

Síntese dos principais resultados do relatório

“Análise do impacto da desinformação na política, economia, sociedade e questões de segurança, modelos de governança e boas práticas: o caso de Espanha e Portugal”

junho, 2023

EMBARGO ATÉ 12 HORAS 21 JUNHO (quarta-feira) 2023

Este estudo do Observatório Ibérico de Media Digitais e da Desinformação, IBERIFIER, apresenta um panorama sobre a desinformação que circula em Portugal e Espanha e aponta algumas das suas repercussões na sociedade, nas políticas e instituições nos dois países.

Algumas conclusões

- O estudo do impacto social da desinformação está ainda na infância. É um fenómeno novo, cuja compreensão pressupõe entender o impacto social, um conceito multifacetado e difícil de quantificar, e daí a adoção de uma metodologia que implique a análise de diversos aspetos do impacto e a conjugação de métodos: quantitativos e qualitativos. Ressalve-se ainda que a maior parte dos estudos apresentados se foca nas redes sociais. Isto acontece devido à utilização em crescendo das redes sociais, por ser neste ambiente digital que esta preferencialmente se dissemina e também porque estas plataformas facilitam a recolha de dados. Por outro lado, estas dietas de utilização única podem não representar a multiplicidade de comportamentos dos cidadãos, dos atores e de todo o ecossistema dos media.
- As campanhas de desinformação estudadas em Portugal replicam modelos estrangeiros. São, sobretudo, importadas. Ex: Covid-19 e Guerra na Ucrânia.
- Sobre a desinformação difundida na altura da pandemia, destacam-se dois objetivos: descredibilizar as decisões políticas e desestabilizar socialmente.
- A desinformação relacionada com a Covid-19 mostrou a importância das redes sociais de uso privado, em especial, o WhatsApp.

- Os mais de 1600 artigos e verificações sobre Covid-19 analisados exploraram quatro tópicos: teorias da conspiração; curas e tratamentos; perigo e ineficácia das vacinas; questões relacionadas com decisões das autoridades de saúde.
- No campo particular das teorias da conspiração, sobressai a ligação entre várias teorias da conspiração, nomeadamente entre a desinformação sobre Covid-19 e a desinformação sobre a 5G. Colocando o foco na 5G, entre 1 de janeiro e 29 de abril de 2020, foram detetadas 68.576 interações relacionadas com 5G na rede social Facebook em Portugal.
- Um dos grupos criados sobre a Covid-19 no Facebook reuniu em três dias 624 mil membros. Foi dentro desses grupos criados na altura da pandemia que se divulgou desinformação. E a análise da partilha da desinformação demonstra que esta se concretiza sem reflexão, verificação e sem atender às consequências.
- Foi detetada pouca pegada de desinformação da parte do governo e da oposição durante a comunicação realizada nas campanhas eleitorais.
- A desinformação tem efeitos na confiança nas instituições e na coesão social. No entanto, Portugal apresenta características sociodemográficas, económicas e políticas que o tornam menos exposto a estratégias de desestabilização. De notar, porém, o surgimento de agressividade na linguagem pública dos novos partidos de extrema-direita (o Chega), com efeitos propagandísticos e de radicalização nos media e redes sociais.
- Tendo em conta o número de seguidores, a presença dos partidos nas redes sociais, nomeadamente no Facebook, não coincide com a representação parlamentar. Os partidos menores e mais radicalizados lideram na atividade e partilha de publicações. Em agosto de 2022, de acordo com a plataforma FOXP2, o PSD lidera em número de seguidores (em 2019, era o PAN), e o Chega continua a ser o partido com maior “engajamento”, medido através dos “gostos”, “partilhas” e “comentários”, divididos pelo número de seguidores. Em 2022, o ranking do engajamento tinha a seguinte ordem: Chega, Iniciativa Liberal, PSD, PCP, PAN, BE, Ergue-te, PS, CDS, ADN, PEV, LIVRE, Volt Portugal, Nós Cidadãos, Aliança.
- Na área política, a corrupção é o tema que motivou mais campanhas de manipulação informativa em Portugal, o que denota diferença em relação a outros países, nos quais a imigração é o tema mais relevante.
- A preocupação com a desinformação ganha relevo em Portugal por causa da situação financeira e da vulnerabilidade do ecossistema mediático português, que perdura desde a económica prolongada (2008-11), e se viu reforçada por fatores exógenos como a pandemia.
- No campo do jornalismo, sobressaem os problemas relacionados com a credibilidade dos profissionais. Esta situação resulta do desinvestimento público no setor e do desinvestimento do setor em profissionais, a que deve

juntar-se uma crescente politização do debate mediático por parte dos comentadores (que não são jornalistas).

