de desinformação** nas redes sociais
- Alcance e impacto da **publicidade online** em período eleitoral
- **Menções à CNE** nas redes sociais

## Metodologia

- Redes sociais **Facebook, Twitter/X, Instagram e TikTok**
- Recolha de dados via **CrowdTangle, SentiOne, TikTok Research API e Meta Ad Library**
- Casos de desinformação **validados pelos fact-checkers**
- Criação de um número WhatsApp para **denúncias de desinformação e publicidade irregular**
- **Relatórios semanais** e análise de desinformação, publicidade online e casos denunciados

# Trabalho produzido

- 5 semanas de relatórios
- 24 relatórios produzidos
- 360 páginas no total, das quais 116 sobre alegações de desinformação
- 19 casos reportados via WhatsApp, dos quais 13 analisados e reportados



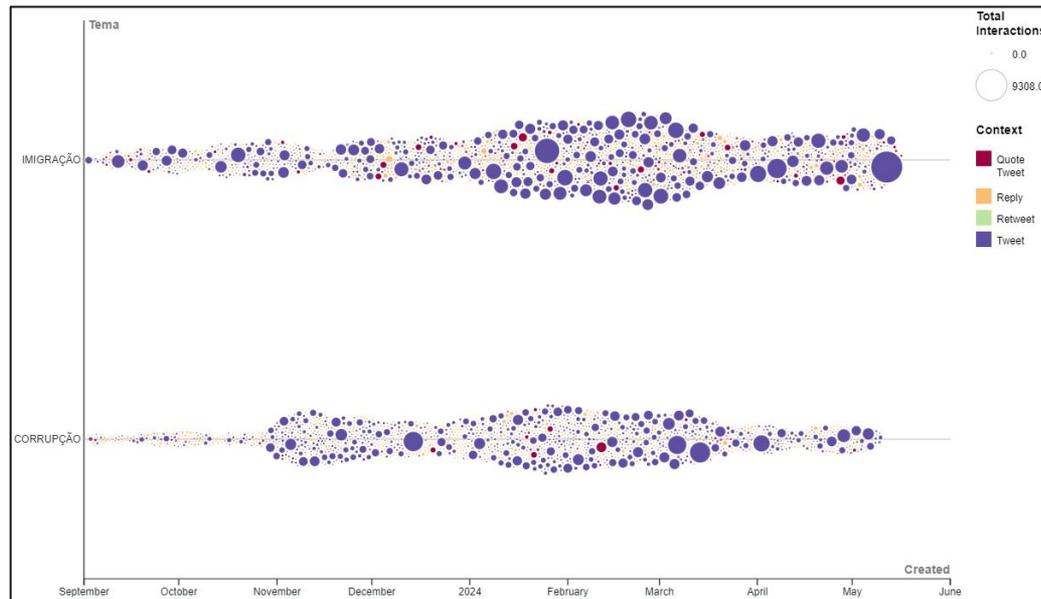


# Relatório-Síntese Europeias 2024

1. Duas eleições: duas lógicas desinformativas
2. Europa e Portugal: dois espaços desinformativos
3. Desinformação e denúncia: duas hipóteses

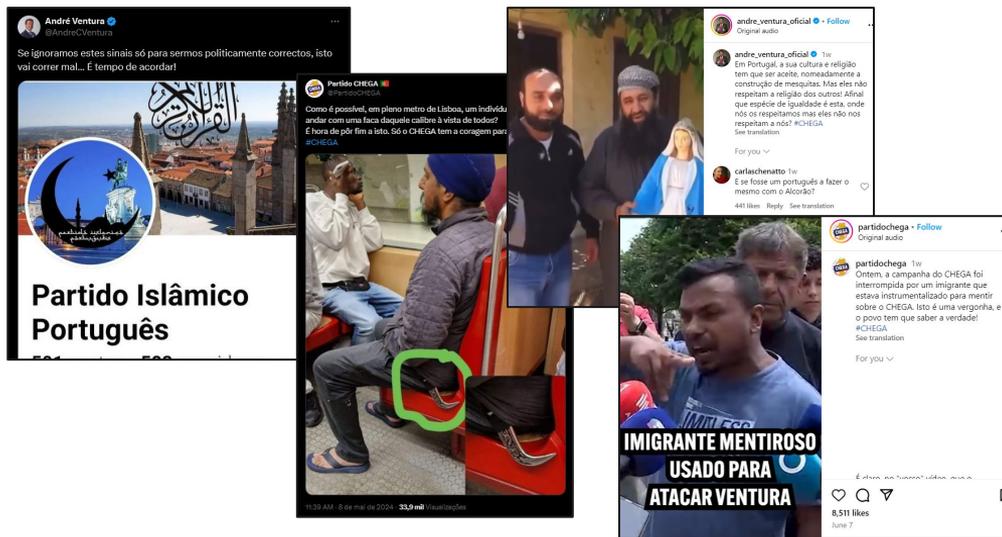
# Duas lógicas desinformativas

Imigração e corrupção coexistem na discussão online em Portugal, mas o tema da imigração ganhou relevância no nosso país nos meses anteriores às eleições europeias



# Duas lógicas desinformativas

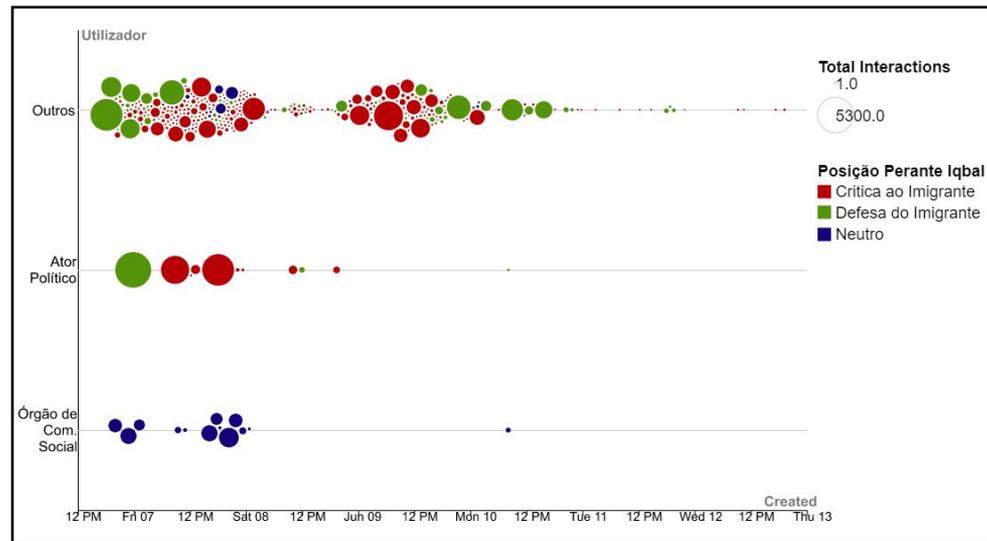
À semelhança do que se assistiu em toda a Europa, foi no contexto das eleições europeias que a **temática imigração** foi predominantemente utilizada como **ferramenta discursiva política**, e também **desinformativa**.



# Duas lógicas desinformativas

O alcance obtido por narrativas desinformativas nas redes sociais depende da **amplificação de atores políticos** e da sua capacidade para **moldar a narrativa**.

