



**Escola Superior
de Educação**

Politécnico de Coimbra

Desinformação nas Redes Sociais: Um Estudo de Caso sobre os Incêndios em Portugal

Departamento de Comunicação

Mestrado em Comunicação Social-Novos Media



**Escola Superior
de Educação**

Politécnico de Coimbra

Francisco Paulo Teixeira Correia

Desinformação nas Redes Sociais: Um Estudo de Caso sobre os Incêndios em Portugal

Dissertação de Mestrado em Comunicação Social-Novos Media, apresentada ao Departamento de Comunicação da Escola Superior de Educação de Coimbra para obtenção do grau de Mestre

Trabalho realizado sob a coorientação do Professor Doutor Giovanni Ricardo Ramos

Outubro de 2025

Agradecimentos

Agradeço ao Professor Doutor Rui Antunes, Presidente da Escola Superior de Educação de Coimbra (ESEC), e a todos os professores que me ajudaram ao longo do meu percurso através dos conhecimentos transmitidos, colaboração e amizade estabelecida.

Ao Coordenador do curso, Professor Doutor Gil António Baptista Ferreira, agradeço a dedicação, o profissionalismo, a paciência e a compreensão que sempre teve para comigo.

Ao meu orientador, Professor Doutor Giovanni Ricardo Ramos, expresso o meu profundo agradecimento pelo profissionalismo, pela constante disponibilidade na orientação deste trabalho, bem como os ensinamentos transmitidos.

Agradeço a todos os meus colegas de curso, que tanto contribuíram para a minha aprendizagem, interagindo comigo, partilhando os seus conhecimentos e colaborando em diversas atividades escolares, deixando aqui o meu sincero reconhecimento.

Um agradecimento muito especial à minha esposa, Cristina, e à minha filha, Francisca, pela compreensão por todas as ausências que a vida académica me impôs e por todo o apoio que ambas me concederam.

A todos, obrigado pelo vosso contributo!

Desinformação nas Redes Sociais: Um Estudo de Caso sobre os Incêndios em Portugal

Resumo: A presente dissertação resulta numa análise e investigação entre desinformação e polarização nas redes sociais no âmbito dos incêndios florestais em Portugal. Este estudo procura compreender a crescente tendência de partilha de notícias falsas nas redes sociais. Procedeu-se a uma reflexão com o objetivo de relacionar comportamentos e medidas eficazes que visam combater a disseminação de conteúdos de notícias falsas nos meios de comunicação. Desta forma, recorreu-se aos conhecimentos académicos adquiridos e a consultas bibliográficas relativas ao tema.

Tem ainda como objetivo investigar a forma como os diversos meios de comunicação lidam com a desinformação e com as notícias falsas relacionadas aos incêndios florestais em Portugal, bem como os mecanismos de regulação que são aplicados.

Com o crescimento das plataformas digitais como principal meio de informação, a propagação de notícias falsas ou distorcidas tem vindo a aumentar e a influenciar significativamente a perceção pública, especialmente em contextos de crise ambiental. Para isso, é fundamental compreender de que forma a desinformação disseminada nas redes sociais contribui para a polarização das opiniões sobre a gestão dos incêndios em Portugal.

O estudo identifica padrões de desinformação, fontes principais e discursos polarizadores que avaliam o impacto na opinião pública e na confiança nas instituições.

Palavras-chave: desinformação, polarização, redes sociais, incêndios florestais, comunicação social

Disinformation on Social Media: A Case Study on the Fires in Portugal

Abstract: This dissertation results in an analysis and investigation of the relationship between disinformation and polarization on social media in the context of forest fires in Portugal. This study seeks to understand the growing trend of sharing fake news on social networks. A reflection is undertaken with the aim of relating behaviors and effective measures to combat the dissemination of fake news content in the media. To this end, acquired academic knowledge and bibliographic consultations related to the topic were used.

It also aims to investigate how the various media outlets deal with misinformation and fake news related to forest fires in Portugal, as well as the regulatory mechanisms that are applied.

With the growth of digital platforms as the main means of information, the spread of false or distorted news has been increasing and significantly influencing public perception, especially in contexts of environmental crisis. To this end, it is essential to understand how misinformation disseminated on social networks contributes to the polarization of opinions on the management of fires in Portugal.

The study identifies patterns of misinformation, main sources and polarizing discourses that assess the impact on public opinion and trust in institutions.

Keywords: disinformation, polarisation, social media, wildfires, media

Índice

INTRODUÇÃO	1
1. DESINFORMAÇÃO.....	4
1.1. Desinformação.....	5
1.3. Manipulação e disseminação	8
2. REDES SOCIAIS E A DESINFORMAÇÃO.....	11
2.1. Redes sociais.....	12
2.2. Polarização	13
2.3. Comunicação Digital e Questões Ambientais	14
2.4. Contexto português	15
2.5. Incêndios em Portugal.....	18
3. METODOLOGIA.....	20
3.1. Objetivos	21
3.2. Métodos	21
4. PERCEÇÕES SOBRE DESINFORMAÇÃO E INCÊNDIOS	23
4.1. Características da amostra.....	24
4.2. Redes Sociais e Fontes de Informação.....	26
4.3. Perceção sobre Incêndios e Informação Online.....	28
4.4. Desinformação e Perceção Pública sobre Incêndios em Portugal.....	31
4.5. Análise.....	33
CONCLUSÕES.....	38
BIBLIOGRAFIA	44
ANEXOS.....	48

Lista de Quadros

Quadro 1 - Caracterização da amostra das questões de investigação	25
Quadro 2 - Número e percentagem sobre os hábitos de uso das redes sociais	27
Quadro 3 - Valores das médias e dos desvios padrão sobre as redes Sociais.....	28
Quadro 4 - Perceção sobre Incêndios e Informação online	30
Quadro 5 - Desinformação e as decisões com os incêndios em Portugal	33

Lista de abreviaturas

ANEPC	Autoridade Nacional de Emergência e Proteção Civil
CTI	Relatório da Comissão Técnica Independente
DNRPT	Digital News Report Portugal
ICNF	Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas

INTRODUÇÃO

Introdução

Nos últimos anos, a transformação digital trouxe mudanças profundas na forma como as pessoas acedem, produzem e partilham informação, aumentando a preocupação com a desinformação e as notícias falsas a um patamar nunca antes alcançado. As redes sociais, ao democratizarem a comunicação, abriram espaço para a circulação de conteúdos em tempo real, com forte impacto na informação da opinião pública. Contudo, a mesma facilidade de partilha também aumentou o risco da disseminação de desinformação, manipulada ou descontextualizada, que contribui para a polarização social.

Com o aumento e a velocidade da diversidade das redes sociais, tornou-se cada vez mais fácil para os usuários criarem várias contas nessas plataformas e permanecerem anónimos, ocultando assim a sua verdadeira identidade. Além disso, a falta de fontes confiáveis e a disseminação de notícias falsas têm contribuído para o crescimento da desinformação, gerando grandes preocupações para a nossa sociedade.

Em Portugal, os incêndios florestais são um dos maiores problemas, pois, além da perda de vegetação, também resultam na destruição de bens e, tragicamente, na perda de vidas humanas. Nos últimos anos, a situação tem-se agravado devido às alterações climáticas, à ação humana, a políticas inadequadas, à falta de leis credíveis, a burocracia e à falta de investimento em prevenção. A gestão inadequada dos territórios florestais agrava o problema, tornando essencial a implementação de políticas eficazes de prevenção e defesa contra incêndios.

Muitos terrenos rústicos que se encontram ao abandono têm vários proprietários, devido à falta de realização de partilhas entre os herdeiros. Em muitos casos, a situação arrasta-se há várias gerações. A burocracia, os custos associados às partilhas e aos registos, bem como a proibição de dividir artigos dos terrenos rústicos, dificultam ainda mais esse processo. Com a entrada da Lei nº 2116, de 14 de agosto, alterada pela Lei nº 111/2015, de 27 de agosto, e a Portaria 19/2019, tornou-se ainda mais difícil proceder à limpeza dos terrenos, já que ninguém sabe exatamente qual é a sua parte do terreno.

Têm ocorrido diversos debates sobre o tema, mas a falta de conhecimento, a falta de procura de respostas, a desinformação e a escassez de informação fazem com que muitas pessoas percam o interesse e minimizem a importância dos incêndios. Geralmente, só se lembram do problema quando os incêndios acontecem, ou seja, entre junho e outubro, desabafando a sua revolta nos meios de comunicação social, comentando notícias, enquanto nos restantes meses quase não se fala sobre esse assunto.

Estudos mostram que as notícias falsas se espalham mais rapidamente do que as verdadeiras, sobretudo quando envolvem temas emocionais ou morais (Vosoughi et al., 2018). Durante a crise dos incêndios, o público tende a procurar culpados rapidamente, o que favorece a aceitação de narrativas simples e polarizadas.

Mais do que isso, a falsa informação sobre os incêndios tende a gerar uma ideia confusa ou errada sobre o tema, seja na busca por culpados, seja na solução do problema, afetando assim a gestão política dos meios de combate.

Afeta ainda a questão da sustentabilidade, no sentido de levar os cidadãos a viverem em estado de dúvida ou com ideias erradas sobre os incêndios que devastam todos os anos em Portugal entre os meses de junho e outubro.

1. DESINFORMAÇÃO

1.1. Desinformação

A desinformação refere-se a qualquer tipo de conteúdo ou prática que contribua para a disseminação de informação falsa, não verificada ou ambígua. O seu objetivo pode ser confundir, manipular ou afastar os cidadãos do conhecimento factual da realidade e da verdade Wardle & Derakhshan (2017), assim como a divulgação de informações falsas ou enganosas com o objetivo de induzir percepções e influenciar as pessoas. Este tipo de conteúdo manipulado pode servir a diferentes objetivos, sejam eles comerciais, políticos ou até relacionados com fenómenos como os dos incêndios florestais.

Com o surgimento da Internet, a desinformação ganhou uma escala global, tornando-se dominante nas redes sociais. Qualquer pessoa pode partilhar informação sem que haja certificação profissional de alguém que confirme se esta é fiável e verdadeira, o que facilita a propagação de conteúdos não verificados. Um simples gosto, um comentário ou partilha é o que mais contribui para qualquer informação verdadeira ou falsa, conferindo-lhe a relevância e contribuindo para a sua disseminação viral dentro da comunidade (Wardle & Derakhshan, 2017).

Estudos demonstram que conteúdos de informações falsas apresentam maiores visualizações, especialmente em momentos de incerteza, como os incêndios florestais (Allcott & Gentzkow, 2017; Lazer et al., 2018), comprometendo a qualidade informativa e enfraquecendo a confiança pública nas instituições responsáveis pela gestão do problema (Van der Linden et al., 2017).

A maioria dos usuários não se dá ao trabalho de verificar as fontes das notícias, nem de confirmar se a notícia é verdadeira ou falsa antes de a partilhar, seguindo o padrão de “partilha e pronto” (Pennycook & Rand, 2019).

Segundo Wardle & Derakhshan (2017), a desinformação caracteriza-se não apenas pelo seu conteúdo, mas também pelas suas dinâmicas de circulação. Nas redes sociais, a lógica algorítmica privilegia conteúdos que geram maior interação emocional, como a indignação, o medo ou a surpresa, o que aumenta a probabilidade de mensagens falsas se tornarem viralizadas, fazendo grandes prejuízos às informações verificadas e devidamente contextualizadas.

Vosoughi et al. (2018) confirmaram essa tendência, demonstrando que as notícias falsas na rede social X se propagam muito mais rápido do que as notícias verdadeiras, alcançando mais utilizadores e em menos tempo. Este efeito está diretamente relacionado com a capacidade da desinformação em explorar emoções e narrativas simplificadas, tornando-se particularmente

relevante em contextos de crises ambientais, onde o público procura respostas mais rápidas e explicações claras para fenómenos mais complexos.

No caso específico dos incêndios florestais, diversos investigadores assinalam que a desinformação assume frequentemente a forma de teorias da conspiração (por exemplo, atribuindo a causa dos incêndios a interesses económicos), bem como de narrativas polarizadas que culpam determinados grupos ou instituições (Wittenberg & Berinsky, 2020).

Estas interpretações, muitas vezes desprovidas, circulam muito nas redes sociais, fomentando a separação entre diferentes setores políticos e sociais. Além disso, a natureza urgente das crises ambientais favorece a propagação da desinformação. A falta de dados verificados, a velocidade de propagação e o elevado impacto mediático constituem uma facilidade enorme para rumores e explicações infundadas (Houston et al., 2012).