- São ainda apontados outros fatores para justificar a crise do jornalismo: hiperaceleração do ciclo noticioso de 24 horas, o aumento de uma economia de atenção que penaliza fortemente aqueles que dependem da produção de conteúdo, a saturação do público com conteúdo específico. Em 2022, três quartos dos utilizadores de internet portugueses reconheceram estar a evitar notícias e 10% fá-lo frequentemente. O desinteresse pelas notícias é maior entre os mais pobres e menos educados, comprometendo o acesso a uma esfera jornalística que poderia ajudar na compreensão de problemas sociais complexos. A saturação de notícias parece aumentar nos momentos em que a cobertura se foca repetidamente em tópicos que são de extrema importância para vida cotidiana (pandemia, eleições, guerra).
- Apesar dos média convencionais não estarem necessariamente a ser a origem da desinformação, a porosidade de fronteiras entre estes e as redes sociais coloca a questão de a desinformação estar a influenciar a agenda noticiosa.
- O problema da desinformação surge a par da perda da confiança nos meios de informação. Neste campo, a situação de Espanha difere significativamente da de Portugal. Segundo o Eurobarómetro Media Trust, a confiança nos média está nos 13% entre os espanhóis, enquanto em Portugal pontua 40%.
- O projeto IBERIFIER propõe alguns indicadores para analisar o impacto social da desinformação: disseminação, transferibilidade (como tem efeito noutros contextos), poluição na esfera pública, como está a moldar agenda dos media, identificar e caracterizar os disseminadores (bots, inclusive), sustentabilidade da desinformação, entre outros.
- Pretende-se realizar um trabalho interdisciplinar que junte fact-checkers e investigadores. E um dos planos passa pela criação de um repositório de acesso aberto no qual seja possível reunir as pesquisas científicas e acompanhar o impacto do projeto de pesquisa.

Os estudos apresentados indicam a necessidade de realizar análises aprofundadas sobre o fenómeno da desinformação, apesar de em Portugal a desinformação parecer não apresentar ainda um risco sistémico para os equilíbrios socioeconómicos e políticos.

Material complementar

Três estudos de caso sobre desinformação em Portugal

1.1. Desinformação sobre a Covid-19

Três fases:

- a) Causas do aparecimento do vírus e as questões básicas, o que é? De onde vem?
- b) Prevenção e proteção e tratamento. Cura miraculosa e desinformação sobre utilidade ou ineficácia dos métodos, uso de máscaras, por exemplo.
- c) Vacinas, a desinformação privilegiou a sua ineficácia e perigos.

“Em Portugal, os promotores de desinformação fizeram um esforço intenso para **descredibilizar as decisões políticas** e as suas principais medidas, tentando criar **desestabilização social**. Para atingir este objetivo, transferiram e adaptaram a desinformação que era originária de outros países” (pag. 127)

1037 artigos de esclarecimento publicados pelo Polígrafo

Entre fevereiro de 2020 e 15 de julho de 2022 foram produzidos e publicados 1037 artigos e verificações relacionados com o Covid-19 e o projeto “Covidcheck.pt”, um projeto de comunicação de ciência, criado com o propósito de esclarecer os portugueses, logo na sua primeira fase, de abril a agosto de 2020, produziu mais de **600 esclarecimentos sobre a Covid-19**.

