



INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA

A influência da opinião pública dominante na evolução do debate político no Instagram: Do silenciamento ao reconhecimento das perspetivas do Chega

Miguel Jorge Coutinho Soares

Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação

Orientadora:

Doutora Cláudia Álvares, Professora Associada com Agregação
ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2025

Departamento de Sociologia

A influência da opinião pública dominante na evolução do debate político no Instagram: Do silenciamento ao reconhecimento das perspetivas do Chega

Miguel Jorge Coutinho Soares

Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação

Orientadora:

Doutora Cláudia Álvares, Professora Associada com Agregação
ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2025

*Para a avó Glória, avô Fernando, avô António, tio Fernando e tio Miguel,
cuja ausência se sente todos os dias mas, mesmo assim, continuam tão presentes*

Agradecimentos

Quero agradecer à mulher mais importante desde o dia em que nasci e que tenho a sorte de chamar de mãe. Sem ti nada disto teria sido possível. Agradeço-te por todo o amor desde o primeiro dia, pela dedicação e pela inspiração que és.

Ao meu pai e ao meu padrasto por terem sido pessoas extremamente importantes para eu hoje ser quem sou e por serem um pilar tão importante na minha vida. Foram vocês que me educaram e ensinaram a ser o homem que sou hoje.

À minha avó Severa, por se alegrar, desde sempre, com a mais pequena conquista e por me incentivar a continuar em frente nos momentos menos bons. Se há alguém de quem me orgulho com a entrega desta dissertação é de ti, avó.

À minha namorada, por todos os puxões de orelhas merecidos, pela motivação, pelo encorajamento nesta fase complicada e por estar sempre onde eu mais precisava: ao meu lado, incondicionalmente.

Ao meu melhor amigo que, num ano infelizmente caracterizado pela perda e por momentos extremamente delicados, estivemos um para o outro, tal como fazemos desde há muito tempo. Agradeço-te pela inspiração que és e pelos valores que levo hoje comigo, muitos por influência tua.

À minha família que, sempre longe mas tão perto, apoiaram-me com carinho e força nesta etapa do meu percurso que teria sido tão mais difícil sem vocês.

À Professora Doutora Cláudia Alvares, que orientou esta dissertação, pela sua paciência e compreensão, pelo seu apoio tão valioso, por todos os esclarecimentos, sugestões e lições dadas que foram fulcrais para o meu desenvolvimento académico e pessoal. Não poderia estar mais grato.

A todos os amigos e colegas que fizeram com que o inquérito fosse possível de implementar nesta dissertação. Sem a vossa ajuda não teria conseguido ter o alcance necessário.

Por fim, a todos aqueles que passaram pelo meu percurso académico e que impactaram a minha vida. Obrigado por terem feito parte desta jornada e por terem contribuído para as minhas “Histórias e Memórias”.

Resumo

Numa altura em que as redes sociais online assumem um papel fulcral no quotidiano das pessoas, plataformas como o Instagram mostram-se ser uma extensão do que outrora foram os media tradicionais ao implementar-lhes a interação entre utilizadores. Neste modelo de comunicação bidirecional, a interação entre indivíduos no espaço digital cria, inevitavelmente, uma polarização de opiniões, onde a opinião dominante se assume como referência normativa. A presente investigação procura analisar, através de um inquérito por questionário, a forma com que essa opinião molda o debate político no Instagram e de que forma condiciona a livre expressão no espaço digital, utilizando as perspetivas maioritárias do partido Chega presentes na secção de comentários da notícia em análise. Os resultados revelam que teorias como da Espiral do Silêncio (Noelle-Neumann, 1974) e *Third-Person Effect* (Davison, 1983) estão presentes no contexto político, onde fatores como o medo do isolamento e represálias, a perceção de pertencer à minoria e a influência mediática levam à autocensura, o que condiciona a expressão dos utilizadores nos comentários de notícias políticas.

Palavras-Chave: Chega, Instagram, Opinião Pública Dominante, Autocensura, Debate Político

Abstract

At a time when online social networks play an essential role in people's daily lives, platforms such as Instagram are proving to be an extension of what once were traditional media by implementing interaction between users. In this two-way communication, interaction between individuals in the digital space inevitably creates a polarization of opinions, where the dominant opinion is assumed as a normative reference. This research seeks to analyse, through a questionnaire survey, how this opinion shapes political debate on Instagram and how it affects free expression in the digital space, using the majority perspectives of the Chega party present in the comment section of the news item under analysis. The results reveal that theories such as the Spiral of Silence (Noelle-Neumann, 1974) and Third-Party Effect (Davison, 1983) are present in the political context, where factors such as fear of isolation and reprisals, the perception of belonging to the minority and media influence lead to self-censorship, which conditions users' expression in the comment section of political news.

Keywords: Chega, Instagram, Dominant Public Opinion, Self-censorship, Public Debate

Índice

Agradecimentos	iii
Resumo	v
Abstract	vii
Índice de Quadros e Figuras	xi
Capítulo 1. Introdução	1
Capítulo 2. Revisão da Literatura	3
2.1. A Dinâmica da Opinião Pública na Era Digital: O Instagram como Arena Política e a Espiral do Silêncio	3
2.2. A Inversão da Espiral e a Transição para o Reconhecimento	4
2.3. Estratégias Digitais da Extrema-Direita para o Reconhecimento Político: O Modelo do Chega no Instagram	8
2.4. A Desintermediação e o Contorno dos <i>Gatekeepers</i> Tradicionais	9
2.5. A <i>Retórica da Voz Suprimida</i> como Motor da expressão	10
2.6. Emoção como Força de Motivação: Raiva como Mobilização de Audiências	11
2.7. A Construção de Redes de Discurso e a Normalização da Extrema-Direita	11
2.8. As <i>Framing Cascades</i> e a Propagação de Desinformação	13
2.9. Os Limites do <i>Fact-Checking</i> e a Resiliência da Desinformação	15
2.10. A Polarização Política e a Formação de Identidades Online	16
Capítulo 3. Metodologia	17
3.1. Desenho Metodológico Geral	17
3.2. Nuvem de Palavras	18
3.3. Inquérito por Questionário	20
3.3.1. Definição da Amostra	20
3.3.2. Formato do Inquérito	20
3.3.3. Limpeza e Normalização dos Dados	21
3.3.4. Interpretações Visuais	21
3.3.5. Familiarização dos Inqueridos com o Tema	22

Capítulo 4. Resultados e Discussão	23
4.1. Nuvem de Palavras: Resultados e Discussão	23
4.2. Inquérito por Questionário: Resultados e Discussão	25
Capítulo 5. Conclusão	41
Referências Bibliográficas	43
Anexos	49

Índice de Quadros e Figuras

Quadro 2.1 – Resultados das eleições legislativas em Portugal.

Figura 4.1 – Nuvem de palavras das palavras-chave retiradas dos comentários da publicação

Figura 4.2 – Nuvem de palavras das palavras-chave com stop-word: Polícia.

Figura 4.3 – No Instagram, segue perfis nacionais que partilhem conteúdo noticioso regularmente?

Figura 4.4 – Costuma comentar com que regularidade em publicações noticiosas no Instagram sobre temas políticos?

Figura 4.5 – Costuma abrir a secção de comentários de publicações noticiosas no Instagram sobre temas políticos?

Figura 4.6 – Com que regularidade costuma clicar em "Gosto" nos comentários que se alinhem com as suas ideias / crenças / perceções?

Figura 4.7 – Ouviu falar do incidente da Rua do Benfornoso através de:

Figura 4.8 – Reside em Lisboa?

Figura 4.9 – Conhecia a zona do Martim Moniz antes deste incidente?

Figura 4.10 – Considero a zona do Martim Moniz como conflituosa, de desacatos e/ ou que causa insegurança na zona de Lisboa.

Figura 4.11 – Considero que a zona do Martim Moniz / Benfornoso necessita de uma presença policial mais ativa.

Figura 4.12 – Considero que a ação policial na Rua do Benfornoso foi desapropriada / excessiva.

Figura 4.13 – Considero que a ação policial na Rua do Benfornoso respeitou questões relacionadas aos direitos humanos.

Figura 4.14 – Considero que a ação policial na Rua do Benfornoso constituiu uma interferência grave aos direitos, liberdades e garantias dos cidadãos, especialmente para com a grande comunidade imigrante do sudoeste asiático que ali reside e trabalha.

Figura 4.15 – Sinto que este caso põe em causa questões relacionadas com os seguintes temas.

Figura 4.16 – Considero que a cobertura mediática sobre este tema influenciou a minha opinião.

Figura 4.17 – Sinto que seria capaz de expressar a minha opinião livremente nos comentários de uma publicação sobre este tema.

Figura 4.18 – Sinto que, ao comentar uma publicação sobre este tema, estaria a ser influenciado naquilo que diria devido aos comentários já existentes.

Figura 4.19 – Sinto que há pressão para me alinhar com a opinião maioritariamente expressa nos comentários.

Figura 4.20 – Sente que, face a estes dados, altera de algum modo a sua opinião daquilo que respondeu anteriormente sobre a abordagem policial?

Introdução

Nos últimos anos tem-se assistido a uma crescente afirmação das redes sociais online como espaços centrais do debate político. Seja durante as eleições de Donald Trump à presidência dos Estados Unidos a partir do Twitter ou o avanço significativo da extrema-direita no Telegram, o que é certo é que estas redes funcionam como impulsionadores do debate político por permitirem uma comunicação bidirecional.

No caso do Instagram, é possível observar discussões regulares nas secções de comentários sobre temas políticos, que refletem o modo como os utilizadores da plataforma participam na construção da opinião pública em contexto digital. É através de gostos, partilhas e comentários que o Instagram se tem vindo a assumir como uma arena discursiva de debate, onde a opinião dominante se impõe como referência da “opinião válida” e, consequentemente, condiciona o que é socialmente expectável pensar sobre um determinado tema. Opiniões dissonantes dessa considerada dominante, visível pela frequência com que surgem nos comentários ou pelo número de gostos que acumulam, acabam por assumir um papel essencial naquilo que outros utilizadores podem ou não comentar.

O medo de retaliações, do isolamento e de represálias, desenvolvido por Noelle-Neumann (1974) na obra *The Spiral of Silence*, assim como o autossilenciamento explicado por Masullo e Duchovnay (2022), ajudam a explicar estes fenómenos. Em Portugal, no entanto, observa-se o inverso com a ascensão do partido Chega, uma força populista de extrema-direita que passou de um silenciamento inicial por parte dos media tradicionais e de outros partidos para um reconhecimento crescente, sustentado por um discurso polarizador e por uma forte presença digital. Esta evolução tem-se refletido nos mais recentes resultados eleitorais, revelando a capacidade do Chega em mobilizar massas de apoiantes e em contribuir para a polarização da sociedade portuguesa.

A questão central desta dissertação consiste em perceber de que forma a opinião pública dominante molda o debate político no Instagram, condicionando dinâmicas de silenciamento e expressão, e como isso se relaciona com a ascensão e legitimação das perspetivas do Chega. Para responder a esta questão, definem-se como objetivos analisar os discursos e interações que emergem numa publicação jornalística controversa no Instagram, avaliar os comentários recolhidos e compreender, através de um inquérito por questionário a 245 participantes, como

os utilizadores percecionam a influência da opinião pública dominante e até que ponto se autocensuram ou se alinham com a maioria.

Metodologicamente, a investigação combina a análise de comentários online com a criação de uma nuvem de palavras e a aplicação de um inquérito, permitindo triangular dados discursivos e percecionais. Assim, o trabalho articula métodos digitais de recolha e visualização com análise de conteúdo e recolha direta de opiniões.

A estrutura da dissertação acompanha estes objetivos. Num primeiro momento, apresenta-se o enquadramento teórico que discute conceitos fundamentais como a espiral do silêncio, o autossilenciamento, os efeitos algorítmicos, a retórica da voz suprimida e as estratégias comunicacionais da extrema-direita. Segue-se a exposição da metodologia, que justifica as opções de análise dos comentários e do inquérito. Posteriormente, apresentam-se os resultados empíricos da análise de comentários e da nuvem de palavras, bem como as respostas obtidas através do questionário. Esses resultados são, depois, discutidos à luz dos conceitos desenvolvidos na revisão de literatura, permitindo avaliar até que ponto confirmam ou desafiam as perspetivas teóricas sobre opinião pública, polarização e expressão política online. Por fim, a conclusão sintetiza os principais contributos do estudo, identifica limitações metodológicas e sugere caminhos para futuras investigações sobre a relação entre redes sociais, opinião pública e populismo digital em Portugal.

Desta forma, pretende-se oferecer uma visão global sobre o modo como a opinião pública dominante se manifesta no Instagram, condicionando o debate político e contribuindo para a legitimação discursiva de forças políticas até há pouco tempo marginalizadas.

CAPÍTULO 2

Revisão da Literatura

2.1. A Dinâmica da Opinião Pública na Era Digital: O Instagram como Arena Política e a Espiral do Silêncio

A emergência das redes sociais online têm vindo a transformar radicalmente a forma como a comunicação política é exercida no espaço digital. Longe de serem simples canais de partilha de conteúdos pessoais, plataformas como o Instagram têm-se vindo a tornar, cada vez mais, numa espécie de arenas políticas onde o debate é recorrente, não só entre os diferentes partidos existentes num país, mas também entre utilizadores da plataforma.

Consequentemente, a mobilização social e a própria perceção da opinião dominante são fenómenos cada vez mais visíveis dentro destes debates políticos que ocorrem em publicações feitas na plataforma. Este cenário acaba por ser particularmente relevante quando se observa a ascensão de partidos como o Chega em Portugal, um partido populista de extrema-direita que tem demonstrado uma capacidade notável de utilizar estas redes sociais online a seu proveito e, consequentemente, retirar delas um reconhecimento e legitimação que, de outra forma, lhe seria mais difícil de obter através dos canais mediáticos convencionais (Biscaia, 2024; Völker & Gonzatti, 2024). Em prol disto, a opinião do cidadão português tem vindo a ser moldada por comentários sensacionalistas e populistas que, como forma de lidar com os problemas existentes em vários setores, têm-se enraizado no pensamento de indivíduos. A compreensão desta dinâmica exige aprofundamento na teoria da espiral do silêncio proposta por Elisabeth Noelle-Neumann, que explica a forma com que o Chega começou por fazer parte de uma minoria silenciada.

Esta teoria corresponde à ideia de que os indivíduos, impulsionados por um medo inato do isolamento social, estão constantemente a monitorizar o "clima de opinião" à sua volta (Soffer & Gordoni, 2018). Face ao referido, o “medo do isolamento que ocorre quando um indivíduo se apercebe que tem uma opinião divergente do que parece ser o status quo e que pode até temer represálias pela sua opinião” (Mattingly, 2019, p. 1). Na obra “The Spiral of Silence” (1974), a autora refere que este medo do isolamento da sociedade devido às suas próprias opiniões e / ou crenças faz com que exista um “alarmismo constante” por parte de cada pessoa, para saber se os seus ideais são aprovados ou não naquilo que é, atualmente considerado, a esfera pública. Para Habermas (citado por Peres Junior et al., 2013, p. 6), a esfera pública consiste num “domínio da vida social no qual a opinião pública é formada”. Neste sentido, o acesso à esfera

pública está, em princípio, aberto a todos os cidadãos e que estes atuam como público, quando tratam de assuntos de interesse geral sem estarem sujeitos a coação (Adut, 2013).

Assim, quando uma pessoa percebe que a sua opinião é minoritária, esta tende a reter a sua expressão, contribuindo para um ciclo vicioso onde a minoria se torna ainda menos visível e a maioria, quer esta seja real ou apenas a que se parece como tal, transpareça para algo ainda mais consensual. No entanto, o ambiente digital complexifica esta teoria de formas inesperadas, introduzindo novos mecanismos de percepção da opinião dominante e, crucialmente, novas estratégias para desafiar ou mesmo reverter a espiral do silêncio.

Neste quadro, é útil introduzir o *Third-Person Effect* (Davison, 1983), um conceito que descreve a tendência dos indivíduos para julgarem que as mensagens mediáticas influenciam “os outros” mais do que a si próprios. Esta percepção pode produzir efeitos comportamentais (por exemplo, autocensura, apoio à moderação ou alinhamento estratégico com o que se julga ser a maioria), reforçando o “clima de opinião” que a espiral do silêncio descreve. No Instagram, sinais públicos de aprovação (gostos, partilhas, comentários) funcionam como pistas de maioria percebida e podem acentuar esta dinâmica.

2.2. A Inversão da Espiral e a Transição para o Reconhecimento

No contexto do Instagram, a percepção da opinião dominante não é uma reflexão tão transparente daquilo que é a realidade. Em vez disso, é uma construção multifacetada, influenciada por algoritmos desta rede social online que tomam como prioridade o engajamento e a visibilidade de conteúdo popular. Estes algoritmos, ao serem direcionados a utilizadores, cujos conteúdos ressoam com as suas preferências existentes, podem criar *echo chambers* e *filter bubbles*, como concluem Humprecht et al. (2024). Por *echo chambers*, Jamieson e Cappela (2008) explicam que o termo pode entender-se como uma condição em que os indivíduos são expostos apenas a informações alinhadas com as suas crenças, reforçando-as, o que reduz a abertura a perspetivas opostas. Jamieson e Cappela (2008, p.76) acrescentam, ainda, que este termo “cria um quadro de referência comum e ciclos de feedback positivo para aqueles que ouvem, leem e assistem a esses meios de comunicação”.

Assim, os algoritmos das redes sociais online, como aquele que estão presentes no Instagram, acabam por desempenhar um papel fulcral na formação de *echo chambers*, visto que personalizam o conteúdo exibido com base nas preferências e comportamentos dos utilizadores. Por *filter bubbles* pode entender-se como uma forma de exposição restrita a certos tipos de informação, neste caso política, que ocorre quando os utilizadores são expostos, maioritariamente, a pontos de vista com os quais concordam. Pariser (2011, p. 7) descreve que

o monitor do computador é uma espécie de espelho unidirecional, refletindo os próprios interesses do utilizador enquanto observadores algorítmicos observam o que é clicado pelo mesmo. Sob esta ótica, Bozdag e van den Hoven (2015) complementam que os algoritmos utilizados pelos motores de busca, plataformas de redes sociais e outros grandes intermediários online diminuem a diversidade da informação. Dentro destas bolhas, a prevalência de certos pontos de vista e opiniões podem ser negativamente influenciados, levando utilizadores a superestimar o consenso em torno de uma determinada opinião e a subestimar a diversidade real de perspetivas. Esta distorção da realidade, mediada por algoritmos, acentua a pressão para a conformidade, o que faz com que a perceção da opinião dominante se torne num fator decisivo para a manifestação de comentários divergentes relativamente a uma publicação. Como resultado, esta secção de comentários tende a assumir um carácter enviesado e homogéneo, no sentido em que as opiniões divergentes daquela que é a considerada como principal na publicação optam por calar-se, geralmente.

Consequentemente, pode concluir-se que o silenciamento político online manifesta-se de diversas formas. Masullo e Duchovnay (2022, p. 1) oferecem uma tipologia abrangente do autossilenciamento político, que vai além do mero medo do isolamento. Os autores argumentam que se pode dividir o autossilenciamento em três tipos: “total, quando as pessoas estão sempre em silêncio sobre política; deturpado, envolvendo mentir ou esconder as suas crenças para evitar conflitos; seletivo, empregado apenas para tópicos controversos ou discussões agressivas para proteger relações específicas”. No ambiente digital, os indivíduos podem censurar-se a si mesmos por receio de retaliação social, isto é, de serem alvo de críticas, de serem excluídos de grupos sociais online, sofrerem represálias ou, até mesmo, de serem vítimas de *doxing*.¹ No Instagram, onde a natureza pública dos comentários, gostos e partilhas é central para a medição da interação, estas ameaças são mais que evidentes. O estudo de Soffer e Gordoni (2018) sobre comentários em sites de notícias corrobora esta ideia, uma vez que demonstra como a perceção da opinião maioritária na secção de comentários influencia a vontade dos utilizadores de expressar as suas opiniões. Um ambiente de comentários percebido como hostil ou dominado por um determinado ponto de vista pode, deste modo, dissuadir a expressão de opiniões divergentes, tornando esta secção de comentários em algo monótono. A dimensão da vigilância online também se revela crucial para este tipo de acontecimentos.