Os **media** denotam uma **menor capacidade para moldar a narrativa** do que os atores políticos, partidários ou não partidários

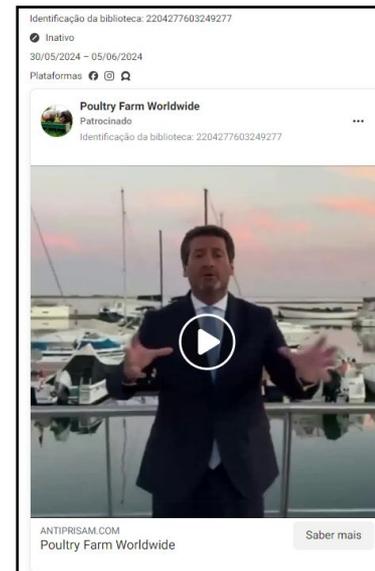


# Duas lógicas desinformativas

Nesta eleição europeia foram também detectados casos de **desinformação com motivação económica**.

**Posts patrocinados** no Instagram e Facebook usando conteúdos falsamente associados em partido CHEGA.

Incluindo o primeiro “**deep-fake**” de um líder político português, usando um vídeo real de André Ventura com áudio gerado por IA.



# Duas lógicas desinformativas

Nas eleições legislativas já tinha sido detetada publicidade em período eleitoral, mas nesse caso, com motivações políticas.

Em ambos os casos os autores e financiadores da publicidade não puderam ser identificados.





## Europa e Portugal: dois espaços desinformativos

Um dos temas desinformativos mais importantes identificado no âmbito europeu esteve relacionado com o **tema da imigração**.

Esse tema também foi visível **em Portugal**.

**Rede Iberifier e EDMO** acompanhou as principais narrativas de desinformação na Europa.

Casos sobre imigração em Portugal:

|                                   |                                |
|-----------------------------------|--------------------------------|
| Caso "Estátua da Virgem Maria"    | Caso "Campo 24 de Agosto"      |
| Caso "Discurso do Chega"          | Caso "Adaga no Metro"          |
| Caso "Burca"                      | Caso "Criança Nepalesa"        |
| Caso "Comício ERGUE-TE"           | Caso "Vídeo da Rússia"         |
| Caso "Partido Islâmico Português" | Caso "imigrante do Bangladesh" |



## Europa e Portugal: dois espaços desinformativos

Muitos temas identificados como desinformativos na Europa **não foram detetados em Portugal.**

Portugal pode ser considerado um **caso atípico** no que se refere a estas temáticas de relevo no espaço europeu.

Desinformação na Europa:

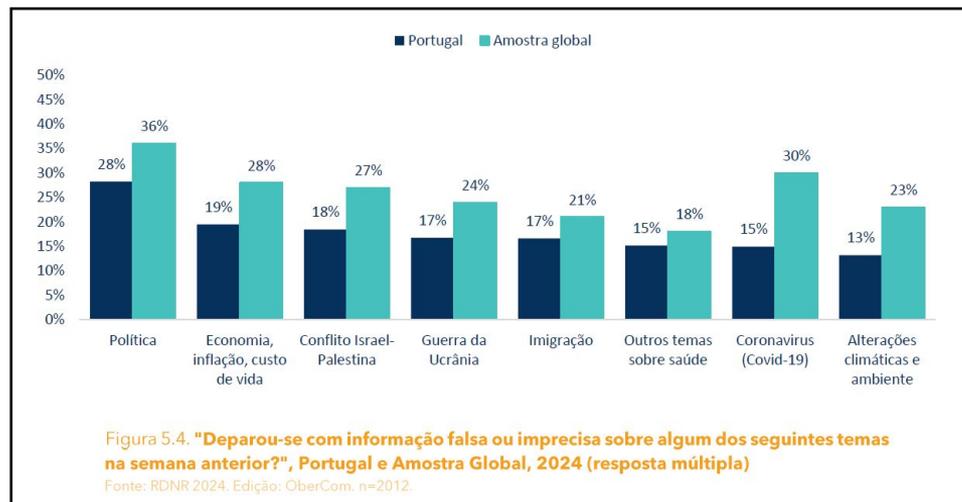
|                      |                    |
|----------------------|--------------------|
| Clima                | Guerra da Ucrânia  |
| Política e Políticos | Processo Eleitoral |
| Covid-19             | Género e LGBTQ+    |

# Desinformação e Denúncia: duas hipóteses

Segundo o Digital News Report (Portugal) 2024, **72% dos portugueses revelam-se preocupados** com aquilo que é real ou falso na internet.

A **política (28%)** é o tema desinformativo mais frequente em Portugal. **Economia (19%)** e **imigração (17%)** também são importantes.

**Covid (15%)** e **alterações climáticas (13%)** são os temas mais desalinhados com a Europa.





## Desinformação e Denúncia: duas hipóteses

No âmbito desta colaboração foi criado um n.º para denúncia de conteúdos desinformativos e publicidade paga.

Foram recebidas 19 denúncias, 13 delas relevantes e analisadas

Poucas denúncias face à popularidade do WhatsApp e face aos números sobre preocupação e visualização de desinformação em Portugal.



 COMISSÃO NACIONAL DE ELEIÇÕES

### Fale com a CNE pelo **Whatsapp!**

Indique, através deste canal, **conteúdos desinformativos e publicidade paga** que detete durante a campanha para a **Eleição do Parlamento Europeu 2024**.

 924 315 697



## Desinformação e Denúncia: duas hipóteses

| Denúncia                               | Objeto                                 | Descrição                                                                                                                                                    | Análise                                                 |
|----------------------------------------|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| Caso "Ossanda Liber"                   | Post X                                 | Ossanda Liber publicou uma foto a simular um disparo de metralhadora, com a inscrição "Missão: fuzilar a esquerda!"                                          | Potencial incitamento ao ódio (nota: post despublicado) |
| Caso "Destruição de cartazes do CHEGA" | Fotos e vídeos                         | Destruição de cartazes do Chega                                                                                                                              | Fora do âmbito                                          |
| Caso "Wikipedia"                       | Biografias na Wikipedia                | Edição de biografia de políticos na Wikipedia                                                                                                                | Fora do âmbito                                          |
| Caso "Diogo Faro"                      | Post de Diogo Faro                     | Diogo Faro acusa Chega de mentir.                                                                                                                            | Liberdade de opinião                                    |
| Caso "Estátua da Virgem Maria"         | Post de André Ventura                  | Denúncia acusa André Ventura de desinformação anti-islâmica por causa da divulgação de um vídeo de 2013 contendo a destruição de uma estátua da Virgem Maria | Descontextualização do vídeo, grande alcance            |
| Caso "Discurso do Chega"               | Vários links de posts do Partido CHEGA | Vários posts do partido CHEGA na rede X, alegadamente incentivando xenofobia e ódio.                                                                         | Estratégia de discurso político nas redes sociais       |
| Caso "artigo de opinião"               | Artigo de opinião sobre imigração      | Artigo de opinião sobre o tema da imigração. Mera expressão de opinião                                                                                       | Fora do âmbito                                          |