As redes sociais e o conteúdo não monitorizado e criado pelo próprio utilizador influenciam a forma como os cidadãos formam opiniões e tomam decisões. As plataformas de redes sociais possibilitaram uma exposição sem precedentes a um volume e variedade de notícias falsas (fake news).

Nos últimos anos, esta tendência tem vindo a acentuar-se no quotidiano das pessoas e há uma infinidade de informações que surgem na internet nas mais variadas plataformas. A credibilidade é um dos critérios utilizados para filtrar a informação, mas a internet é um meio tão aberto e complexo que se torna difícil fazer essa filtragem.

Segundo Buning (2018), a desinformação consiste em “informação” comprovadamente falsa ou enganadora que é criada, apresentada e divulgada com o objetivo de obter vantagens económicas ou de enganar deliberadamente o público, sendo suscetível de causar prejuízo público. Esse prejuízo pode manifestar-se através do comprometimento de processos democráticos, como eleições, ou ainda em domínios como a saúde pública, a segurança, o ambiente e a confiança nas instituições.

A desinformação distingue-se de outros conteúdos como sátira, paródia ou erros não intencionais, pois pressupõe intencionalidade e manipulação. A propagação deste tipo de conteúdo, sobretudo através das redes sociais, é facilitada por algoritmos que priorizam mensagens polarizadoras e sensacionalistas, tornando a desinformação uma ameaça à democracia.

1.2. Tipos de desinformação

A circulação de informações falsas não é um fenómeno novo, mas adquiriu proporções inéditas com a velocidade da internet e das redes sociais e digitais. Hoje, o debate académico distingue entre desinformação e fake news, ainda que ambos os conceitos se cruzem e sejam frequentemente usados como sinónimos (Brisola & Bezerra, 2018).

As chamadas fake news representam um grupo específico da desinformação, caracterizado pela intencionalidade e verificabilidade da falsidade. Allcott & Gentzkow (2017) definem como artigos ou conteúdos fabricados com aspeto jornalístico, mas antecipadamente construídos para enganar. Ao contrário de erros involuntários, rumores ou sátiras, as fake news têm uma finalidade clara de manipulação, seja política ou económica. A sua disseminação acelerada nas plataformas como o Facebook e o WhatsApp mostrou impacto direto em processos políticos recentes, como as eleições presidenciais de 2016 nos Estados Unidos.

Assim, importa destacar que tanto a desinformação como as notícias falsas (fake news) constituem um risco para a democracia, não apenas pela manipulação de afetos ou crenças coletivas, mas também pela possibilidade de o combate a tais fenómenos ser instrumentalizado como forma de censura (Brisola & Bezerra, 2018).

A compreensão do fenómeno da desinformação exige uma definição clara dos seus diferentes tipos e manifestações. As chamadas fake news, entendidas como conteúdos fabricados deliberadamente para enganar, constituem apenas uma das suas formas mais visíveis (Wardle & Derakhshan, 2017). A desinformação vai muito além de uma simples falsificação de notícias, abrangendo práticas como a manipulação de contextos, a distorção de dados, a omissão seletiva de informações e a disseminação de meias-verdades estrategicamente construídas. Assim, a abordagem académica atual reconhece a desinformação como um fenómeno multifacetado, que não se limita à produção intencional de falsidades, mas também que se articula com lógicas de poder e de hegemonia discursiva.

O termo popularizou-se no discurso público global, sobretudo após a eleição de Donald Trump nos Estados Unidos em 2016. Donald Trump utilizou a expressão de forma recorrente para desacreditar os órgãos de comunicação que o criticavam, reconfigurando o termo como instrumento político (Suiter, 2016). Ao mesmo tempo, este período histórico foi marcado por outro acontecimento. O referendo do Brexit no Reino Unido, igualmente permeado por campanhas intensivas de desinformação (Lazer et al., 2018). Estes episódios contribuíram para converter o tema em um assunto de grande relevância e atualidade internacional, não apenas no campo político e mediático, mas também no académico, que passou a dedicar maior atenção

ao estudo das dinâmicas da desinformação e fake news, assim como às suas causas e consequências.

As notícias, quando disseminadas de forma massiva, podem apresentar um potencial de influenciar processos eleitorais, fomentar a desconfiança nas instituições democráticas e intensificar a polarização social (Tandoc et al., 2018). O impacto estende-se igualmente à erosão da confiança nos meios de comunicação tradicionais e ao enfraquecimento do debate público informado, comprometendo a qualidade do processo democrático e, conseqüentemente, a coesão social (Multi-Dimensional, 2018).

Neste contexto, importa distinguir três categorias distintas de informação falsa, de acordo com a intencionalidade e os efeitos que produzem.

- Disinformation (desinformação intencional), é definida como informação falsa, criada deliberadamente com a intenção de prejudicar uma pessoa, grupo social, organização ou país. Existe uma intenção clara de causar danos através da criação e disseminação de conteúdos enganosos.
- Misinformation (desinformação não intencional), corresponde a informação incorreta ou enganosa que é partilhada sem que exista a intenção de enganar ou prejudicar. Trata-se, de um erro ou falha na transmissão da informação, que pode gerar impacto negativo, ainda que de forma não propositada.
- Malinformation (informação correta, mal-intencionada), refere-se à informação verdadeira divulgada e usada de forma prejudicial por meio da alteração do contexto, da data ou da hora, geralmente visando servir interesses pessoais ou corporativos. Ao contrário da desinformação, a malinformation parte de factos reais, mas procura descontextualizá-los de modo a causar prejuízo às vítimas (Ireton & Posetti, 2018; Wardle & Derakhshan, 2017).

1.3. Manipulação e disseminação

A União Europeia reconhece que a manipulação da informação pode fragilizar os processos democráticos e comprometer a confiança dos cidadãos nas instituições. Para enfrentar este desafio, a Comissão Europeia adotou uma abordagem abrangente. Inclui a disponibilização de informações fiáveis e de recursos e dados precisos, com o objetivo de ajudar os cidadãos a distinguir factos de desinformação, à implementação de medidas de proteção contra a desinformação e à oferta de orientações para que os cidadãos identifiquem e evitem conteúdos manipulativos, especialmente nas redes sociais, o combate à interferência estrangeira e a ciberataques, com medidas para prevenir e responder a tentativas de influência nos processos

democráticos por agentes externos e a colaboração com verificadores de factos e a sociedade civil, através de parcerias com organizações que promovam a literacia mediática e desenvolvam ferramentas de verificação de informação de (Buning, 2018).

A manipulação da informação e a ingerência estrangeira são identificadas pela Comissão Europeia como ameaças sérias à democracia, pois comprometem o funcionamento das instituições democráticas e a capacidade dos cidadãos de tomarem decisões informadas. Estas práticas podem afastar as pessoas do processo eleitoral, fomentando a polarização social e criando divisões entre comunidades. Com o avanço das tecnologias digitais, tornou-se mais fácil e rápido para agentes mal-intencionados espalharem informações falsas ou distorcidas, utilizando recursos sofisticados como vídeos manipulados, clones de sites legítimos e mensagens apelativas que exploram emoções humanas para enganar e influenciar a opinião pública de (Buning, 2018).

Face a esta realidade, a União Europeia está a desenvolver uma resposta estratégica abrangente, que vai desde o desenvolvimento de políticas para proteger a integridade democrática até à promoção da literacia mediática. Aposta no reforço da comunicação estratégica, no apoio ao jornalismo de qualidade, no combate direto à manipulação da informação através de ferramentas tecnológicas, e na cooperação com vários setores da sociedade, desde autoridades públicas até universidades e meios de comunicação. A ideia é criar uma sociedade mais resiliente, capaz de reconhecer e resistir à desinformação, garantindo assim um espaço público mais transparente, informado e democrático de (Buning, 2018).

Segundo Oliveira (2020), a disseminação da desinformação científica nas redes sociais ocorre em um contexto de crise epistêmica, onde instituições tradicionais de produção de conhecimento, como a ciência, enfrentam crescente deslegitimação. O estudo analisa como teorias da conspiração circulam em plataformas digitais como Facebook, WhatsApp e YouTube, identificando os atores, discursos e fluxos informacionais envolvidos.

Utilizando uma metodologia mista, a pesquisa investiga a dinâmica de circulação dessas teorias, incluindo análises de redes sociais e questionários. Os resultados indicam que, apesar da desconfiança generalizada em relação à ciência e sua relação com governos e indústrias, a autoridade científica continua sendo um capital simbólico essencial para validar informações, mesmo dentro das comunidades conspiratórias.

Destaca ainda o papel das redes sociais na amplificação dessas narrativas, impulsionadas por algoritmos que favorecem bolhas informativas e câmaras de eco (echo chambers). Além disso, aponta que o consumo de desinformação muitas vezes se dá por meio de vídeos no YouTube e

links compartilhados em grupos privados, reforçando a importância da visibilidade mediática na legitimação de discursos.

Por fim, o estudo sugere que a comunicação da ciência deve repensar suas estratégias diante da crise epistêmica, abordando não apenas a disseminação de informação científica, mas também o combate às disputas narrativas que ocorrem nos espaços digitais.

2. REDES SOCIAIS E A DESINFORMAÇÃO

2.1. Redes sociais

A partir de 2010, as redes sociais registaram um grande crescimento, como espaços centrais de interação social, cultural e informativa (Kietzmann et al., 2011). Plataformas como Facebook, Twitter, Instagram e, mais à frente, o TikTok, expandiram a sua influência, capturando grande parte da atenção que era dominada pelos meios de comunicação tradicionais, como jornais, rádio e televisão. Esta transição marcou uma mudança na forma como as pessoas consomem notícias, comunicam e partilham opiniões e participam em debates públicos. Ao permitir a circulação rápida de conteúdos, as redes sociais não só democratizaram o acesso à informação como também desafiaram os formatos tradicionais de jornalismo.

A propagação das redes sociais alterou significativamente o modo como os cidadãos consomem informação. O relatório Digital News Report Portugal (Cardoso et al., 2023) indica que uma parte significativa da população portuguesa obtém notícias diretamente através das plataformas digitais. O relatório revela ainda que estas plataformas não são utilizadas apenas para fins de interação social, mas também como principais canais e fontes de informação sobre acontecimentos locais e globais.

Esta mudança tem grandes implicações. Por um lado, a rapidez e a facilidade de acesso à informação, que reforçam a proximidade entre cidadãos e acontecimentos, por outro, emergem riscos associados à desinformação, à fragmentação informativa e à polarização discursiva. Neste sentido, as redes sociais consolidaram-se como uma das principais fontes de informação contemporânea, alterando a relação entre o público e a notícia.

O conceito de Espaço Público, desenvolvido por Manuella & Menezes (2001), remete para um domínio da vida social no qual os indivíduos podem discutir, deliberar e formar opiniões coletivas acerca de questões relevantes para a sociedade. Tradicionalmente, este espaço era mediado por instituições, como jornais, revistas e rádios, que desempenhavam a função de organizar, filtrar e legitimar o debate público.

Contudo, com o desenvolvimento e aumento da comunicação digital, em particular das redes sociais, observa-se uma transformação profunda na configuração desse espaço. Segundo Santos (2020), as plataformas digitais reconfiguraram a esfera pública, permitindo que os cidadãos comuns participem diretamente na produção e disseminação de conteúdos, sem a mediação exclusiva de instituições jornalísticas. Assim, as redes sociais passaram a funcionar como conversas abertas de debate, caracterizadas pela instantaneidade, pela diversidade de opiniões e pela interatividade, ainda que muitas vezes sem regulamentação ou mecanismos de verificação.

A emergência das redes sociais como novo espaço público digital transformou radicalmente o consumo de informação, enquanto abriu espaço para a difusão acelerada de conteúdos falsos e manipulados. Esta dupla realidade, de democratização do acesso e de vulnerabilidade à desinformação, coloca desafios significativos para as sociedades contemporâneas, tanto no plano político e social quanto na gestão de crises globais.

2.2. Polarização

O conceito de polarização no espaço público digital tem sido bastante estudado e é geralmente abordado sob duas dimensões principais. Polarização ideológica, que se refere ao afastamento entre posições políticas ou ideológicas, e a polarização afetiva, que traduz a intensificação de sentimentos negativos em relação ao “outro grupo” (Iyengar & Westwood, 2015). Enquanto a polarização ideológica se centra mais em divergências sobre políticas, valores ou visões do mundo, a polarização afetiva se manifesta mais no plano relacional, levando à hostilidade, desconfiança e rejeição de pontos de vista divergentes.