¹ Doxing: quando um criminoso cibernético procede à revelação pública de informações pessoais de terceiros sem o devido consentimento

Acresce que o Third-Person Effect ajuda a compreender a passagem do silenciamento ao reconhecimento: quando muitos assumem que “os outros” foram persuadidos por determinada mensagem, podem ajustar o seu próprio comportamento em conformidade com essa percepção da influência sobre terceiros. Alguns exemplos seriam a adoção de posições que julgam ser maioritárias, o voto em quem se acredita ter mais apoio ou o reforço da visibilidade de um determinado lado no debate. Este mecanismo cruza-se com efeitos de bandwagon – a tendência dos indivíduos aderirem àquilo que percebem como sendo a posição vencedora ou maioritária, na expectativa de não ficarem isolados com decisões tardias em contextos polarizados –, contribuindo para a percepção de viragem e para a inversão da espiral do silêncio (Davison, 1983).

A percepção de que as interações são monitorizadas por outros utilizadores, pela própria plataforma ou por entidades externas pode aumentar o autossilenciamento de forma significativa (Stoycheff, 2016). Para os apoiantes de partidos como o Chega, cujas opiniões costumam ser alvo de estigma social ou de críticas intensas, este medo de retaliação online é, recorrentemente, um impedimento significativo à expressão pública, ainda que nem sempre se transpareça como tal. A relação entre a percepção da opinião dominante e a expressão de opiniões não é linear, especialmente em contextos polarizados do espaço digital. Farjam e Loxbo (2024) investigam a interação entre o efeito *bandwagon*, definido como a tendência com que as pessoas aderem a opiniões percebidas como maioritárias e a espiral do silêncio. Embora a conformidade social seja um fator, pelo facto de que se refere à inclinação de indivíduos para se alinharem com opiniões ou ações da maioria, a persistência atitudinal, isto é, a tendência de algumas pessoas manterem as suas crenças ou atitudes mesmo diante de fortes pressões sociais, pode prevalecer em ambientes políticos altamente polarizados, algo bastante visível nos apoiantes do partido Chega. Deste modo, indivíduos que possuam identidades políticas fortes ou que se identifiquem com um grupo de referência coeso e unido, mesmo que minoritário, podem ser menos suscetíveis ao silenciamento. Esta persistência atitudinal é dos fatores mais determinantes da passagem de um partido altamente censurado para o terceiro com mais votos nas eleições legislativas em apenas alguns anos.

Este resultado advém de, em vez de se conformarem com a censura e outras opiniões dominantes, os apoiantes do Chega optam por persistir na sua atitude devido à lealdade e solidariedade com o seu grupo. Esta resistência ao silenciamento é vital para compreender a forma como certos grupos políticos, como é o caso do Chega, inicialmente percebidos como marginais por fugirem ao padrão do panorama político em Portugal, podem vir a desafiar a hegemonia da opinião dominante, agindo como uma “minoría” que se recusa a ser silenciada.

A sua ascensão eleitoral e a crescente visibilidade sugerem, assim, uma inversão da espiral do silêncio e do autossilenciamento. Nos últimos anos, tem-se assistido a um crescimento exponencial no número de eleitores do partido, fenómeno que se evidencia de forma acentuada nas eleições legislativas portuguesas. Tais afirmações mostram-se verdadeiras de acordo com o número de eleitores do partido nas últimas quatro eleições legislativas.

Quadro 2.1 – Resultados das eleições legislativas em Portugal. Dados recolhidos de <https://www.eleicoes.mai.gov.pt/>

Ano	Número de eleitores
2019	67.826
2022	399.510
2024	1.169.836
2025	1.437.881

Os dados referidos sugerem que, inicialmente, os apoiantes do Chega poderiam sentir a necessidade de silenciar as suas opiniões, devido ao medo do isolamento ou de serem alvos de certos juízos sociais, devido à perceção de que eram uma minoria isolada. No entanto, à medida que o partido ganhou força política, algo que pode ser evidenciado pelos resultados eleitorais e, consequentemente, pelo aumento do número de seguidores e de níveis de engajamento nas redes sociais online, os seus apoiantes sentiram-se, progressivamente, mais legitimados, estando mais propícios a expressar as suas opiniões (Farjam & Loxbo, 2024) que, previamente, seriam consideradas xenófobas ou racistas. A intensificação da disposição individual de expressão pública, fomentada pelo engajamento e pela possibilidade da viralização de conteúdos no Instagram, desencadeia um ciclo contínuo de reforço discursivo. A visibilidade do apoio ao Chega nas redes sociais, seja ela constituída ou não por eleitores do chega, faz com que haja um reforço da sua presença e influência sociopolítica enraizando a sua noção de legitimação simbólica, o que encoraja mais indivíduos a manifestarem-se publicamente e a aderirem tipos de movimentos que o partido defende. Aqui não está em causa se um utilizador é apoiante do Chega, mas sim se partilha as suas ideias relativamente a temas como a imigração, sistema nacional de saúde, entre outros. Desta forma, os utilizadores, quer sejam apoiantes do partido ou não, quando difundem estas ideias sensacionalistas e populistas do Chega acabam por contribuir para a legitimação do partido.

Este ciclo de visibilidade, engajamento e reconhecimento é um fator essencial não só para a normalização das perspetivas do Chega no debate político português como também para a sua legitimação como um dos principais partidos políticos no panorama português. Assim, as suas

ideias passam a ser discutidas em profundidade e a serem encaradas com maior seriedade, uma vez que começam a ser consideradas como parte do espectro político. Assim, enquadramentos políticos por parte do Chega começam a influenciar a forma como os próprios media tradicionais retratam determinados temas mediáticos e, até mesmo, a moldar a forma com que os abordam. A capacidade de as redes sociais online funcionarem como plataformas para o engajamento político (Lukamto & Carson, 2016) e para a formação de comunidades de utilizadores (Rauchfleisch & Kaiser, 2020) é um fator crítico neste processo de transição do silenciamento para o reconhecimento político.

2.3. Estratégias Digitais da Extrema-Direita para o Reconhecimento Político: O Modelo do Chega no Instagram

A ascensão do Chega e de outros partidos populistas de direita na Europa está intrinsecamente ligada à sua habilidade de uso das redes sociais online, nomeadamente, o Instagram. Estas plataformas, além de serem ferramentas fundamentais na divulgação dos princípios defendidos pelos partidos, tornam-se facilmente em espaços estrategicamente aproveitados por estes partidos de extrema-direita. Nestes espaços é-lhes possível implementar táticas comunicacionais sofisticadas para ultrapassar o silenciamento e, deste modo, consolidar o seu reconhecimento político.

Consequentemente, utilização do Instagram não surge apenas como uma forma de divulgação de ideais, como também surgem como uma forma de afirmação que, no caso do Chega, um partido que se recusa a ser silenciado. Contribuindo, também, para esta ascensão de partidos populistas de direita na Europa, é fulcral salientar o facto de caminhamos cada vez mais para uma “era pós verdade”, algo caracterizado pelo desafio da verdade e dos factos objetivos face à crescente preocupação para com argumentos emocionais. De acordo com Keyes (2004, p. 1), é nesta fase que surge, além da “verdade e da mentira uma terceira categoria de afirmações ambíguas que não são exatamente a verdade, mas que estão muito perto da mentira”, o que descreve um problema desta era na qual estamos cada vez mais enraizados.

O facto de se tem vindo a observar uma valorização maior face a argumentos emocionais e menor a argumentos factuais torna a sociedade na qual estamos inseridos numa em que “o desprezo prematuro pela verdade” (Vogelmann, 2018, p. 19) está cada vez mais presente. Discursos políticos deste tipo (Pathos) já teriam sido identificados por Aristóteles em 350 a.C. na obra “On Rhetoric: A Teory Of Civic Discourse”, mas é agora, a partir da existência da Web 2.0, ou seja, a uma nova geração da internet onde os utilizadores interagem diretamente com redes sociais online, blogs, entre outros, que se tem vindo a notar uma crescente utilização deste

tipo de argumentos que “permitem que os líderes populistas criassem uma perceção de intimidade com os seguidores” (Govil & Baishya, 2018, p.71), “dando «a aparência de responsabilidade direta e representação»” (Moffitt, B. 2016, pp.88-89, citado por Govil & Baishya, 2018, p.71).

2.4. A Desintermediação e o Contorno dos *Gatekeepers* Tradicionais

Uma das bases fundamentais da estratégia de comunicação da extrema-direita é a desintermediação, isto é, a capacidade de contornar a forma como os media tradicionais operam. Biscaia (2024) dá ênfase ao facto de que os partidos populistas de direita dependem fortemente das redes sociais online precisamente por esta razão. Ao contrário dos jornais, das televisões e das rádios, que exercem um papel de *gatekeeping* editorial e de escrutínio jornalístico, no sentido em que isto se refere ao controlo que é feito sobre a informação (Shoemaker & Vos, 2009), faz com que plataformas como o Instagram permitam ao Chega comunicar diretamente com os seus eleitores, sem filtros ou intermediários. Assim, o termo *gatekeeping* envolve a seleção, modelagem, sincronização, repetição e transmissão de informações de uma pessoa ou organização para outra. Esta autonomia comunicacional é crucial para a disseminação de mensagens que podem induzir utilizadores em erro ou até mesmo a conteúdo enganoso (*misleading*), caracterizadas por serem “*cherry-picked, exaggerated and twisted*” (Cazzamatta, 2024, p.19).

Esta forma de desinformação, que manipula factos e utiliza verdades parciais em vez de fabricar mentiras absolutas, é particularmente insidiosa no sentido em que é mais difícil de refutar e mais facilmente aceite por audiências que já têm predisposições ideológicas alinhadas neste sentido, muito à semelhança de apoiantes do Chega. Nisto, abre-se um novo leque de possibilidades, constituído por “algum tipo de afirmações que podem ser falsas, mas que são consideradas demasiado benignas para serem realmente descartadas” (Modreanu, 2017, p.1).

Noutro aspeto, a comunicação do Chega no Instagram vai além da simples emissão de mensagens. Envolve toda uma prática de "partilha estratégica" de conteúdos audiovisuais e links externos, criando ambientes informacionais que são vantajosos para o partido (Biscaia, 2024). A natureza visual e interativa do Instagram, através de funcionalidades como *reels*, *stories* e *posts*,³ facilita a criação e a possibilidade de conteúdos altamente apelativos e polémicos se tornem virais. Isto permite que as mensagens do Chega se disseminem

² *cherry-picked, exaggerated and twisted*: conteúdo enganoso escolhido a dedo, exagerado e distorcido

³ *reels, stories, posts*: algumas formas de publicação na rede social online Instagram

rapidamente e alcancem um público muito mais alargado que, por vezes, recebe as notícias do partido antes mesmo de as obter pelos próprios media tradicionais, dificultando a possibilidade de que estes consigam reagir ou contextualizar estas mensagens. Este cenário acaba por viabilizar-se devido ao engajamento visível na rede social online, algo que pode ser manifestado quantitativamente por gostos, comentários e partilhas. Estas formas de interação não só servem como indicadores de apoio para o engajamento, mas também impulsionam o alcance algorítmico do conteúdo, amplificando ainda mais a visibilidade do partido e das suas mensagens (Lukamto & Carson, 2016).

2.5. A Retórica da Voz Suprimida como Motor de Expressão

Um elemento central nas estratégias da extrema-direita é a adoção da retórica da voz suprimida. Kunst et al. (2020) explicam que, quando os políticos ou os seus respetivos apoiantes afirmam que as suas opiniões estão a ser ativamente censuradas, marginalizadas ou ignoradas pelos media, pela elite ou por uma opinião politicamente correta, isto pode encorajar certos grupos de indivíduos que partilham estas opiniões a expressá-las publicamente criando, assim, um paradoxo associado. Este fenómeno é responsável pela criação de *Spirals of Speaking Out*, onde a ação de se denunciar o silenciamento efetivamente incentiva e torna a fala legítima.

Contrariamente à ideia proposta por Noelle-Neumann, esta noção da retórica da voz suprimida vem adaptar a espiral do silenciamento no sentido em que transforma uma minoria silenciada num símbolo de resistência. Deste modo, aquela que parece ser uma posição marginal, desvantajosa ou até descabida torna-se, como se pode vir a observar ao longo da ascensão do Chega como um dos partidos com mais influência em Portugal, numa forma de resistência e naquele que responsabiliza outros pelos seus atos. Assim, o Chega faz desta retórica um elemento fulcral e que é regularmente utilizado na sua comunicação. Ao posicionar-se como a voz da população que está «esquecida», dos «marginalizados», dos que não têm vergonha de dizer o que «realmente tem de ser dito» e que não têm medo de dizer o que «todos pensam» ou daqueles cujas preocupações são ignoradas pelo panorama político atual, o partido entra em sintonia com os seus apoiantes e, ainda, com alguns que não o apoiam na sua totalidade mas que se reveem, concordam ou apoiam nalgumas ideias.

À luz disto, os apoiantes do partido em questão sentem-se validados e encorajados a expressar as suas opiniões, frustrações e pontos de vista que antes tinham uma grande probabilidade de serem reprimidos. Esta dinâmica acaba por ser mais notável no Instagram, onde a partilha de testemunhos pessoais e até de algumas narrativas de vitimização ou opressão podem gerar sentimentos diversos entre os seguidores, entre os quais estão a identificação com

o caso, solidariedade com as «vítimas», raiva e ressentimento. Estes sentimentos, por sua vez, podem levar à possibilidade de existência de um fator de indignação coletivo.

2.6. Emoção como Força de Motivação: Raiva como Mobilização de Audiências

A comunicação da extrema-direita, nomeadamente, do partido Chega, nas redes sociais online é maioritariamente feita de forma emocional. Humprecht et al. (2024) sublinham que atores populistas exploram o discurso emocional para gerar reações intensas, de entre os quais se sobressai a raiva, sendo esta é uma das emoções mais fortes, eficazes e fáceis de tornar o engajamento de publicações políticas mais elevado. O Instagram, devido à sua maior facilidade em transmitir conteúdos, revela-se numa ferramenta particularmente eficaz na disseminação de conteúdos com forte carga emocional.

Consequentemente, estas características da rede social online facilitam a captação imediata da atenção do público e, ainda, da sua partilha. Conteúdos que evocam indignação, ressentimento ou frustração em temas considerados sensíveis no país tais como a corrupção do sistema, a imigração descontrolada ou o «estado atual de sistema nacional de saúde» são frequentemente utilizados pelo partido como forma de promover amplamente as suas ideias e condenar os devidos responsáveis pelos seus atos. Estas mensagens não só têm o intuito de manter o apoio dos seguidores já existentes, como também o de atrair novos apoiantes que partilhem sentimentos, inquietações e valores semelhantes a determinados temas ou questões, mesmo que ainda não se identifiquem na totalidade com o partido. O objetivo aqui presente é tornar os não apoiantes em simpatizantes para com o partido.

A raiva, em particular, mostrou-se ser uma fonte sólida de engajamento online (Humprecht et al., 2024), sendo este um dos sentimentos que resulta em maiores quantidades de partilhas, gostos e comentários e que, desta forma, demonstra ter uma maior visibilidade de conteúdo. Ao focar-se neste tipo de emoções, o Chega consegue criar um vínculo profundo com o seu público, transformando o descontentamento individual numa revolta coletiva, incluindo algumas massas de não apoiantes, o que se traduz numa maior visibilidade política.

2.7. A Construção de Redes de Discurso e a Normalização da Extrema-Direita

A visibilidade e acessibilidade da extrema-direita nas plataformas digitais são fatores chave para a sua normalização no debate público (Völker & Gonzatti, 2024). A presença contínua no Instagram, bem como a consistente divulgação das suas agendas políticas e dos paradeiros do partido nesta rede social online expõem um público cada vez mais vasto às suas perspetivas políticas. Neste sentido, o caminho traçado pelo Chega no Instagram é um bom exemplar

daquilo que é uma luta pelo poder na comunicação (Spaiser et al., 2017), onde o objetivo final é enfraquecer, ou até mesmo alterar a opinião pública dominante e impor a sua própria agenda e narrativas. Este processo acaba por ser uma batalha ativa contra os media atuais, pela legitimidade e influência.

A repetição destas mensagens mesmo que, inicialmente, pudessem ser consideradas extremistas, marginais e que construíssem ideias por alguns segmentos da população relacionadas ao racismo, à homofobia, à xenofobia, entre outros, pode levar à sua gradual aceitação e, eventualmente, à sua normalização. Por conseguinte, este tipo de ideias consideradas, previamente, como impensáveis, inaceitáveis, marginais e, até mesmo, descabidas, podem acabar por tornar-se parte de um discurso político legítimo. Estas acusações ou chamadas à atenção, quer sejam estas exercidas por partidos de esquerda, comentadores televisivos ou pelos próprios media tradicionais, contribuem para uma dinâmica de silenciamento invertido, onde o Chega se posiciona como a vítima do sistema perante a sociedade e para aqueles os que se opõem. Neste sentido, é natural surjam discursos que têm como objetivo denunciar e expor as mensagens disseminadas pelo partido, o que nem sempre correm como seria desejado. Este tipo de reação faz com que muitas vezes, contrariamente ao pretendido, funcione em prol do crescimento do partido acusado, na medida em que reforça a sua visibilidade. Desta forma, é possível associar estes padrões com o efeito Streisand.

O efeito Streisand é um termo que surgiu após Barbra Streisand, uma cantora e atriz norte americana, ter tentado remover fotografias da sua residência de um website público. As fotografias teriam sido tiradas sem o consentimento de Streisand, pelo que esta levou o fotógrafo Kenneth Adelman e o respetivo website onde a fotografia estava exposta (Pictopia.com) a tribunal. A fotografia da residência, que na altura tinha apenas seis *downloads*, acabou por ser descarregada mais de 420 mil vezes num único mês (Jansen e Martin, 2015). Assim, o efeito Streisand pode ser entendido como um fenómeno online que ocorre quando há uma tentativa de ocultar ou remover informações que, à posteriori, resulta na maior disseminação das informações em questão (Da Baets, 2012).

Assim, muitas vezes a tendência das tentativas de censura ou remoção de algum tipo de conteúdo resultam no efeito inverso: um aumento exponencial da atenção pública. Como se pode ver pelo caso de Streisand, a tentativa de remoção da fotografia da internet teve o “efeito paradoxal de gerar muito mais visualizações do que se ela não tivesse feito nada” (Jansen e Martin, 2015, p. 1). Este paradoxo acontece particularmente através das redes sociais online, onde a visibilidade de um caso pode ser amplificada por reações emotivas. Papacharissi (2015, p. 1) descreve públicos afetivos como “formações públicas em rede que são mobilizadas e

conectadas ou desconectadas por meio de expressões de sentimentos”. O autor sugere que as multidões mobilizam-se através de redes de apoio online (redes sociais online) de forma a criar públicos afetivos discursivamente. Embora o Instagram seja uma das plataformas mais visíveis nesse processo de mobilização emocional, este fenómeno não se limita apenas às redes sociais online mais popularizadas. Para além das plataformas *mainstream*⁴ como o Instagram, a extrema-direita utiliza regularmente redes de comunicação em plataformas alternativas.