Nota: casos analisados em detalhe nos relatórios



## Desinformação e Denúncia: duas hipóteses

| Denúncia                                  | Objeto                                  | Descrição                                                                                                                               | Análise                                |
|-------------------------------------------|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|
| Caso "Publicidade de Paulo Silva"         | Anúncios na rede Meta                   | 2 links com anúncios Meta de Paulo Silva, presidente da Câmara do Seixal, sobre temas referentes ao concelho.                           | Publicidade política, alcance reduzido |
| Caso "Diário do Distrito"                 | Posts de Facebook sobre Marta Temido    | Acusação de desinformação contra a página "Diário do Distrito" no Facebook por ter dito que visita de Marta Temido tinha sido cancelada | Não confirmado, alcance reduzido       |
| Mensagem do Ministro da Educação          | Mensagem do Ministro da Educação        | Reprodução de uma mensagem do Ministro da Educação.                                                                                     | Fora do âmbito                         |
| Caso "Comício ERGUE-TE"                   | Post anunciando um comício do ERGUE-TE  | Post anunciando um comício do ERGUE-TE, contra a islamização, junto a uma mesquita no Porto                                             | Nada a assinalar, alcance reduzido     |
| Caso "Campanha em dia de voto antecipado" | Apelo ao voto em dia de voto antecipado | Denúncia de apelo ao voto em dia de voto antecipado.                                                                                    | Não é ilegal                           |
| Caso "Chega - Beja"                       | Post Facebook sobre o acidente aéreo    | Denúncia sobre uma imagem adulterada que acusava a página do Chega de Évora de ter feito um comentário inapropriado                     | Verificado pelo Polígrafo              |

Nota: casos analisados em detalhe nos relatórios



## Desinformação e Denúncia: duas hipóteses

| Denúncia                             | Objeto                                       | Descrição                                                                                                    | Análise                                      |
|--------------------------------------|----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|
| Caso "Burca"                         | Post sobre o uso de Burca                    | Denúncia de xenofobia por causa de um post do Chega que compara uma mulher ocidental com uma mulher de burca | Descontextualização do tema, grande alcance  |
| Caso "Publicidade Chega no Facebook" | Publicidade Facebook com desinformação       | Um de vários anúncios que usam desinformação com intuitos comerciais, sem qualquer relação evidente ao CHEGA | Publicidade enganosa, autores desconhecidos  |
| Caso "Tempo de antena ERGUE-TE"      | Áudio do tempo de antena do partido ERGUE-TE | Áudio de um tempo de antena do partido ERGUE-TE contendo, alegadamente, afirmações xenófobas e racistas.     | Fora do âmbito, discurso político autorizado |
| Caso "Vídeo da Rússia"               | Vídeo a circular no X                        | Vídeo de pessoas na Rússia, alegadamente demonstrando que não existem cidadãos de outras raças ou etnias.    | Sem alcance significativo                    |
| Caso "dia de reflexão"               | Post de Diogo Faro com apelo ao voto         | Post de Diogo Faro com críticas aos partidos de direita em dia de reflexão.                                  | Sem alcance significativo                    |
| Caso "Força CHEGA!"                  | Comentário Facebook em dia de votação        | Comentário a um post no partido CHEGA nas redes sociais, com expressão "Força Chega!" em dia de votação.     | Sem alcance significativo                    |

Nota: casos analisados em detalhe nos relatórios



## Desinformação e Denúncia: duas hipóteses

A fronteira entre aquilo que é **desinformação** e aquilo que é uma forma de **liberdade de expressão** na internet e redes sociais é uma fronteira difusa e volátil.

Essa fronteira pode ser **entendida de maneira diferente consoante o campo político** com que cada cidadão se identifica.

Duas hipóteses:

- Será que a **maioria das pessoas não são capazes de identificar a desinformação** a que são expostas e ficam portanto numa situação **frágil e dependente de proteção**?
- Será que a **maioria das pessoas se sentem confiantes para entender o que é desinformativo**, são autónomas para agir em consonância e, por isso,, **não denunciam** (o que supõe que o problema da desinformação possa não ser tão grave como normalmente é apresentado)?



## Recomendações finais

- **Repetir a experiência** de disponibilizar um canal para denúncias de desinformação e publicidade indevida em futuras eleições.
- **Fazer uma divulgação** desse canal mais ampla e generalizada.
- Incluir **breves definições dos tipos de desinformação**, que permitam aos cidadãos perceber que tipos de conteúdos devem ser divulgados.
- **Realizar uma divulgação abrangente da resolução dos casos** apresentados pelos cidadãos perante a CNE, para criar um efeito positivo de realimentação
- **Desenvolver um quadro conceptual** que permita facilitar a **identificação de conteúdos** publicados nas redes sociais que possam ser **contrários à regulamentação eleitoral**.



**RELATÓRIO-SÍNTESE**  
**Eleições Europeias 2024 nas Redes Sociais**

Gustavo Cardoso  
José Moreno  
Nuno Palma  
Miguel Casquinho  
António Vasconcelos

O ano eleitoral português ficou marcado pelo facto de ocorrerem duas eleições - uma legislativa e outra europeias - separadas por três meses. O MediaLab ISCTE colaborou com a Lusa na primeira dessas eleições e estabeleceu um protocolo de colaboração com a CNE - Comissão Nacional da Eleições, a propósito das eleições europeias. **Este relatório final faz uma síntese das conclusões principais a que chegámos nessa observação das eleições europeias**, mas olhando igualmente para as legislativas anteriores. Nesse sentido, este relatório-síntese está organizado em três partes:

- Duas eleições: duas lógicas desinformativas
- Europa e Portugal: dois espaços desinformativos
- Desinformação e denúncia: duas hipóteses

Em cada uma das secções faremos uma análise sintetizadora de quais foram os temas mais abordados na comunicação nas redes sociais relacionada com as eleições, como é que os agentes políticos interagiram com esses temas nos mesmo espaços comunicativos e até que ponto, e em que circunstâncias, é que a desinformação poderá ou não ter desempenhado um papel relevante na eleição.

Primeira conclusão

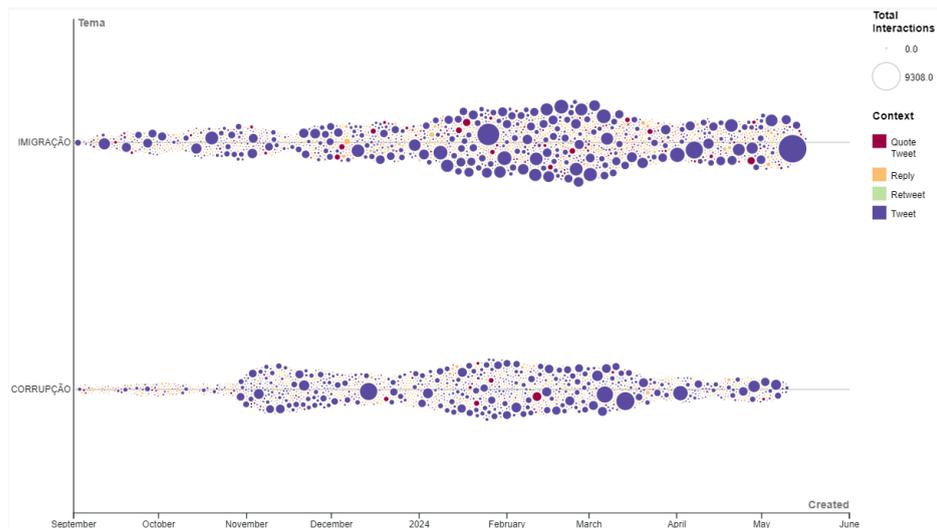
### **Duas eleições: duas lógicas desinformativas**

A proximidade temporal entre as eleições legislativas (10 de março) e as eleições europeias (9 de junho) permitiu uma comparação muito precisa entre as temáticas dominantes numa e noutra, permitindo-nos concluir que as eleições europeias, em Portugal, foram grandemente marcadas pela discussão em torno da imigração.

No entanto, importa salientar que o tema da imigração não é novidade na discussão política portuguesa. Há muito tempo que o tema está associado a forças políticas de extrema-direita, como o [Partido Ergue-te](#), fazendo também [parte do discurso do CHEGA desde os seus primórdios](#) até hoje, incluindo durante a [campanha para as eleições legislativas](#).