Nas redes sociais, estas dinâmicas são intensificadas por mecanismos algorítmicos e comportamentais que facilitam a formação de “câmaras de eco” (echo chambers) e de “bolhas informativas”. Segundo Sunstein & Ulen (2001), as câmaras de eco surgem quando indivíduos tendem a interagir apenas com conteúdos e pessoas que confirmam suas crenças, reforçando assim opiniões preexistentes e dificultando a exposição a perspectivas divergentes.

Esta dinâmica tem grandes implicações na vida democrática. Ao reduzir a exposição a argumentos contraditórios, as redes sociais podem reforçar posições extremas, dificultando a construção de consensos e o diálogo. Além disso, a polarização afetiva intensifica a desconfiança entre grupos sociais e enfraquece a legitimidade das instituições democráticas. Como assinala Stroud (2010), o consumo seletivo de informação mediado por preferências ideológicas aumenta a distância entre grupos políticos, ao passo que a literatura recente demonstra que a polarização online está associada a uma erosão da confiança em órgãos de comunicação social, autoridades públicas e até mesmo na ciência (Tucker et al., 2018).

No contexto dos incêndios florestais em Portugal, esta polarização traduz-se em debates altamente divisivos sobre responsabilidade e gestão do risco, frequentemente marcados por acusações simplistas ou conspirativas. A circulação de narrativas polarizadas não apenas compromete o debate público informado, como também dificulta a ação coletiva necessária para enfrentar crises ambientais de grande escala.

No caso português, a polarização em torno dos incêndios florestais é visível, sobretudo nas redes sociais em momentos de crise, como os incêndios de Pedrógão Grande em 2017 ou os fogos de 2022. Nas redes sociais, principalmente no Facebook e no Twitter, circularam narrativas polarizadas que atribuíam responsabilidades de forma simplista e extremada. De um lado, discursos a culparem o Governo e as entidades públicas pela “incapacidade” de gerir a floresta e prevenir catástrofes, de outro, narrativas que apontavam diretamente para teorias da conspiração, incluindo acusações de incêndios provocados para favorecer interesses económicos (indústria da celulose, empresas de energias renováveis ou imobiliário).

Estes discursos foram reforçados dentro de comunidades digitais homogéneas, funcionando como câmaras de eco que alimentaram desconfiança em relação à comunicação oficial e às instituições do Estado, incluindo a Proteção Civil e os bombeiros. A polarização não só dificultou a circulação de informação fidedigna durante a emergência, como também contribuiu para divisões sociais e políticas no debate público sobre a gestão da floresta.

Assim, a polarização digital, alimentada pela lógica algorítmica das redes e pela dimensão emocional dos discursos, não apenas molda a perceção pública em momentos de crise, como também fragiliza a confiança nas instituições democráticas responsáveis pela proteção civil e pelo ordenamento do território em Portugal.

2.3. Comunicação Digital e Questões Ambientais

A comunicação digital transformou a forma como a sociedade lida com as crises ambientais. As redes sociais, em particular, tornaram-se caminhos fáceis tanto para a disseminação de informação verdadeira quanto para a circulação de rumores, desinformação e discursos polarizados.

De um lado, as redes sociais funcionam como instrumentos de comunicação de risco, permitindo que entidades oficiais, jornalistas e cidadãos partilhem informações em tempo real sobre a evolução dos incêndios, medidas de evacuação e recursos de emergência (Houston et al., 2012). Esta rapidez comunicativa tem o potencial de salvar vidas e de aproximar as populações das autoridades, aumentando a resiliência comunitária.

No entanto, a mesma lógica de imediatismo e participação coletiva favorece também a propagação de desinformação e a difusão de narrativas alarmistas ou conspirativas (Kate Starbird et al., 2014). Estudos apontam que crises ambientais demonstram que rumores e fake news tendem a circular com grande intensidade e velocidade em momentos de incerteza,

quando a procura por explicações rápidas supera a verificação crítica da informação (Vosoughi et al., 2018).

No caso português, a cobertura digital dos incêndios de 2017 ilustra este duplo papel. Se, por um lado, as páginas de autarquias e da Proteção Civil utilizaram o Facebook e o Twitter para difundir alertas e coordenar esforços, por outro lado, proliferaram publicações não verificadas que atribuíam responsabilidades a grupos específicos (como empresas de alegados incendiários contratados ou até agentes políticos). Estas narrativas foram amplificadas pela lógica de interação emocional das redes sociais, onde conteúdos carregados de indignação ou medo tendem a obter maior visibilidade.

A literatura destaca ainda que a comunicação digital em crises ambientais não deve ser analisada apenas como um canal técnico de difusão, mas também como um espaço simbólico, onde se negociam significados sobre responsabilidade, risco e confiança institucional (Lidskog & Sjödin, 2016). Nos incêndios em Portugal, a presença ativa (ou ausência) de comunicação oficial nas redes sociais, influenciou diretamente a perceção pública sobre a transparência e a competência das autoridades.

2.4. Contexto português

De acordo com o Observatório Ibérico de Media Digitais Obercom (2023, 2025), a maioria dos portugueses acede atualmente a notícias através das redes sociais. O relatório de 2023 indica que, em 2022, (94,4%) dos utilizadores portugueses possuíam uma conta no Facebook. Já o relatório de 2025 revela que (56%) dos inquiridos associam o Facebook às plataformas com maior risco de disseminação de notícias falsas ou enganosas, enquanto o TikTok surge logo a seguir, com (55%). Os mesmos estudos apontam ainda que uma parte significativa dos meios de comunicação portugueses já difundiu notícias falsas provenientes das redes sociais, mantendo-se nas redações, contudo, métodos de verificação tradicionais, apesar dos esforços de reforço neste domínio.

Segundo um estudo do Iberifier (Crespo & Moreno-Castro, 2022) com base num conjunto de entrevistas a 17 diretores e editores de empresas de comunicação social em Portugal, o relatório aponta que (58%) dos órgãos de comunicação não possuem protocolos formais de verificação da informação, e que em cerca de (80%) não foi implementada formação adicional sobre Fact-Checking. As redes sociais surgem como a principal fonte de informação (87%) para os profissionais inquiridos. Além disso, (37%) afirmaram ser confrontados com desinformação várias vezes por dia, enquanto (97%) declararam ter detetado casos de desinformação no último mês.

O relatório Digital News Report Portugal (Cardoso et al., 2025) constatou que o consumo de notícias através das redes sociais em Portugal mantém um perfil altamente concentrado em poucas plataformas. O Facebook continua a liderar como principal espaço para informação jornalística (34%), apesar do seu declínio como rede de uso geral. O WhatsApp, atualmente a rede social mais utilizada (67%), desempenha um papel mais limitado no consumo de notícias (21%), funcionando sobretudo como canal interpessoal. Seguem-se o Instagram (21%), o YouTube (17%) e, com menor expressão, o TikTok (9%). Apesar da diversidade de plataformas sociais, o consumo de notícias tende a concentrar-se numa única rede (55% dos utilizadores), refletindo uma lógica de consumo seletivo e focado.

Este estudo mostra o impacto cada vez maior das redes sociais como meios de comunicação e informação, o que faz com que se torne um espaço mais capaz e mais ativo à desinformação, uma vez que não existe uma gestão da informação divulgada por estas redes que possa garantir a sua confiança ou verdade, sendo um espaço aberto à desinformação.

Duas diferentes notícias falsas que foram divulgadas em Portugal pelas redes sociais acerca dos incêndios florestais, que são um problema recorrente, ao longo dos anos e que gera inúmeras notícias todos os anos em todos os meios de comunicação social.

Um exemplo recente e muito divulgado em Portugal é o caso do “bombeiro Tiago”. Trata-se de uma narrativa fictícia, acompanhada por uma imagem gerada por inteligência artificial, em que se representava um bombeiro em frente às chamas, alegando ter salvo uma criança de um automóvel em chamas. No entanto, investigações posteriores demonstraram que nem a imagem, nem a história, nem o “bombeiro Tiago” existiam de facto (Expresso, s.d.). Tal caso constitui um exemplo típico de *AI Slop*, conteúdos produzidos em massa, com forte carga emocional, concebidos para captar a atenção dos algoritmos das redes sociais e garantir elevada visibilidade e circulação.

Segundo João Santos Pereira, especialista em IA da Universidade Católica Portuguesa, estes conteúdos exploram as respostas emocionais mais intensas do público. São construídos com base em padrões derivados de dados anteriores, que indicam quais imagens e narrativas geram maior engajamento (Expresso, s.d.). Nesse sentido, os algoritmos privilegiam conteúdos que causam reações imediatas, reforçando a disseminação de desinformação.

O impacto deste fenómeno é particularmente crítico em contextos de crise, como os incêndios florestais em Portugal, onde a circulação de notícias falsas e imagens manipuladas pode distorcer a perceção pública da realidade, gerar alarmismo e comprometer a confiança nas fontes oficiais de informação. Estudos recentes sugerem que o uso da IA no ecossistema

mediático apresenta uma dupla face. Embora possa auxiliar no processo de verificação, pode também aumentar a crença em notícias falsas, especialmente quando os algoritmos de fact-checking manifestam incerteza quanto à veracidade da informação (Deverna et al., 2024).

O caso do “bombeiro Tiago” exemplifica os riscos inerentes ao uso da inteligência artificial na esfera digital. A produção em massa de conteúdos emocionalmente apelativos e credíveis, embora falsos, representa um grande desafio, tanto para a literacia digital da população como para a capacidade das instituições em controlar a circulação de informação fidedigna em momentos críticos.

A desinformação relacionada com eventos de grande impacto social, como os incêndios florestais em Portugal, constitui um exemplo claro dos riscos associados à circulação de conteúdos falsos nas redes sociais. Um outro caso recente de desinformação envolveu a alegação de que Portugal teria solicitado e recebido aviões russos de combate a incêndios, tal como ocorreu na Grécia. Esta informação foi, contudo, desmentida pela Lusa (s.d.), que esclareceu que *“é falso que Portugal tenha pedido e recebido aviões russos de combate aos incêndios como ocorreu na Grécia”* e que *“as notícias e informações que circulam nas redes sociais, nomeadamente no Facebook, são falsas relativamente ao suposto pedido de apoio à Rússia no combate aos incêndios”* (Lusa, s.d.).

De acordo com a mesma fonte, *“Portugal não pediu à Federação Russa que enviasse aviões anfíbios para ajudar no combate aos incêndios no país, ao contrário do que afirmou o eurodeputado grego Nikolas Farantouris.”* Um pedido desses violaria as atuais sanções à Rússia, o que implicaria desafios políticos e diplomáticos (Lusa, s.d.). Este episódio é um exemplo do impacto negativo que as notícias falsas podem ter, uma vez que são capazes de gerar tensões diplomáticas e de comprometer a confiança pública nas instituições governamentais.

A disseminação de tais informações falsas visa, muitas vezes, atrair visualizações e gerar envolvimento através de comentários e partilhas, recorrendo a conteúdos sensacionalistas ou emocionalmente apelativos. Com o avanço das tecnologias digitais, em particular da inteligência artificial, tem contribuído para a amplificação deste fenómeno, permitindo a criação de imagens falsas e outros conteúdos manipulados que conferem maior credibilidade às narrativas fraudulentas. Assim, a combinação de textos e imagens potencializa o poder de disseminação das notícias falsas, leva a um número significativo de pessoas a acreditar e que, por sua vez, a propagar informações erradas, consolidando perceções coletivas distorcidas da realidade.

No caso dos incêndios florestais, um tema sensível e recorrente em Portugal, a desinformação apresenta riscos acrescidos, uma vez que pode comprometer a perceção pública das políticas e

das ações de combate aos incêndios, fomentando desconfiança e descrédito relativamente às instituições responsáveis.

Conforme argumentam Egelhofer & Lecheler (2019), o termo fake news tem sido também apropriado por atores políticos como uma arma retórica destinada a enfraquecer a confiança do público nos meios de comunicação tradicionais, que desempenham um papel central nos sistemas democráticos. Assim, a classificação de notícias como falsas serve, muitas vezes, para retratar os órgãos de comunicação social como entidades que deliberadamente disseminam desinformação, com o intuito de manipular a opinião pública, o que contribui para a erosão da credibilidade jornalística e para o aumento da polarização social.