Urman e Katz (2020) examinam as redes da extrema-direita no Telegram, uma plataforma conhecida pela sua maior privacidade e menor moderação. Ainda que o Chega, por sua vez, possa não ter uma presença tão pertinente no Telegram como tem no Instagram, estas redes mais fechadas e fora do olhar público servem como espaços para disseminar narrativas políticas, *memes*⁵ e que, muitas vezes, estão diretamente interligadas a maiores taxas de desinformação. Estas ideias, que ganham força e acabam por se consolidar mais intrinsecamente dentro destas comunidades mais exclusivas, são frequentemente adaptadas e transpostas para plataformas *mainstream* como é o caso do Instagram. Nela, certos conteúdos podem ser amplificados para um público maior e menos cético, isto é, mais propício a ser manipulado pela desinformação ou *fake news* (Rauchfleisch & Kaiser, 2020). Allcott e Gentzhow (2017, p. 213) definem este termo como “artigos noticiosos que são intencionalmente e comprovadamente falsos e que podem induzir os leitores em erro”.

Estes conteúdos em cadeia entre plataformas digitais, isto é, das mais restritas para as menos exclusivas, acabam por fazer parte de toda a estratégia comunicacional da extrema-direita, algo que se mostra fulcral na normalização de perspetivas destas ideologias políticas.

2.8. As *Framing Cascades* e a Propagação de Desinformação

A capacidade de enquadrar as narrativas de maneira que o público interprete informação de uma determinada forma (*framing*) é uma característica regularmente associada à extrema-direita, sendo que as redes sociais online são local onde este efeito prevalece. Knüpfer e Hoffmann (2024) descrevem a forma de como a extrema-direita utiliza as *Framing Cascades* para moldar a perceção de uma determinada realidade.

O Chega, por exemplo, emprega enquadramentos simplistas e diretos nas abordagens que faz perante questões como a imigração, a segurança ou a saúde. O que isto explica é que o partido ignora certas partes, causas ou consequências envolvidas sobre um determinado tema

⁴ Mainstream: Plataforma com grande alcance e visibilidade pública

⁵ Memes: forma de conteúdo criado a partir de imagens, vídeos e textos, que adotam um carácter irónico ou engraçado.

que divulga, em vez de o explorar na sua totalidade. Consequentemente, a imagem que o partido passa é bastante mais superficial do que o tema realmente é, o que permite uma compreensão mais rápida e fácil aos utilizadores, ainda que comprometa a fidelidade e complexidade real.

Em vez de utilizar uma análise diversificada e detalhada, o partido publica narrativas dicotómicas e polarizadas, muitas vezes baseadas em argumentos e bases emocionais e populistas. Desta forma, surge uma polarização de lados, isto é, os «bons» e os «maus», que o Chega utiliza nas suas bases argumentativas, o que acaba por acentuar ainda mais os extremos que já existiam previamente. Estes enquadramentos, repetidos consistentemente no Instagram através dos diferentes tipos de publicações, podem interiorizar-se nas perspetivas dos utilizadores, sejam eles apoiantes do partido ou não. Gradualmente, esta interiorização pode vir a tornar-se parte do senso comum dos mesmos legitimando, assim, as perspetivas do Chega.

A desinformação, na sua forma mais eficaz de "*misleading information*" (Cazzamatta, 2024), é um componente integral destas *framing cascades*. Valenzuela et al. (2019) revelam um paradoxo preocupante, onde o uso intensivo de redes sociais online para consumo de notícias, informação e participação política pode estar associado a uma maior possibilidade de partilha de desinformação. Cazzamatta (2024) explica que na Europa, como já foi referido previamente, a desinformação é frequentemente adquirida sob forma de informações "*cherry-picked, exaggerated and twisted*". Para o Chega, isto significa que a sua capacidade de construir narrativas convincentes no Instagram não depende de fabricações completas, mas sim de uma manipulação subtil da verdade, pertencente à tal "terceira categoria de afirmações" além da verdade e da mentira explicada por Keyes (2004).

Ao explorar medos, frustrações e indignações existentes na sociedade portuguesa, as mensagens do Chega, muitas vezes consideradas tendenciosas pelos media, acabam por impactar o seu público-alvo sendo, por isso, mais facilmente aceites (Zilinsky et al., 2024). A eficácia da desinformação é maximizada quando esta se confirma naquelas que são as crenças pré-existentes dos indivíduos, o que a torna resistente ao escrutínio crítico. Um exemplo prático disto é a alegada questão do "aumento da criminalidade em Portugal devido aos imigrantes". Embora esta frase seja regularmente usada pelo partido e de afirmar que os imigrantes vêm para Portugal com a intenção de cometer crimes, a verdade é que este argumento carece de veracidade. Numa publicação no Diário de Notícias: "[...] se em 2009, quando a população estrangeira residente somava [...] 454 191, a PJ deteve 631 estrangeiros (correspondendo a 138,9 detidos por 100 mil imigrantes), em 2023, com o número de estrangeiros residentes mais que duplicado (1 044 605), foram 513 os detidos, correspondendo a 49,1 por 100 mil residentes". (Câncio, 2025).

Apesar de, em diversas ocasiões, se verificar a divulgação da nacionalidade estrangeira de certos indivíduos implicados em atos criminais, prática que contribui para o reforço desta narrativa ao conferir-lhe uma aparência de legitimidade, tal associação acaba por revelar-se falaciosa e não corresponde, de forma rigorosa, à realidade dos factos, ainda que tenha um certo ponto de verdade. Isto acaba por dificultar o seu questionamento crítico e, consequentemente, favorece esta perpetuação da desinformação como algo com valor de verdade.

2.9. Os Limites do *Fact-Checking* e a Resiliência da Desinformação

A ascensão da extrema-direita e da desinformação diretamente relacionada com esta força obrigou à existência de agências de *fact-checking*. Amazeen (2015), classifica *fact-checking* como uma forma de jornalismo responsável, que tem como objetivo divulgar erros ou falsidades, independentemente da fonte. Rivas-de-Roca et al. (2023) investigam a agenda destas agências na Europa, incluindo Portugal, onde tentam encontrar o respetivo impacto na comunicação dos partidos populistas de direita.

Apesar do empenho dos *fact-checkers* em validar este tipo de declarações, a sua capacidade para contrariar a desinformação e garantir que esta alcance o público adequado é, muitas vezes, insuficiente. Neste ponto, enquanto os media tradicionais estão a dedicar cada vez mais atenção à divulgação adequada de informações factuais (Glasser, 2016), repetir informações erradas com o objetivo de corrigi-las pode, paradoxalmente, levar a uma maior disseminação das mesmas (Zilinsky et al., 2024).

Os resultados indicam que, apesar de se focarem em líderes populistas, as verificações de factos têm um alcance inferior do que as mensagens originais (Rivas-de-Roca et al., 2023). Dá-se, assim, a criação de um desequilíbrio neste meio social: Por um lado, o Chega consegue alcançar um público amplo e variado adquirindo, assim, validação e um certo valor de verdade. Por outro lado, os *fact-checkers* não são capazes de responder de forma tão eficaz estas mensagens. Em prol disto, a desinformação ganha terreno e, desta forma, molda pensamentos e ideias de forma incorreta e imprecisa. A persistência da desinformação, mesmo após desmentidos, é um desafio constante no *fact-checking*. Zilinsky et al. (2024, p.966) teorizam que “elas (refere-se ao apoio ou crença em desinformações) tendem a repercutir mais entre pessoas que já têm uma mentalidade pré-existente orientada para a conspiração”. Este cenário dificulta a desconstrução das narrativas do Chega e facilita o seu reconhecimento, independentemente da sua base factual.

2.10. A Polarização Política e a Formação de Identidades Online

Cazzamatta (2024) destaca que países com uma forte presença online de partidos de extrema-direita, como é o caso da França ou da Itália, apresentam níveis mais elevados de polarização política. Este ambiente polarizado é uma porta aberta para o crescimento de mais partidos que se alinhem com os mesmos pensamentos e ideais. As redes sociais, ao recorrerem a algoritmos de personalização e à tendência para a formação de comunidades ideologicamente similares, tendem a amplificar divisões ou segmentações já existentes no contexto social. Assim, este fenómeno acaba por criar condições favoráveis ao surgimento de *echo chambers*, onde os utilizadores expostos a conteúdos que reforçam e legitimam as suas próprias ideias e convicções, entram em detrimento do confronto com perspetivas dissonantes.

Neste sentido, Jamieson e Cappela (2010) explicam que este espaço mediático delimitado e fechado tem o potencial de amplificar as mensagens transmitidas dentro dele e isolá-las de refutações. Consequentemente, esta polarização não só dificulta o diálogo e o consenso, mas também fortalece as identidades grupais. No contexto político, isto significa que os utilizadores “ficam cada vez mais isolados nas suas próprias bolhas ideológicas, a polarização dos grupos intensifica-se, à medida que os pontos de vista divergentes são suprimidos, dificultando o diálogo construtivo e exacerbando as divisões sociais” (Kim, 2023, p. 2).

No Instagram, os apoiantes do Chega encontram refúgio em comunidade e validação nas ideias que defendem, o que pode reforçar e / ou fortalecer a sua lealdade e disposição para desafiar o consenso mediático, ou seja, às narrativas dominantes nos meios de comunicação tradicionais. Deste modo, os apoiantes sentem-se parte da comunidade ficando, assim, mais propícios e motivados a rejeitar visões predominantes dos media. A natureza da desinformação europeia, mais focada em *misleading information* do que em histórias fabricadas (Cazzamatta, 2024), sugere uma sofisticação na sua disseminação que se alinha com a polarização, onde nuances e meias-verdades podem ser mais eficazes do que falsidades flagrantes. O que isto significa é que, num ambiente já polarizado, a desinformação tende a ser mais subtil e discreta.

Desta forma, em vez de contar mentiras óbvias, são disseminadas verdades distorcidas ou mensagens ambíguas, as chamadas meias-verdades, que acabam por ser mais eficazes, na medida em que parecem credíveis e alimentam divisões já existentes.

CAPÍTULO 3

Metodologia

3.1. Desenho Metodológico Geral

A investigação aqui apresentada adota uma abordagem metodológica mista, conjugando técnicas de análise de discurso digital com métodos de recolha direta de perceções individuais. O objetivo é compreender até que ponto a opinião pública dominante influencia o debate político no Instagram, tomando como estudo de caso a intervenção policial na Rua do Benfornoso, em Lisboa. Este episódio gerou uma intensa polarização, refletida tanto nos comentários a publicações jornalísticas nas redes sociais como nas perceções que os cidadãos têm da forma como se manifestam dinâmicas de silenciamento e legitimação discursiva.

A escolha metodológica decorre, assim, da necessidade de observar duas dimensões complementares. Por um lado, a análise das interações discursivas públicas centrou-se nos 249 comentários recolhidos a uma publicação do jornal Público no Instagram, datada de 20 de dezembro de 2024, permitindo captar a circulação de narrativas e identificar quais os enquadramentos dominantes. Para operacionalizar esta recolha, recorreu-se ao **PhantomBuster**, uma ferramenta de extração automatizada que possibilita recolher comentários e outros dados públicos a partir de perfis abertos no Instagram. Esta tecnologia, amplamente utilizada na investigação digital, garante a recolha rigorosa e sistemática de dados, respeitando os limites e termos de utilização da plataforma. Por outro lado, a aplicação de um inquérito por questionário, disseminado em plataformas digitais, possibilita recolher dados sobre as perceções individuais relativamente à liberdade de expressão, ao impacto da opinião dominante e à disposição para participar no debate político online. Ao combinar estas duas perspetivas – a expressão pública e a perceção privada – torna-se possível construir uma visão mais robusta sobre os mecanismos de silenciamento e legitimação presentes no espaço digital.

Esta triangulação metodológica procura, ainda, responder a limitações inerentes a cada técnica quando usada de forma isolada. A análise de comentários no Instagram tende a refletir apenas as vozes mais ativas e visíveis, deixando de fora utilizadores que optam por não se pronunciar. Já os inquéritos online, embora permitam captar uma diversidade de perceções, estão sujeitos a constrangimentos como a auto-seleção dos participantes e a impossibilidade de garantir a representatividade da amostra. A utilização combinada destes métodos permite mitigar parcialmente tais limitações, oferecendo uma compreensão mais equilibrada e contextualizada do fenómeno em estudo.

3.2. Nuvem de Palavras

O procedimento seguido neste estudo insere-se no campo da análise de conteúdo multimédia, enquadrada nos chamados métodos digitais (Rogers, 2013; Cardoso & Sepúlveda, 2025). A análise de conteúdo, tal como definida por Bardin (1977) e desenvolvida por Krippendorff (2013), procura identificar, categorizar e interpretar padrões em mensagens, podendo assumir abordagens qualitativas, quantitativas ou híbridas. No contexto digital, esta tradição metodológica é ampliada por técnicas computacionais, capazes de lidar com grandes volumes de dados textuais provenientes de plataformas online.

De acordo com Cardoso e Sepúlveda (2025), os métodos digitais não devem ser entendidos apenas como ferramentas técnicas, mas como um enquadramento metodológico próprio, que reconhece o papel das plataformas na produção e disponibilização de dados. As *affordances* (Gibson, 1977) e a mediação algorítmica (Gillespie, 2018) condicionam a forma como os conteúdos circulam e podem ser recolhidos, pelo que qualquer análise digital deve considerar tanto as práticas discursivas dos utilizadores como as lógicas técnicas e normativas da própria plataforma. Neste sentido, o presente estudo assume uma abordagem quali-quantitativa, típica da análise de conteúdo multimédia em ambientes digitais, ao conjugar procedimentos de contagem de frequências e extração de palavras-chave com processos de normalização semântica e interpretação contextual dos comentários.

O corpus analisado corresponde aos comentários a uma publicação do jornal Público (@publico.pt) na rede social Instagram, datada de 20 de dezembro de 2024. A recolha dos dados foi realizada com recurso à ferramenta PhantomBuster, através da funcionalidade *Instagram Post Commenters Export*. O processo envolveu o acesso ao Instagram por uma conta pessoal, a instalação da extensão PhantomBuster no navegador Google Chrome e a ligação ao website da plataforma, onde se selecionou a funcionalidade de exportação de comentários. Posteriormente, foi obtido o *session cookie* do Instagram, necessário para autorizar a extração, e introduzido o URL da publicação em análise. Definiu-se o processamento de apenas uma publicação por execução e a extração foi lançada manualmente, tendo os resultados sido exportados em formato CSV. O processo respeitou os limites de acesso da plataforma, bem como os seus Termos de Utilização. O ficheiro CSV gerado foi armazenado no Google Drive e aberto em *Google Sheets*, onde se criou um documento de trabalho intitulado “Tratamento Dados Público”. A partir da folha original, foi produzida uma segunda folha, designada “results filtrado”, que serviu de base à limpeza e normalização dos dados. Esta fase incluiu a correção

de erros ortográficos evidentes, como a substituição de “rassismo” por racismo ou “xenofilia” por xenofobia, e a uniformização de expressões recorrentes, como “Quem não deve, não teme”.

Um ponto metodológico relevante foi o tratamento dos emojis presentes nos comentários. Estudos recentes demonstram que os emojis desempenham um papel expressivo fundamental na comunicação mediada por computador, funcionando como marcadores emocionais e substitutos de pistas não verbais (Susindar et al., 2022). No entanto, a sua interpretação não é universal: fatores culturais influenciam fortemente a forma como são escolhidos e entendidos (Sun et al., 2023). Além disso, embora sejam considerados mais expressivos do que os emoticons, também podem gerar ambiguidades e novas normas de interpretação, variando consoante o contexto e a plataforma (Sampietro, 2020).

Neste estudo, decidiu-se inicialmente traduzir alguns emojis em categorias interpretativas (“concordância”, “discordância”), preservando o seu contributo para a expressão de sentimentos. Contudo, para garantir consistência e evitar distorções na análise automatizada, optou-se por eliminar todos os emojis, reconhecendo ao mesmo tempo o seu papel comunicativo e as limitações da tecnologia de processamento de linguagem natural em captá-los. Esta decisão metodológica reflete, por um lado, a importância reconhecida dos emojis na comunicação online (Waterloo et al., 2017) e, por outro, a necessidade de assegurar a fiabilidade dos resultados obtidos pela nuvem de palavras. Após este processo de filtragem e normalização, o número de comentários válidos reduziu-se de 249 para 242.

A análise dos comentários foi realizada através do Módulo MAM – Word Cloud (<https://thenewmedia.pt/mam/login>), uma ferramenta institucional de acesso restrito a estudantes da unidade curricular Métodos de Análise e Multimédia (MAM) do Iscte. O módulo recorre a técnicas de Processamento de Linguagem Natural (PLN) para proceder à extração de palavras-chave, à sua categorização em diferentes classes (entidade, organização, localidade, pessoa e outra) e à análise de sentimentos. De forma a garantir a reprodutibilidade, foram guardadas capturas de ecrã da configuração utilizada e o ficheiro CSV de frequências exportado pela plataforma foi incluído em anexo.

Assim, a metodologia adotada conjuga os princípios clássicos da análise de conteúdo com as potencialidades da investigação digital contemporânea. Através da articulação entre procedimentos manuais de preparação do corpus e técnicas automatizadas de extração e visualização, foi possível analisar de forma sistemática um conjunto expressivo de comentários online, respeitando simultaneamente a exigência de rigor científico e a necessidade de lidar com as especificidades do ambiente digital.

3.3. Inquérito por Questionário

3.3.1 Definição da Amostra

Antes de prosseguir para os resultados do inquérito por questionário, é fulcral caracterizar a amostra que foi utilizada. A população elegível para participar no inquérito viu-se obrigada a consentir com o seguinte conjunto de normas: “Declaro que li e compreendi a informação acima descrita, que sou maior de 18 anos e consinto participar neste inquérito”. Deste modo, os dados recolhidos das 245 respostas obtidas mostram-se cumpridores para com todas as normas éticas de confidencialidade dos inquiridos. Além disto, a própria descrição do inquérito explicita o fator de anonimato, salientando-se: “Todas as respostas são, portanto, anónimas, não sendo recolhida qualquer informação que o torne identificável. A sua participação é totalmente voluntária”. Não só como forma de preservar a identidade dos inquiridos, este aspeto revela-se fulcral para que as respostas sejam o mais sinceras possíveis, sem que qualquer inquirido possa recear represálias.

Consequentemente, e de modo a proteger a privacidade dos participantes e reforçar a liberdade de resposta, não foram solicitados dados de identificação pessoal, como idade, sexo, grau de escolaridade, entre outros. Considerando que a divulgação do inquérito iria abranger várias regiões do país, não se limitando apenas à área de Lisboa, optou-se por incluir a questão “Reside em Lisboa?”. Esta variável disponibilizou quatro categorias de resposta: “Sim, resido”; “Sim, resido, mas estou deslocado por motivos académicos/profissionais”; “Já residi, mas não atualmente”; “Não resido”. Apenas 43.5% (N=106) dos inquiridos responderam com “Sim, resido”, o que torna a amostra mais diversificada.

O inquérito foi divulgado predominantemente através da aplicação WhatsApp, recorrendo-se tanto a mensagens privadas como à partilha em grupos. Posteriormente, durante os dois primeiros dias em que o formulário esteve disponível para respostas, foi também promovido na conta pessoal de Instagram. A aceitação de respostas ao inquérito decorreu entre os dias 16 e 30 de agosto de 2025.