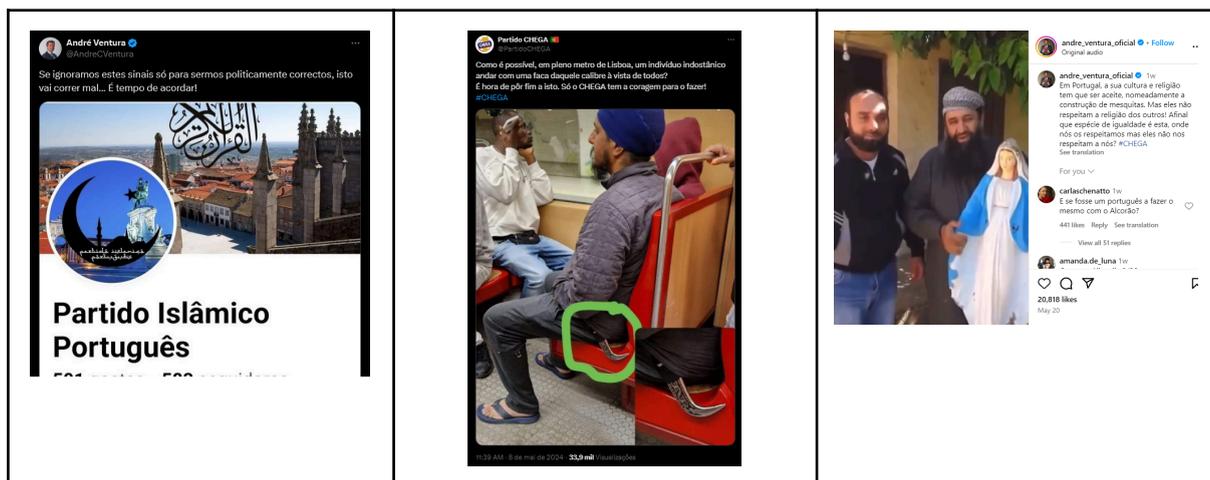
Comparando as métricas e volume de publicações sobre **imigração e corrupção**, vemos que ambos os temas coexistem na discussão online em Portugal, mas **o primeiro ganhou relevância no nosso país nos meses anteriores às eleições de junho**, conforme se pode ver no gráfico 1. Convém complementar que, nas investigações realizadas pelo MediaLab na maioria dos atos eleitorais desde 2019, o tema da corrupção - e não a imigração - tinha sido o assunto polarizador dominante e aquele que tendia a gerar mais episódios desinformativos. Isso parece ter mudado nestas eleições europeias em Portugal.

**Gráfico 1 - Evolução das publicações sobre Imigração e Corrupção em Portugal no Twitter/X (setembro de 2023 a maio de 2024)**



No entanto, à semelhança do que se assistiu em toda a Europa, **foi no contexto das eleições europeias que a temática imigração foi predominantemente utilizada como ferramenta discursiva política, e também desinformativa.** Deste modo, ao longo da análise realizada deparámos com alguns conteúdos desinformativos - como tal identificados pelos fact-checkers nacionais ou internacionais - e outros que usavam vídeos, imagens ou informações descontextualizadas para veicular politicamente o tema da imigração. Este tema foi abordado sobretudo pelos partidos e políticos da extrema-direita, mas com particular alcance e impacto por parte do partido CHEGA e dos seus dirigentes.

### Quadro 1 - Exemplos de publicações desinformativas ou descontextualizadas acerca do tema da imigração partilhadas pelo partido CHEGA ou por André Ventura



|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Nesta publicação na rede X, <b>André Ventura</b> publica um screenshot de uma página humorística chamada “Partido Islâmico Português”, usando-a como motivo para alertar para o perigo da “islamização” em Portugal. Esta publicação foi verificada pelo <a href="#">Polígrafo</a>.</p> <p>Este post registou:<br/>6.782 <b>interações</b><br/>235.000 <b>visualizações</b></p> <p>Data: 28/04/2024<br/><a href="https://x.com/AndreCVentura/status/1784495903287513395">https://x.com/AndreCVentura/status/1784495903287513395</a></p> | <p>Neste post na rede X, o <b>partido CHEGA</b> partilha a foto de um homem sikh no metro de Lisboa, com um “kirpan”, uma pequena adaga religiosa. Este post foi verificado pelo <a href="#">Polígrafo</a>.</p> <p>Este post registou:<br/>1.308 <b>interações</b><br/>35.000 <b>visualizações</b></p> <p>Data: 08/05/2024<br/><a href="https://x.com/PartidoCHEGA/status/1788156846592655818">https://x.com/PartidoCHEGA/status/1788156846592655818</a></p>                        | <p>Nesta publicação no Instagram, <b>André Ventura</b> replica um vídeo de 2013, filmado na Síria no contexto da guerra entre cristãos e muçulmanos naquele país, para alertar para a alegada “islamização” de Portugal. Este vídeo foi verificado pela <a href="#">AFP</a>.</p> <p>Este post registou:<br/>23.787 <b>interações</b></p> <p>Data: 20/05/2024<br/><a href="https://www.instagram.com/p/C7MdYMMMgYc/">https://www.instagram.com/p/C7MdYMMMgYc/</a></p> |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <p>Nesta publicação no Instagram, o <b>partido CHEGA</b> publica uma foto de duas mulheres - uma com burka e outra sem burka - para alertar para os perigos da “islamização”. Esta ameaça é descontextualizada.</p> <p>Este post registou:<br/>10.055 <b>interações</b></p> <p>Data: 03/06/2024<br/><a href="https://www.instagram.com/p/C7w7wMylMew/">https://www.instagram.com/p/C7w7wMylMew/</a></p>                                                                                                                                    | <p>Nesta publicação na rede Instagram, o <b>partido CHEGA</b> publica uma versão editada de um vídeo do encontro entre um imigrante e André Ventura, alegando que o mesmo teria sido instrumentalizado para atacar o partido. Esta publicação foi verificada pelo <a href="#">Polígrafo</a>.</p> <p>Este post registou:<br/>6.610 <b>interações</b></p> <p>Data: 07/06/2024<br/><a href="https://www.instagram.com/p/C76EDzQlvfr/">https://www.instagram.com/p/C76EDzQlvfr/</a></p> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

(nota: Estes casos são detalhados e aprofundados nos relatórios semanais enviados para a CNE)