Categorias temáticas:

Teorias da conspiração

Curas e tratamentos

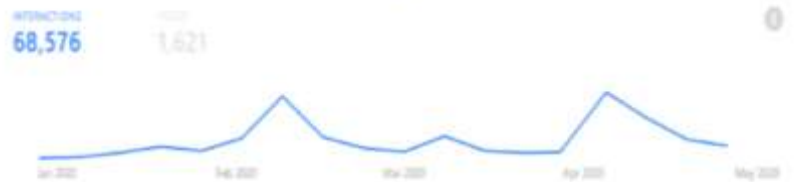
Perigo e ineficácia das vacinas

Questões relacionadas com decisões das autoridades de saúde

No caso das **teorias da conspiração**, aconteceu juntaram-se diferentes objetos de desinformação na mesma campanha, nomeadamente, relacionando a COVID-19 com a **quinta geração mobile, 5G**. (pag.127). Desde as primeiras informações sobre o avanço da pandemia que esta relação com a 5G foi mencionada, “e o facto de que não havia fatos que suportassem esta relação entre a expansão da 5G não evitou esta propagação” (pag.127). Ainda existem grupos no Facebook que são contra a 5G e que espalham esta informação para outros de diferentes temas, mas que se juntam quando o objetivo é **desinformação científica (pag.127)**. Apesar de não haver antenas 5G em Portugal, os grupos de Facebook, imitando o que estava a suceder no Reino Unido (onde foram registadas 20 ocorrências de cidadãos que destruíram as antenas de 3G e 4G por acharem que se tratava de equipamento 5G) incentivavam os portugueses não a combater a Covid-19 mas a sua ligação à 5G. Outra das mensagens que ecoou pelas redes declarava: “O vírus existe mas 5G está a fazer pior” ou ainda “O vírus não é causa da doença mas a 5G”.

Refira-se que entre 1 de janeiro e 29 de abril de 2020, foram detetadas **68.576 interações relacionadas com 5G no Facebook em Portugal**.

Figure 63. Evolution of the number of interactions on 5G-related Facebook posts between 1 January and 29 April 2020 in Portugal



Source: reproduced from Acquarone & Palma [401].

A desinformação sobre Covid-19 mostrou também **a importância das redes sociais de uso privado, em especial, o WhatsApp**. E as principais mensagens utilizadas utilizaram os seguintes termos:

Figure 64. Word cloud with the weight of the most recurrent categories in the messages about COVID-19 in March 2020



Source: reproduced from Cardoso, Pinto-Martinho, Narcias, Moreno, Crespo, Palma & Sepúlveda [403].

A partilha da desinformação demonstra que a **replicação das mensagens se realiza sem reflexão**, verificação e sem atender às consequências dessa partilha. (pag.128).

Na informação veiculada nesses grupos, **não foi detetada muita desinformação política durante este período, mas utilizou-se a pandemia para fazer combate político**, como já tinha acontecido durante os incêndios.

O plano falso de desconfinamento que foi divulgado a 25 de fevereiro foi igualmente muito disseminado através do Whatsapp, mas também através do Facebook, Twitter e Instagram. O plano foi desmentido pelo Governo e desconstruído pelos “fact-checkers” portugueses. E em paralelo, os cidadãos desconfiaram da informação com muitos deles a questionar a sua veracidade, gerando uma onda de confirmação de

que se tratava de desinformação. Um dia depois, pelas 17.40, o primeiro-ministro anunciou o plano real de desconfinamento seria apresentado a 11 de março.

1.2. Eleições em Portugal

Em 2019, uma análise sobre as eleições legislativas (Moreno, 2019) conclui que o risco de **interferência da desinformação nos resultados eleitorais é reduzido**. “Contudo, o artigo não exclui a possibilidade de que a desinformação pode ter **influência no clima político em Portugal, e de poder estar a alimentar movimentos extremistas em Portugal**” (pag.131). De diferente em relação ao resto da Europa, a pesquisa destaca que em Portugal é **a corrupção que motiva mais campanhas e ações de manipulação** e não a imigração.