3.3.2. Formato do Inquérito

O inquérito foi realizado através da plataforma *Google Forms*, uma ferramenta digital disponibilizada pela Google para a criação e recolha de questionários online.

É composto por 18 perguntas de escolha fechada e 2 de resposta aberta. No entanto, apenas 11 participantes responderam à primeira pergunta aberta, uma vez que esta surgia de uma ramificação vinda de outra pergunta do questionário. A última questão, e consequentemente aberta, que incidia no tema “Tem agora a oportunidade de expressar a sua opinião livremente

sobre o tema, se assim o entender” foi deixada em aberto, sem limite de caracteres, sem obrigatoriedade de resposta ou de qualquer outro tipo de restrições. Este tipo de abordagem permite aos participantes do inquérito falem abertamente sobre o tema tratado pelas suas próprias palavras, sem serem limitados pelas restrições das perguntas de resposta fechada (Guest et al., 2012). Todo o inquérito está disponível na pasta “Inquérito” adiciona aos anexos.

Estas respostas fechadas foram, por sua vez, criadas com diversos parâmetros que englobavam a seleção de 1-5 por ordem de preferência, a seleção de todas as opções que se apliquem ao inquirido e a seleção da resposta que se adegue melhor à sua situação, dentro daquelas apresentadas. Note-se que nunca foi apresentada nenhuma questão de “sim” ou “não”, ainda que este formato tenha a vantagem de simplificar a análise de dados posterior. Ainda assim, optou-se por não incluir perguntas deste tipo por raramente ser tão simples quanto sim ou não (Treadwell & Davis, 2019). Nas perguntas de seleção de 1-5, o número 3 considerou-se como “neutro” ou “não responde”.

3.3.3. Limpeza e Normalização dos Dados

Tal como na nuvem de palavras, foi necessário proceder a uma limpeza e normalização dos dados devido a um erro na criação do formulário, detetado alguns minutos depois da divulgação do mesmo. O erro encontrava-se na última pergunta, de resposta aberta, que estava seleccionada como resposta de teor obrigatório quando se tratava, na verdade, de uma pergunta facultativa. Consequentemente, as respostas dessa questão nos primeiros seis formulários não foram facultativas, mas sim impostas pelo erro. Procedeu-se, então, à limpeza destas seis respostas à pergunta, tendo em consideração que nenhuma tinha conteúdo de teor válido escrito, o que alterou o total prévio de 63 para 57 respostas.

3.3.4 Interpretações Visuais

De modo a compreender as perceções e ideologias dos participantes no inquérito, proceder-se-á à análise e discussão das perguntas / questões, aprofundando todas aquelas que se sobressaíam de alguma forma ou que geram mais situações de debate. Este inquérito por questionário foi elaborado de forma a abordar diversas perspetivas do tema noticiado na publicação, uma vez que este suscitou grande revolta de todos os lados envolvidos. Com isto, pretende-se explorar a forma como os inquiridos percecionam certos acontecimentos que decorreram durante a operação policial e, também, sobre a própria vontade de comentar a publicação no Instagram. Todas as figuras relativas às próximas secções do inquérito foram geradas através do Flourish

(<https://flourish.studio/>), uma ferramenta online que permite visualizar dados digitais em gráficos.

3.3.5. Familiarização dos Inquiridos com o Tema

Após a declaração de consentimento, a segunda página do inquérito começa com uma secção “Familiarização para com o tema”, onde é explicado que “Em perguntas de escala de 1-5, o número 3 considerar-se-á como «neutro» ou «não respondo»”. É fulcral realçar a importância de incluir uma opção deste teor ou de neutralidade para reduzir o risco de respostas falsas ou pouco fiéis à realidade. Noutro ponto, foi ainda inserida uma imagem da operação, onde se pode observar dezenas de pessoas encostadas à parede com vários agentes da autoridade no local. Tal efeito visa contextualizar a situação para algum eventual inquirido que não soubesse do que se tratava sem o auxílio da imagem.

CAPÍTULO 4

Resultados e Discussão

4.1. Nuvem de Palavras: Resultados e Discussão

Figura 4.1 – Nuvem de palavras das palavras-chave retiradas dos comentários da publicação



A análise incidu sobre um total de 242 comentários recolhidos na publicação em causa, após o processo de limpeza e normalização descrito na metodologia. O objetivo principal foi identificar os termos e expressões mais recorrentes, de modo a compreender os focos centrais do debate que emergiu em torno da intervenção policial noticiada.

A primeira nuvem de palavras foi gerada sem exclusão de termos, permitindo observar a frequência relativa das palavras-chave extraídas automaticamente pelo módulo MAM – Word Cloud. Tal como se mostra na figura 4.1, a palavra “Polícia” surgiu destacada de forma preponderante, o que evidencia a centralidade do tema policial no conjunto dos comentários.

Embora esta primeira visualização permita confirmar a relevância do termo “Polícia”, a sua predominância visual dificultou a perceção de outros temas em discussão. Para colmatar esta limitação, foi criada uma segunda nuvem de palavras, aplicando a funcionalidade de *stop-word* ao termo “Polícia”. O resultado é apresentado na figura 4.2, onde se tornam mais evidentes outros focos de debate, nomeadamente, a referência a “parede” e “rusgas”, que remetem para aspetos mais concretos da operação policial.

Figura 4.2 – Nuvem de palavras das palavras-chave com stop-word: Polícia.



O ficheiro DataExport, gerado pela plataforma, registou as frequências totais de cada palavra-chave extraída. A análise mostra que o termo “Polícia” foi selecionado 44 vezes, apesar de ter sido escrito 65 vezes no total dos comentários, seguido de “Portugal” (13), “segurança” (12), “procedimento” (12) e “racismo” (12). Outros termos relevantes incluem “portugueses” (9), “imigrantes” (8), “país” (7) e “Bangladesh” (6). Estes resultados confirmam que o debate se centrou sobretudo na legitimidade da atuação policial, frequentemente contraposta à questão do racismo, enquanto surgiram associações explícitas ao contexto nacional e à imigração.

Um exemplo ilustrativo é o comentário: “A comunicação social devia ter vergonha por transformar este caso em notícia, quando se trata de procedimentos policiais rotineiros. Antes de publicarem a notícia, investigaram? Ou apenas lhes interessa posicionar-se contra as forças de segurança? Há pelo menos quinze anos que as revistas em locais de risco são realizadas desta forma, independentemente da cor da pele — branca, preta ou azul. Este argumento do racismo é exaustivo”. A partir deste comentário, a ferramenta extraiu⁶ as palavras-chave “comunicação social”, “notícia”, “racismo”, “forças de segurança” e “revistas”. O exemplo mostra como o algoritmo seleciona termos centrais a partir do discurso, permitindo observar o cruzamento entre atores institucionais, como forças de segurança e comunicação social, e temas controversos, como o racismo.

A plataforma aplicou igualmente algoritmos de análise de sentimentos aos comentários. Os resultados indicaram uma distribuição de 31,8% de comentários classificados como positivos (77), 60,3% como negativos (146) e 7,9% como neutros (19), com um valor médio de $-0,29$, sugerindo uma predominância de sentimento negativo. Todavia, a fiabilidade desta análise mostrou-se limitada, uma vez que o algoritmo considerou apenas o valor literal das palavras,

⁶ Anexo A

sem atender ao contexto discursivo. Isto levou a classificações equívocas. Por exemplo, comentários como “Parabéns a toda a polícia” ou “Aqui em Portugal há leis e regras...” foram classificados⁷ como positivos, quando, no contexto da publicação, funcionavam como críticas indiretas à perspectiva da comunidade imigrante. O mesmo se verificou com a expressão “Quem não deve, não teme”⁸, normalizada na fase de tratamento dos dados e presente em 13 comentários. Embora classificada como positiva pelo algoritmo, esta expressão operava, na realidade, como contra-argumento à denúncia de racismo, legitimando a intervenção policial. Em sentido inverso, comentários de apoio à notícia, como “Uma abordagem da criminalidade que nos envergonha... faz lembrar outros tempos. Assim não”, foram classificados como negativos, apesar de expressarem uma crítica à polícia. Face a estas discrepâncias, concluiu-se que a análise de sentimentos não constitui uma medida fiável neste corpus, tendo sido excluída da avaliação interpretativa.

Em síntese, os resultados demonstram que a intervenção policial constituiu o núcleo central do debate, visível na predominância do termo “Polícia”, presente na figura 4.1. A exclusão desse termo, visível na figura 4.2, permitiu evidenciar dimensões complementares, como “parede” e “rusgas”, que apontam para aspetos mais concretos da operação. A análise de frequências destacou a polarização em torno de temas como segurança, procedimentos policiais, racismo e imigração. Já a tentativa de análise de sentimentos mostrou-se metodologicamente limitada, reforçando a necessidade de uma interpretação qualitativa e contextual que será desenvolvida no capítulo seguinte.

4.2. Inquérito por Questionário: Resultados e Discussão

Figura 4.3 – No Instagram, segue perfis nacionais que partilhem conteúdo noticioso regularmente?

De modo a perceber se o Instagram é utilizado como fontes de informação regular dos participantes, a primeira questão visa identificar a quantidade de perfis noticiosos nacionais que estes seguem. Tendo em conta os resultados, verificou-se que 53,9% (N=132) dos inquiridos respondeu que segue vários perfis, seguindo-se de 8,2% (N=20) que respondeu que “Sim, um perfil”, enquanto 31,8% (N=78) correspondem àqueles que responderam que não seguem perfis noticiosos. No ponto anteriormente referido sobre a importância de disponibilizar uma opção para incertezas ou neutralidades, verificou-se que 6,1% (N=15) restantes responderam que não

⁷ Anexo B e C

⁸ Anexo D

têm a certeza. Esta opção veio não só evitar que os inquiridos se alinhassem com uma resposta que não fosse a sua, como também os diferenciou daqueles que não seguem quaisquer perfis noticiosos.

Figura 4.4 – Costuma comentar com que regularidade em publicações noticiosas no Instagram sobre temas políticos?

Os resultados a esta questão revelam algumas possibilidades analisadas previamente. A esmagadora maioria do inquiridos, com 73,5% (N=180), afirma que nunca comentam publicações noticiosas no Instagram sobre temas políticos, enquanto apenas 4,1% (N=10) fazem-no frequentemente. Esta tendência vem corroborar teorias como a espiral do silêncio (Noelle-Neumann, 1974) e a de autossilenciamento “total” ou “seletivo” explicadas por Masullo e Duchovnay (2022), onde a opinião considerada como maioritária acaba por silenciar as demais provocando, então, este autossilenciamento. Outra possibilidade será a de receio de represálias, visto que a maioria dos comentários presentes na última pergunta foram a favor da ação policial, alinhando-se com ideologias defendidas por partidos como o Chega. Um comportamento dos inquiridos que vem corroborar tais teorias ocorre na última pergunta do inquérito, de resposta facultativa. Quando confrontados com a parte “Tem agora a oportunidade de expressar a sua opinião livremente sobre o tema”, mesmo que se considere as opções “alguma frequência” e “frequentemente” em conjunto (N=21), deixam com que 36 pessoas do total das 57 que responderam à questão confirmem a possibilidade de existência da espiral do silêncio e do autossilenciamento em si.

A maioria das respostas, como será observado mais à frente na análise, enquadra-se na opinião considerada como dominante da secção de comentários, sendo esta em prol das forças de segurança e, consequentemente, contra a publicação do Público e aquilo que esta veio retratar: a indignação de quem foi encostado à parede. Ainda assim, o facto de 36 pessoas terem dado a sua opinião quando não o fazem nas redes sociais online aponta para a importância do fator anonimato do inquérito. O facto de um utilizador não comentar uma publicação, mesmo que as suas perspetivas estejam em sintonia com a opinião dominante dos comentários pode estar associado ao medo de exposição online e de possíveis represálias, algo que o carácter de anonimato do inquérito vem remover totalmente.

Figura 4.5 – Costuma abrir a secção de comentários de publicações noticiosas no Instagram sobre temas políticos?

De forma a perceber se “desinteresse” dos utilizadores do Instagram poderia constituir uma opção válida para a análise feita à figura 4.4, esta questão pretende saber o hábito dos inquiridos de abrirem a secção dos comentários, independentemente de interagirem ou não com a mesma.

Comparando com o gráfico anterior, é possível observar uma clara descida dos valores “nunca” e “raramente”, de 91% (N=213) para 36,5% (N=89), contrariamente a “alguma frequência” e “frequentemente” que subiram de 8,6% (N=21) para 40,4% (N=99), excluindo esta hipótese como possibilidade de os comentários serem mais reduzidos nas publicações políticas comparativamente à última pergunta do inquérito. Esta repentina subida de 180 inquiridos afirmarem que nunca comentam publicações noticiosas no Instagram, contrastando com apenas 10 que o fazem frequentemente, pode ser explicado por não só pelas dinâmicas de silenciamento já referidas, como também por fenómenos como *echo chambers* e *filter bubbles*. Jamieson e Cappela (2010) e Sunstein (2001) explicam que as *echo chambers* são espaços mediáticos que explicam o facto de a opinião dominante fazer com que perspectivas alternativas sejam descredibilizadas. Assim, os indivíduos estão expostos a conteúdos maioritariamente alinhados com as suas crenças, inviabilizando a interação de opiniões divergentes. Esta exposição limita o debate no sentido que reduz a abertura e habilidade dos indivíduos considerarem outras perspectivas. Tal efeito deve-se às *filter bubbles*, que constituem o fenómeno responsável por personalizar o conteúdo que cada indivíduo é exposto nas plataformas digitais incidindo, na maioria das vezes, com pontos de vistas com os quais se identificam (Pariser, 2011).

Desta forma, a relação entre a figura 4.4 e a figura 4.5 pode ser vinculada a ambas as dinâmicas explicadas. Enquanto na figura 4.4 a maioria dos inquiridos opta por não comentar as publicações políticas, corroborando teorias como a espiral do silêncio e de autossilenciamento seletivo ou total, na figura 4.5 é possível concluir que, mesmo que os utilizadores não participem ativamente no debate, a curiosidade em perceber a opinião dominante está presente. Ao ler comentários que se identifiquem com a sua opinião, o utilizador pode sentir validade identitária política ao encontrar ideias semelhantes às suas sem necessidade de intervir ativamente na secção de comentários, comportamento que pode ser relacionado com as *echo chambers* e *filter bubbles*.

Figura 4.6 – Com que regularidade costuma clicar em "Gosto" nos comentários que se alinham com as suas ideias / crenças / percepções?

Contrariamente aos aspetos analisados na questão anterior, este tópico procura aprofundar a interação ativa dos inquiridos para com publicações noticiosas no Instagram através dos gostos em comentários feitos por outras pessoas. Dos 245 participantes, 27,8% (N=68) afirmam nunca clicar em *gosto* e 22,9% (N=56) fazem-no raramente, enquanto aqueles que clicam apenas às vezes e regularmente correspondem, ambos, a 24,5% (N=60). Uma pessoa (0,4%) mostrou-se neutra. Ao clicar em *gosto*, o utilizador assume que se identifica com o comentário, participando ativamente do debate. O gesto de gostar de um comentário retira a neutralidade de um utilizador perante o caso, enquanto ficar apenas pela leitura não o faz. No fundo, gostar de um comentário de uma publicação política é alinhar-se a uma determinada crença e aprovar o que foi escrito. Wang e Sundar (2022) sugerem que os gestos de aprovação funcionam como formas de expressão de opinião com baixo custo de exposição, reduzindo o risco de sanção social em comparação com o comentário ativo.

Compared to high-effort political expression (e.g., commenting), low-effort online political expression (e.g., liking, upvoting/downvoting) will result in (a) more negative affect, (b) more affective polarization, (c) less attitude extremity, and (d) less willingness to deliberate (Wang & Sundar, 2022)

Consequentemente, esta forma de expressão contribui negativamente para a qualidade deliberativa do discurso, uma vez que reforça a polarização dos debates, o que pode estar associado a *framing cascades*. Knüpfer e Hoffmann (2024) explicam que a forma com que um determinado enquadramento adquire força e presença no espaço discursivo devido aos sinais de aprovação que recebe dos utilizadores. Esta presença é influenciada pelas respostas a um comentário e pelos gostos aos mesmo sendo que, no Instagram, estas interações contribuem para que o algoritmo eleve os comentários mais interagidos, destacando-os para o topo da lista, o que os torna mais propícios a serem vistos por outros utilizadores em primeiro lugar. Neste sentido, Farjam e Loxbo (2024) exploram a forma como os utilizadores têm tendência para aderir à opinião percebida como dominante, algo que os algoritmos costumam influenciar. Ainda que um indivíduo possa discordar da opinião dominante, a percepção de que esta é a mais apoiada por outros utilizadores faz com que haja “(...) um atalho mental cognitivo” onde “os utilizadores online tendem a confiar e a gravitar em torno de opiniões mais populares” (Lee et al. 2020).

Assim, pode-se concluir pela análise das figuras 4.3 a 4.6 que a participação política no Instagram envolve a participação ativa dos utilizadores (gostar, partilhar, comentar) e passiva (ler os comentários, auto-validar opiniões sem interagir). Consequentemente, estas práticas por parte dos utilizadores tornam possíveis dinâmicas como espiral do silêncio, *echo chambers*,

filter bubbles, *framing cascades* e o efeito *bandwagon*, o que influencia a forma como certos indivíduos se posicionam perante temas políticos no espaço digital.

Figura 4.7 – Ouviu falar do incidente da Rua do Benfornoso através de:

De modo a dar ênfase à importância das redes sociais online como fonte de informação noticiosa, esta questão explora esta vertente no meio digital, como também quais as outras fontes de informação consumidas pelos inquiridos. Esta pergunta de resposta de seleção múltipla permite que os inquiridos selecionem a quantidade de opções com que se identifiquem, o que significa que a mesma pessoa pode ter ouvido falar no caso noticiado apenas através da televisão, como também permite haver pessoas que tenham ouvido através de todos os meios presentes.

Os resultados evidenciam que o consumo de notícias é feito maioritariamente através da televisão e das redes sociais online dominando, assim, as fontes de informação dos inquiridos com 71,8% (N=176) e 53,1% (N=130) respetivamente. Enquanto a televisão assume uma forma de exposição dos acontecimentos, as redes sociais online, nomeadamente, o Instagram, mostram-se mais propícias ao debate, uma vez que permitem a interação entre utilizadores, aspeto que os media tradicionais carecem. Tais acontecimentos ocorrem com o surgimento da Web 2.0, isto é, uma nova geração da internet onde os utilizadores interagem diretamente com redes sociais online, blogs, entre outros (Govil & Baishya, 2018) e que torna a participação ativa do utilizador neste meio possível. Maniou e Eteokleous - Grigoriou (2014) demonstram que a comunicação tradicional, como a televisão, é feita de forma unidirecional, isto é, do emissor para recetor. A Web 2.0 surge como um prolongamento deste meio comunicacional, na medida em que se transformou numa forma de comunicação bidirecional, desenvolvendo uma “estrutura adequada para a participação do utilizador”, onde estes estão a “contribuir, a colaborar e a criar” (Maniou & Eteokleous - Grigoriou, 2014). “Two-way communication means that the recipient forwards feedback to the sender. Both the sender and recipient respond, they influence each other, they are complementary and coordinated” (Kozina & Mlekuž, 2016, p.165).

Ainda que o Instagram não seja a fonte de informação de eleição do total dos inquiridos, a verdade é que esta rede social online mostra-se particularmente relevante para certos grupos onde os seus hábitos de consumo de informação pode estar associado ao seu contexto geográfico.

Figura 4.8 – Reside em Lisboa?