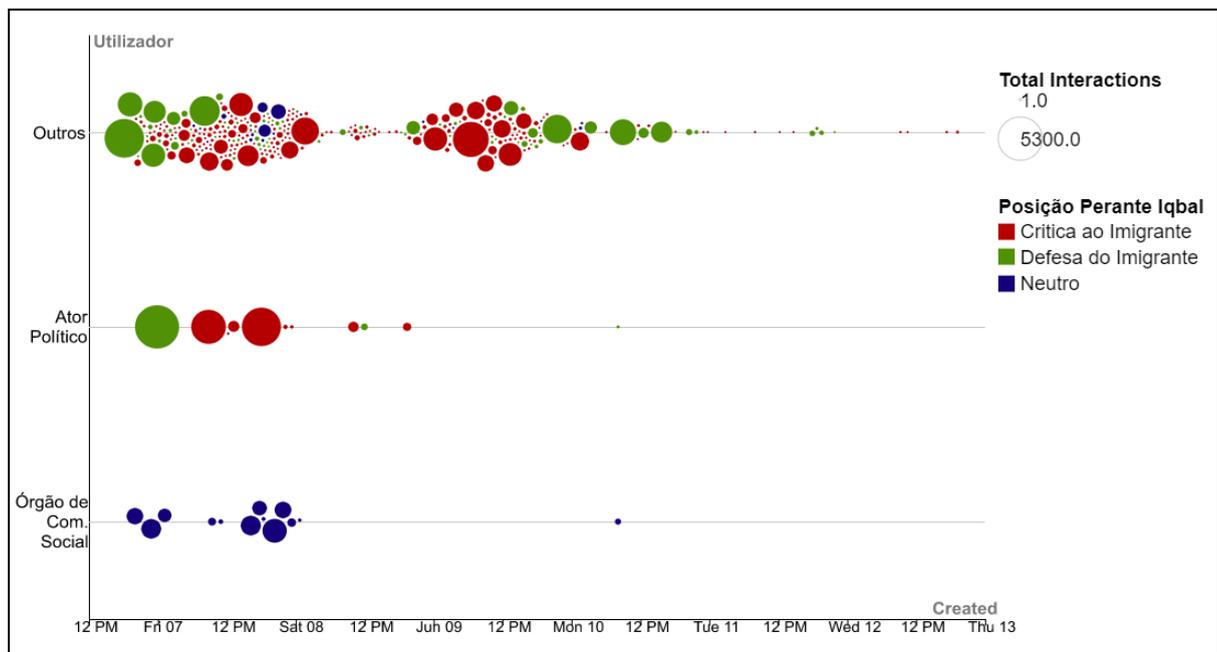
Quer na investigação sobre as legislativas, quer nesta análise das eleições europeias, puderam ser detectados outros episódios desinformativos, mas mais pequenos e sem o alcance que estes atingiram. Os nossos dados sugerem que, em Portugal como noutros países, **as narrativas desinformativas necessitam de um “impulso” ou “amplificação” por parte de um ator político relevante de modo a obterem alcance e relevância na**

**discussão pública**, especialmente na esfera das redes sociais. Sem essa amplificação política, o que notamos é que, embora as informações falsas ou errôneas possam circular nas redes sociais, não obtêm os níveis de disseminação que possam ser considerados relevantes ou que tenham a capacidade de influenciar a opinião pública.

Isso foi notório, por exemplo, no caso dos “Tiros em Famalicão”, que analisámos no contexto das legislativas, e que aludia a informações que circularam nas redes sociais de uma caravana do CHEGA que tinha sido alvo de disparos na região de Famalicão e que a PSP desmentiu poucas horas depois. Segundo a análise realizada, a publicação efetuada pelo CHEGA na rede social online Facebook obteve 3.013 interações de um total de 4.796, ou seja, **60,6% das interações**, e a publicação de André Ventura sobre o caso no Twitter/X alcançou 5.028 interações, num total de 8.548, o que corresponde a **58,8% das interações**. Ou seja, estes atores políticos foram determinantes em veicular a primeira narrativa sobre o caso.

Já nas eleições europeias, no caso do imigrante que interpelou André Ventura em plena campanha eleitoral, exemplifica também o poder amplificativo de narrativas desinformativas por parte de atores políticos. Como podemos observar no gráfico 2, embora desde o início do incidente tivessem existido publicações nas redes sociais de condenação ao imigrante, em que é acusado de ter sido “instrumentalizado” por forças de esquerda e de estar a mentir, esta narrativa apenas se torna predominante, em termos de alcance, após a publicação do CHEGA sobre o incidente, considerada desinformativa pelo [Polígrafo](#).

**Gráfico 2 - Evolução das publicações de utilizadores, atores políticos e órgão de comunicação social no Twitter/X sobre o caso de Iqbal, o imigrante que interpelou André Ventura na Póvoa de Varzim (6/06/2024 a 12/06/2024)**



Ambos os casos demonstram a forma como o alcance obtido por narrativas desinformativas nas redes sociais e a proeminência que consegue obter na discussão pública é

condicionado **pela amplificação de atores políticos e pela sua capacidade para moldar a narrativa.**

Por outro lado, observa-se também que o agendamento nas redes sociais tende a envolver regularmente agentes políticos partidários e não partidários que obtêm níveis de alcance iguais ou superiores aos media. Considerando novamente o caso do imigrante que interpelou André Ventura em campanha eleitoral, podemos comparar, no quadro 2, a publicação com mais alcance nos primeiros dias do caso entre um ator político partidário, um ator político não partidário e um órgão de comunicação social.

**Quadro 2 - Comparação da publicação com mais alcance de um ator político partidário, um ator político não partidário e um órgão de comunicação social no Twitter/X sobre o caso do imigrante que interpelou André Ventura**

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <p>Publicação de <b>Mariana Mortágua</b>, na rede X, em defesa do imigrante.</p> <p>Esta publicação registou:<br/> <b>5.300 interações</b><br/> <b>161.900 visualizações</b></p> <p>Data: 06/06/2024<br/> <a href="https://x.com/MRMortagua/status/1798850292307693981">https://x.com/MRMortagua/status/1798850292307693981</a></p> | <p>Publicação de <b>Mafalda Anjos</b>, jornalista e comentadora, na rede X, também em defesa do imigrante.</p> <p>Esta publicação registou:<br/> <b>4.212 interações</b><br/> <b>840.900 visualizações</b></p> <p>Data: 06/06/2024<br/> <a href="https://x.com/manjos/status/1798806092094259603">https://x.com/manjos/status/1798806092094259603</a></p> | <p>Publicação do jornal <b>Expresso</b> na rede X, reportando sobre o vídeo truncado</p> <p>Esta publicação registou<br/> <b>1.504 interações</b><br/> <b>103.400 visualizações</b></p> <p>Data: 07/06/2024<br/> <a href="https://x.com/expresso/status/1799157044295197084">https://x.com/expresso/status/1799157044295197084</a></p> |

Como se pode observar no quadro, tanto a publicação de Mafalda Anjos (ator político não partidário) como a de Mariana Mortágua (ator político partidário) obtêm substancialmente mais interações do que a publicação do Expresso, que é o OCS que efetuou a publicação com mais interações. Esta observação, recorrente nas análises semanais efetuadas, sugere uma **menor capacidade dos media para moldar a narrativa face àquela que é apresentada pelos atores políticos, partidários ou não partidários.**

Para além destes casos de desinformação com motivações políticas, nesta eleição europeia foram também detectados **casos de desinformação com motivação económica.** Através

da recolha de dados efectuada, a nossa equipa identificou vários posts patrocinados (publicidade) na rede Meta (Instagram e Facebook) usando conteúdos falsos associados em partido CHEGA e contendo críticas e acusações ao anterior Primeiro-Ministro. Os anúncios remeteram para a promoção de um esquema para ganhar dinheiro fácil, com o suposto aval da GalpEnergia (também falso). A utilização de temas políticos para canalizar esta publicidade denota um aproveitamento comercial da polarização e “engagement” associados a esses temas políticos.