De acordo com um conjunto de artigos e fact-checks produzidos pelo Polígrafo, publicados entre 1 e 30 de janeiro, a pegada da desinformação foi curta (pag.131). **“Nem o Governo nem a oposição disseminaram um número significativo de falsidades durante a campanha”**. Isso pode ser devido ao fato de que os políticos já estarem a ter um cuidado especial para produzir declarações sem suporte factual devido à rapidez com que seus oponentes, os média e os próprios cidadãos desconstróem possíveis falsidades, como se conclui no artigo: “O papel do jornalismo no combate às fake news: o caso do último dia das eleições de 2019 campanha em Portugal” [411].

Dois casos com protagonistas políticos mostram também como os média podem ajudar a desconstruir mentiras mas também contribuem para criar incidentes específicos. Um deles é sobre a ida de férias de António Costa durante os fogos de 17 de junho de 2017, e outra sobre o relógio de Catarina Martins, em 2018.

António Costa foi acusado na rua de ter partido de férias na época de um dos piores incêndios florestais de sempre em Portugal (Pedrógão Grande, 17 de junho de 2017, com 66 mortos), e este tema tornou-se um facto político e um foco no final da campanha. O estudo de caso “Costa exalta cidadão que o acusa de fake news” (ISCTE, 2019) mostra que mesmo as notícias falsas previamente desconstruídas e comprovadas podem voltar a ter relevo nas redes sociais, e que estas se movem para o mundo real e produzem problemas reais.

Catarina Martins, líder do Bloco de Esquerda na época (2018), foi acusada de usar um relógio que custaria 20 milhões de euros depois da divulgação de um post que referia na legenda que o objetivo era demonstrar como era fácil enganar e fazer uma “fake new”. A imagem foi disseminada em diferentes redes e os comentários focaram-se no questionamento da moralidade e honestidade da política.

1.3. Invasão da Ucrânia

A manipulação de informação relacionada com a invasão da Ucrânia atravessou as fronteiras das redes sociais, com as estações nacionais a exibirem imagens do conflito na Síria com imagens em 3D de videogames como se se tratasse de imagens reais da Guerra na Ucrânia.

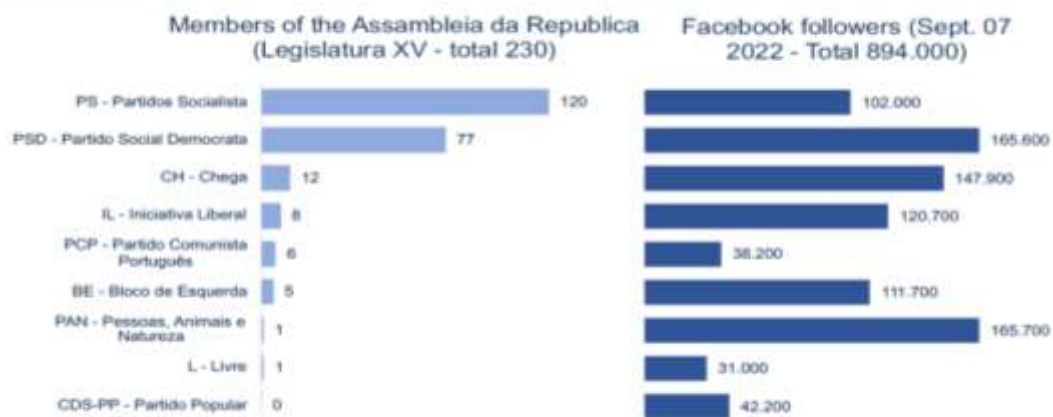
De acordo com os artigos e fact-checks publicados pelos Polígrafo, entre 20 de fevereiro a 15 de julho de 2022 (238, dos quais 40 nacionais e 198 de proveniência estrangeira) confirmam que a grande fonte de conteúdos informativos é importada,

muitas vezes com tradução ou adaptação. Colocando o foco na realidade nacional, dois temas ganham destaque: a origem da subida dos preços atribuída ao conflito militar e a posição do Partido Comunista Português, especialmente a terminologia que defendeu, se era invasão ou intervenção militar.

Refira-se que a maior parte dos conteúdos que se tornaram virais em toda a Europa circulou em Portugal, como os casos de suposto vício em cocaína de Zelenski, a suposta manipulação da imagem de uma mulher grávida ferida durante um atentado em Mariupol e o vídeo mostrando um cadáver se movendo durante uma reportagem transmitida por um canal de televisão.