Ainda que a maioria (43,3% N=106) resida em Lisboa, pode-se constatar que há, igualmente, uma grande parte dos inquiridos (39,2% N=96) onde tal situação não acontece. Devido ao fator anonimato do inquérito, não é possível localizar concretamente o distrito de cada participante.

No entanto, os dados indicam que, fora da capital, 57 inquiridos tiveram conhecimento do incidente através das redes sociais online. Neste grupo, os inquiridos que fazem parte do universo votante “já residi em Lisboa, mas não atualmente”, “resido, mas estou deslocado por motivos académicos / profissionais” e “não resido” somam um total de 56% (N=139) da amostra. Estes 57 indivíduos, que correspondem a 41% das pessoas que estão fora de Lisboa, encontram-se em minoria comparativamente aos residentes da Capital. Entre estes (N=106), 67 responderam que foram informados do incidente através das redes sociais online afirmando-se, comparativamente aos inquiridos fora de Lisboa, como 63,2%. Estes resultados sugerem que, embora a residência em Lisboa possa aumentar a probabilidade de recorrer às redes sociais como fonte de informação, o meio digital permite também uma participação significativa de utilizadores fora do centro urbano, ainda que em menor afluência, confirmando o carácter transversal e acessível das plataformas online. Com isto, o contexto urbano evidencia-se como um dos motivos fundamentais para estes resultados. Não obstante, fatores não recolhidos devido ao anonimato como idade e situação profissional podem estar associados aos resultados obtidos.

Figura 4.9 – Conhecia a zona do Martim Moniz antes deste incidente?

A análise da familiaridade dos inquiridos para com a zona do Martim Moniz, à priori do acontecimento que sucedeu na Rua do Benfornoso, visa testar a hipótese de que essa familiaridade possa influenciar a perceção dos participantes relativamente à atitude da polícia.

A ideia que se pretende testar está associada, novamente, à última pergunta de resposta livre, tentando-se perceber até que ponto um participante que conheça bem a zona do Martim Moniz difere em opinião com alguém que apenas tenha ouvido falar na zona ou até que não a conheça. Consequentemente, pode-se observar que, contando com quem já tinha ouvido falar na zona e com quem não a conhecia de todo, apenas 12 inquiridos de um total de 57 responderam à última pergunta. Em contrapartida, 78,9% das respostas (N=45) foram de pessoas que conheciam bem a zona. Das 12 pessoas que não conhecem bem a zona do Martim Moniz (“já tinha ouvido falar” + “não conhecia”) e que comentaram a última pergunta, oito apoiam a abordagem policial, uma manifesta-se contra e três são neutros. Entre as restantes 45, apenas sete criticam a atitude da polícia e uma foi neutra, o que resulta numa esmagadora maioria favorável à rusga realizada pela polícia, com um total de 37 apoiantes.

Face aos dados recolhidos, não é possível constatar uma diferença plausível que sugira que a familiaridade com a zona do Martim Moniz diminua o apoio à ação policial.

Figura 4.10 – Considero a zona do Martim Moniz como conflituosa, de desacatos e/ ou que causa insegurança na zona de Lisboa.

Confrontados com a afirmação, 63,7% (N=156) dos inquiridos mostram-se inclinados a assumir que o Martim Moniz é uma zona conflituosa, contrastando com 13,1% (N=32) que discordam da afirmação. A perceção geral dos inquiridos mostra-se predominante na sensação de insegurança associada à zona, ainda que não seja algo absoluto.

O facto de 86 participantes concordarem parcialmente e não totalmente com a afirmação sugere que estes reconhecem problemas na área, ainda que não a considerem totalmente insegura. Possíveis causas desta diferenciação nas respostas poderá estar baseada no conteúdo publicado pelos media e como estes moldam a perceção dos espectadores. Caterini (2015, p. 1) explica a forma com que os meios de comunicação dão “ênfase redundante nos riscos”, o que procede à “criação elitista e espúria de preocupações”. O autor comprova que o fenómeno surge regularmente em aspetos criminais, apresentando resultados que “validam a demonstração empírica da artificialidade da representação dos media sobre o risco criminal” Caterini (2015, p. 1).

Esta ideia aplica-se tanto aos participantes que concordam parcialmente e têm consciência destes fenómenos, como aos que concordam totalmente, ainda que possam não reconhecer que os media tendem a exagerar neste tipo de contextos, como explica Caterini. Além disto, a resposta de muitos participantes surge não apenas pelo que é retratado nos media, mas sim pela familiarização para com a zona, sendo que na última pergunta é possível ver comentários como “Eu não vou a essa rua por ter medo de ser assaltada, violada”.

Figura 4.11 – Considero que a zona do Martim Moniz / Benfornoso necessita de uma presença policial mais ativa.

A perceção generalizada da necessidade de reforço policial na zona do Martim Moniz (73,1% N=179) mostra que os resultados apresentados desde o início desta secção alinham-se com a tendência em apoiar a ação policial, medindo os riscos e incidentes na área passados nesta zona. Ainda que tais considerações reflitam a relação dos inquiridos entre riscos e a expectativa da presença policial mais ativa ser necessária, é de notar que 11,4% (N=28) dos participantes discordam com a afirmação. É fulcral realçar que tanto os indivíduos que, na última pergunta,

criticaram a ação policial como os que a defenderam chegam ao consenso que um “reforço de vigilância policial constante na zona seria uma mais-valia”.

Figura 4.12 – Considero que a ação policial na Rua do Benfornoso foi desapropriada / excessiva.

Figura 4.13 – Considero que a ação policial na Rua do Benfornoso respeitou questões relacionadas aos direitos humanos.

As questões referidas serão respondidas de forma agregada, uma vez que apresentam uma relação de complementaridade na abordagem ao acontecimento em análise. A eficácia da operação e a conduta ética exercida pela polícia são dois temas que dividiram opiniões por todo o país, sendo que esta afirmação pretende perceber, na ótica dos inquiridos, até que ponto é que a intervenção foi feita de forma legítima ou se o episódio foi palco de um episódio de abuso de poder.

A questão relativa à figura 4.12 pretende avaliar a perceção dos inquiridos relativamente à proporcionalidade da intervenção policial, pelo que lhes é solicitado se consideram a ação desapropriada / excessiva. Já na figura 4.13, a afirmação visa aprofundar questões sobre a legitimidade ética conduzida pelas forças de segurança, onde os participantes do inquérito devem responder conforme considerem que esta ação respeitou ou não direitos humanos. As estatísticas indicam que 49% dos inquiridos (N=120) discordam de a intervenção ter sido desapropriada / excessiva, um número superior aos 29,8% (N=73) que consideram que foi, sendo que 21,2% (N=52) mostraram-se neutros sobre o tema. Relativamente à questão seguinte sobre o respeito pelos direitos humanos, é possível observar que 43,3% (N=106) dos participantes consideram que não houve desrespeito por estes direitos, um valor inferior ao da resposta prévia, enquanto houve um ligeiro aumento de 6 participantes que julgam ter havido falta de respeito por direitos humanos

Ainda assim, observou-se um aumento no número de participantes que discordam da atitude da polícia perante o modo como operou intervenção em ambas as questões, algo que sugere uma mudança no julgamento dos inquiridos. Com isto, é possível perceber a diferença entre a perceção dos inquiridos em reconhecer a necessidade deste tipo de intervenções policiais, embora haja uma grande porção dos participantes recetiva quanto à forma ética e respeitosa dos direitos humanos com que a rusga foi feita.

Figura 4.14 – Considero que a ação policial na Rua do Benfornoso constituiu uma interferência grave aos direitos, liberdades e garantias dos cidadãos, especialmente para com a grande comunidade imigrante do sudoeste asiático que ali reside e trabalha.

Esta pergunta surge como um aprofundar da eventual possibilidade de existência de discriminação na operação policial, uma ideia que foi amplamente difundida pelos media tradicionais e defendida por partidos maioritariamente de esquerda em Portugal. Deste modo, o intuito desta questão passa por perceber qual foi a perceção dos inquiridos sobre as consequências sociais da operação policial na Rua do Benfornoso.

Os resultados demonstram que 53% (N=130) dos inqueridos discorda da ideia de que a ação policial tenha constituído uma interferência grave aos direitos, liberdades e garantias dos cidadãos no local, um valor superior ao registado na figura 4.13 (43,4% N=106) que consideraram ter havido respeito pelos direitos humanos. Ainda assim, é possível observar uma descida ligeira no número de pessoas que consideraram haver esta interferência, passando de 29,8% (N=73) na figura 4.13 para 26,6% (N=65) da figura agora em análise. Esta diferença sugere que há uma perceção maioritariamente favorável que considera a atuação policial legítima, ainda que exista uma quantidade moderada de inquiridos (26,6%, N=65) reticentes quanto às implicações que a rusga teve no contexto social. Parte da predominância de respostas que discordam da afirmação poderá estar relacionada ao facto de alguns inquiridos entenderem que a operação não foi um ataque direto à comunidade imigrante do sudoeste asiático que ali reside e trabalha, mas sim uma ação pontual que prevê o crime e que coincidiu com a grande maioria dos revistados serem imigrantes. Este enquadramento foi reforçado por figuras políticas de extrema-direita, nomeadamente, André Ventura, líder do partido Chega, que afirmou numa entrevista em direto na Rua do Benfornoso que “... não devemos dizer à polícia como deve fazer o policiamento, quando ela está sobretudo no cumprimento de mandatos judiciais (...) Os polícias estão a cumprir ordens que lhes foram transmitidas” (Jerónimo, 2024).

Em contraste, houve outros partidos que assumiram uma postura crítica à ação policial, nomeadamente, o Bloco de Esquerda, onde Mariana Mortágua, líder do partido, disse numa entrevista que “(...) além do medo, há um sentimento de vergonha de pessoas que trabalham, que trabalharam uma vida inteira, que imigraram para tentar ter uma vida melhor, pagam os seus impostos e que, de repente, há um dia em que são encostadas à parede sem nenhum motivo e revistadas sem nenhuma suspeita” (Castro, 2025). A polarização de discursos como os evidenciados por líderes políticos reflete a forma como diferentes enquadramentos mediáticos e partidários podem ser responsáveis pela moldagem de opiniões e interpretações dos acontecimentos. Esta divergência discursiva representa, assim, um elemento central na análise

da questão em estudo, uma vez que poderá ter influenciado a formação de opiniões dos inquiridos sobre o caso, uma hipótese que necessita de ser aprofundada.

Figura 4.15 – Sinto que este caso põe em causa questões relacionadas com os seguintes temas. A figura 4.15 pretende avaliar a perceção dos inquiridos sobre os temas e direitos que o caso da ação policial na Rua do Benfornoso envolve. Concretamente, esta questão não pretende avaliar os direitos violados na operação de forma quantitativa, mas sim a perceção dos indivíduos quanto aos temas postos em causa. 40,8% (N=100) dos inquiridos considera que não houve qualquer questão sobre direitos ou temas afetados pelo caso.

No entanto, há um total de 557 votos de inquiridos que identificam um ou mais temas ou direitos abordados na intervenção policial, indicando que, apesar de haver 100 votos em que não houve qualquer questão posta em causa, a maioria percebe a relevância dos temas no caso. É fulcral realçar que, destes 100 votos, houve nove ocorrências que selecionaram outras opções como racismo e dignidade, o que revela uma contradição. De entre os vários parâmetros possíveis, destacam-se Direito à liberdade e segurança (N=88), dignidade (N=83) e princípio da igualdade e não discriminação (N=76). Ainda que a opção “não sinto que houve qualquer questão posta em causa” esteja em superioridade de votos (40,8%, N=100), a análise detalhada revela que apenas 37,1% (N = 91) dos inquiridos responderam à questão de forma exclusiva. A maioria da amostra (62,9%, N=154), no entanto, selecionou uma ou mais opções da lista, contando ou não com a referida previamente, algo que demonstra que a perceção geral do caso reconhece implicações éticas na rusga feita pela polícia, ainda que haja mais de um terço dos votos que a considere legítima.

Figura 4.16 – Considero que a cobertura mediática sobre este tema influenciou a minha opinião.

A questão da figura 4.16 pretende avaliar a influência que os media têm na moldagem de opiniões dos espectadores, leitores e ouvintes, aplicada ao inquirido. Os meios de comunicação de massas forçam a atenção para determinados assuntos e para a forma como os apresentam:

The mass media force attention to certain issues. They build up public images of political figures. They are constantly presenting objects suggesting what individuals in the mass should think about, know about, have feelings about.
(Lang & Lang, 1966) citado por McCombs & Shaw (1972, p. 177)

A afirmação introduz a noção de *agenda-setting*, conceito que McCombs & Shaw (1972) explicam como a influência que os media têm na escolha de que assuntos assumem relevância

e quais não, orientando o debate público. Ainda assim, Trenanman & McQuail (1961) propõe que estas pessoas têm noção do que está a ser dito e de quem o está a dizer o quê, não aceitando tais conteúdos noticiados como verdades absolutas. Embora os media tenham tendência para destacar conteúdos polémicos e escandalosos com mais regularidade, os autores sugerem que existe pouca evidência que comprove, no seu contexto histórico, que a televisão tivesse feito algo além de fornecer informações. Esta perspetiva, ainda que antiga, reflete-se nos resultados do inquérito e mostra-se fulcral para a análise do mesmo, uma vez que 58,3% (N=143) dos inquiridos indica que a cobertura mediática sobre o tema não influenciou a sua opinião, contrastando com 15,5% (N=38) que afirmam ter sido influenciados.

Contudo, vários estudos podem desafiar a veracidade das respostas obtidas nesta questão relativamente à perceção da audiência quanto à forma como as notícias são difundidas. Estudos como o de Kroon et al. (2020) mostram que esta resistência individual à influência mediática pode ser ilusória. Segundo o autor, podem existir formas subtis de preconceito que estão omnipresentes nos ambientes noticiosos e que contribuem, consequentemente, para um desvio da imparcialidade (*bias*), afetando indivíduos sem que se apercebam disso. Assim, mesmo quando os indivíduos afirmam que não são influenciados pelos media podem, na verdade, estar ativamente a reproduzir padrões moldados por enquadramentos mediáticos. A ideia de que cada indivíduo formula as suas próprias opiniões conscientemente e de modo autónomo sendo que, caso alguém seja influenciado, serão os outros e não os próprios, mostra-se relevante para a análise à questão “considero que a cobertura (...) influenciou a minha opinião”, sendo este fenómeno denominado por *Third-Person Effect*.

In its broadest formulation, this hypothesis predicts that people will tend to overestimate the influence that mass communications have on the attitudes and behavior of others. More specifically, individuals who are members of an audience that is exposed to a persuasive communication (whether or not this communication is intended to be persuasive) will expect the communication to have a greater effect on others than on themselves. (Davison, 1983, p. 3)

Reconhecer a coexistência destas dinâmicas apresentadas possibilita uma análise mais enriquecida, ao considerar a existência simultânea de a) influência mediática inconsciente sob os inquiridos ou b) perceção consciente dos inquiridos dessa mesma influência.

Figura 4.17 – Sinto que seria capaz de expressar a minha opinião livremente nos comentários de uma publicação sobre este tema.

O gráfico da figura 4.17 mostra a percepção que os inquiridos têm sobre o facto de se sentirem capazes de expressar a sua opinião livremente nos comentários de uma publicação sobre a forma com que as forças policiais agiram. Embora exista uma distribuição equilibrada de pessoas em cada possibilidade de resposta, 32,2% (N=79) dos inquiridos discordam total ou parcialmente da afirmação, o que demonstra um sentimento de receio na manifestação pública das suas opiniões sobre o tema. Por outro lado, 41,2% (N=101) dos participantes afirmam-se capazes de o fazer, independentemente da possibilidade de repercussões em que isso possa resultar. 26,5% (N=65) mantêm-se neutros. Face aos resultados obtidos, é possível concluir há uma ligeira tendência para a expressão da opinião pública na secção de comentários do Instagram.

Contudo, quando comparados com os resultados da figura 4.4, onde 73,5% (N=180) dos inquiridos afirmaram nunca comentar publicações deste tipo e 13,5% (N=33) raramente o fazem, verifica-se um confronto entre a noção de capacidade e o comportamento real. Tais resultados demonstram, por isso, que apesar de uma grande percentagem dos participantes se sentir capaz de comentar uma publicação deste tipo, questões anteriormente respondidas como a relativa à figura 4.4 mostram o contrário. Esta percepção pode ser explicada, tal como foi na figura 4.4, por teorias como a da espiral do silêncio (Noelle-Neumann, 1974) e a de autossilenciamento examinadas por Masullo e Duchovnay (2022), que sugerem que os indivíduos tendem a silenciar-se quando confrontados com opiniões divergentes das suas e dominantes, sentindo que fazem parte de uma minoria.

Soffer & Dordini (2017, p. 399) corrobora esta ideia num estudo onde explica que “...o apoio percebido à opinião de alguém pela maioria teve um efeito positivo e significativo na disposição de expressar opiniões na esfera online”, algo que explica que o facto de 101 inquiridos se considerarem capazes de comentar, ainda que na prática, como visto na figura 4.4, 213 não o façam.

Figura 4.18 – Sinto que, ao comentar uma publicação sobre este tema, estaria a ser influenciado naquilo que diria devido aos comentários já existentes.

Figura 4.19 – Sinto que há pressão para me alinhar com a opinião maioritariamente expressa nos comentários.

À semelhança da análise feita às figuras 4.12 e 4.13, as figuras 4.18 e 4.19 serão analisadas em conjunto, uma vez que retratam temas semelhantes e complementares sobre a influência social e percepção individual. Relativamente à figura 4.18, é possível observar uma maior oscilação nos resultados obtidos, comparativamente à figura anterior. 65,8% (N=161) dos inquiridos discordam da afirmação, indicando que não são afetados pelos comentários existentes à priori,

contrastando com 12,6% (N=31) daqueles que concordam. Os restantes 21,6% (N=53) mostram-se neutros. Quanto à figura 4.19, 49,3% (N=138) dos participantes, à semelhança da figura 4.18, mostram-se resistentes à pressão para se alinharem com a opinião dominante. No entanto, os valores de quem concorda com a afirmação sobem comparativamente aos da figura 4.18, de 12,6% (N=31) para 24,9% (N=61), representando um quarto da amostra, sendo que os restantes 18,8% (N=46) apresentam-se neutros.

Tal como na figura 4.16, estas ideias de não ser influenciado por comentários ou ideias transmitidas por outras pessoas pode alinhar-se com a proposta de Davison (1983) sobre o *Third-Person Effect*, discutido previamente. Além disso, outros estudos como o de Houston et al. (2011, pp.87-88) concluem que “os comentários dos utilizadores que acompanham o conteúdo online podem influenciar a perceção desse conteúdo. (...) Estes resultados indicam que a dimensão interpessoal mediada por computador do conteúdo online pode influenciar as perceções das notícias online”. Por estes motivos, a discordância generalizada dos inquiridos quanto à influência que os comentários pré-existent de uma publicação pode influenciar, ao contrário dos resultados obtidos, a forma como os utilizadores percecionam conteúdo online. Ainda que haja uma parte significativa da amostra a acreditar que não seria influenciada, artigos analisados como o de Davison (1983) ou Houston et al. (2011) explicam que esta autoconfiança não é totalmente fiável.

Figura 4.20 – Sente que, face a estes dados, altera de algum modo a sua opinião daquilo que respondeu anteriormente sobre a abordagem policial?

Os resultados da operação policial na Rua do Benfornoso mostraram que, das 73 pessoas revistadas, nacionais e estrangeiras, a rusga identificou sete pessoas, deteve dois portugueses, apreendeu nove armas e duas armas brancas, bem como estupefacientes, dinheiro e um telemóvel furtado. Confrontados com estas informações, os inquiridos deveriam responder se, face àqueles resultados, alteravam de alguma forma a sua opinião ou se a mantinham.