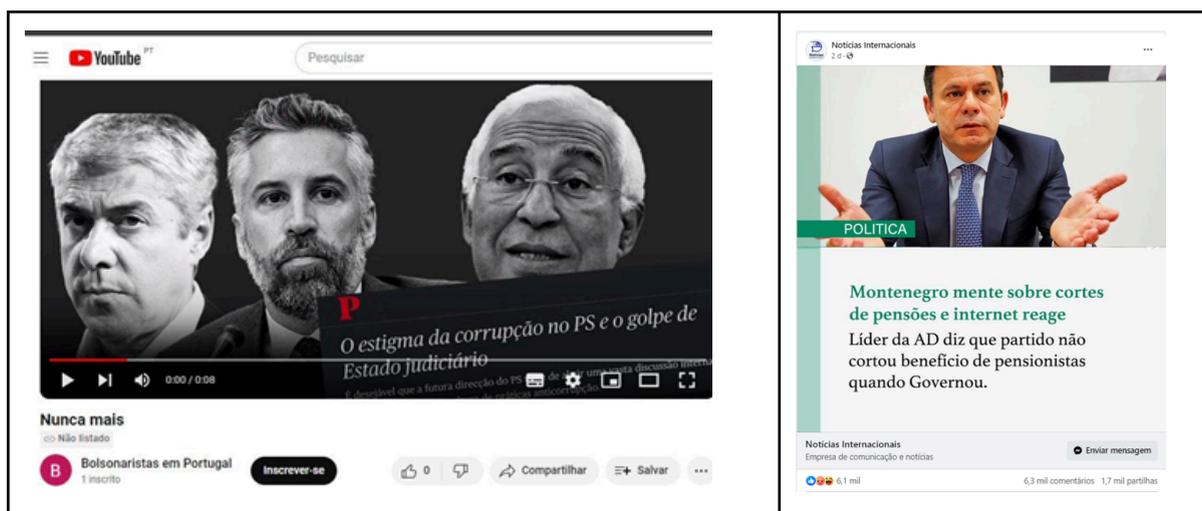
No âmbito desta campanha de publicidade, foi também identificado aquele que nos parece ser o primeiro “deep-fake” de um líder político português, usando um vídeo real de André Ventura, mas com um registo áudio gerado por inteligência artificial, no qual aquele ator político recomenda o investimento no esquema financeiro referido.

### Quadro 3 - Exemplos de publicações de publicidade usando temas políticos na campanha para as eleições europeias

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● Anúncio ativo entre 4 e 6 de junho.</li> <li>● Mostrado na rede Facebook.</li> <li>● 2.692 pessoas alcançadas</li> <li>● Link: <a href="https://www.facebook.com/ads/library/?active_status=all&amp;ad_type=political_and_issue_ads&amp;country=PT&amp;id=971869674395879&amp;view_all_page_id=112417821110247&amp;search_type=page&amp;media_type=all">https://www.facebook.com/ads/library/?active_status=all&amp;ad_type=political_and_issue_ads&amp;country=PT&amp;id=971869674395879&amp;view_all_page_id=112417821110247&amp;search_type=page&amp;media_type=all</a></li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Anúncio ativo entre 30 de maio e 5 de junho.</li> <li>● Mostrado nas redes Facebook e Instagram</li> <li>● 16.988 pessoas alcançadas</li> <li>● Link: <a href="https://www.facebook.com/ads/library/?active_status=all&amp;ad_type=political_and_issue_ads&amp;country=PT&amp;id=2204277603249277&amp;view_all_page_id=112806883791094&amp;search_type=page&amp;media_type=all">https://www.facebook.com/ads/library/?active_status=all&amp;ad_type=political_and_issue_ads&amp;country=PT&amp;id=2204277603249277&amp;view_all_page_id=112806883791094&amp;search_type=page&amp;media_type=all</a></li> </ul> |

No entanto, este não é o primeiro caso detectado de publicidade em período eleitoral visando agentes políticos. Durante a campanha eleitoral para as eleições legislativas foram identificadas três campanhas de publicidade política ilegais que expunham atores políticos do Partido Socialista e do Partido Social Democrata. No entanto, nestes casos, o objetivo não era a promoção de um qualquer esquema financeiro mas sim atacar um dos partidos concorrentes às eleições.

### Quadro 4 - Exemplos de anúncios políticos ilegais disseminados durante a campanha eleitoral para as eleições legislativas de 10 de março



## Europa e Portugal: Dois espaços desinformativos

O facto de estas eleições europeias ocorrerem num quadro de guerra na Europa, de conflito em Israel e de crescimento de movimentos extremistas em vários países europeus levou a um avolumar dos receios da interferência da desinformação nos resultados eleitorais.

Nesse sentido, enquanto membro do [Iberifier](#) e da rede [EDMO](#), o MediaLab Iscte acompanhou as principais narrativas de desinformação na Europa e avaliou o seu grau de propagação em Portugal. Isto permitiu-nos perceber que, dos grande temas de desinformação identificados na Europa, apenas um registou disseminação significativa em Portugal, permitindo caracterizar a Europa e Portugal como dois espaços desinformativos distintos.

**Um dos temas desinformativos mais importantes identificado no âmbito europeu esteve relacionado com o tema da imigração.** E esse foi também amplamente debatido, do ponto de vista político, durante as eleições europeias em Portugal, nalguns casos com episódios desinformativos, como pudemos ver anteriormente.

No quadro abaixo podemos enumerar os incidentes denunciados e analisados pela equipa do MediaLab Iscte que incidiam principalmente sobre o tema da imigração.

### Quadro 5 - Casos denunciados apontando para temas relacionados com imigração

| Caso                           | Descrição da denúncia                                                                                                                                                 |
|--------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Caso "Estátua da Virgem Maria" | Página "Cheganos" acusa André Ventura de desinformação anti-islâmica por causa da divulgação de um vídeo de 2013 contendo a destruição de uma estátua da Virgem Maria |
| Caso "Discurso do Chega"       | Vários posts do partido CHEGA na rede X, alegadamente incentivando xenofobia e ódio. Inserido na estratégia de discurso político nas redes sociais                    |
| Caso "Burca"                   | Denúncia de xenofobia por causa de um post do partido Chega que compara uma mulher ocidental com uma mulher de burca para veicular os perigos da islamização          |

|                                   |                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Caso "Comício ERGUE-TE"           | Post anunciando um comício do ERGUE-TE, contra a islamização, junto a uma mesquita no Porto.                                                      |
| Caso "Partido Islâmico Português" | André Ventura partilhou no Twitter/X a imagem de uma página de Facebook de um suposto Partido Islâmico Português e apresentou-a como uma ameaça.  |
| Caso "Campo 24 de Agosto"         | O caso das agressões a imigrantes no Campo 24 de Agosto.                                                                                          |
| Caso "Adaga no Metro"             | Circulação de imagens de um homem sikh no metro de Lisboa que levava consigo um adereço religioso na forma de uma adaga.                          |
| Caso "Criança Nepalesa"           | Caso de agressão, acompanhada de insultos verbais racistas e xenófobos, a uma criança de nove anos de origem nepalesa no contexto escolar.        |
| Caso "Vídeo da Rússia"            | Vídeo que circulou nas redes sociais de pessoas na Rússia, alegadamente demonstrando que não existem cidadãos de outras etnias.                   |
| Caso "imigrante do Bangladesh"    | Caso do imigrante que confrontou André Ventura, no dia 6 de junho de 2024, em plena campanha eleitoral, e as suas repercussões nas redes sociais. |

Nesta vertente, **Portugal encontra-se em linha com a Europa**, sendo que a temática da imigração foi um dos principais pilares da comunicação de algumas forças políticas em vários países europeus, de que são exemplos o Reagrupamento Nacional, em França, dirigido por Marine Le Pen ou o Partido Irmãos de Itália, de Giorgia Meloni. No quadro do EDMO, puderam ser identificados diversos casos desinformativos analisados por fact-checkers europeus no período eleitoral (Exemplos: ["Suíça quer proibir o Islão"](#); ["DJ não canta 'contra os estrangeiros'"](#); ["Não foi pedido que houvesse kebab nas escolas"](#)).