Gráficos sobre presença dos partidos nas redes sociais

Figure 34. Representativeness of the parties in the current Legislature (XV) (in number of seats) and on the Facebook network (in number of followers), 2022



Notes: (1) the number of MPs for each party refers to the XV legislature (a total of 230 MPs), elected on 30 January 2022; and (2) the number of Facebook followers for each party was extracted on 7 September 2022.
Source: parlamento.pt and Crowdtangle. Edition: OberCom.



Fonte: FOX P2. Engajamento: medido através dos “gostos”, “partilhas” e comentários, divididos pelo número de seguidores.

In any case, the distribution of deputies in the National Assembly, taking into account the last legislative elections of January 2022, does not literally reflect these movements registered in the social networks, even though we are witnessing a significant increase in the number of Chega deputies.

Table 16. Members elected for the XIV (2019) and XV (2022) Legislatures

	Members elected in 2019 (1)	Members elected in 2022 (2)	Difference
PS - Partido Socialista	108	120	+12
PSD - Partido Social Democrata	79	77	-2
BE - Bloco de Esquerda	19	5	-14
PCP - Partido Comunista Português	10	6	-4
CDS-PP - Partido Popular	5	0	-5
PAN - Pessoas, Animais e Natureza	4	1	-3
PEV - Partido Ecológico Os Verdes	2	0	-2
CH - Chega	1	12	+11
L - Livre	1	1	=
IL - Iniciativa Liberal	1	8	+7

Note: (1) members elected for the XIV Legislature on 6 June 2019; (2) members elected for the XV Legislature on 30 January 2022.

Source: parlamento.pt. Editor: OberCom. Regulatory initiatives in 2023.

Conceitos chave

Desinformação. A notícia falsa é apenas uma parte da desinformação. O fenómeno inclui informação distorcida ou parcialmente verdadeira, produzida com o objetivo de criar um certo efeito no público. A desinformação pode envolver três níveis de atividade: estratégica, que implica fazer escolhas com um significado; operacional, que consiste

em disseminar certos conteúdos pelas redes; recorrer a outros atores para o fazer, como bots.

Impacto social da desinformação. O termo pressupõe uma análise de como se espalha a desinformação e afeta os comportamentos, se de uma forma superficial ou profunda; de curta ou longa duração, entender ainda como pode mudar atitudes ou reforçar crenças e conhecimentos, e como pode afetar a confiança institucional e a coesão social. Estudar os efeitos pressupõe uma ampla gama de níveis e aspetos possíveis.

LISTA DOS INVESTIGADORES

Participant Type of Institution

Ángel Badillo Matos Real Instituto Elcano

Félix Arteaga Real Instituto Elcano

Vania Baldi Obercom

Miguel Paisana Obercom

Miguel Crespo Obercom

Gustavo Cardoso Obercom

María José Rementería Barcelona Supercomputing Centre

Olivier Philippe Barcelona Supercomputing Centre

Blanca Calvo Barcelona Supercomputing Centre

Nataly Buslón Barcelona Supercomputing Centre

Pablo Hernández Escayola Fundación Maldita.es

Juan Gómez Romero Universidad de Granada

Miguel Molina-Solana Universidad de Granada

IBERIFIER:

O Observatório Ibérico de Meios Digitais e da Desinformação de Espanha e Portugal é coordenado desde a Universidade de Navarra, Espanha, e integra 12 universidades, - ISCTE assume liderança em Portugal - cinco organizações de verificação e agências de notícias e seis centros de investigação multidisciplinar. Em Portugal participam ainda no projeto financiado pela Comissão Europeia: Universidade de Aveiro, Agência Lusa, Cenjor, ALPMJ, Polígrafo. A atividade do projeto pode ser acompanhada aqui: <https://iberifier.eu/>

INTRODUÇÃO e CONCLUSÃO

do relatório que será divulgado na íntegra no site
IBERIFIER.eu dia 21 de junho

Resumo executivo (português)

INTRODUÇÃO

Este relatório é o resultado de um estudo comparativo sobre a análise do impacto da desinformação nas dimensões políticas, económicas, sociais e de segurança, modelos de governação e boas práticas nos casos de Espanha e Portugal. Esta análise é um dos objetivos estratégicos do projeto IBERIFIER (Iberian Media Research & Fact-Checking).