A esmagadora maioria com 88,2% (N=216) votos manteve a sua opinião, 7,3% (N=18) preferiram não responder. Aos restantes 11 inquiridos (4,5%) que responderam que reconsideravam foram levados para uma pergunta extra através da função de ramificação do formulário, onde se deparavam com a seguinte questão: *Sendo que respondeu que sim à pergunta anterior, o que reconsideraria daquilo que respondeu anteriormente sobre a abordagem policial?* Como forma de análise às respostas dos resultados obtidos criando uma nova página denominada “Figura 4.20 respostas” dentro do *Google Sheets*, optou-se por criar duas possibilidades de encaixe: 1) mudanças / reavaliações de opinião e 2) crítica à ação

policial. Ainda que destes 11 participantes tenham afirmado que alteravam a sua opinião de alguma forma, houve três respostas que criticam a rusga, visível em “exagerada” ou “em parte foi bem sucedida apesar de ter sido desrespeitosa”.

Em contrapartida, os restantes oito participantes que alteraram a sua visão mostram que estão mais de acordo com o porquê de tal evento ter ocorrido, visível em respostas como “Acabou por ser justa e imparcial quanto à questão racial posta em causa”. Ainda assim, houve três ocorrências que mostram que estes inquiridos não mudaram totalmente de opinião. São elas “Não sou tão contra a abordagem que a polícia teve”, “Talvez tenha mudado de opinião” e “Se calhar a abordagem não foi tão desapropriada”. Estas três respostas partilham o sentimento comum de perceção mais profunda do porquê de a ação policial ter sido feita e o porquê de ter sido da forma que foi, encostando pessoas à parede, ainda que demonstrem um certo nível de incerteza ou hesitação quanto à mudança de opinião na sua totalidade. Ainda assim, considerando que a mudança foi suficientemente positiva para ter alterado estas três posições iniciais de um grau de desaprovação da conduta policial para uma perceção das razões pelas quais foi efetuada daquela forma indica um aproximar superior para o ponto 1) mudanças / reavaliações de opinião.

De modo a concluir este capítulo, pode-se concluir que o inquérito mostrou-se fulcral para a compreensão de dinâmicas de consumo informativo, expressão de opinião na esfera pública por parte dos inquiridos e a perceção dos mesmos face ao incidente na Rua do Benfornoso. Pôde-se verificar que, embora o Instagram não tenha sido a forma principal de conhecimento sobre o episódio policial (televisão N=176; Instagram N=130), este mostrou-se mais efetivo do que qualquer outro meio analisado devido às propriedades deste espaço digital contribuírem para o debate a formulação de opinião, algo que os media tradicionais carecem. A exposição a diferentes questões sensíveis e que geram disputas de opiniões mostraram-se relevantes para perceber a existência de perspetivas diferentes, observando-se três tipos de opiniões que predominaram o debate: a) concordância com a ação da polícia, b) concordância com a necessidade de intervenção mas discordância no modo como foi feito e c) discordância total com o episódio.

Os resultados das várias questões indicam, relativamente à liberdade de expressão dos inquiridos numa secção de comentários como o da notícia analisada, que existe uma perceção de liberdade para comentar, ainda que apenas 101 dos participantes afirmam-se capazes de o fazer (figura 4.17), algo que é reforçado pela figura 4.4. Este resultado conclui que a liberdade de expressão numa secção de comentários do Instagram é mitigada pelo receio de confronto com outros utilizadores ou medo do isolamento e represálias, algo explicado pelo facto de a

esmagadora maioria dos inquiridos, com 73,5% (N=180), afirmar que nunca comentam publicações noticiosas no Instagram sobre temas políticos.

Estas conclusões alinham-se com teorias como a espiral do silêncio de Noelle-Neumann (1974) e o autossilenciamento explicado por Masullo e Duchovnay (2022). Do mesmo modo, a predominância de comentários que apoiam a intervenção policial (41 que apoiam contra 9 que criticam, na última pergunta de resposta aberta), acabam por criar echo chambers e filter bubbles, como concluem Humprecht et al. (2024). Os comentários com mais interações, nomeadamente, gostos e respostas, tendem a permanecer no topo da secção de comentários, o que faz com que um novo utilizador, ao aceder a esta secção, veja maioritariamente comentários que se alinham com a opinião pública dominante, que no caso é o apoio à ação policial.

Deste modo, é possível concluir que o inquérito serviu como demonstração de que o Instagram, enquanto arena de debate político, evidencia tensões entre participação, visibilidade e silenciamento. Estas dinâmicas podem ainda ser interpretadas à luz do *Third-Person Effect* (Davison, 1983), na medida em que muitos utilizadores tendem a acreditar que os “outros” são mais suscetíveis à influência dos media e dos comentários dominantes do que eles próprios, o que, paradoxalmente, molda também a forma como ajustam o seu comportamento nas redes sociais *online*. Estas conclusões relacionam-se também com a teoria do *agenda-setting* de McCombs & Shaw (1972), segundo a qual os media não dizem às pessoas o que pensar, mas sobre o que pensar, moldando a saliência dos temas em debate. Consequentemente, é possível concluir que a opinião pública online não é inteiramente livre ou pessoal, uma vez que está propícia a ser moldada por dinâmicas sociais e mediáticas que afetam a perceção dos utilizadores de forma inconsciente.

CAPÍTULO 5

Conclusão

A presente dissertação teve como objetivo compreender a forma como a opinião pública dominante condiciona ou não o debate político no Instagram, particularmente no contexto da evolução discursiva associada ao partido Chega que, em apenas seis anos, ascendeu de uma minoria silenciada até ser, atualmente, um dos mais influentes em Portugal, como analisado no “Capítulo 2 – Revisão da Literatura”.

O tema em análise incidiu sobre o caso da Rua do Benfoso, um episódio que envolveu uma intervenção policial que “encostou dezenas de pessoas à parede”, como retratado pelos media, numa ação que dividiu Portugal entre as pessoas que apoiaram a intervenção e aquelas que a criticaram (polarização de opiniões). A análise teve como suporte empírico os comentários de uma publicação feita pelo *Público* no Instagram, posteriormente transformados em nuvens de palavras, bem como os resultados de um inquérito por questionário elaborado para esta dissertação que contou com 245 respostas.

Os resultados obtidos concluíram que, além de o Instagram ser uma arena de debate político complexa, onde a vontade de expressão entra em conflito com a opinião pública dominante, este também surge como um mecanismo de legitimação simbólica, capaz de amplificar determinadas narrativas, enquanto silencia outras. Tais características colmatam na moldagem da perceção coletiva daquilo que é válido ou não expressar neste espaço digital. Ainda assim, um caso que contorna estes filtros é o Chega que, independentemente da posição que adote sobre determinado tema, mostra-se resistente ao boicote. Algumas ideologias que defende podem ser consideradas controversas, relativamente a temas como a imigração ou a criminalidade e que vão ao encontro do tema analisado. No entanto, o Chega mostra-se firme na sua visão sobre tais temas, mobilizando massas de apoio que acabam por contornar o silenciamento.

Nesta análise, é possível observar que a esmagadora maioria dos comentários na publicação do *Público* no Instagram foram a favor da intervenção policial, ainda que o sentimento da nuvem de palavras não tivesse sido considerado como medida fiável neste corpus. A intervenção, considerada por inúmeras entidades como desrespeitosa e criticada por vários partidos portugueses como BE, PS, PCP, PAN e Livre por ser uma intervenção com intenções “racistas e xenófobas” (Jornal Económico com Lusa, 2025), foi igualmente defendida por

indivíduos que apoiam o Chega e também por aqueles que não o apoiam na totalidade, mas que se reveem em algumas ideias.

Estes ideais defendidos nos comentários podem ser corroborados pelo inquérito que se mostrou fulcral, entre outros aspetos, na determinação da influência da opinião dominante na perceção dos inquiridos. Os dados recolhidos evidenciam que a liberdade de expressão dos participantes pode ser influenciada pelos media, ainda que estes não se apercebam disso. Este fenómeno pode ser justificado pelo *Third-Person Effect* (Davison, 1983), que explica como a sensação de influência dos media num indivíduo é mais forte nos outros do que em si, algo que se considerou presente depois da análise ao inquérito.

No contexto digital, onde os algoritmos são uma parte fulcral que define o que é silenciado ou amplificado, o Chega assume-se como líder da população marginalizada pelos media, afirmando-se publicamente como o partido que diz o que muitos receiam expressar por medo de represálias (*Espiral do Silêncio*, Noelle-Neumann, 1974). No inquérito, ainda que haja pessoas que não apoiam a forma como a intervenção policial foi feita, muitas consideram que foi essencial para garantir a segurança de todos os envolvidos, bem como dos cidadãos.

Esta dissertação, por poder apenas analisar uma publicação onde a maioria defende a intervenção policial, mostra-se limitada na representatividade total do debate. A concentração de comentários nesta perspetiva reduziu a diversidade opinativa e diminuiu o equilíbrio entre posições opostas. Do mesmo modo, a utilização de um inquérito online, disseminado em redes sociais e baseado em respostas voluntárias, limita a representatividade da amostra e poderá enviesar os resultados. A própria categorização dos comentários, bem como a exclusão dos emojis ou a análise automatizada de sentimentos, introduz fragilidades metodológicas que condicionam a interpretação. Finalmente, importa reconhecer que a extrapolação a partir de um único caso empírico – a intervenção policial na Rua do Benfornoso – restringe a generalização dos resultados.

Por estas razões, espera-se que este estudo, ainda limitado pela extensão máxima da dissertação, que obrigou a sínteses recorrentes de conceitos que requereriam investigação mais detalhada, contribua para abrir caminho a novas investigações. Estas deverão ser mais amplas e diversificadas, analisando múltiplos casos políticos e diferentes plataformas digitais, aplicando metodologias mistas e amostras mais representativas, de modo a compreender de forma mais aprofundada como a opinião pública dominante influencia e, por vezes, silencia opiniões divergentes, levantando questões sobre a legitimidade e a pluralidade da expressão política no espaço online.

Referências Bibliográficas

- Adut, A. (2013). A Theory of the Public Sphere. *Sociological Theory*, 30(4), 238-262. <https://doi.org/10.1177/0735275112467012> (Original work published 2012)
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
- Amazeen, M. A. (2015). Revisiting the epistemology of fact-checking. *Critical Review*, 27(1), 1–22. <https://doi.org/10.1080/08913811.2014.993890>
- Bardin, L. (1977). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Biscaia, A. (2024). Look at this! Radical right-wing populist information sharing practices on Twitter in Portugal, Spain, and Brazil. *International Communication Gazette*, 87(5), 446-465. <https://doi.org/10.1177/17480485241290118> (Original work published 2025)
- Bozdog, E., & van den Hoven, J. (2015). Breaking the filter bubble: Democracy and design. *Ethics and Information Technology*, 17(4), 249–265. <https://doi.org/10.1007/s10676-015-9380-y>
- Cardoso, G., & Sepúlveda, R. (2025). Manual de métodos para pesquisa digital. *Mundos Sociais*. <http://hdl.handle.net/10071/34301>
- Caterini, M. (2015). Criminal Risk, Media Representation and Role of the Criminal Law Culture. *Bei-jing Law Review*, 6, 55-68. DOI: [10.4236/blr.2015.61008](https://doi.org/10.4236/blr.2015.61008)
- Cazzamatta, R. (2024). Global misinformation trends: Commonalities and differences in topics, sources of falsehoods, and deception strategies across eight countries. *New Media & Society*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/14614448241268896>
- Davison, W. P. (1983). The Third-Person Effect in Communication, *Public Opinion Quarterly*, Volume 47, Issue 1, SPRING 1983, Pages 1–15, <https://doi.org/10.1086/268763>.
- De Baets, A. H. M. (2012). Censorship Backfires: A Taxonomy of Concepts Related to Censorship. In with Project Censored, M. Huff, & A. L. Roth (Eds.), *Censored 2013: Dispatches From the Media Revolution* (pp. 223 - 234). Seven Stories Press.
- Farjam, M., & Loxbo, K. (2023). Social conformity or attitude persistence? The bandwagon effect and the spiral of silence in a polarized context. *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*, 34(3), 531–551. <https://doi.org/10.1080/17457289.2023.2189730>
- Gibson, J. J. (1977). *The Theory of Affordances*. In R. Shaw & J. Bransford (eds.), *Perceiving, Acting, and Knowing: Toward an Ecological Psychology* (pp. 67–82). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions that Shape Social Media*. New Haven: Yale University Press.

- Govil, N., & Baishya, A. K. (2018). The bully in the pulpit: Autocracy, digital social media, and right-wing populist technoculture. *Communication, Culture & Critique*, 11(1), 67–84. <https://doi.org/10.1093/ccc/tcx001>
- Guest, G., MacQueen, K. M., & Namey, E. E. (2012). Introduction to applied thematic analysis. In *Introduction to applied thematic analysis* (pp. 3-20). SAGE Publications, Inc., <https://doi.org/10.4135/9781483384436.n1>
- Houston, J. B., Hansen, G. J., & Nisbett, G. S. (2011). Influence of User Comments on Perceptions of Media Bias and Third-Person Effect in Online News. *Electronic News*, 5(2), 79-92. <https://doi.org/10.1177/1931243111407618> (Original work published 2011)
- Humprecht, E., Amsler, M., Esser, F., & Van Aelst, P. (2024). Emotionalized social media environments: How alternative news media and populist actors drive angry reactions. *Political Communication*, 41(4), 559–587. <https://doi.org/10.1080/10584609.2024.2350416>
- Jamieson, K. H., & Cappella, J. N. (2008). *Echo chamber: Rush Limbaugh and the conservative media establishment*. Oxford University Press.
- Jansen, S. C., & Martin, B. (2015). The Streisand effect and censorship backfire. *International Journal of Communication*, 9, 656–671.
- Keyes, Ralph (2004). The post-truth era: dishonesty and deception in contemporary life. *New York: St. Martin's Press*.
- Kim, L. (2023). The Echo chamber-driven Polarization on Social Media. *Journal of Student Research* 12(4). DOI: [10.47611/jsr.v12i4.2274](https://doi.org/10.47611/jsr.v12i4.2274)
- Knüpfer, C., & Hoffmann, M. (2024). Countering the “Climate Cult” – Framing Cascades in Far-Right Digital Networks. *Political Communication*, 42(1), 85–107. <https://doi.org/10.1080/10584609.2024.2332762>
- Krippendorff, K. (2013). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Kroon, A. C., van der Meer, T. G. L. A., & Mastro, D. (2020). Confirming Bias Without Knowing? Automatic Pathways Between Media Exposure and Selectivity. *Communication Research*, 48(2), 180-202. <https://doi.org/10.1177/0093650220905948> (Original work published 2021)
- Kunst, M., Toepfl, F., & Dogruel, L. (2020). Spirals of Speaking Out? Effects of the “Suppressed Voice Rhetoric” on Audiences’ Willingness to Express Their Opinion. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 64(3), 397–417. <https://doi.org/10.1080/08838151.2020.1796390>
- Lee, S., Atkinson, L., & Sung, Y. H. (2020). Online bandwagon effects: Quantitative versus qualitative cues in online comments sections. *New Media & Society*, 24(3), 580-599. <https://doi.org/10.1177/1461444820965187> (Original work published 2022)

- Lukamto, W., & Carson, A. (2016). POLITWEETS: Social media as a platform for political engagement between Victorian politicians and citizens. *Communication Research and Practice*, 2(2), 191–206. [10.1080/22041451.2016.1186485](https://doi.org/10.1080/22041451.2016.1186485)
- Maniou, T. & N. Eteokleous - Grigoriou. (2014). Television Vs Web 2.0 in the New Media Age: The effects of Information upon university students. *Communication Studies*. 16 (1), June: 2-32.
- Masullo, G. M., & Duchovnay, M. (2022). Extending the Spiral of Silence: Theorizing a Typology of Political Self-Silencing. *Communication Studies*, 73(5–6), 607–622. <https://doi.org/10.1080/10510974.2022.2129401>
- Mattingly, M. (2019). The Spiral of Silence After 45 years: A Spiral or Tornado - A Theory Review. DOI: [10.13140/RG.2.2.17737.49765](https://doi.org/10.13140/RG.2.2.17737.49765)
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (2017) The Agenda-Setting function of mass media. The Agenda Setting Journal 1:2 (2017), 105–117. DOI: [10.1075/asj.1.2.02mcc](https://doi.org/10.1075/asj.1.2.02mcc)
- Modreanu, S. (2017). The Post-Truth Era ? Human and Social Studies. <https://doi.org/10.1515/HSSR-2017-0021>
- Moffit, B. (2016). The global rise of populism: Performance, political style, and representation. *Stanford University Press*.
- Noelle-Neumann, E. (1974). The spiral of silence A theory of public opinion. *Journal of Communication*, 24, 43–51. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1974.tb00367.x>
- Papacharissi Z (2015). *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics*, Oxford Studies in Digital Politics (New York, 2014; online edn, Oxford Academic, 20 Nov. 2014). <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199999736.001.0001>
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet is hiding from you*. *Penguin Press*.
- Peres Junior, M. R.; Pereira, J. R.; Oliveira, L. C. (2013). Gestão Social sob a lente estruturacionista. *Revista de Administração Mackenzie*, v. 14, n. 6, p. 18-49,
- Rauchfleisch, A., & Kaiser, J. (2020). The German far-right on YouTube: An analysis of user overlap and user comments. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 64(3), 373–396. <https://doi.org/10.1080/08838151.2020.1799690>
- Rivas-de-Roca, R., Pérez-Curiel, C., & Casero-Ripollés, A. (2023). Effects of populism: The agenda of fact-checking agencies to counter European right-wing populist parties. *European Journal of Communication*, 39(2), 105-121. <https://doi.org/10.1177/02673231231197032> (Original work published 2024)
- Rogers, R. (2013). *Digital Methods*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Sampietro, A. (2020). Use and interpretation of emoji in electronic-mediated communication: A survey. *Visual Communication Quarterly*, 27(1), 27–39. <https://doi.org/10.1080/15551393.2019.1707086>

- Shoemaker, P.J., & Vos, T. (2009). Gatekeeping Theory (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203931653>
- Soffer, O., & Gordoni, G. (2017). Opinion expression via user comments on news websites: analysis through the perspective of the spiral of silence. *Information, Communication & Society*, 21(3), 388–403. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1281991>
- Stoycheff, E. (2016). Under Surveillance: Examining Facebook’s Spiral of Silence Effects in the Wake of NSA Internet Monitoring: Examining Facebook’s Spiral of Silence Effects in the Wake of NSA Internet Monitoring. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 93(2), 296-311. <https://doi.org/10.1177/1077699016630255> (Original work published 2016)
- Sun, J., Lasser, S. & Lee, S. K. (2023). Understanding emojis: Cultural influences in interpretation and choice of emojis. *Journal of International and Intercultural Communication*, 16(3), 242–261. <https://doi.org/10.1080/17513057.2022.2036790>
- Susindar, S., Schermuly, M., Krall, N., Pham, T., & K., T. (2022). Are Emojis Worth a Thousand Words? An Iconic Tool for Emotion Assessment. *Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society Annual Meeting*, 66(1), 440-444. <https://doi.org/10.1177/1071181322661342>
- Treadwell, D. & Davis, A. (2019). *Introducing Communication Research: Paths of Inquiry*. Fourth edition
- Trenaman, J., & McQuail, D. (1961). Television and the Political Image: A Study of the Impact of Television on the 1959 General Election (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003458456>
- Urman, A., & Katz, S. (2020). What they do in the shadows: examining the far-right networks on Telegram. *Information, Communication & Society*, 25(7), 904–923. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1803946>
- Valenzuela, S., Halpern, D., Katz, J. E., & Miranda, J. P. (2019). The Paradox of Participation Versus Misinformation: Social Media, Political Engagement, and the Spread of Misinformation. *Digital Journalism*, 7(6), 802–823. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1623701>
- Kozina, A. & Mlekuž, A. (2016). Intrinsic motivation as a key to school success: predictive power of self-perceived autonomy, competence and relatedness on the achievement in international comparative studies. *Šolsko polje*. XXVII. 63-88.
- Vogelmann, F. (2018). The problem of post-truth: rethinking the relationship between truth and politics. *Behemoth*, 11(2), 18–37. DOI : [10.6094/behemoth.2018.11.2.986](https://doi.org/10.6094/behemoth.2018.11.2.986)
- Völker, T., & Saldivia Gonzatti, D. (2024). Discourse Networks of the Far Right: How Far-Right Actors Become Mainstream in Public Debates. *Political Communication*, 41(3), 353–372. <https://doi.org/10.1080/10584609.2024.2308601>