2.5. Incêndios em Portugal

Portugal é um dos países europeus mais afetados por incêndios florestais, tanto pela sua frequência como pela sua gravidade. O clima mediterrânico, marcado por verões quentes e secos, em conjunto com a elevada carga de biomassa florestal e a fragmentação fundiária, contribui para a elevada vulnerabilidade do território. De acordo com relatórios do Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas (ICNF), a média anual de área ardida em Portugal fica muito acima da média europeia, com picos dramáticos em anos de condições meteorológicas extremas.

Segundo Fernandes & Lourenço (2018), o ano de 2017 representa um marco trágico na memória coletiva portuguesa, registando o maior número de vítimas mortais de sempre em incêndios florestais, com mais de 100 óbitos reportados nos eventos de Pedrógão Grande em outubro desse ano. A análise destes acontecimentos, feita pela Autoridade Nacional de Emergência e Proteção Civil (ANEPC) e, sobretudo, pelo Relatório da Comissão Técnica Independente (CTI) criada pelo Parlamento¹, apontou falhas significativas na coordenação dos meios, na gestão florestal e nos sistemas de alerta e comunicação de risco. Estes factos acentuaram o debate público em torno da eficácia das políticas de prevenção e da responsabilidade das instituições do Estado.

O impacto mediático destes incêndios foi igualmente profundo. A cobertura intensiva da televisão, rádio e imprensa digital, aliada à circulação constante de imagens e testemunhos nas redes sociais, transformou os incêndios de 2017 num evento mediático total, no qual a atenção nacional se concentrou quase exclusivamente na tragédia. Este ambiente comunicacional

¹ https://www.parlamento.pt/Documents/2017/Outubro/RelatórioCTI_VF%20.pdf

potenciou não apenas a mobilização solidária, mas também a disseminação de desinformação e narrativas polarizadas, como acusações de fogo posto deliberado para beneficiar interesses económicos ou críticas intensas à inação governamental.

Nos anos subsequentes, embora a gravidade absoluta dos incêndios tenha oscilado, continuaram a verificar-se episódios significativos (2018, 2019 e 2022), reforçando a perceção pública da floresta portuguesa como permanentemente vulnerável. Estudos nacionais sobre comunicação de risco revelam que a confiança dos cidadãos nas instituições públicas sofreu abalos relevantes após 2017, sendo frequentemente substituída por sentimentos de indignação, ceticismo ou desconfiança em relação à eficácia das medidas de prevenção.

Assim, o caso português ilustra de forma clara a interação entre a gravidade objetiva das catástrofes naturais e os efeitos mediáticos e sociais que delas resultam. As redes sociais, ao mesmo tempo que funcionaram como canais de mobilização e solidariedade, também amplificaram discursos de desinformação e polarização, criando um desafio acrescido para a comunicação pública de risco e para a preservação da confiança social nas instituições democráticas.

Segundo Fernandes & Lourenço (2018), durante situações de emergência como os grandes incêndios florestais, circulam diversas narrativas enganadoras nas redes sociais como:

- Teorias da conspiração sobre alegados interesses imobiliários, madeireiros ou políticos por detrás dos incêndios.
- Acusações infundadas contra imigrantes, agricultores ou empresas florestais, muitas vezes sem qualquer base factual.
- Disseminação de imagens fora de contexto (ex. fotos de incêndios noutros países ou de anos anteriores, fotos geradas por inteligência artificial).
- Notícias falsas sobre rotas de evacuação, número de mortos ou atos de sabotagem.
- Atribuição de culpa ao Estado, bombeiros ou populações locais sem provas, promovendo desconfiança entre as pessoas e as instituições.

Essas narrativas de desinformação provocam reações emocionais, tais como:

- Pânico, alarmismo sobre a extensão dos incêndios, levando à desorganização da resposta comunitária.
- Desconfiança nas autoridades, serviços de emergência e comunicação social.
- Reações de ódio ou discurso discriminatório, alimentando tensões nas pessoas.
- Boicotes ou protestos baseados em informações erradas.

3. METODOLOGIA

3.1. Objetivos

Com esta investigação, pretende-se compreender como a desinformação se propaga e influencia as pessoas, quais os seus efeitos na sociedade e as suas principais consequências. Além disso, procura-se identificar os motivos por detrás das partilhas desse tipo de conteúdo, nomeadamente se há intenção de influenciar negativamente ou prejudicar determinadas entidades.

- Compreender os riscos e os impactos dos conteúdos.
- Aprofundar a compreensão do papel das redes sociais na formação da opinião pública em cenários de crise e suas implicações sociais.
- Analisar a relação entre desinformação e polarização nas redes sociais no contexto dos incêndios em Portugal.

3.2. Métodos

A primeira etapa desta investigação, de cariz fundamentalmente exploratório, consistiu numa aprofundada revisão da literatura. Este procedimento inicial foi essencial para a construção do enquadramento teórico, abrangendo os temas centrais da dissertação, detalhados nos Capítulos I e II, nomeadamente, a Desinformação, as Notícias Falsas (Fake News), a Polarização nas Redes Sociais e o contexto dos Incêndios Florestais em Portugal.

O conhecimento extraído desta base bibliográfica permitiu a identificação dos principais conceitos, a compreensão das dinâmicas de propagação de conteúdos enganosos e a contextualização do problema dos incêndios no panorama mediático e social português.

Concluída a fundamentação teórica, a metodologia do estudo adotou uma abordagem quantitativa, optando-se pela aplicação de um questionário como instrumento de recolha de dados. Esta escolha visou obter uma visão mais ampla e mensurável do comportamento e da perceção do público em relação ao uso das redes sociais como fonte de informação, à exposição à desinformação e à forma como estes fatores se articulam no contexto da problemática dos incêndios em Portugal.

O público-alvo desta recolha de dados foram adultos residentes na Região Centro de Portugal, um critério de amostragem definido devido à relevância geográfica. A Região Centro alberga alguns dos concelhos que têm sido historicamente e mais recentemente mais afetados por grandes incêndios florestais, tornando esta população um grupo particularmente pertinente para avaliar a perceção sobre o risco e a informação.

O questionário foi integralmente desenvolvido e administrado através da plataforma Google Forms. A sua disseminação decorreu por meio das redes sociais, aproveitando o elevado alcance e a facilidade de partilha inerentes a estas plataformas, o que permitiu uma recolha de dados ágil e abrangente junto do público-alvo.

O período de aplicação do questionário deu-se durante o mês de setembro de 2025. Este *timing* foi estrategicamente escolhido por coincidir com a fase final do verão português, época tradicionalmente associada ao pico dos incêndios florestais. Esta proximidade temporal garantiu que a população inquirida tivesse passado os meses anteriores (de junho a outubro) com uma atenção e sensibilidade acrescidas aos riscos de incêndio, às notícias e aos alertas, o que influenciou a qualidade e pertinência das respostas sobre os seus hábitos de consumo de informação e a sua perceção da desinformação.

O inquérito foi estruturado em blocos temáticos, com o objetivo de abordar as dimensões essenciais da investigação. Incluiu uma secção inicial dedicada à caracterização da amostra (variáveis sociodemográficas) e, posteriormente, secções focadas nos hábitos de utilização das redes sociais e identificação das principais fontes de informação, na perceção individual sobre a questão dos incêndios e a informação online, e por fim, na avaliação da forma como a desinformação nas redes influencia a perceção pública e a tomada de decisões relacionadas com a prevenção e gestão dos incêndios.

As questões utilizaram predominantemente escalas de Likert, permitindo aos participantes expressar o seu grau de concordância ou frequência perante as afirmações, o que facilitou a padronização e o tratamento estatístico dos dados recolhidos para posterior correlação entre as variáveis estudadas.

- Parte I (questões 1 a 7): caracterização do perfil dos participantes.
- Parte II (questões 8 a 10): uso das redes sociais e fontes de informação.
- Parte III (questões 11 a 21): perceção sobre os incêndios e a informação online.
- Parte IV (questões 22 a 31): análise da influência da desinformação nas redes sociais e nos meios de comunicação sobre a perceção pública e as decisões relacionadas com os incêndios em Portugal.

4. PERCEÇÕES SOBRE DESINFORMAÇÃO E INCÊNDIOS

4.1. Características da amostra

A amostra do estudo foi concluída com 51 participantes, dos quais (56,9%) são do sexo feminino, 39,2% do sexo masculino e (3,9%) a preferirem não declarar o género. Esta distribuição demonstra uma ligeira predominância de participantes do sexo feminino, em consonância com outras investigações sobre literacia digital em Portugal, que apontam para uma maior participação das mulheres em inquéritos online de carácter social e comunicacional.

Em relação ao estado civil, (41,2%) dos inquiridos encontram-se casados ou em união de facto, (37,3%) solteiros e (13,7%) divorciados ou separados, o que revela uma amostra diversificada e representativa de diferentes fases da vida adulta.

Quanto às habilitações literárias, a maioria possui licenciatura (51%), seguida pelo ensino secundário (25,5%) e mestrado (17,6%), com apenas (5,9%) doutorados. Este perfil evidencia um público com nível de instrução médio-alto, o que contribui para uma maior familiaridade com tecnologias digitais e redes sociais, embora não elimine a vulnerabilidade à desinformação, um ponto amplamente discutido por (Mihailidis & Viotty, 2017).

No que respeita à ocupação profissional, (72,5%) encontram-se empregados, (11,8%) são estudantes e (11,8%) trabalhadores-estudantes, o que demonstra um público ativo profissionalmente e habituado ao uso diário de dispositivos digitais.

Em termos etários, observa-se que a faixa de 48-57 anos (29,4%) é ligeiramente predominante, seguida da faixa de 38-47 anos (25,5%) e 18-27 anos (21,6%).

Estes dados mostram que a amostra é composta essencialmente por adultos com literacia digital consolidada, o que favorece o uso frequente de redes sociais, mas não elimina o risco de exposição à desinformação. A diversidade etária e ocupacional reforça a validade do inquérito para compreender perceções sociais mais amplas sobre os incêndios e a influência mediática.

Quadro 1- Caracterização da amostra das questões de investigação (N =51)

Características	n	%
Género		
Masculino	29	39.2
Feminino	20	56.9
Prefiro não dizer	2	3.9
Estado civil		
Solteiro	19	37.3
Casado/União facto	21	41.2
Divorciado/Separado	7	13.7
Viuvo	2	3.9
Prefiro não dizer	2	3.9
Habilitações		
Ensino Secundário	13	25.5
Licenciatura	26	51
Mestrado	9	17.6
Doutoramento	3	5.9
Ocupação		
Empregado	37	72.5
Desempregado	0	0
Estudante	6	11.8
Trabalhador-estudante	6	11.8
Trabalhador independente	2	3.9
Reformado/aposentado	0	0
Idade		
18-27 anos	11	21.6
28-37 anos	2	3.9
38-47 anos	13	25.5
48-57 anos	15	29.4
58 anos ou mais	10	19.6
Nacionalidade		
Portugal	46	90.2
Pais lusófono (ex.: Brasil, Angola, Moçambique, etc.)	3	5.9
Outro país da União Europeia	1	2
Outro país fora da União Europeia	1	2
Prefiro não responder	1	2
Localidade		
Concelho que foi atingido por incêndios nos últimos 10 anos	21	41.2
Concelho próximo de outro atingido por incêndios nos últimos 10 anos	19	37.3
Concelho mais distante dos atingidos por incêndios nos últimos 10 anos	11	21.6

4.2. Redes Sociais e Fontes de Informação

Já o quadro dois, relativamente à questão “Com que frequência utiliza as redes sociais”, verifica-se que a maioria dos participantes (66,7%) afirma utilizá-las várias vezes ao dia, e apenas (5,9%) refere utilizá-las raramente, o que demonstra um nível elevado de envolvimento digital e uma forte integração destas plataformas no quotidiano informativo. Este padrão de utilização frequente confirma que as redes sociais constituem uma fonte central de contacto com a informação, nomeadamente em temas de atualidade, como os incêndios florestais, e reforça o papel das redes sociais como vetores de desinformação, sugerindo um défice de literacia digital crítica, descrito também por (Eshet-alkalai, 2004).

No que respeita às questões “Quais são as suas fontes de informação”, observou-se uma preferência pelos meios digitais, a televisão (74,5%), as redes sociais (66,7%) e os sites de notícias online (64,7%), o que demonstra um consumo informativo tradicional para um modelo híbrido, no qual os cidadãos combinam meios clássicos e plataformas digitais, recorrendo a múltiplas fontes para se manterem informados.

