INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA

A decisão de imigração de mulheres brasileiras entre 45 e 65 anos para Portugal e o efeito das redes sociais e dos *digital influencers*.

Daniela Ramos

Mestrado em Gestão dos Novos Media

Orientador:
Doutor Tiago Lapa, Professor Auxiliar
ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa

Orientadora:
Doutora Thais França, Investigadora Integrada,
CIES-Iscte - Centro de Investigação e Estudos de Sociologia

Outubro, 2024

Departamento de Sociologia

A decisão de imigração de mulheres brasileiras entre 45 e 65 anos para Portugal e o efeito das redes sociais e dos *digital influencers*.

Daniela Ramos

Mestrado em Gestão dos Novos Media

Orientador:
Doutor Tiago Lapa, Professor Auxiliar
ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa

Orientadora:
Doutora Thais França, Investigadora Integrada,
CIES-Iscte - Centro de Investigação e Estudos de Sociologia

Outubro, 2024

Resumo

As redes sociais e os influenciadores digitais têm impactado a vida cotidiana contemporânea em diversas áreas, incluindo o processo migratório. Este estudo analisa como essas plataformas se tornaram ferramentas importantes no processo de migração das mulheres brasileiras, com idades entre 45 e 65 anos, que decidiram se mudar para Portugal. A pesquisa, baseada em uma metodologia qualitativa, utilizando entrevistas semiestruturadas, analisa a maneira como essas mulheres utilizam plataformas como *Instagram* e *YouTube* para obter informações sobre questões práticas, como vistos e moradia, além de criar redes de apoio que ajudam na adaptação cultural e social. Os influenciadores digitais se destacam como fontes de informação e inspiração valiosas, moldando expectativas e perspetivas sobre a vida em Portugal. A pesquisa indica que, além de simplificar o acesso a informações, as redes sociais proporcionam um senso de comunidade e suporte emocional, componentes cruciais para aqueles que estão em processo de migração. O estudo, ao abordar a influência digital na escolha de Portugal como destino, também destaca a relevância de políticas públicas e estratégias de comunicação que considerem as necessidades deste grupo específico, que é muitas vezes ignorado em pesquisas. Assim, esta dissertação contribui para a compreensão das dinâmicas migratórias contemporâneas, e oferece perspetivas de ações voltadas para a integração social de migrantes de idade mais avançada, como, por exemplo, a presença mais ativa e visível de órgãos oficiais nos medias sociais e a parceria com influenciadores confiáveis que tem o tema imigração como ponto central em seus perfis.

Palavras-chave: migração, redes sociais, influenciadores digitais, mulheres brasileiras, decisão migratória, Portugal.

Abstract

Social networks and digital influencers have impacted contemporary daily life in several areas, including the migration process. This study analyzes how these platforms have become important tools in the migration process of Brazilian women, aged between 45 and 65, who have decided to move to Portugal. The research, based on a qualitative methodology using semi-structured interviews, analyzes how these women use platforms such as Instagram and YouTube to obtain information on practical issues such as visas and housing, as well as creating support networks that help with cultural and social adaptation. Digital influencers stand out as valuable sources of information and inspiration, shaping expectations and perspectives on life in Portugal. The research indicates that, as well as simplifying access to information, social networks provide a sense of community and emotional support, crucial components for those in the process of migrating. By addressing the digital influence on the choice of Portugal as a destination, the study also highlights the relevance of public policies and communication strategies that consider the needs of this specific group, which is often ignored in research. Thus, this dissertation contributes to the understanding of contemporary migratory dynamics and offers prospects for actions aimed at the social integration of older migrants, such as, for example, the more active and visible presence of official organizations on social media and partnerships with trusted influencers whose profiles focus on immigration.

Keywords: migration, social networks, digital influencers, Brazilian women, migratory decision, Portugal.