- Wang, J. & Sundar, S. S. (2022). Liking versus commenting on online news: effects of expression affordances on political attitudes, *Journal of Computer-Mediated Communication*, Volume 27, Issue 6, November 2022, zmac018, <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmac018>
- Waterloo, S. F., Baumgartner, S. E., Peter, J., & Valkenburg, P. M. (2017). Norms of online expressions of emotion: Comparing Facebook, Twitter, Instagram, and WhatsApp. *New Media & Society*, 20(5), 1813-1831. <https://doi.org/10.1177/1461444817707349> (Original work published 2018)
- Zilinsky, J., Theocharis, Y., Pradel, F., Tulin, M., de Vreese, C., Aalberg, T., Cardenal, A. S., Corbu, N., Esser, F., Gehle, L., Halagiera, D., Hameleers, M., Hopmann, D. N., Koc-Michalska, K., Matthes, J., Schemer, C., Štětka, V., Strömbäck, J., Terren, L., Splendore, S., Stanyer, J., Stępińska, A., Van Aelst, P., & Zoizner, A. (2024). Justifying an Invasion: When Is Disinformation Successful? *Political Communication*, 41(6), 965–986. <https://doi.org/10.1080/10584609.2024.2352483>

Artigos de Notícia e Jornal

- Câncio, F. (2025). Imigração e criminalidade: os factos de uma ideia fixa. *Diário de Notícias*. <https://www.dn.pt/sociedade/imigra%C3%A7%C3%A3o-e-criminalidade-os-factos-de-uma-ideia-fixa>. Acedido a 16 de outubro de 2025
- Castro, A. (2025). Manifestação no Martim Moniz é “grito de revolta”, diz Mariana Mortágua. *Público*. <https://www.publico.pt/2025/01/09/politica/noticia/manifestacao-martim-moniz-grito-revolta-mariana-mortagua-2118167>. Acedido a 16 de outubro de 2025
- Jerónimo, M. (2024). André Ventura sobre operação no Martim Moniz: “Se fosse pelo Chega estaria cá polícia todos os dias”. *SIC Notícias*. <https://sicnoticias.pt/pais/2024-12-23-video-andre-ventura-sobre-operacao-no-martim-moniz-se-fosse-pelo-chega-estaria-ca-policia-todos-os-dias-9b55beaa>. Acedido a 16 de outubro 2025
- Jornal Económico com Lusa (2025). Dirigentes da esquerda na manifestação contra racismo e divisão da sociedade portuguesa. *O Jornal Económico*. <https://jornaleconomico.sapo.pt/noticias/dirigentes-da-esquerda-na-manifestacao-contra-racismo-e-divisao-da-sociedade-portuguesa>. Acedido a 16 de outubro de 2025

Anexos

Link geral para todos os anexos:

<https://drive.google.com/drive/folders/1bXcEvH7ScnYzBAAlYdWoq9RnLOEtn5ft?usp=sharing>

Anexo A – Palavras-chave extraídas pelo Módulo MAM – World Cloud

Texto

A comunicação social devia ter vergonha por transformar este caso em notícia, quando se trata de procedimentos policiais rotineiros. Antes de publicarem a notícia, investigaram? Ou apenas lhes interessa posicionar-se contra as forças de segurança? Há pelo menos quinze anos que as revistas em locais de risco são realizadas desta forma, independentemente da cor da pele – branca, preta ou azul. Este argumento do racismo é esuavioso.

Palavras-chave

Palavra-chave
comunicação social
notícia
racismo
forças de segurança
revistas

Entidades

Entidade	Tipo
comunicação social	organização
procedimentos policiais	outra
forças de segurança	organização

Categorias

Categoria
racismo
comunicação social
forças de segurança
procedimentos policiais
liberdade de imprensa

Sentimento

-0.800000

Anexo B – Classificação da frase “Parabéns a toda a polícia”

Texto

Parabéns a toda a Polícia

Palavras-chave

Palavra-chave
Parabéns
Polícia

Entidades

Entidade	Tipo
Polícia	organização

Categorias

Não existem categorias relacionadas...

Sentimento

0.800000

Anexo C – Classificação da frase “Aqui em Portugal há leis e regras...”

Texto

Aqui é portugal há leis e regras.....

Palavras-chave

Palavara-chave
Portugal
lei
regras

Entidades

Entidade	Tipo
Portugal	localidade

Categorias

Não existem categorias relacionadas...

Sentimento

0.500000

Anexo D – Classificação da frase “Quem não deve, não teme”

Texto

Quem não deve, não teme

Palavras-chave

Palavara-chave
deve
teme

Entidades

Entidade	Tipo
Quem	pessoa

Categorias

Não existem categorias relacionadas...

Sentimento

0.200000

Anexo E – Questões do Inquérito

Perceções do público sobre a intervenção policial na Rua do Benfornoso

Contextualização

“A **19 de dezembro de 2024**, a **PSP** realizou uma **operação na Rua do Benfornoso**, o que levou a que **dezenas de pessoas** fossem **encostadas contra uma parede**. Este episódio gerou **forte debate público e posições divididas de moradores e comerciantes**, com críticas de desproporcionalidade e, por outro lado, argumentos de necessidade de policiamento na área.

Meses depois, a Provedoria de Justiça apontou “falhas graves” na operação e recomendou **maior cuidado com os direitos humanos**, sobretudo na forma como os **imigrantes** foram abordados. Ainda assim, esta **ação policial**, ainda **que por muitos considerada excessiva**, foi igualmente defendida por **portugueses** que **alegam** que a **polícia estava a fazer o seu trabalho**.

Informações e Procedimentos

O objetivo deste inquérito é compreender como os utilizadores percecionam a operação policial realizada na Rua do Benfornoso e de que modo a opinião pública dominante influencia o debate político no Instagram. A participação no mesmo consiste no preenchimento de um questionário com duração máxima de 5 minutos. Os resultados obtidos serão integrados somente para fins de investigação e utilizados como um todo, pelo que garante-se a sua confidencialidade. Todas as respostas são, portanto, anónimas, não sendo recolhida qualquer informação que o torne identificável. A sua participação é totalmente voluntária.

Este inquérito foi elaborado por Miguel Jorge Coutinho Soares, no âmbito da dissertação de mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação no ISCTE — Instituto Universitário de Lisboa, orientado pela Professora Doutora Cláudia Álvares.”

☐

Declaro que li e compreendi a informação acima descrita, que sou maior de 18 anos e consinto participar neste inquérito

Secção 2 de 6

Familiarização para com o tema.

Em perguntas de escala de 1-5, o número 3 considerar-se-á como "neutro" ou "não respondo".



Q1. No Instagram, segue perfis nacionais que partilhem conteúdo noticioso regularmente?

- Sim, um perfil
- Sim, vários perfis
- Não sigo perfis noticiosos
- Não tenho a certeza

Q2. Costuma comentar com que regularidade em publicações noticiosas no Instagram sobre temas políticos?

1 2 3 4 5

Q3. Costuma abrir a secção de comentários de publicações noticiosas no Instagram sobre temas políticos?

1 2 3 4 5

Q4. Com que regularidade costuma clicar em "Gosto" nos comentários que se alinham com as suas ideias / crenças / perceções?

- Nunca
- Raramente
- Às vezes
- Regularmente
- Não sei / Não respondo

Q5. Ouviu falar do incidente da Rua do Benfornoso através de:

- ☐ Televisão
- ☐ Rádio
- ☐ Jornais
- ☐ Redes sociais online (Instagram, Facebook, X, TikTok, etc)
- ☐ Outro

Q6. Reside em Lisboa?

- Sim, resido
- Já residi, mas não atualmente
- Sim, resido, mas estou deslocado por motivos académicos / profissionais
- Não resido

Q7. Conhecia a zona do Martim Moniz antes deste incidente?

- Sim, conhecia bem a zona
- Já tinha ouvido falar da zona
- Não, não conhecia a zona

Secção 3 de 6

Concorda com estas afirmações?

Em perguntas de escala de 1-5, o número 3 considerar-se-à como "neutro" ou "não respondo".
Assinale de acordo com o seu grau de concordância, sendo que 1 = Discordo totalmente e 5 =
Concordo totalmente

Q8. Considero a zona do Martim Moniz como conflituosa, de desacatos e/ ou que causa insegurança na zona de Lisboa.

1 2 3 4 5

Q9. Considero que a zona do Martim Moniz / Benfornoso necessita de uma presença policial mais ativa.

1 2 3 4 5

Q10. Considero que a ação policial na Rua do Benfornoso foi desapropriada / excessiva.

1 2 3 4 5

Q11. Considero que a ação policial na Rua do Benfornoso respeitou questões relacionadas aos direitos humanos.

1 2 3 4 5

Q12. Considero que a ação policial na Rua do Benfornoso constituiu uma interferência grave aos direitos, liberdades e garantias dos cidadãos, especialmente para com a grande comunidade imigrante do sudoeste asiático que ali reside e trabalha.

1 2 3 4 5

Q13. Considero que a cobertura mediática sobre este tema influenciou a minha opinião.

1 2 3 4 5

Q14. Sinto que seria capaz de expressar a minha opinião livremente nos comentários de uma publicação sobre este tema.

1 2 3 4 5

Q15. Sinto que, ao comentar uma publicação sobre este tema, estaria a ser influenciado naquilo que diria devido aos comentários já existentes.

1 2 3 4 5

Q16. Sinto que há pressão para me alinhar com a opinião maioritariamente expressa nos comentários.

1 2 3 4 5

Q17. Sinto que este caso põe em causa questões relacionadas com os seguintes temas:

- ☐ Dignidade
- ☐ Direito à integridade pessoal
- ☐ Direito à liberdade e segurança
- ☐ Direito à privacidade
- ☐ Direitos dos Migrantes
- ☐ Racismo
- ☐ Xenofobismo
- ☐ Princípio da igualdade e não discriminação
- ☐ Não sinto que houve qualquer questão posta em causa
- ☐ Outro: _____

Secção 4 de 6

Q18. Sabendo que o incidente da Rua do Benfornoso resultou na revista pessoal de 73 cidadãos, nacionais e estrangeiros, e que:

- ✓ Identificou sete pessoas;
- ✓ Deteve duas pessoas (portuguesas);
- ✓ Apreendeu nove armas (nenhuma de fogo) e duas armas brancas, estupefacientes, dinheiro e um telemóvel furtado.

Sente que, face a estes dados, altera de algum modo a sua opinião daquilo que respondeu anteriormente sobre a abordagem policial? (Não deve voltar atrás e alterar os parâmetros que já respondeu, deve apenas responder aqui).

- Sim, reconsideraria
- Não, a minha opinião mantém-se
- Não sei / Prefiro não responder

Secção 5 de 6

Q19. Sendo que respondeu que sim à pergunta anterior, o que reconsideraria daquilo que respondeu anteriormente sobre a abordagem policial?

Secção 6 de 6

Q20. Tem agora a oportunidade de expressar a sua opinião livremente sobre o tema, se assim o entender. Desta forma, se quiser acrescentar algo que não tenha sido debatido neste inquérito, é o momento ideal para o fazer.

Anexo F – Figuras

Figura 4.1 – Nuvem de palavras das palavras-chave retiradas dos comentários da publicação

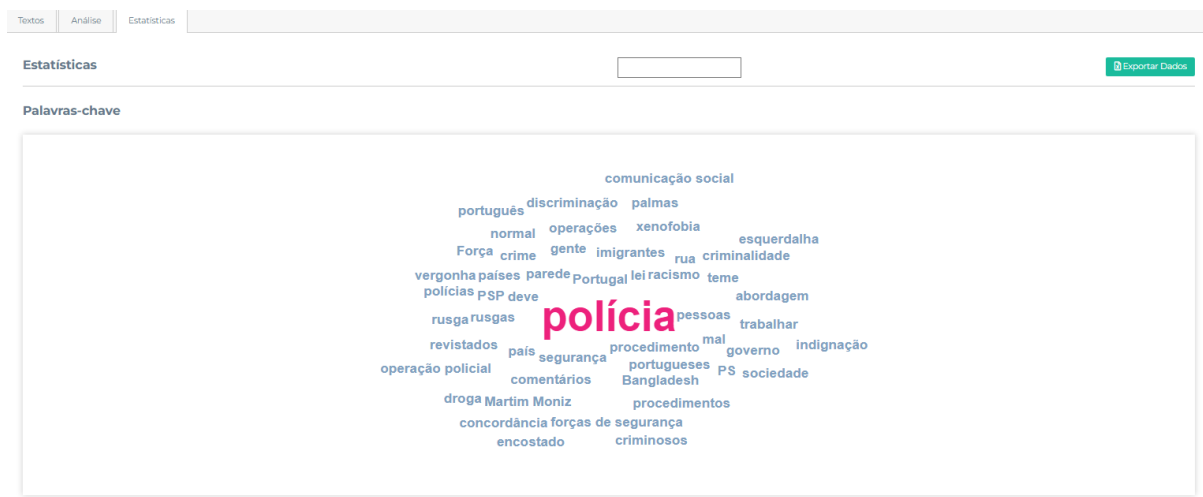


Figura 4.2 – Nuvem de palavras das palavras-chave com stop-word: Polícia.



Figura 4.3 – No Instagram, segue perfis nacionais que partilhem conteúdo noticioso regularmente?



Figura 4.4 – Costuma comentar com que regularidade em publicações noticiosas no Instagram sobre temas políticos?

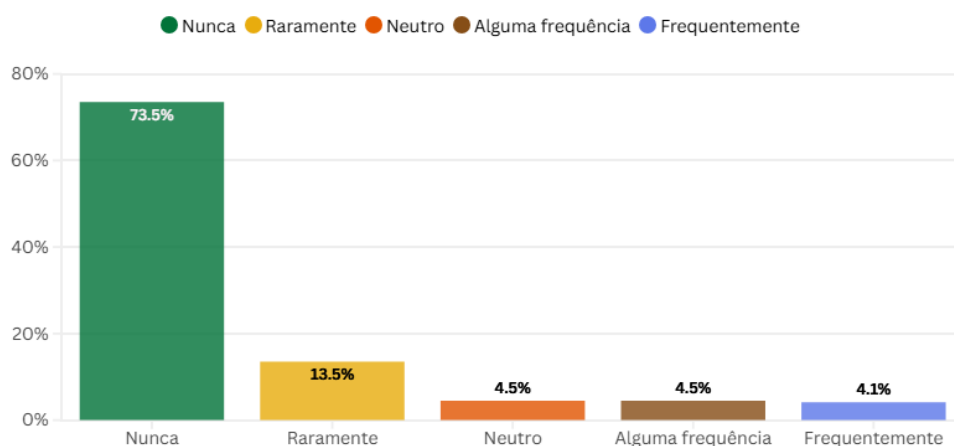


Figura 4.5 – Costuma abrir a secção de comentários de publicações noticiosas no Instagram sobre temas políticos?

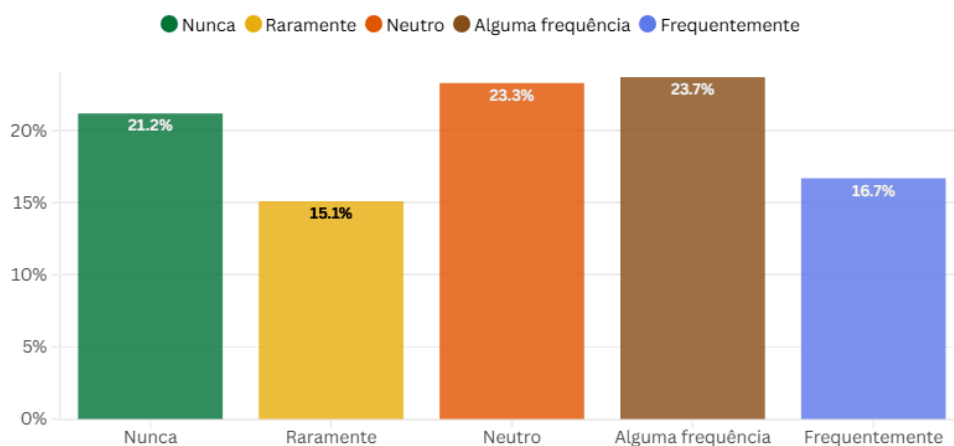


Figura 4.6 – Com que regularidade costuma clicar em "Gosto" nos comentários que se alinham com as suas ideias / crenças / perceções?

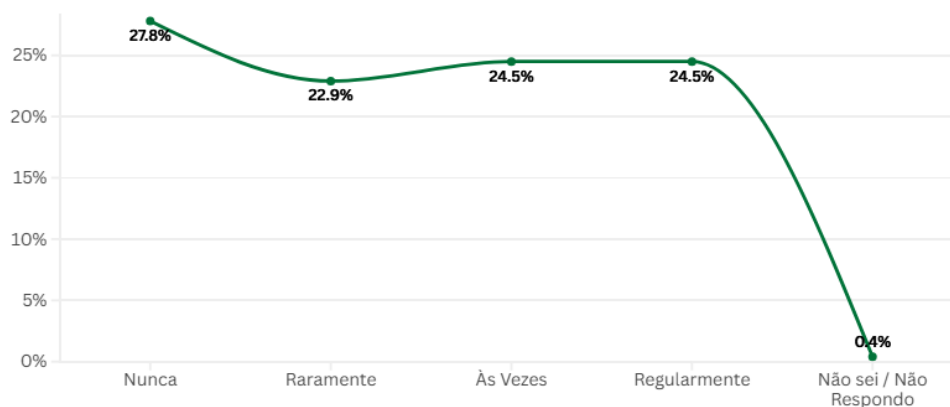


Figura 4.7 – Ouviu falar do incidente da Rua do Benfornoso através de:

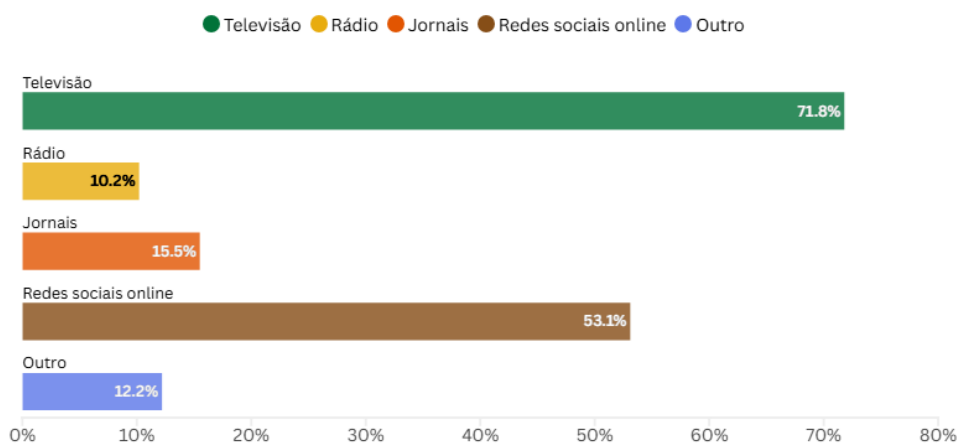


Figura 4.8 – Reside em Lisboa?