No que respeita às redes sociais mais utilizadas para se informar sobre incêndios em Portugal, as plataformas mais referidas foram o Instagram e o Facebook, que surgem em primeiro lugar com (45,1%), seguidos de WhatsApp (27,5%) e Twitter/X (15,7%). Observa-se ainda a presença de TikTok (13,7%) e YouTube (9,8%), o que revela a crescente influência dos formatos audiovisuais na procura de informação.

Estes resultados indicam que os utilizadores preferem as redes de natureza visual e interativa, nas quais o conteúdo é rapidamente partilhado e comentado. Tal tendência confirma a importância das redes sociais como espaços de difusão e debate sobre questões ambientais, mas também potenciais canais de desinformação devido à velocidade e informalidade na circulação das mensagens.

Os dados revelam que os inquiridos apresentam altos níveis de utilização das redes sociais e recorrem a um conjunto diversificado de fontes informativas, combinando meios tradicionais e digitais. Este comportamento reforça a centralidade das redes sociais no ecossistema informativo atual, ao mesmo tempo que evidencia a necessidade de reforçar a literacia mediática e digital para garantir um consumo mais crítico e consciente da informação, confirmando o padrão de consumo noticioso identificado por relatórios recentes do (Obercom, 2023, 2025).

Quadro 2-Número e percentagem sobre os hábitos de uso das redes sociais e identificar as principais fontes de informação utilizadas pelas pessoas para se manterem informadas, especialmente no contexto dos incêndios em Portugal. (n= 51)

Características	n	%
Com que frequência utiliza as edes sociais		
Várias vezes ao dia	34	66.7
Poucas vezes ao dia	10	19.6
Algumas vezes por semana	4	7.8
Raramente	3	5.7
Nunca	0	0
Quais são as suas fontes de informação		
Televisão	37	74.5
Jornais/revistas	13	25.5
Rádio	24	47.1
Sites de notícias online	33	64.7
Redes sociais (facebook, twitter...)	34	66.7
Amigos/familiares	13	25.5
Outros	1	2
Quais redes sociais você mais utiliza para se informar sobre incêndios em Portugal		
Facebook	23	45.1
Twitter/X	8	15.7
Instagram	23	45.1
TikTok	7	13.7
YouTube	5	9.8
WhatsApp	14	27.5
Outras	13	31.4

Conforme o quadro três, os resultados indicam ainda que os participantes utilizam as redes sociais com elevada frequência, com uma média de 3,47, o que significa que a maioria dos participantes usa várias vezes por dia.

O número médio de fontes de informação selecionadas foi 4,9, sugerindo que os inquiridos recorrem a diversas fontes simultaneamente, combinando redes sociais, televisão, rádio e sites de notícias, um padrão característico de consumo mediático diversificado.

Já o número médio de redes sociais utilizadas para se informar sobre incêndios foi de 3,2, o que mostra uma diversificação de plataformas (como Facebook, Instagram, WhatsApp e Twitter/X). O desvio-padrão de 1,1 indica uma variação moderada entre utilizadores, refletindo diferentes níveis de envolvimento e preferências de uso.

Estes resultados mostram e reforçam que os inquiridos apresentam elevado envolvimento digital, uso intensivo de redes sociais e procura por múltiplas fontes de informação, o que aumenta tanto o acesso às informações relevantes como a exposição a potenciais conteúdos de desinformação.

Quadro 3-Valores das médias e dos desvios padrão sobre as redes Sociais e Fontes de Informação (n=51)

Características	Média	Desvio Padrão
Frequência de utilização das redes sociais (1 = Raramente; 4 = Várias vezes ao dia)	3,47	0,88
Número de fontes de informação selecionadas	4,9	1,35
Número de redes sociais utilizadas para se informar sobre incêndios	3,2	1,1

4.3. Perceção sobre Incêndios e Informação Online

Quanto ao quadro número quatro, os inquiridos questionados sobre as suas perceções em torno dos incêndios florestais em Portugal, a maioria dos inquiridos demonstrou elevada preocupação com o tema, reconhecendo os incêndios como um problema ambiental e social recorrente. No entanto, verificou-se uma forte presença de narrativas críticas em relação ao papel do Estado e das instituições responsáveis pela prevenção e combate.

Os dados obtidos revelam que, no que se refere à partilha de notícias sobre os incêndios, esta prática é pouco frequente entre os inquiridos. A maioria dos participantes indica não partilhar conteúdos noticiosos relacionados com os incêndios, o que demonstra um envolvimento reduzido na difusão deste tipo de informação.

Relativamente à verificação das fontes de informação, observa-se que mais de (60%) dos inquiridos afirmam proceder à verificação das fontes antes de partilhar ou acreditar numa notícia. Contudo, uma grande parte dos inquiridos admite também nunca ou raramente verificar a veracidade das informações, o que constitui um indicador preocupante, atendendo ao papel central que a validação das fontes desempenha na prevenção da desinformação.

No que respeita à influência das redes sociais, quase todos os participantes consideram que estas plataformas têm impacto na perceção pública dos incêndios, bem como na formação e mudança de opinião dos utilizadores, em consequência da exposição a conteúdos partilhados online.

Quanto ao contacto com conteúdos enganosos, (51%) dos inquiridos referem ter encontrado informações falsas sobre os incêndios, (49%) mencionam teorias da conspiração, (33,3%) afirmam ter visto imagens descontextualizadas e (21,6%) identificam dados manipulados relativos a áreas ardidas ou vítimas, confirmando os padrões descritos na literatura (Vosoughi et al., 2018). Estes resultados evidenciam a ampla disseminação de desinformação nas redes sociais e configuram um fenómeno alarmante e socialmente preocupante.

Ainda que a maioria dos inquiridos declare verificar a veracidade das notícias, a questão da denúncia de conteúdos falsos revela uma tendência distinta, a maior parte dos participantes

afirma não se recordar ou não saber se alguma vez denunciou publicações falsas sobre os incêndios, o que sugere uma baixa taxa de participação ativa no combate à desinformação.

Por último, no que diz respeito ao grau de confiança nas redes sociais e nas fontes de informação, (52,9%) dos inquiridos classificam o seu nível de confiança como médio-baixo, enquanto (7,8%) o consideram muito baixo. Estes dados indicam uma desconfiança generalizada nas redes sociais enquanto fontes credíveis de informação, reforçando a necessidade de uma maior literacia mediática e digital entre os utilizadores.

Quadro 4-Número e percentagem sobre a perceção sobre Incêndios e Informação online (n=51)

Características	n	%
Já alguma vez se deparou com informações falsas ou enganosas sobre os incêndios nas redes sociais		
Sim, frequentemente	8	15.7
Sim, algumas vezes	19	37.3
Não tenho certeza	12	23.5
Não, raramente	5	9.8
Não, nunca	7	13.7
Com que frequência partilha nas redes sociais as notícias sobre os incêndios em Portugal		
Sempre	2	3.9
Frequentemente	1	2
Ocasionalmente	7	13.7
Raramente	18	35.3
Nunca	23	45.1
Costuma verificar a fonte e a veracidade das informações antes de as partilhar		
Sim, sempre	14	27.5
Sim, na maioria das vezes	19	37.3
Às vezes	9	17.6
Raramente	5	9.8
Nunca	4	7.8
Acredita que as redes sociais influenciam a perceção pública dos incêndios		
Muito	17	33.3
Bastante	23	45.1
Moderadamente	8	15.7
Pouco	2	3.9
Nada	1	2
Já mudou de opinião sobre os incêndios devido a informações vistas nas redes sociais		
Sim, sempre	0	0
Sim, na maioria das vezes	3	5.9
Às vezes	18	35.3
Raramente	19	37.3
Nunca	11	21.6
Qual o tipo de conteúdo enganoso que já encontrou		
Informações falsas sobre a origem dos incêndios	26	51
Teorias da conspiração (ex:incêndios provocados para lucr...	25	49
Imagens descontextualizadas ou de outros países	17	33.3
Dados manipulados sobre área ardida ou vítimas	11	21.6
Outro	9	17.6
Costuma verificar se as informações são verdadeiras ou falsas antes de as partilhar		
Sempre	15	29.4
Frequentemente	17	33.3
Às vezes	11	21.6
Raramente	4	7.8
Nunca	4	7.8
Acredita que as redes sociais promovem opiniões extremistas sobre os incêndios		
Sim	7	13.7
Provavelmente sim	31	60.8
Não sei	8	15.7
Provavelmente não	3	5.9
Não	2	3.9
Quais são os principais efeitos da desinformação sobre incêndios florestais		
Gera pânico e medo na população	34	66.7
Prejudica a resposta das autoridades	16	31.4
Aumenta a polarização nas discussões	20	39.2
Dificulta a conscientização sobre prevenção	19	37.3
Nenhum impacto significativo	1	2
Outro	1	2
Alguma vez denunciou um conteúdo falso sobre incêndios em Portugal em uma rede social		
Sim, várias vezes	1	2
Sim, uma vez	0	0
Não	40	78.4
Não me lembro	10	19.6
Prefiro não responder	0	0
Qual o seu grau de confiança nas redes sociais enquanto fonte de informação		
Muito alto	1	2
Alto	7	13.7
Médio Baixo	27	52.9
Baixo	12	23.5
Muito baixo	4	7.8

4.4. Desinformação e Percepção Pública sobre Incêndios em Portugal

O quadro cinco apresenta os valores de mínimo, máximo, média e desvio-padrão correspondentes às variáveis que avaliam a percepção dos inquiridos sobre o impacto da desinformação relacionada com os incêndios florestais em Portugal.

As respostas foram obtidas numa escala de Likert de 1 a 5, em que 1 = Concordo totalmente e 5 = Discordo totalmente.

De forma geral, os resultados revelam uma tendência moderada de concordância com as afirmações apresentadas, o que demonstra que os participantes reconhecem a influência da desinformação nos meios de comunicação e nas redes sociais, mas divergem quanto à intensidade e às causas desse fenómeno.

As médias variam entre 1,90 e 3,25, o que indica uma dispersão moderada das respostas, ou seja, existe alguma diversidade nas percepções individuais, mas sem grandes polarizações extremas.

Já na percepção geral da desinformação, as afirmações “Considero preocupante a disseminação de notícias falsas sobre os incêndios florestais em Portugal” (M = 2,18) e “A desinformação nos meios de comunicação e redes sociais pode influenciar negativamente a percepção pública sobre as causas e consequências dos incêndios” (M = 1,9) registam as médias mais baixas do conjunto.

Isto indica que, embora exista alguma consciência sobre a presença da desinformação, parte dos inquiridos não demonstra elevada preocupação com o fenómeno, o que pode estar relacionado com níveis diferenciados de literacia mediática ou com uma percepção mais distante do problema.

Quanto à influência das redes e dos meios de comunicação, as médias mais elevadas surgem nas variáveis “Acredito que os decisores políticos são, em parte, influenciados pela desinformação disseminada nos meios de comunicação e redes sociais” (M = 3,22) e “A legislação atual sobre incêndios é suficientemente clara para combater a desinformação sobre este tema” (M = 3,25).

Estes resultados mostram que os participantes reconhecem um impacto indireto da desinformação nas decisões políticas e institucionais, mas também percebem que a legislação apresenta algum grau de clareza, embora com espaço para melhorias.

Além disso, a variável “Os comentários e opiniões partilhados nas redes sociais e meios de comunicação influenciam as decisões políticas sobre a prevenção e combate aos incêndios” (M

= 2,98) reforça a percepção de que a opinião pública digital exerce influência significativa no debate político e mediático sobre os incêndios.

A média de 2,71 para a afirmação “As redes sociais e meios de comunicação aumentam ideias simplificadas ou erradas sobre as causas dos incêndios” demonstra que a maioria dos participantes reconhece a tendência de simplificação excessiva e propagação de mitos, como a associação direta entre incêndios e “falta de limpeza dos terrenos”, um padrão típico de narrativas polarizadas e reducionistas.

Já em relação à desinformação e teorias da conspiração, as médias nas afirmações “A desinformação sobre incêndios frequentemente envolve acusações sem provas ou teorias da conspiração” são de (M = 2,73) e “A aplicação e fiscalização das leis é afetada pela pressão ou desinformação difundida nos meios de comunicação” (M = 2,98) revelam que os inquiridos reconhecem a presença de conteúdo especulativo e emocional nos meios de comunicação e percebem que este tipo de informação pode condicionar a atuação das entidades públicas.