O estudo identificou os seguintes cinco desafios principais:

1. Enquadrar e articular os cenários de desinformação, as suas repercussões sócio-políticas e as reacções institucionais para os enfrentar nos dois países ibéricos, no quadro das políticas, valores e interesses alinhados pela Comissão Europeia.
2. Apontar as especificidades dos mercados mediáticos, dos sistemas de informação, das novas práticas jornalísticas e dos novos hábitos de consumo de notícias nos dois países.
3. Destacar os processos de digitalização e plataformização em Espanha e Portugal, apontando as mudanças que se refletem nas dinâmicas de produção e acesso às notícias.
4. Perspetivar o fenómeno emergente da polarização no discurso político, as suas relações com as lógicas computacionais que alimentam a distribuição de notícias nos vários contextos online e as suas repercussões na agenda mediática.
5. Diagnosticar as condições de sustentabilidade financeira dos media e dos sistemas de comunicação social nos contextos em análise, para além dos níveis de confiança nos media tradicionais e na informação em rede. Analisamos alguns estudos de caso sobre desinformação nos dois países (em contextos eleitorais, durante a pandemia, durante a guerra na Ucrânia) que são emblemáticos dos desafios mediáticos e políticos que devem ser enfrentados para ajudar a opinião pública a defender-se das campanhas de desinformação.

Por fim, destacamos de forma comparativa os aspetos comuns e divergentes entre as duas realidades ibéricas. A este respeito, destaca-se a diferença na relação de confiança que os dois países têm para com os seus media nacionais, com um elevado grau de desconfiança no caso espanhol e uma maior confiança no caso português.

CONCLUSÕES

1. Para combater a desinformação, é fundamental avaliar seu potencial impacto social. No entanto, a definição de impacto social abrange uma ampla gama de níveis possíveis. A desinformação pode ter um impacto limitado, afetando apenas comportamentos; pode afetar o comportamento pessoal com consequências sociais, como na altura de uma eleição, ou pode ter um impacto de longo prazo na confiança institucional e na coesão social. Além disso, o impacto da desinformação é multifacetado. Para avaliar adequadamente esta situação complexa, são necessários desenvolvimentos teóricos específicos e definições metodológicas.
2. As redes sociais estão frequentemente associadas à desinformação. O seu crescimento está inegavelmente relacionado ao aumento da desinformação, mas as redes sociais não são um ambiente fechado, são um cenário de media altamente interconectado. A porosidade entre os meios de comunicação e as redes sociais exige a inclusão de fontes de informação adicionais e, em última análise, mede-a tanto nos mundos offline e online. Como resultado, a única maneira de avaliar o impacto social é criar abordagens qualitativas e quantitativas. Os aspetos qualitativos são críticos para captar diretamente as várias especificidades do impacto nos cidadãos e avaliar a variedade e grau de desinformação.
3. A solução proposta pretende desenvolver um enquadramento prático tomando esta vários elementos complexos em conta: múltiplos níveis de impacto, multicausalidade de desinformação, um cenário de media interconectado, a necessidade de métodos e colaboração interdisciplinar. Baseia-se na metodologia que avaliará o impacto social da pesquisa científica (ODS e UE 2020) e responderá a estas dificuldades e acompanhar a evolução do impacto social na Península Ibérica. O desenvolvimento é um esforço de vários atores, integrando diretamente verificadores de fatos e jornalistas com pesquisadores científicos. Criamos um conjunto de indicadores mensuráveis para capturar a natureza e a extensão do impacto das legações falsas. Para avaliar a evolução, esse impacto é medido ao longo do tempo. A PNL é usada escalar algumas análises qualitativas, além de indicadores quantificáveis para abordar problemas de metodologia mista.
4. A Espanha juntou-se às iniciativas europeias, tanto no setor público como no privado, para colaborar nas iniciativas de combate à desinformação na UE. A partir de 2018, a Espanha aderiu ao Sistema de Alerta Raid, tendo como ponto de contato o Secretário de Estado para Comunicação da Presidência do Governo, e privados e verificadores de fatos participaram de práticas e códigos europeus. As autoridades desenvolveram um primeiro procedimento em 2019 para proteger a integridade das eleições processos e um segundo em 2020 com abrangência mais ampla no combate campanhas de desinformação.
5. A consciencialização tem progredido das autoridades e verificadores de fatos para sociedade civil espanhola, embora com uma lacuna notável entre os dois, como