Índice

Capítulo 1 ..... **1**

Introdução **1**

1.1 Justificativa e relevância do estudo 2

1.2 Questão de Investigação 3

1.2.1 Perguntas subsidiárias: 4

1.3 Objetivos 4

1.3.1 Objetivos Subsidiários 4

Capítulo 2 ..... **5**

Revisão da Literatura **5**

2.1 A migração e suas teorias 5

2.2 Os desafios enfrentados pelas mulheres imigrantes: 7

2.3 Redes sociais digitais e a sociedade em rede 8

2.4 Influenciadores Digitais: os formadores de opinião na era digital? 10

2.5 Tomada de decisão no processo de imigração 13

Capítulo 3 ..... **15**

Metodologia **15**

3.1 Métodos e instrumento de Coleta de Dados 16

3.1.1 Análise de Dados Quantitativos 17

3.1.2 Revisão de Bibliografia 17

3.2 Amostra 17

3.3 Análises 18

3.3.1 Análise de conteúdo 18

3.3.2 Análise Fenomenológica 19

3.4 Considerações Éticas 19

3.5 Limitações da Metodologia 20

Capítulo 4 ..... **21**

Resultados **21**

4.1 Perfil das entrevistadas, motivações e planeamento de imigração 21
4.1.1 Motivações para a mudança de País 22
4.1.2 Planeamento e escolha de Portugal como destino 23
4.2 Uso das redes sociais no planeamento e na adaptação a Portugal. 24
4.3 Nível de confiabilidade atribuído às informações obtidas nas plataformas digitais. ... 27
4.4 Experiências e impacto geral das redes sociais na construção da rede de apoio 29
4.5. Análise dos resultados: semelhanças e diferenças. 33
4.5.1 Semelhanças 34
4.5.2 Diferenças 36
Capítulo 5 39
Discussões 39
5.1 Principais fontes digitais de informação e temas pesquisados 39
5.2 Confiabilidade atribuída às informações e o papel dos influenciadores 40
5.3 Importância das redes sociais na tomada de decisão 40
5.4 Contribuição das redes sociais para adaptação e construção de redes de apoio 41
Conclusão 43
Referências 44
Anexos 49
Anexo A 49
Anexo B 52

Capítulo 1
Introdução

A migração é uma realidade mundial profundamente complexa que tem crescido significativamente devido a uma série de razões como, por exemplo, a procura de melhores condições de vida, agitação política e oportunidades económicas. Embora a migração não seja um fenómeno novo, a tecnologia digital e as redes sociais mudaram e ampliaram a forma como as pessoas organizam e realizam as suas viagens migratórias e vem desempenhando um papel significativo neste processo.

Nas últimas décadas, a globalização e o progresso da tecnologia digital modificaram a maneira como as pessoas adquirem e compartilham informações. Essas transformações são particularmente percetíveis no cenário migratório, onde a procura por oportunidades mais vantajosas no exterior é cada vez mais moldada pelas informações disponíveis na internet, principalmente nas redes sociais. Essas plataformas se transformaram em espaços de relatos diretos da vida no exterior, que promovem a formação de redes de suporte e a disseminação de informações sobre migração. A Internet é um recurso valioso para os migrantes, desde a busca por destinos até o estabelecimento de laços com residentes no exterior e comunidades. Neste cenário, a relevância das redes sociais e dos influenciadores aumenta, pois proporcionam informações instantâneas, suporte emocional e conhecimentos personalizados, fundamentais para quem considera uma grande transformação na vida.

O objetivo deste estudo é descobrir como as redes sociais e influenciadores digitais do nicho de imigração, têm impacto nas decisões dentro do processo migratório para Portugal entre as mulheres brasileiras não nativas digitais[1] na faixa etária dos 45 aos 65 anos.

[1]Nativos digitais são os indivíduos que nasceram e cresceram com tecnologias digitais, conceito popularizado por Marc Prensky em 2001, fala sobre essa geração como aquela que está acostumada a usar tecnologias digitais em todos os aspetos de suas vidas. Entretanto, essa definição recebe severas críticas no meio acadêmico, por se fundamentar em generalizações que nem sempre correspondem à realidade. Especialistas como Bullen et al. (2011) e Kennedy et al. (2010) defendem que o acesso regular à tecnologia não assegura competência digital, e que existe uma ampla variação nas competências tecnológicas. Já Reid, Button e Brommeyer (2023), defendem que a utilização constante de tecnologias digitais não representa necessariamente habilidade tecnológica, uma vez que o ambiente educacional e as chances de aprendizado são essenciais nesse processo.

1.1 Justificativa e relevância do estudo

Nos últimos anos, observa-se um significativo aumento da imigração de brasileiros para Portugal. De acordo com o relatório do SEF (Serviço de Estrangeiros e Fronteiras) os dados oficiais sobre a imigração em Portugal em 2022 indicam que o número de brasileiros vivendo no país aumentou em 13% somente em 2022, atingindo a marca de aproximadamente 230 mil pessoas. Já na matéria do jornal Expresso, "Número de estrangeiros em Portugal aumentou em 2022 pelo sétimo ano consecutivo: são agora mais de 750 mil" (2023), o SEF (Serviço de Estrangeiros e Fronteiras) divulgou dados parciais sobre a imigração em Portugal em 2023 e indicou que o número de brasileiros vivendo no país aumentou cerca de 36% em relação ao último relatório divulgado em 2022. Atualmente, cerca de aproximadamente 400 mil brasileiros vivem legalmente em Portugal. A comunidade brasileira segue sendo a mais numerosa, representando cerca de 40% dos estrangeiros vivendo no País. Uma informação relevante presente no relatório do SEF (2023) é que mais da metade dos brasileiros vivendo no País são do sexo feminino (Figura 1.1).