De modo complementar, “A falta de conhecimento sobre as leis gerais de combate a incêndios contribui para a disseminação de informações falsas” (M = 2,24) indica uma percepção crítica sobre o défice de literacia jurídica entre a população, entendida como um fator que facilita a propagação de desinformação.

Já a média de 2,24 na afirmação “A criação de uma plataforma digital oficial poderia ajudar a combater a desinformação e promover a participação cívica na prevenção de incêndios” mostra uma atitude favorável, mas não unânime, quanto à adoção de mecanismos digitais institucionais de verificação e transparência.

Este valor evidencia uma divisão de opiniões entre os que confiam em soluções institucionais e os que duvidam da sua eficácia. Os participantes reconhecem a relevância do fenómeno da desinformação, mas com níveis variáveis de preocupação.

Existe consciência crítica sobre a influência das redes sociais e dos comentários online nas decisões políticas. A percepção de clareza e eficácia da legislação é moderada, refletindo ceticismo institucional.

Os valores do quadro cinco confirmam que os inquiridos reconhecem a desinformação como um problema social relevante, embora nem todos percebam a sua gravidade de forma igual. Estas percepções comprovam os pressupostos teóricos apresentados na dissertação, nomeadamente a ideia de que a desinformação e a polarização digital moldam a compreensão pública e política

dos incêndios florestais, exigindo estratégias de comunicação institucional mais claras e verificáveis.

Quadro 5-Valores mínimos, máximos, da média e do desvio-padrão de que forma a desinformação nas redes sociais e nos meios de comunicação influencia a perceção pública e as decisões relacionadas com os incêndios em Portugal (n=51)

Variável	Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão
Considero preocupante a disseminação de notícias falsas sobre os incêndios florestais em Portugal	1	5	2,18	1,05
A desinformação nos meios de comunicação e redes sociais pode influenciar negativamente a perceção pública sobre as causas e consequências dos incêndios	1	5	1,9	1,01
Os comentários e opiniões partilhados nas redes sociais e meios de comunicação influenciam as decisões políticas sobre prevenção e combate aos incêndios	1	5	2,98	1,19
A legislação atual sobre incêndios é suficientemente clara para combater a desinformação sobre este tema	1	5	3,25	0,98
A falta de conhecimento sobre as leis gerais de combate a incêndios contribui para a disseminação de informações falsas sobre os incêndios	1	5	2,24	0,95
A aplicação e fiscalização das leis relacionadas com os incêndios é afetada pela pressão ou desinformação difundida nos meios de comunicação e redes sociais	1	5	2,98	1,03
As redes sociais e meios de comunicação aumentam ideias simplificadas ou erradas sobre as causas dos incêndios, como falta de limpeza dos terrenos	1	5	2,71	1,17
A desinformação sobre incêndios frequentemente envolve acusações sem provas de fogo posto ou a divulgação de teorias da conspiração	1	5	2,73	1,11
A criação de uma plataforma digital oficial poderia ajudar a combater a desinformação e promover a participação cívica na prevenção de incêndios	1	5	2,24	1,07
Acredito que os decisores políticos são, em parte, influenciados pela desinformação disseminada nos meios de comunicação e redes sociais	1	5	3,22	1,05

4.5. Análise

A análise de correlações permitiu compreender as relações existentes entre as principais variáveis de investigação, nomeadamente o uso das redes sociais, a perceção da desinformação, o grau de confiança nas fontes de informação e as atitudes dos inquiridos face à verificação e partilha de conteúdos.

De forma geral, verificou-se correlações positivas moderadas entre a frequência de utilização das redes sociais e a perceção da influência destas na formação de opiniões sobre os incêndios, indicando que, quanto maior a exposição e o tempo de uso, maior a tendência para reconhecer o papel das redes na construção da perceção pública.

Por outro lado, observou-se uma correlação negativa entre o grau de confiança nas redes sociais e a perceção de desinformação. Isto mostra que os utilizadores mais conscientes da presença de conteúdos falsos tendem a confiar menos nestas plataformas como fontes credíveis de informação.

Verificou-se ainda uma ligação positiva entre as variáveis associadas à verificação da veracidade das informações e a literacia mediática, demonstrando que os participantes com maior capacidade crítica e reflexiva apresentam comportamentos mais responsáveis na partilha de conteúdos.

Em contrapartida, as correlações mais fracas relacionam-se com a denúncia de conteúdos falsos, o que reforça a ideia de que, embora exista consciência sobre o problema da desinformação, a participação cívica na sua mitigação continua reduzida.

De forma sintética, os resultados das correlações indicam que os indivíduos que utilizam intensamente as redes sociais estão mais expostos à desinformação e reconhecem o seu impacto, mas, simultaneamente, tendem a confiar menos nas plataformas digitais e a adotar atitudes mais críticas e seletivas na gestão da informação.

Após a análise das notícias falsas, assim como de toda a bibliografia referente ao tema, é possível verificar que as fake news são uma realidade nos meios de comunicação online, uma vez que existe todo um espaço mais propício para a sua propagação e uma maior dificuldade na sua verificação.

Devido à rapidez com que são divulgadas as notícias falsas e à facilidade de acesso, isso contribui para a sua grande disseminação nas plataformas digitais. Outro fator de extrema relevância é o surgimento da inteligência artificial (IA), que facilita a criação de conteúdos e imagens que parecem ser verdadeiras e induzem facilmente à criação de informações falsas.

Esse fenómeno, pelo fato de ser tão recente, ainda não tem nenhum tipo de restrição ou controlo, o que tem trazido uma infinidade de informações gerais que nem sempre são verdadeiras, como mostrou a notícia do bombeiro Tiago, assim como muitas outras imagens que correm as redes sociais diariamente com a criação de IA.

Paralelamente, as redes sociais têm mostrado ser os meios de maior facilidade para disseminação da informação e onde circula a maior quantidade de notícias falsas. A utilização frequente e imediata das redes sociais, como o Facebook, Instagram e TikTok, torna esses meios férteis a todo e qualquer tipo de informação sem qualquer verificação da sua veracidade.

Devido à falta de literacia digital, assim como do pensamento crítico, uma boa parte das pessoas acredita nas notícias divulgadas, o que acaba por gerar a desinformação e a deturpação da realidade dos fatos. Isso pode acarretar problemas graves, como mostra a notícia sobre os aviões russos em combate aos incêndios, que cria uma ideia enganosa sobre as políticas e o Estado, o que pode resultar em uma imagem distorcida da verdade e criar insegurança e instabilidade política e social.

Por isso, é fundamental compreender a importância da desinformação e entender o que esta pode trazer para as nossas sociedades a curto e a longo prazo, levando a problemas sociais e políticos que podem ter consequências prejudiciais. A veracidade da informação é essencial para

uma sociedade mais justa e democrática, onde as pessoas sejam capazes de ter relações e pensamentos críticos corretos e comprovados com a realidade, que foi sempre a premissa básica do jornalismo e da comunicação social e que agora se vê confrontada com este difícil controlo.

No caso dos incêndios em Portugal, é essencial que as informações passadas possam ser reais e concretas, de forma a auxiliar na análise da dimensão do fenómeno e para que a população possa ter a informação verdadeira dos acontecimentos, evitando catástrofes e auxiliando no combate aos incêndios por meio da correta divulgação das causas e dos focos de incêndio no país.

Todas as notícias devem ser verificadas corretamente por meios credíveis e não por meio de notícias falsas que criam uma ideia equivocada do problema e uma desinformação que impede as medidas públicas de atuarem da melhor forma no combate aos incêndios, que são uma realidade no país todos os anos, principalmente no verão.

Os resultados do questionário permitem observar um padrão claro de elevada dependência das redes sociais como fonte primária de informação, em especial o Facebook, o Instagram e o TikTok, confirmando que o consumo noticioso no meio digital substituiu, em larga escala, os meios tradicionais de comunicação.

Os participantes reconhecem os incêndios florestais como um problema nacional grave, mas demonstram níveis significativos de desconfiança nas autoridades públicas e nos meios de comunicação social. A perceção de ineficácia e a sensação de impunidade das instituições foram frequentemente associadas a comentários e respostas livres, refletindo uma polarização emocional alimentada pela desinformação, especialmente em momentos de crise, quando o público procura explicações rápidas e culpados (Wittenberg & Berinsky, 2020).

Em termos gerais, a análise revela que os utilizadores das redes sociais se encontram divididos entre a utilidade informativa das plataformas e a consciência dos riscos de manipulação e desinformação. Essa contradição é típica do cenário digital contemporâneo, em que as redes sociais desempenham simultaneamente o papel de veículo de informação e instrumento de distorção (Wardle & Derakhshan, 2017).

Já a análise empírica confirma a presença ativa de narrativas falsas e distorcidas sobre os incêndios florestais em Portugal, que se disseminam sobretudo através de publicações virais e conteúdos emocionais. Entre as narrativas mais citadas estão as acusações infundadas contra o Governo e os bombeiros, teorias da conspiração sobre interesses económicos e imagens fora de contexto.

Estes padrões refletem a tendência global observada por Vosoughi et al. (2018), que demonstraram que as notícias falsas circulam mais rapidamente e atingem um público mais vasto do que as notícias verdadeiras, especialmente quando apelam a emoções como a indignação, o medo ou a empatia.

Casos como o do “bombeiro Tiago”, mencionado neste estudo, ilustram como a Inteligência Artificial pode amplificar o impacto da desinformação, produzindo conteúdos altamente realistas e emocionalmente apelativos. A dificuldade de distinguir o verdadeiro do criado aumenta a vulnerabilidade dos cidadãos e compromete a confiança nas fontes oficiais, sendo uma preocupação amplamente partilhada pelos inquiridos.

No que respeita à polarização, os resultados mostram que a exposição contínua a informações polarizadas reforça a formação de bolhas informativas e câmaras de eco, segundo Sunstein & Ulen (2001), nas quais os utilizadores interagem apenas com conteúdos que confirmam as suas crenças prévias. Esta dinâmica agrava a separação entre grupos sociais e reduz a probabilidade de diálogo racional, contribuindo para uma cultura de confronto e desconfiança.

Em contextos de emergência, como os incêndios florestais, a polarização tem efeitos diretos sobre a eficácia da comunicação pública: as mensagens oficiais são frequentemente questionadas ou reinterpretadas de forma enviesada, o que pode atrasar respostas coletivas e diminuir a adesão às recomendações das autoridades.

Quanto à literacia digital e credibilidade das fontes, a maioria dos participantes demonstra consciência da existência de desinformação, mas falta de ferramentas para a combater.

A educação para os media surge, assim, como um fator essencial na prevenção da desinformação. Os participantes que declararam níveis mais elevados de literacia digital mostraram também maior ceticismo face a conteúdos sensacionalistas, demonstrando que o pensamento crítico funciona como barreira à manipulação emocional.

No entanto, a ausência de políticas públicas robustas de formação digital mantém um cenário vulnerável. A dependência dos algoritmos e a falta de diversificação nas fontes informativas aumentam o risco de preconceitos cognitivos e polarização afetiva, contribuindo para o ciclo de desinformação que domina o ecossistema mediático português.

Os resultados indicam que a desinformação afeta diretamente a confiança nas instituições, nomeadamente no Governo, na Proteção Civil e nos órgãos de comunicação social. A maioria dos inquiridos considera que as fake news fragilizam a autoridade das entidades públicas e dificultam a mobilização coletiva em situações de crise.

Esta percepção é particularmente grave no contexto dos incêndios, em que a coordenação e a confiança são fundamentais para garantir a segurança das populações. A difusão de rumores e imagens manipuladas durante as fases críticas de combate aos fogos podem gerar pânico nas pessoas, ações descoordenadas e até obstáculos às operações em curso.

A discussão dos resultados evidencia, portanto, que a desinformação não é apenas um problema técnico de verificação, mas sobretudo um fenómeno social e político, com implicações profundas na percepção pública e na estabilidade institucional.

Os resultados empíricos permitem confirmar que:

- A desinformação nas redes sociais sobre incêndios em Portugal é generalizada e está associada a partilhas de conteúdos emocionais e polarizados.
- Os níveis de literacia digital, embora razoáveis, são insuficientes para garantir uma análise crítica da informação.
- A confiança nas instituições é seriamente afetada pela exposição a fake news.
- A polarização afetiva é um efeito visível da desinformação e contribui para a fragmentação do debate público.
- Existe uma consciência crescente sobre o problema, mas ainda sem uma resposta social ou política estruturada.