revelou estudos sociológicos. O progresso foi maior após a descoberta de campanhas de desinformação em Espanha relacionadas aos estudos de caso mencionados acima: Catalunha, COVID-19 e o procedimento de combate à desinformação. Ao aumentar conscientização social, as agências de verificação de fatos têm sido essenciais, contribuindo para detecção de fraudes e sua avaliação social, bem como para a implementação de códigos de conduta europeus por plataformas digitais. Olhando para o futuro, a inclusão da sociedade civil no Fórum de luta contra campanhas de desinformação contribuirá para o desenvolvimento de uma cultura de desinformação que, por enquanto, se limita aos atores mencionados acima e não tem atingido o público em geral, mantendo assim o seu nível de exposição. Como já foi apontado, a alfabetização digital será o grande vetor de consciência social para moldar essa cultura social.

6. O saldo é menos positivo no que diz respeito aos objetivos de resiliência social e o desenvolvimento de instrumentos para a detecção de campanhas e a análise de seus impactos na Espanha. A resiliência pode ser melhorada através do desenvolvimento de procedimentos de resposta aos diferentes níveis de prevenção, reação e crise gerenciamento. O desenvolvimento da anunciada Estratégia Nacional aumentará o sistema e os procedimentos de combate às campanhas a nível nacional e níveis europeus. Quanto ao desenvolvimento de ferramentas metodológicas para facilitar a avaliação de impactos e a adoção de políticas e respostas apropriadas medidas, o estudo revela a inadequação das medidas qualitativas e, sobretudo, ferramentas de análise quantitativa, o que afeta a qualidade das percepções desse crescente fenômeno.
7. Portugal é um país onde a percepção da desinformação como ameaça externa aos equilíbrios políticos e socioeconómicos internos não é tão consistente. Nas esferas política e de segurança cibernética não houve alarmismo até agora sobre o fenómeno em análise. As recomendações indicadas pelos órgãos institucionais encarregados de prevenir e monitorizar a desinformação são tecnicamente coerentes com as recomendações europeias, mas sem, no entanto, se registar um cenário considerado alarmante.
8. Portugal apresenta características sociodemográficas, económicas e políticas que o tornam menos exposto a estratégias de desestabilização. Embora haja um surgimento de agressividade na linguagem pública dos novos partidos de extrema-direita (o Chega), com efeitos propagandísticos e de radicalização nos media e redes sociais. Portugal mantém uma relativa estabilidade social na ausência de problemas socialmente fraturantes.
9. A preocupação com a desinformação é mais justificada se considerarmos a situação financeira e a vulnerabilidade do ecossistema mediático português. O setor é frágil em termos económicos e profissionais, e do estatuto do valor jornalístico, notícias como património coletivo, em particular:

a. Económico: crise prolongada, iniciada em 2008-11, acentuada com a pandemia. Podemos dizer que para explicar os dilemas económicos dos media em Portugal existem fatores exógenos (crise económica, pandemia) e endógenos (fraca adaptação ao digital ambientes, tentativa mal sucedida de adaptar analógico para distribuição modelos que não favorecem a estabilidade dos conteúdos, dependência excessiva dos modelos tradicionais de financiamento no caso da imprensa). Os media começaram tarde a lutar por um lugar na economia digital, streaming, e tudo o resto parece mais importante do que a económica relação das audiências com o jornalismo.