A temática da imigração não só foi transversal na Europa, como os próprios conteúdos sobre a temática foram reaproveitados em diferentes contextos e ilustrando **ligações ou imitações entre vários partidos e movimentos populistas na Europa e fora dela**. Recordamos que os [cartazes de publicidade do CHEGA](#) que compara uma mulher ocidental com uma mulher de burca para veicular os perigos da islamização, eram praticamente idênticos aos [cartazes da campanha do Partido VOX em Espanha](#), sendo até divulgados no mesmo dia. O vídeo partilhado por André Ventura da destruição de uma estátua da Virgem Maria, já tinha sido também partilhado anos antes por [Donald Trump](#) e pela página [Rádio Genoa](#), um [conhecido propagador de desinformação em Itália](#). Igualmente, [o vídeo que circulou nas redes sociais da vida noturna em Moscovo](#), inserido numa narrativa anti-imigração, foi igualmente encontrado em diferentes países. Por fim, a narrativa desinformativa relacionada com partidos islâmicos na Europa que foi também encontrada em vários países europeus, incluindo [Portugal](#) e o [Reino Unido](#).

No entanto, quando olhamos para as principais ameaças de desinformação identificadas na Europa, verificamos que, no **contexto português**, não são encontradas outras temáticas relevantes para além da imigração. O Polígrafo analisou sobretudo informações provenientes dos debates entre os candidatos às eleições europeias, e, ainda assim, sem alcance relevante.

Considerando ainda as denúncias abordadas pela equipa do MediaLab, embora existissem casos de desinformação que não estavam relacionadas com imigração ([Caso Diário do Distrito](#) e [Caso CHEGA-Beja](#)), salientamos que tinham um alcance relativamente reduzido, sendo casos de âmbito principalmente local.

Desta forma, Portugal distingue-se da linha europeia, em que, para além da imigração, diversas outras temáticas tiveram relevância no paradigma desinformativo. No quadro abaixo podemos encontrar outros temas de relevo apontadas pelo EDMO no contexto europeu, bem como exemplos de casos desinformativos na Europa analisados por Fact-Checkers Europeus.

#### Quadro 6 - Temas e exemplos de desinformação no âmbito europeu

| Tema                 | Exemplos de desinformação                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Clima                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">A floresta global gera mais CO2 do que o homem produz</a></li> <li>• <a href="#">Um vulcão emite mais CO2 do que os humanos por 100 anos?</a></li> </ul>                                                                                       |
| Política e Políticos | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">Pedro Sanchez foi de férias num momento de excepcional importância nacional, após anunciar que não se iria demitir do cargo de primeiro-ministro espanhol?</a></li> <li>• <a href="#">Donald Tusk acha que “polonês é anormal”?</a></li> </ul> |
| Covid-19             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">A vacina da Pfizer contra a COVID-19 foi lançada em maio de 2019?</a></li> <li>• <a href="#">A ONU alertou para a chegada de uma nova pandemia?</a></li> </ul>                                                                                 |
| Guerra da Ucrânia    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">Os refugiados da Ucrânia recebem pensões dez anos antes do que os alemães sem nunca terem pago?</a></li> <li>• <a href="#">Bandeira mostra o logotipo de uma legião ucraniana, sem estrelas da UE?</a></li> </ul>                              |
| Processo Eleitoral   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">Se a se a cruz que assinala o voto ultrapassar ligeiramente as margens o voto deve ser considerado nulo?</a></li> <li>• <a href="#">É possível votar em mais do que um partido, ou de repartir percentagens do voto individual?</a></li> </ul> |
| Género e LGBTQ+      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">A esposa do chanceler alemão Olaf Scholz, é uma mulher transexual?</a></li> <li>• <a href="#">Vídeo dos anos 90 comprova um apoio de longa data à comunidade homossexual em Espanha?</a></li> </ul>                                            |

O que resulta desta análise é que Portugal, embora se insira plenamente na lógica europeia no que concerne à temática da imigração, pode ser considerado um caso atípico no que se refere às outras temáticas de relevo no espaço europeu, que não tiveram relevo na discussão a nível nacional nem, por isso, foram objeto de desinformação.

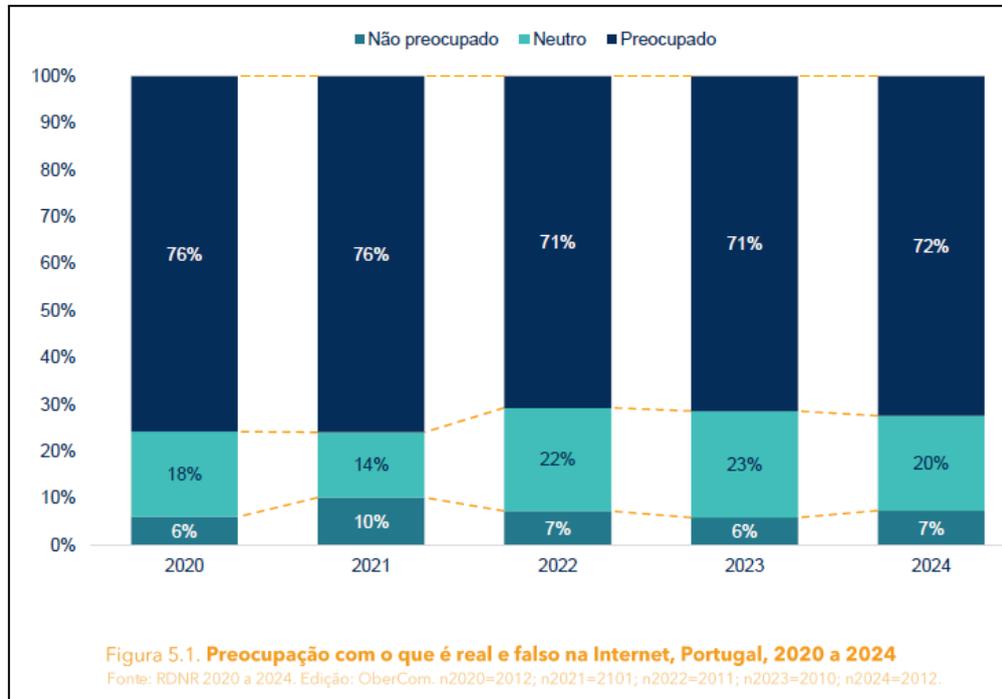
Como referido anteriormente, as narrativas desinformativas em Portugal necessitam geralmente de um “impulso” político de modo a obterem proeminência na discussão pública. No caso das eleições europeias, a temática da imigração, tanto em Portugal como na Europa, conseguiu obter este tipo de significância. No entanto, no que diz respeito às restantes temáticas, a ausência de amplificação política nacional pode ter contribuído para não serem tão relevantes no contexto Português, tanto no que se refere à discussão política como ao surgimento de episódios desinformativos.

#### Desinformação e Denúncia: duas hipóteses

No âmbito do protocolo celebrado entre o MediaLab Iscte e a CNE para a monitorização de desinformação e publicidade irregular nas redes sociais no contexto das eleições europeias, foi criado e divulgado [um número de WhatsApp](#), para o qual os cidadãos eram convidados a enviar as suas denúncias de qualquer irregularidade detetadas nesse âmbito. Nesta seção, fazemos uma avaliação geral das denúncias recebidas e da sua ligação com o âmbito do protocolo. O objetivo é ajudar a melhorar eventuais ações semelhantes no futuro

Mas, primeiro, algumas notas gerais sobre a perceção dos cidadãos sobre a desinformação em Portugal. Segundo o recente [Digital News Report](#), elaborado em Portugal pelo Obercom, em parceria com o Reuters Institute for the Study of Journalism (cuja recolha de dados é anterior a este protocolo), cerca de 72% dos portugueses, um dos valores mais altos da Europa, revelam-se preocupados com o que é real ou falso na internet (gráfico 3).