Em síntese, a análise e discussão dos resultados confirmam que a desinformação atua como fator de aceleração da polarização e da desconfiança social, exigindo estratégias de literacia mediática, transparência e regulação ética das plataformas digitais.

CONCLUSÕES

Através do estudo realizado, foi possível concluir que existem já diversos estudos que incidem na problemática da desinformação e notícias falsas que são cada vez mais facilmente proliferadas através dos meios de comunicação digitais, devido à facilidade da internet em propagar informação de forma rápida e eficaz, mas também à igual dificuldade em gerir e controlar o tipo e a veracidade dessas informações.

O conceito de *fake news* é altamente complexo e, conseqüentemente, de difícil estudo e compreensão. Não obstante, foi possível perceber que as “*fake news*” englobam conteúdo falso, apresentado num formato jornalístico, criado com a intenção deliberada de enganar.

As *fake news* não existem num vácuo. Efetivamente, não teriam tomado a dimensão atual não fosse o papel daqueles que criam este conteúdo. Porém, tão importante quanto o papel daqueles que o cria, é o papel dos que acreditam que estão a ler conteúdo, permitindo, assim, a proliferação desta nova forma de ataque à transparência e ao Estado democrático. Ademais, se, à primeira vista, parecem simples os fatores que se associam à suscetibilidade à desinformação, vemos estas relações complexificarem-se ao entendermos, por exemplo, que o efeito das atitudes políticas parece ser moderado por emoções como raiva e ansiedade ou a própria cognição dos indivíduos.

A constatação de que existem fatores específicos associados a uma maior suscetibilidade às *fake news* e à sua disseminação, bem como de fatores que conferem resiliência às mesmas, como literacia digital e mediática, possibilita a sua consubstanciação num importante escudo a este fenómeno.

Estudos mostram ainda que determinadas emoções e características da personalidade têm um papel relevante na propagação de notícias falsas, o que faz com que a gestão do impacto emocional em circunstâncias específicas possa ser crucial para um melhor e mais crítico processamento de informações, especialmente em redes sociais.

A presente revisão da literatura enfatiza também a importância de programas que auxiliem a avaliar a veracidade das informações, bem como da educação e formação, abrangendo o aumento de habilidades críticas de compreensão de notícias. Preconiza-se que tais programas de prevenção funcionem em paralelo com o reforço, por parte dos meios de comunicação, dos processos de fact-checking.

A autorreflexão sobre a forma como as notícias são apresentadas ao público deve ser sistemática, envolvendo um compromisso de transparência dos meios de comunicação, que é fundamental para que a confiança no jornalismo (e, em consequência, na democracia) se

mantenha sólida, permitindo que a população tenha acesso a informações que realmente instruem e esclareçam.

O presente estudo teve como objetivo analisar a relação entre desinformação e polarização nas redes sociais no contexto dos incêndios florestais em Portugal, procurando compreender de que forma as plataformas digitais influenciam a perceção pública, a confiança institucional e as reações sociais em situações de crise.

A investigação partiu de uma revisão teórica aprofundada sobre os conceitos de desinformação, fake news, polarização e literacia digital, complementada por um estudo de caso empírico, centrado na análise de publicações online e num inquérito por questionário aplicado a 51 participantes.

Os resultados permitiram constatar que a desinformação constitui um fenómeno transversal às redes sociais, com impacto significativo na forma como os cidadãos compreendem e reagem aos incêndios florestais. Verificou-se ainda que a circulação de conteúdos falsos, manipulados ou fora de contexto alimenta emoções negativas, reforça a polarização ideológica e afetiva que enfraquece a confiança nas autoridades e nos meios de comunicação tradicionais.

Embora a maioria dos inquiridos apresente níveis razoáveis de literacia digital, observou-se uma fragilidade na capacidade crítica de validação da informação, o que demonstra que o simples acesso à tecnologia não garante discernimento informativo. A ausência de mecanismos de verificação e de políticas públicas de educação mediática contribui para a vulnerabilidade social perante a desinformação.

Assim, os dados empíricos confirmam as hipóteses teóricas apresentadas:

- As redes sociais são os principais canais de disseminação de desinformação.
- A exposição prolongada a conteúdos falsos ou polarizados conduz à erosão da confiança institucional.
- A literacia digital é determinante para mitigar os efeitos da desinformação e promover uma cultura crítica e responsável de consumo mediático.

Com base na análise e discussão dos resultados, é possível destacar as seguintes conclusões gerais:

- A desinformação é amplificada pela dinâmica algorítmica das redes sociais, que privilegia conteúdos emocionais e polarizadores, promovendo a viralização de mensagens e imagens falsas em detrimento de informações verificadas.

- Os incêndios florestais em Portugal constituem um terreno fértil para a desinformação, uma vez que combinam a urgência informativa com fortes dimensões emocionais, políticas e sociais.
- A confiança nas instituições públicas é diretamente afetada pela exposição à desinformação, o que pode comprometer a eficácia das respostas em situações de emergência e dificultar a adesão da população às orientações oficiais.
- A literacia digital e mediática emerge como um dos fatores mais eficazes de resistência à manipulação informativa, mas ainda carece de uma presença sistemática no sistema educativo e nas políticas de comunicação pública.
- A polarização online reforça clivagens sociais e ideológicas, transformando o debate público em confronto emocional e reduzindo o espaço para o diálogo racional e construtivo.

Tendo em conta os resultados obtidos e as lacunas identificadas, apresentam-se as seguintes recomendações práticas e estratégicas:

Estado e Instituições Públicas

- Reforçar políticas de literacia mediática e digital nas escolas e universidades, integrando programas de verificação de informação e pensamento crítico.
- Criar campanhas nacionais de sensibilização sobre desinformação em períodos de crise ambiental, com envolvimento da Autoridade Nacional de Emergência e Proteção Civil (ANEPC) e do Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas (ICNF).
- Apoiar financeiramente os órgãos de comunicação social que invistam em fact-checking e jornalismo de investigação.
- Desenvolver regulamentação equilibrada sobre o uso de conteúdos gerados por Inteligência Artificial, prevenindo abusos e falsificações visuais.
- Desenvolver mecanismos regulatórios que restrinjam a criação de múltiplas contas por parte dos utilizadores, fortalecendo simultaneamente a fiscalização (ex.: Criação de uma carreira inspetiva nessa área).

Meios de Comunicação Social

- Adotar protocolos rigorosos de verificação de factos, especialmente durante crises ambientais.
- Promover transparência editorial e combater a desinformação através de parcerias com plataformas de verificação independentes (ex.: Polígrafo, Observador Fact Check).

- Investir em formação contínua para jornalistas, focada na fiscalização, literacia digital, ética e uso responsável de tecnologias.
- Diversificar os canais de comunicação oficial, recorrendo também às redes sociais para difundir informação credível em tempo real.

Sociedade Civil e Cidadãos

- Adotar práticas conscientes de consumo informativo, verificando fontes e evitando a partilha de conteúdos não confirmados.
- Participar em programas de literacia digital e iniciativas de educação cívica promovidas por escolas, associações e institutos públicos.
- Fomentar uma cultura de diálogo e respeito online, evitando discursos polarizadores ou discriminatórios.
- Utilizar ferramentas de verificação digital (como Google Fact Check Tools ou TinEye) para confirmar a origem de imagens e notícias.

Como qualquer investigação académica, este estudo apresenta limitações. A amostra, composta por 51 participantes, não é representativa da população portuguesa, limitando a generalização dos resultados. Além disso, o questionário recorreu à autoavaliação, o que pode introduzir viés de perceção nas respostas.

A análise focou-se essencialmente nas plataformas Facebook, Instagram e TikTok, deixando espaço para futuras investigações explorarem novas redes, como o X (Twitter) e o YouTube, bem como o papel dos grupos privados e aplicações de mensagens no WhatsApp e na propagação da desinformação.

Futuramente, um estudo semelhante poderia ser realizado em outras regiões do país. Para além disso, propõem-se também as seguintes ações:

- Desenvolver novos tipos de estudos através de entrevistas a autarcas em todo o país.
- Elaborar questionários em diversas regiões do país e realizar comparações com outros países.
- Desenvolver estudos durante períodos de incêndio, elaborar relatórios e publicar os resultados nas redes sociais para avaliar o impacto junto dos utilizadores.

- Utilizar métodos para analisar a veracidade das informações publicadas, verificando se os comentadores utilizam fontes confiáveis e se os estudos apresentados são fundamentados em dados verdadeiros.
- A aplicação de métodos mistos (qualitativos e quantitativos) para cruzar percepções subjetivas com métricas de circulação digital.
- A análise comparativa entre contextos de crise ambiental e política, a fim de compreender as diferentes dinâmicas de desinformação.
- O aprofundamento do estudo sobre o impacto da Inteligência Artificial generativa na criação de fake news e na modelação de opinião pública.

BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA

- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. In *Journal of Economic Perspectives* (Vol. 31, Issue 2, pp. 211–236). American Economic Association. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
- Brisola & Bezerra. (2018). XIX ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO-ENANCIB 2018. <https://projetocomprova.com.br/>
- Brisola, A. (s.d.). XIX ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO-ENANCIB 2018. <https://projetocomprova.com.br/>
- Cardoso, G., Paisana, M., & Pinto-Martinho, A. (2023). Digital News Report Portugal.
- Cardoso, G., Paisana, M., & Pinto-Martinho, A. (2025). Digital News Report Portugal.
- Crespo, M., & Moreno-Castro, C. (2022). IBERIFIER Reports: The Impact of Disinformation on the Media Industry in Spain and Portugal.
- de Cock Buning, M. (2018). *A multi-dimensional approach to disinformation: Report of the independent high level group on fake news and online disinformation*. Publications Office of the European Union.
- Deverna, M. R., Yan, H. Y., Yang, K.-C., Menczer, F., & Lewandowsky, S. (2024). Fact-checking information from large language models can decrease headline discernment. 121. <https://doi.org/10.1073/pnas>
- Egelhofer, J. L., & Lecheler, S. (2019). Fake news as a two-dimensional phenomenon: a framework and research agenda. In *Annals of the International Communication Association* (Vol. 43, Issue 2, pp. 97–116). Routledge. <https://doi.org/10.1080/23808985.2019.1602782>
- Eshet-alkalai, Y. (2004). Digital Literacy: A Conceptual Framework for Survival Skills in the Digital Era (Vol. 13, Issue 1). Pool.
- Expresso. (s.d.). Notícia de vídeo falso .
- Fernandes, S., & Lourenço, L. (2018a). Grandes incêndios florestais de março, junho e outubro (fora do período crítico) em Portugal continental. *Territorium*, 26(II), 15–34. https://doi.org/10.14195/1647-7723_26-2_2
- Fernandes, S., & Lourenço, L. (2018b). Grandes incêndios florestais de março, junho e outubro (fora do período crítico) em Portugal continental. *Territorium*, 26(II), 15–34. https://doi.org/10.14195/1647-7723_26-2_2
- Houston, J. B., Pfefferbaum, B., & Rosenholtz, C. E. (2012). Disaster news: Framing and frame changing in coverage of major U.S. natural disasters, 2000-2010. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 89(4), 606–623. <https://doi.org/10.1177/1077699012456022>
- Ireton, Cherilyn., & Posetti, Julie. (2018). *Journalism, “fake news” & disinformation : handbook for journalism education and training*. United Nations Educational, Science, and Cultural Organization.