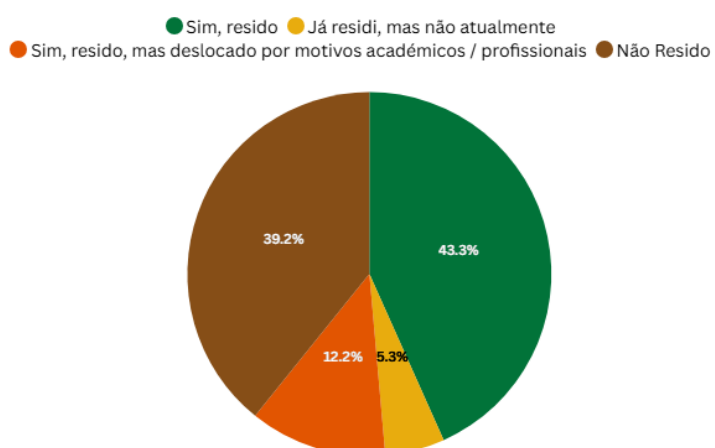


Figura 4.9 – Conhecia a zona do Martim Moniz antes deste incidente?

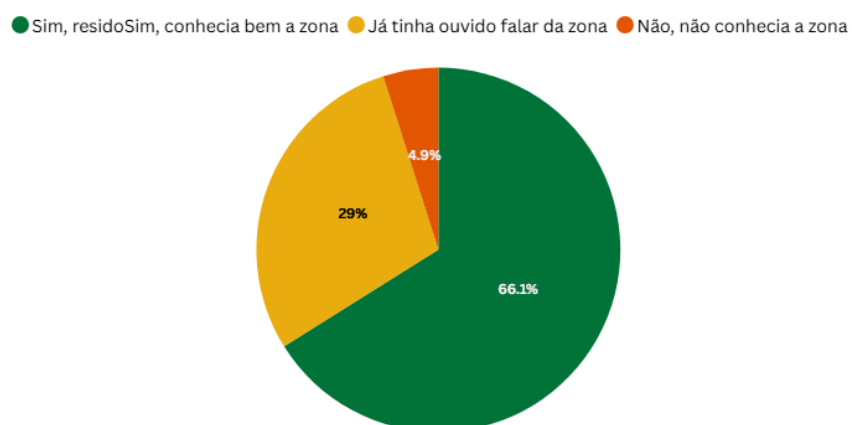


Figura 4.10 – Considero a zona do Martim Moniz como conflituosa, de desacatos e/ ou que causa insegurança na zona de Lisboa.

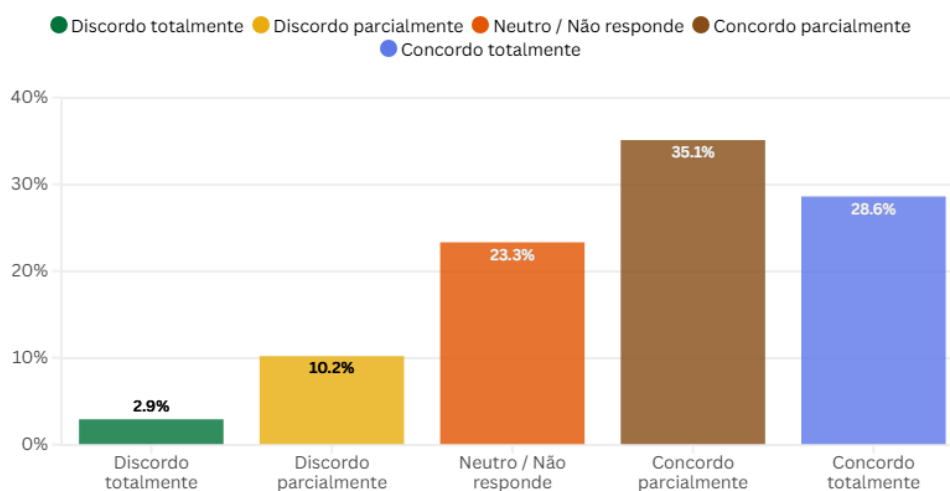


Figura 4.11 – Considero que a zona do Martim Moniz / Benfornoso necessita de uma presença policial mais ativa.

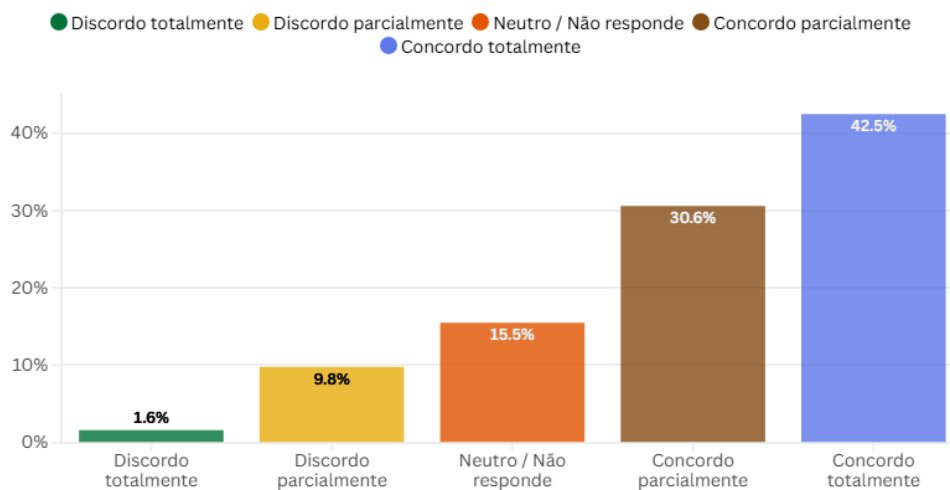


Figura 4.12 – Considero que a ação policial na Rua do Benfornoso foi desapropriada / excessiva.

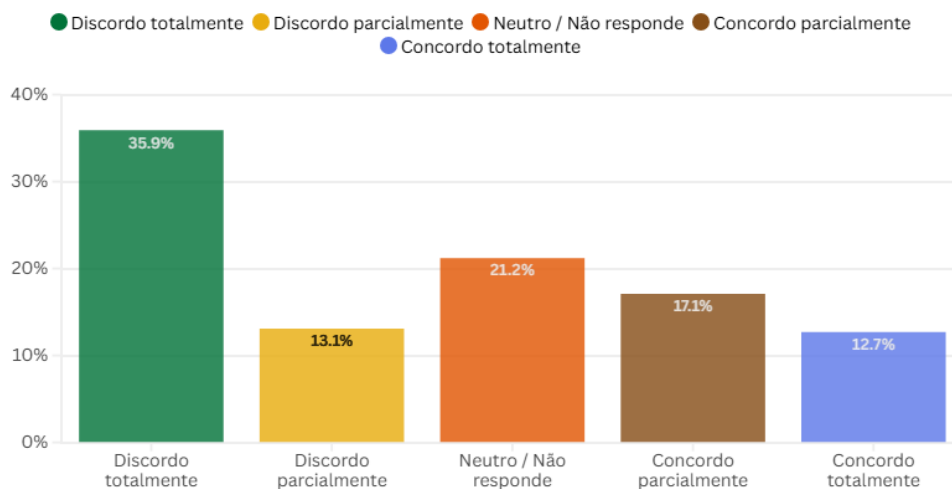


Figura 4.13 – Considero que a ação policial na Rua do Benfornoso respeitou questões relacionadas aos direitos humanos.

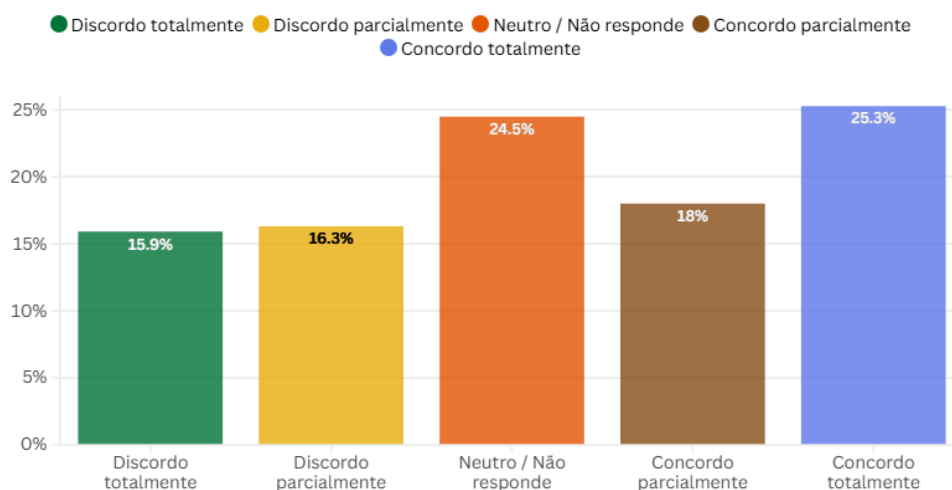


Figura 4.14 – Considero que a ação policial na Rua do Benfornoso constituiu uma interferência grave aos direitos, liberdades e garantias dos cidadãos, especialmente para com a grande comunidade imigrante do sudoeste asiático que ali reside e trabalha.

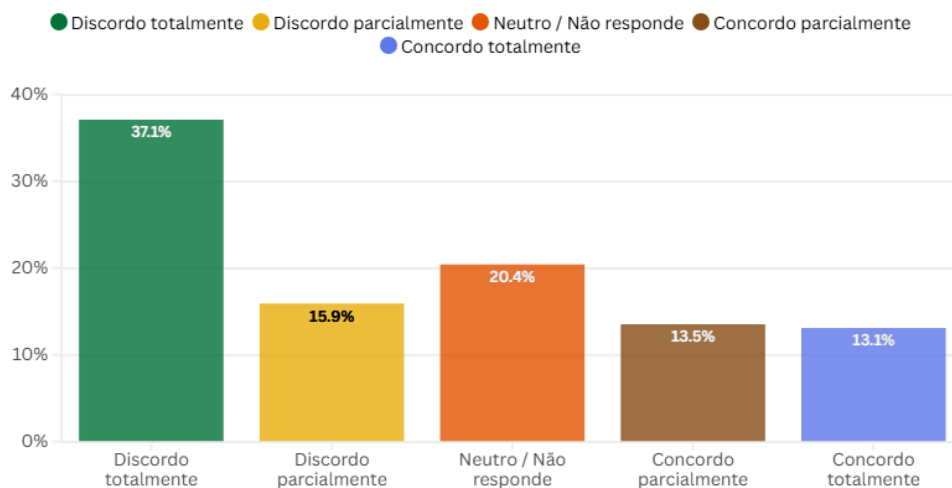


Figura 4.15 – Sinto que este caso põe em causa questões relacionadas com os seguintes temas.

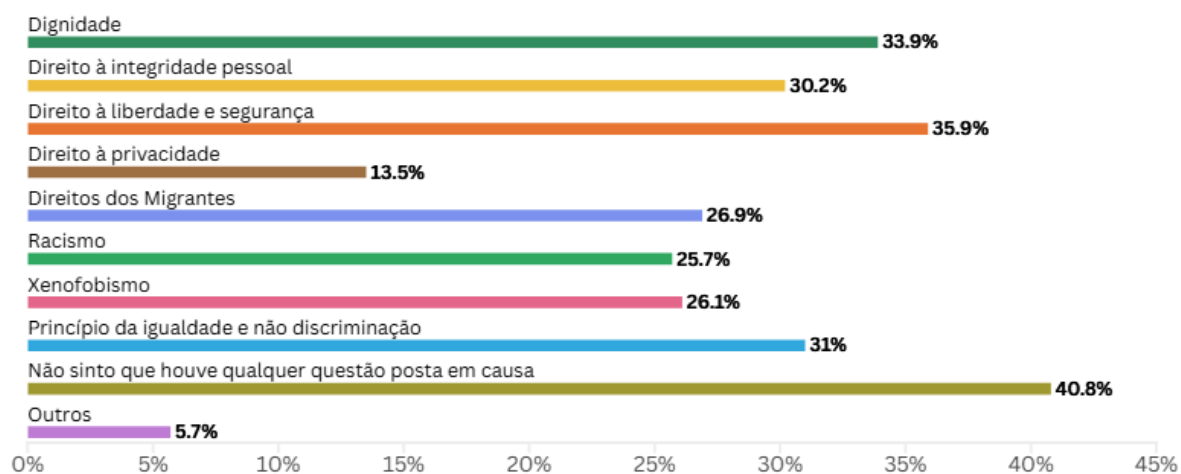


Figura 4.16 – Considero que a cobertura mediática sobre este tema influenciou a minha opinião.

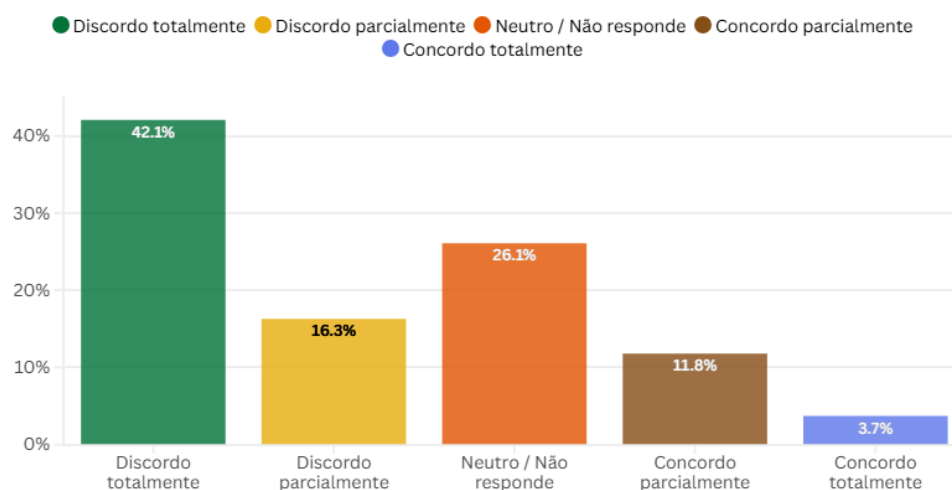


Figura 4.17 – Sinto que seria capaz de expressar a minha opinião livremente nos comentários de uma publicação sobre este tema.

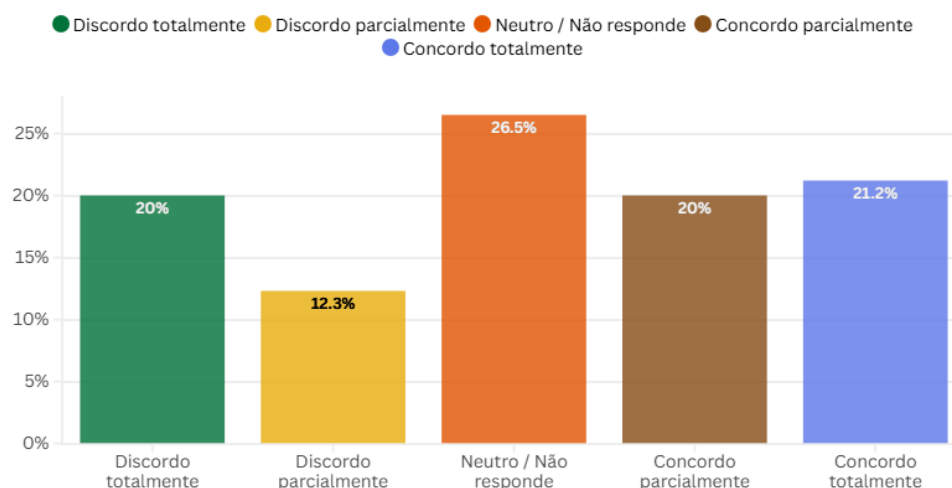


Figura 4.18 – Sinto que, ao comentar uma publicação sobre este tema, estaria a ser influenciado naquilo que diria devido aos comentários já existentes.

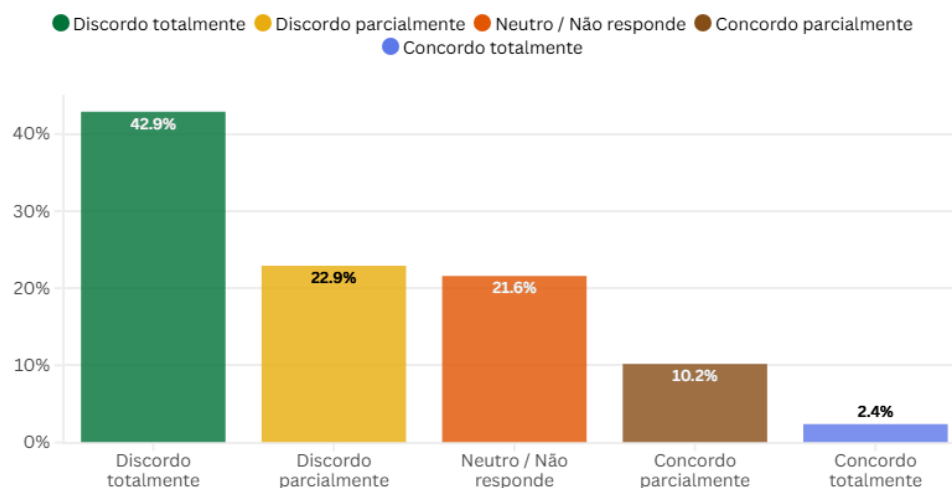


Figura 4.19 – Sinto que há pressão para me alinhar com a opinião maioritariamente expressa nos comentários.

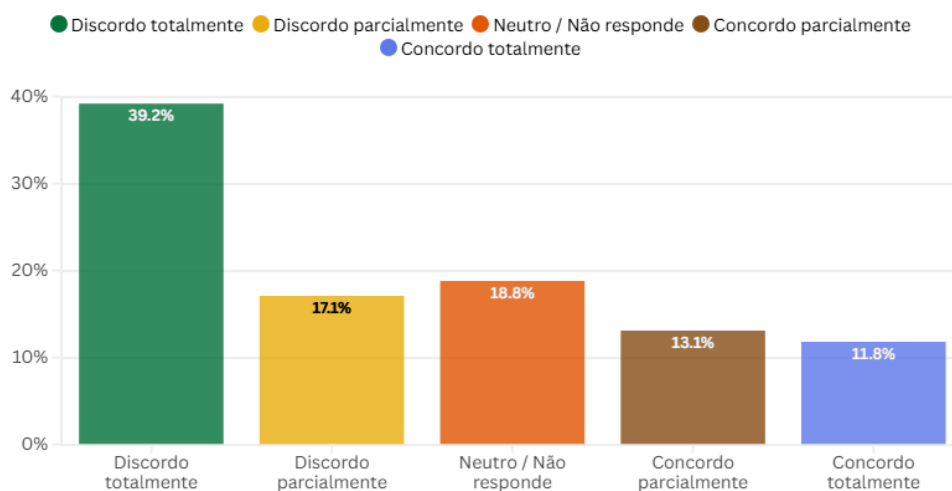


Figura 4.20 – Sente que, face a estes dados, altera de algum modo a sua opinião daquilo que respondeu anteriormente sobre a abordagem policial?