b. Profissionais: a crise do jornalismo e a perda de credibilidade dos profissionais do jornalismo é resultado tanto do desinvestimento público no setor como no desinvestimento do setor em profissionais, uma crescente politização do debate mediático por parte dos comentadores (que não são jornalistas, mas são usados pelos media para criar um clima de permanente disputa), bem como a visão mais negativa que emerge na opinião pública sobre os profissionais, induzidos quer por uma incipiente onda populista acusando o sistema jornalístico ou pela perceção de que os profissionais falham em monitorar cuidadosamente os desenvolvimentos no setor. No entanto, existem outros fatores a serem considerados, como a hiperaceleração do ciclo do noticiário de 24 horas, a saturação do público com conteúdo específico e o aumento de uma economia de atenção que penaliza fortemente aqueles que dependem da produção de conteúdo. Essas tendências de aceleração têm um impacto negativo sobre uma esfera de produção cujo trabalho é difícil e caro de automatizar e fazer com qualidade em ambientes digitais algorítmicos ou não algorítmicos.

c. Do ponto de vista das audiências e sua relação com o conteúdo das notícias, os dados muito positivos sobre a confiança nas notícias são contrabalançados por vários sinais de saturação de conteúdos noticiosos, crescente desinteresse notícias, evitação ativa de notícias e acesso crescente ao conteúdo de notícias indiretamente em ambientes digitais.

10. Duas notas sobre a afastamento e saturação do conteúdo noticioso:

a. O desinteresse pelas notícias é maior entre os mais pobres e menos educados, comprometendo assim o acesso a uma esfera jornalística que poderia ajudar na compreensão de problemas sociais complexos.

b. A saturação de notícias parece aumentar nos momentos em que a cobertura se foca repetidamente em tópicos que são de extrema importância para vida cotidiana (pandemia, eleições, guerra).

11. Embora os dois países apresentem algumas características comuns, como é compreensível se considerarmos o paralelismo histórico na configuração de suas relações políticas e sistemas económicos ou a evolução de seus ambientes de media, bem como seus interesses geopolíticos e suas redes de integração, é importante

ênfatizar as diferenças que, conforme destacado neste relatório, encontramos em algumas variáveis para o estudo do impacto social da desinformação. Mais notavelmente, confiança nos media aparece como uma variável distintiva entre os dois países que deve ser cuidadosamente acompanhado nos próximos anos para verificar o papel que está a desempenhar na evolução do fenómeno da desinformação em Espanha e Portugal. Da mesma forma, é de particular importância reavaliar nos próximos anos o papel que as comunidades lusófona e de língua espanhola desempenham no mundo da circulação da desinformação e, no nosso estudo de caso particular, no impacto nas sociedades de Espanha e Portugal.

12. Ambos os países seguem de perto as implicações éticas e políticas ligadas a desenvolvimentos de sistemas de IA. Em ambos os países ibéricos estão a ser realizados estudos sobre os riscos sociais e as repercussões democráticas trazidas pelo noticiário de conteúdo produzido e propagado por aplicativos de IA. De acordo com a “EU AI Act - a primeira lei sobre IA por um grande regulador em qualquer lugar”, os pesquisadores consideram relevante destacar uma reflexão específica sobre as várias direções e facetas que a IA pode vir a desempenhar e representar no campo da informação, conhecimento e a consequente participação política. É considerado relevante para analisar as propostas para indicar diretrizes para a responsabilização legal de plataformas na moderação de conteúdo e acesso público a seus sistemas de classificação e classificação computacional, juntamente com campanhas voltadas para a formação e alfabetização democrática.

LISTA DOS INVESTIGADORES envolvidos nesta pesquisa

Participant Type of Institution

Ángel Badillo Matos Real Instituto Elcano

Félix Arteaga Real Instituto Elcano

Vania Baldi Obercom

Miguel Paisana Obercom

Miguel Crespo Obercom

Gustavo Cardoso Obercom

María José Rementería Barcelona Supercomputing Centre

Olivier Philippe Barcelona Supercomputing Centre

Blanca Calvo Barcelona Supercomputing Centre

Nataly Buslón Barcelona Supercomputing Centre

Pablo Hernández Escayola Fundación Maldita.es

Juan Gómez Romero Universidad de Granada

Miguel Molina-Solana Universidad de Granada