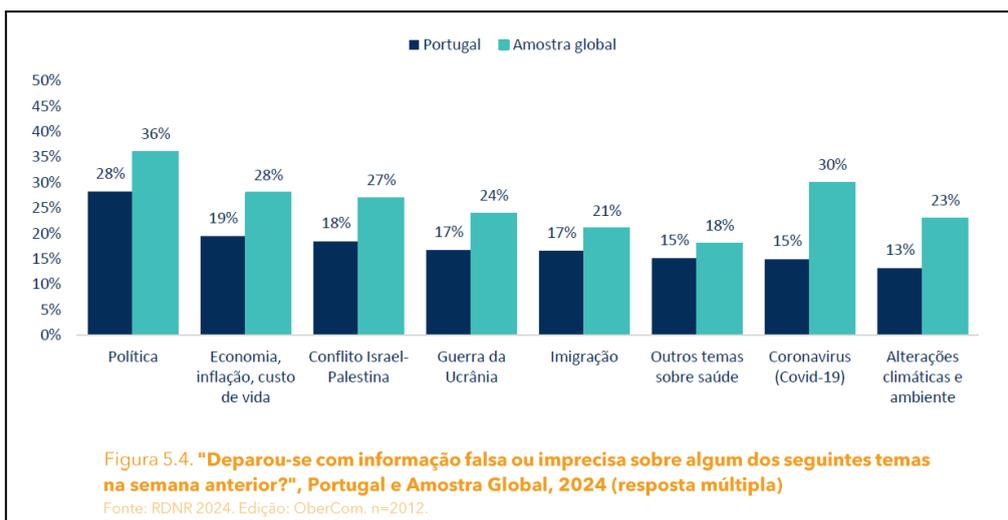
**Gráfico 3 - Preocupação com o que é real e falso na internet (DNR 2024)**



Fonte: Digital News Report 2024. Edição: OberCom. n=2012

E quando se pergunta aos portugueses se se depararam com desinformação na semana anterior e em que temas, verificamos que a política é o tema que gera mais desinformação em Portugal, com 36% (gráfico 4), seguido da economia e do conflito Israel-Palestina. O que também é notório é que, em qualquer dos temas elencados, os portugueses são menos confrontados com desinformação do que a amostra global do estudo. Ainda assim, é na desinformação relacionada com a política e com a imigração (21%) que estamos mais em linha com os restantes países do estudo. Como também podemos ver, a desinformação dirigida à Covid-19 ou às questões ambientais, por exemplo, tem comparativamente menos relevância em Portugal. O que parece confirmar a nossa observação dos dados relativos às eleições europeias no nosso país.

**Gráfico 4 - Contacto com desinformação na semana anterior (DNR 2024)**



Fonte: Digital News Report 2024. Edição: OberCom. n=2012

Para além das denúncias enviadas para o número WhatsApp da CNE relacionadas com imigração (e listadas no quadro 5), as restantes denúncias recebidas por esta via (quadro 7) foram na sua maioria descontextualizadas em relação à finalidade expressa deste canal (desinformação e publicidade paga).

#### Quadro 7 - Denúncias não relacionadas com desinformação

| Caso                                      | Análise da denúncia                                                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Caso "Ossanda Liber"                      | Na sua conta de X, Ossanda Liber publicou uma foto a simular um disparo de metralhadora, com a inscrição "Missão: fuzilar a esquerda!"                                                                                         |
| Caso "Destrução de cartazes do CHEGA"     | Fora das redes sociais e do âmbito da desinformação ou publicidade                                                                                                                                                             |
| Caso "Diogo Faro"                         | Diogo Faro acusa Chega de mentir. Caso não foi analisado. Trata-se de uma mera opinião.                                                                                                                                        |
| Caso "artigo de opinião"                  | Artigo de opinião sobre o tema da imigração. Mera expressão de opinião                                                                                                                                                         |
| Caso "Comício ERGUE-TE"                   | Post anunciando um comício do ERGUE-TE, contra a islamização, junto a uma mesquita no Porto.                                                                                                                                   |
| Caso "Campanha em dia de voto antecipado" | Denúncia de apelo ao voto em dia de voto antecipado. Não é ilegal.                                                                                                                                                             |
| Caso "Tempo de antena ERGUE-TE"           | Áudio de um tempo de antena do partido ERGUE-TE contendo, alegadamente, afirmações xenófobas e racistas. Fora das redes sociais. Não analisável. Tema abordado noutra denúncia                                                 |
| Caso "Força CHEGA!"                       | Comentário a um post no partido CHEGA nas redes sociais, com a expressão "Força Chega!" em dia de votação. Sem alcance significativo nas redes sociais e portanto sem relatório individual, mas com relatório de enquadramento |

Vistos estes casos em conjunto, a linha de denúncias parecer ter servido também para alguns denunciantes exporem casos não desinformativos mas que atacavam as suas posições políticas a partir da mera expressão de opiniões antagónicas ou, em alguns casos, o discurso extremista e polarizador.

Deste modo, em situações futuras aconselhamos que a divulgação da linha de WhatsApp para denúncias sobre desinformação ou publicidade indevida seja acompanhada de breves definições dos tipos de desinformação que existem de acordo com o enquadramento de Claire Wardle. Segue-se a lista do menos grave para o mais grave:

- **Sátira:** Sem intenção de causar danos, conteúdo paródia com potencial de enganar.
- **Conexões Falsas:** Uso incorreto de títulos ou legendas que não estão relacionados com o conteúdo partilhado.
- **Conteúdo enganoso:** uso incorreto de informação para induzir em erro e enquadrar erradamente certos tópicos ou pessoas.
- **Contexto Falso:** a partilha de conteúdo verdadeiro mas contextualizado de forma errada.
- **Conteúdo Impostor:** a imitação de fontes oficiais (comunicação social ou órgãos políticos) para atribuir legitimidade ao conteúdo.
- **Conteúdo Manipulado:** manipulação de informação verdadeira para induzir em erro.
- **Conteúdo Fabricado:** fabricação de informação totalmente falsa para enganar as pessoas.

A fronteira entre aquilo que é desinformação e aquilo que não passa de liberdade de expressão na internet e redes sociais é uma fronteira muitas vezes difusa e volátil. Segundo a nossa experiência de monitorização de discurso político nas redes sociais, essa fronteira pode ser entendida de maneira diferente consoante o campo político com que cada cidadão se identifica. Mas dirigir a atenção dos potenciais denunciadores para uma definição mais clara do que deve ser denunciado pode ajudar em ações futuras deste género.

Por outro lado, o facto de a linha de denúncias ter tido um número relativamente reduzido de utilizações, no quadro da elevada preocupação e contacto com a desinformação que são reportados pelos portugueses no Digital News Report pode indicar que estes se sentem relativamente seguros para enfrentar esses riscos. Ou então que não dão sequer conta deles. Ou seja, combinando os indicadores deste inquérito com a nossa experiência da linha de denúncias podemos colocar duas hipóteses sobre o comportamento dos portugueses perante a desinformação:

- A maioria das pessoas **não são capazes de identificar a desinformação** a que são expostas e ficam portanto numa situação frágil e dependente de proteção?
- A maioria das pessoas sentem-se **confiantes para entender o que é desinformativo**, são autónomas para agir em consonância e portanto, **não denunciam** (o que supõe que o problema da desinformação possa não ser tão grave como normalmente é apresentado)?