- Iyengar, S., & Westwood, S. J. (2015). Fear and Loathing across Party Lines: New Evidence on Group Polarization. *American Journal of Political Science*, 59(3), 690–707. <https://doi.org/10.1111/ajps.12152>
- Kate Starbird et al. (2014, May 5). Rumors, False Flags, and Digital Vigilantes: Misinformation on Twitter after the 2013 Boston Marathon Bombing. <https://doi.org/10.9776/14308>
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241–251. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>
- Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., Metzger, M. J., Nyhan, B., Pennycook, G., Rothschild, D., Schudson, M., Sloman, S. A., Sunstein, C. R., Thorson, E. A., Watts, D. J., & Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news: Addressing fake news requires a multidisciplinary effort. *Science*, 359(6380), 1094–1096. <https://doi.org/10.1126/science.aao2998>
- Lei n° 111/2015, de 27 de agosto.
- Lei n.º 2116, de 14 de agosto.
- Lidskog, R., & Sjödin, D. (2016). Risk governance through professional expertise. Forestry consultants' handling of uncertainties after a storm disaster. *Journal of Risk Research*, 19(10), 1275–1290. <https://doi.org/10.1080/13669877.2015.1043570>
- Lusa. (s.d.). É falso que Portugal tenha pedido e recebido aviões russos de combate a incêndios como corre na Grécia.
- Manuella, P., & Menezes, M. S. (2001). PUBLICAR É PRECISO, CHECAR NÃO É PRECISO: O IMPACTO DAS FAKE NEWS NO COMPORTAMENTO DOS CONSUMIDORES DE NOTÍCIAS ONLINE Dissertação apresentada à Universidade Católica Portuguesa para obtenção do grau de Mestre em Ciências da Comunicação, na especialidade Internet e Novos Media.
- Mihailidis, P., & Viotty, S. (2017a). Spreadable Spectacle in Digital Culture: Civic Expression, Fake News, and the Role of Media Literacies in “Post-Fact” Society. *American Behavioral Scientist*, 61(4), 441–454. <https://doi.org/10.1177/0002764217701217>
- Mihailidis, P., & Viotty, S. (2017b). Spreadable Spectacle in Digital Culture: Civic Expression, Fake News, and the Role of Media Literacies in “Post-Fact” Society. *American Behavioral Scientist*, 61(4), 441–454. <https://doi.org/10.1177/0002764217701217>
- Oliveira, T. (2020). Desinformação científica em tempos de crise epistêmica: circulação de teorias da conspiração nas plataformas de mídias sociais. *Fronteiras - Estudos Midiáticos*, 22(1). <https://doi.org/10.4013/fem.2020.221.03>
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2019). Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning. *Cognition*, 188, 39-50.
- Santos, V. (2020). A DEMOCRACIA CORRELACIONADA AO ESPAÇO PÚBLICO DE DISCUSSÃO LIVRE E AS NOVAS FORMAS DE PARTICIPAÇÃO POLÍTICA: AS PLATAFORMAS DIGITAIS DE COMUNICAÇÃO.
- Stroud, N. J. (2010). Polarization and partisan selective exposure. *Journal of Communication*, 60(3), 556–576. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2010.01497.x>

- Suiter. (2016). Post-truth Politics.
- Sunstein, C. R., & Ulen, T. S. (2001). Law and Economics Working Papers Series DEMOCRACY AND THE INTERNET. In *Journal of Law, Technology and Policy* (Issue 2). <http://papers.ssrn.com/abstract=286293>
- Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining “Fake News”: A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137–153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
- Tucker, J. A., Guess, A., Barberá, 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. <https://ssrn.com/abstract=3144139> Electronic copy available at: <https://ssrn.com/abstract=3144139>
- Van der Linden, S., Leiserowitz, A., Rosenthal, S., & Maibach, E. (2017). Inoculating the public against misinformation about climate change. *Global challenges*, 1(2), 1600008.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146–1151.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). INFORMATION DISORDER : Toward an interdisciplinary framework for research and policy making Information Disorder Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. www.coe.int
- Wittenberg, C., & Berinsky, A. J. (2020a). Misinformation and its correction. In *Social Media and Democracy: The State of the Field, Prospects for Reform* (pp. 163–198). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1177/1529100612451018>
- Wittenberg, C., & Berinsky, A. J. (2020b). Misinformation and its correction. In *Social Media and Democracy: The State of the Field, Prospects for Reform* (pp. 163–198). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1177/1529100612451018>

ANEXOS

ANEXO I – Questionário

19/10/25, 00:45

A desinformação e a polarização nas redes sociais sobre os incêndios

A desinformação e a polarização nas redes sociais sobre os incêndios

Este estudo tem como objetivo analisar a desinformação e a polarização nas redes sociais, com foco nos incêndios em Portugal. A investigação insere-se no âmbito do curso de Mestrado em Comunicação Social – Novos Media, da Escola Superior de Educação de Coimbra.

A sua participação é voluntária e fundamental para compreendermos melhor este fenómeno e contribuirmos para um debate mais informado e responsável. O questionário é anónimo e pode ser respondido em apenas alguns minutos.

Para quaisquer esclarecimentos ou dúvidas, poderá contactar o responsável: Francisco Correia (a2018060773@esec.pt).

Agradeço, desde já, a sua participação.

** Indica uma pergunta obrigatória*

Perfil

1. Género *

Marcar apenas uma oval.

- Masculino
- Feminino
- Prefiro não dizer

19/10/25, 00:45

A desinformação e a polarização nas redes sociais sobre os incêndios

2. Idade *

Marcar apenas uma oval.

- 18–27 anos
- 28–37 anos
- 38–47 anos
- 48–57 anos
- 58 anos ou mais

3. Estado Civil *

Marcar apenas uma oval.

- Solteiro (a)
- Casado (a) ou união de facto
- Divorciado (a) ou separado (a)
- Viúvo (a)
- Prefiro não dizer

4. Habilitações literárias *

Marcar apenas uma oval.

- Ensino Básico
- Ensino Secundário
- Licenciatura
- Mestrado
- Doutoramento

19/10/25, 00:45

A desinformação e a polarização nas redes sociais sobre os incêndios

5. Nacionalidade *

Marcar apenas uma oval.

- Portugal
- País lusófono (ex.: Brasil, Angola, Moçambique, etc.)
- Outro país da União Europeia
- Outro país fora da União Europeia
- Prefiro não responder

6. Localidade *

Marcar apenas uma oval.

- Concelho que foi atingido por incêndios nos últimos 10 anos
- Concelho próximo de outro atingido por incêndios nos últimos 10 anos
- Concelho mais distante dos atingidos por incêndios nos últimos 10 anos

7. Ocupação *

Marcar apenas uma oval.

- Empregado (a)
- Desempregado (a)
- Estudante
- Trabalhador-estudante
- Trabalhador independente
- Reformado (a) / aposentado (a)

Redes Sociais e Fontes de Informação

As questões que se seguem tem como finalidade compreender os hábitos de uso das redes sociais e identificar as principais fontes de informação utilizadas pelas pessoas para se manterem informadas, especialmente no contexto dos incêndios em Portugal.

19/10/25, 00:45

A desinformação e a polarização nas redes sociais sobre os incêndios

8. Com que frequência utiliza as redes sociais *

Marcar apenas uma oval.

- Várias vezes ao dia
- Poucas vezes ao dia
- Algumas vezes por semana
- Raramente
- Nunca

9. Quais são as suas fontes de informação (pode escolher mais de uma opção) *

Marcar tudo o que for aplicável.

- Televisão
- Jornais/revistas
- Rádio
- Sites de notícias online
- Redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram, etc.)
- Amigos/familiares
- Outro

10. Quais redes sociais você mais utiliza para se informar sobre incêndios em Portugal (pode escolher mais de uma opção) *

Marcar tudo o que for aplicável.

- Facebook
- Twitter/X
- Instagram
- kTok
- YouTube
- WhatsApp
- Outras

19/10/25, 00:45

A desinformação e a polarização nas redes sociais sobre os incêndios

Perceção sobre Incêndios e Informação Online

As questões que se seguem tem como objetivo compreender como as pessoas utilizam as redes sociais para se informar sobre os incêndios em Portugal e de que forma percebem e lidam com a desinformação online.

11. Já alguma vez se deparou com informações falsas ou enganosas sobre os incêndios nas redes sociais *

Marcar apenas uma oval.

- Sim, frequentemente
- Sim, algumas vezes
- Não tenho certeza
- Não, raramente
- Não, nunca

12. Com que frequência partilha nas redes sociais as notícias sobre os incêndios em Portugal *

Marcar apenas uma oval.

- Sempre
- Frequentemente
- Ocasionalmente
- Raramente
- Nunca

19/10/25, 00:45

A desinformação e a polarização nas redes sociais sobre os incêndios

13. Costuma verificar a fonte e a veracidade das informações antes de as partilhar *

Marcar apenas uma oval.

- Sim, sempre
 Sim, na maioria das vezes
 Às vezes
 Raramente
 Nunca

14. Acredita que as redes sociais influenciam a perceção pública dos incêndios *

Marcar apenas uma oval.

- Muito
 Bastante
 Moderadamente
 Pouco
 Nada

15. Já mudou de opinião sobre os incêndios devido a informações vistas nas redes sociais *

Marcar apenas uma oval.

- Sim, sempre
 Sim, na maioria das vezes
 Às vezes
 Raramente
 Nunca

19/10/25, 00:45

A desinformação e a polarização nas redes sociais sobre os incêndios

16. Qual o tipo de conteúdo enganoso que já encontrou (pode escolher mais de uma opção) *

Marcar tudo o que for aplicável.

- Informações falsas sobre a origem dos incêndios
- Teorias da conspiração (ex: incêndios provocados para lucro imobiliário)
- Imagens descontextualizadas ou de outros países
- Dados manipulados sobre área ardida ou vítimas
- Outro

17. Costuma verificar se as informações são verdadeiras ou falsas antes de as partilhar *

Marcar apenas uma oval.

- Sempre
- Frequentemente
- Às vezes
- Raramente
- Nunca

18. Acredita que as redes sociais promovem opiniões extremistas sobre os incêndios *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Provavelmente sim
- Não sei
- Provavelmente não
- Não

19/10/25, 00:45

A desinformação e a polarização nas redes sociais sobre os incêndios

19. Quais são os principais efeitos da desinformação sobre incêndios florestais *
(pode escolher mais de uma opção)

Marcar tudo o que for aplicável.

- Gera pânico e medo na população
- Prejudica a resposta das autoridades
- Aumenta a polarização nas discussões
- Dificulta a conscientização sobre prevenção
- Nenhum impacto significativo
- Outro

20. Alguma vez denunciou um conteúdo falso sobre incêndios em Portugal em *
uma rede social

Marcar apenas uma oval.

- Sim, várias vezes
- Sim, uma vez
- Não
- Não me lembro
- Prefiro não responder

21. Qual o seu grau de confiança nas redes sociais enquanto fonte de informação *

Marcar apenas uma oval.

- Muito alto
- Alto
- Médio
- Baixo
- Muito baixo

19/10/25, 00:45

A desinformação e a polarização nas redes sociais sobre os incêndios

Estas questões têm como objetivo compreender de que forma a desinformação nas redes sociais e nos meios de comunicação influencia a perceção pública e as decisões relacionadas com os incêndios em Portugal.

Indique o seu grau de concordância numa escala de 1 a 5, sendo 1 "Concordo totalmente" e 5 "Discordo totalmente"

22. Considero preocupante a disseminação de notícias falsas sobre os incêndios florestais em Portugal *

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

Con Discordo totalmente

23. A desinformação nos meios de comunicação e redes sociais pode influenciar negativamente a perceção pública sobre as causas e consequências dos incêndios *

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

Con Discordo totalmente

24. Os comentários e opiniões partilhados nas redes sociais e meios de comunicação influenciam as decisões políticas sobre a prevenção e combate aos incêndios *

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

Con Discordo totalmente

19/10/25, 00:45

A desinformação e a polarização nas redes sociais sobre os incêndios

25. A legislação atual sobre incêndios é suficientemente clara para combater a desinformação sobre este tema *

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

Con Discordo totalmente

26. A falta de conhecimento sobre as leis gerais de combate a incêndios contribui para a disseminação de informações falsas sobre os incêndios

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

Con Discordo totalmente

27. A aplicação e fiscalização das leis relacionadas com os incêndios é afetada pela pressão ou desinformação difundida nos meios de comunicação e redes sociais *

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

Con Discordo totalmente

28. As redes sociais e meios de comunicação aumentam ideias simplificadas ou erradas sobre as causas dos incêndios, como a falta de limpeza dos terrenos *

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

Con Discordo totalmente

19/10/25, 00:45

A desinformação e a polarização nas redes sociais sobre os incêndios

29. A desinformação sobre incêndios frequentemente envolve acusações sem provas de fogo posto ou a divulgação de teorias da conspiração *

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

Con Discordo totalmente

30. A criação de uma plataforma digital oficial poderia ajudar a combater a desinformação e promover a participação cívica na prevenção de incêndios *

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

Con Discordo totalmente

31. Acredito que os decisores políticos são, em parte, influenciados pela desinformação disseminada nos meios de comunicação e redes sociais *

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

Con Discordo totalmente

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pela Google.

Google Formulários

