

Desinformação associada às presidenciais atinge mais de 8,3 milhões de visualizações

written by O Cidadão | 19 de Janeiro, 2026



O estudo do LabCom, no âmbito do ODEPOL – Observatório de Desinformação Política, monitorizou a desinformação relacionada com a presença digital dos pré-candidatos e candidatos nas redes com maior expressão em Portugal (Facebook, Instagram, X, TikTok, Threads e Youtube) e começou a ser elaborado em 17 de novembro de 2025, dia do primeiro frente a frente na televisão entre André Ventura e António José Seguro.

Os conteúdos desinformativos atingiram, no total, segundo os investigadores, **8.392.713 visualizações nas redes sociais** (todas as vezes que o conteúdo aparece aos utilizadores,

incluindo repetições), e geraram 347.228 reações, 64.151 comentários e 27.178 partilhas.

Na pré-campanha e campanha da primeira volta das presidenciais foram identificados 17 casos de desinformação e **André Ventura, segundo candidato mais votado, foi responsável por 82,4% dos casos identificados, enquanto os restantes foram de pré-candidatos que não foram aceites pelo Tribunal Constitucional (TC) e André Pestana (5,9%).**

O vídeo foi o formato preferencial para a desinformação, tendo sido utilizado em 70,6% dos casos, comparando com as fotografias, com 29,4%.

Por tipo de desinformação, divide-se entre a **descredibilização dos media e dos jornalistas (41,2%)**, seguida de **conteúdo manipulado (23,5%)**, **sondagem de empresa não registada na ERC e sem metodologia tornada pública (17,6%)**, **conteúdo enganoso (5,9%)**, **falsificação de informação (5,9%)** e **uso de contexto falso (5,9%)**.

A maioria dos casos foi identificada **nas redes sociais da Meta**, tendo a partilha de desinformação ocorrido de forma simultânea em 100% dos casos no Facebook e 94,1% no Instagram.

O **X** concentrou 82,4% das ocorrências, enquanto o **Threads** registou 29,4% e o **TikTok**, 17,6%.

Dos 17 casos detetados, quatro (23,5%) envolveram a utilização de **Inteligência Artificial (IA)**, nomeadamente sobre a divulgação de intenções de voto, por André Ventura, geradas por empresas de análise política com recurso a algoritmos de previsão eleitoral.

O único caso de utilização direta envolveu **André Pestana**, que recorreu à IA para criar imagens hiper-realistas **que simulavam André Ventura com expressões de raiva e a fazer uma saudação nazi**.

O líder do Chega é o autor de todos os casos de desinformação com maior impacto, tendo a publicação mais visualizada **2.083.040 de visualizações**.

No vídeo partilhado por André Ventura, o candidato responsabiliza a comunidade cigana pelos maus-tratos, acrescentando uma legenda que questiona se os partidos portugueses à esquerda ficarão ***“em silêncio por ser esta comunidade”***.

António José Seguro e André Ventura vão disputar a segunda volta das eleições presidenciais, em 08 de fevereiro, depois de, no domingo, o candidato apoiado pelo PS ter conquistado 31% dos votos e Ventura, líder do Chega, obtido 23%.

Em terceiro lugar ficou Cotrim Figueiredo, apoiado pela Iniciativa Liberal, com 16,%, à frente de Gouveia e Melo, com 12%, e de Marques Mendes, apoiado pelo PSD e CDS, com 11%.

À esquerda, Catarina Martins (BE) teve 2%, António Filipe (PCP) teve, 1,6% e Jorge Pinto (Livre) 0,6%, que ficou abaixo do cantor Manuel João Vieira que conseguiu 1%. O sindicalista André Pestana recolheu 0,2% e Humberto Correia 0,08%.