População Residente (Stock e Fluxo) por nacionalidade e sexo

NACIONALIDADES	Stock			Fluxos		
	TOTAL	Homens	Mulheres	TOTAL	Homens	Mulheres
	781.915	409.523	372.392	143.081	79.149	63.932
Brasil	239.744	110.746	128.998	48.313	23.308	25.005

Figura 1.1: População brasileira residente em Portugal (relatório SEF 2022).

Esse fenômeno pode ser atribuído a uma série de fatores, incluindo a crise econômica e política que o Brasil têm enfrentado, bem como a busca por melhores oportunidades de trabalho, de estudo, segurança e qualidade de vida. Além disso, a facilidade do idioma, a estreita ligação histórica e cultural entre os dois países e o sistema de visto simplificado para cidadãos brasileiros têm contribuído para o crescimento desse movimento migratório.

Nesse contexto, as redes sociais digitais e os influenciadores digitais brasileiros que vivem em Portugal, podem ter uma grande influência nas tomadas de decisão dos imigrantes e na forma como esses percebem e enfrentam os desafios da imigração. Os influenciadores digitais brasileiros partilham suas experiências e vivências em Portugal, mostrando os aspetos positivos da vida no país. Essas informações podem influenciar diretamente a perceção dos imigrantes sobre Portugal, despertando o interesse e encorajando-os a considerar o país como um destino atrativo e viável para se estabelecer.

O presente estudo se justifica porque lança luz sobre a forma como estas plataformas e pessoas afetam as escolhas feitas por um grupo específico de mulheres brasileiras, com idades entre os 45 anos e os 65 anos. Este grupo etário tem características e obstáculos únicos relacionados com a migração, como a necessidade de estabelecer redes de apoio num espaço estrangeiro e de se adaptar a uma nova cultura em um momento mais tardio da vida. Essas mulheres estão se adaptando a um mundo onde tudo está conectado e fazem parte de uma geração que viveu uma boa parte de sua vida adulta sem a presença massiva da tecnologia digital. Compreender o papel das plataformas digitais e seus influenciadores na tomada de decisão das imigrantes, e no entendimento da realidade da imigração é um fator vital para perceber as motivações e expectativas desses indivíduos. Perceber como essas mulheres usam as redes sociais para obter informações e tomar decisões pode ajudar a descobrir quais estratégias de comunicação e engajamento são mais eficazes para esse público em particular. Isso tem consequências práticas para a criação de políticas e programas que ajudam as mulheres mais maduras a imigrar e se integrar, garantindo que elas tenham acesso às ferramentas e informações necessárias para uma transição bem-sucedida.

Para além disso, a escassez de estudos sobre o impacto das redes sociais digitais e dos influenciadores na tomada de decisão dos imigrantes nesta faixa etária também apoia a importância do estudo. A maior parte da investigação centra-se em populações mais jovens, desvalorizando as mulheres mais maduras que têm necessidades, preocupações e motivações diferentes.

Além disso, essa pesquisa pode contribuir para uma análise mais ampla sobre os efeitos da influência digital na formação de perceções, comportamentos e aspirações de imigrantes. Essa compreensão é valiosa tanto para os próprios imigrantes, que podem tomar decisões mais conscientes, quanto para os responsáveis pela elaboração de políticas públicas e profissionais que lidam com questões migratórias, permitindo a concretização de estratégias mais eficazes de acolhimento e integração.

1.2 Questão de Investigação

A questão de investigação formulada para o presente trabalho é: Qual é a relevância das redes sociais digitais e dos influenciadores digitais na decisão de imigrantes brasileiras de 45 a 65 anos ao escolherem Portugal como destino?

Essa questão foi formulada no intuito de perceber a relevância do papel dos influenciadores brasileiros e das redes sociais na tomada de decisão sobre imigração em uma faixa etária que não é nativa digital.

1.2.1 Perguntas subsidiárias:

1) Quais foram as principais fontes digitais de informação utilizadas e quais assuntos mais pesquisados pelas imigrantes brasileiras durante o processo de planeamento de imigração?
2) Qual o nível de confiabilidade atribuído pelas imigrantes brasileiras às informações compartilhadas por influenciadores digitais e as plataformas de redes sociais durante o processo de imigração?
3) Qual o grau de importância atribuído, pelas imigrantes brasileiras, às informações pesquisadas e recolhidas nas redes sociais e por meio dos influenciadores digitais na sua tomada de decisão durante o planeamento de imigração?
4) Como as redes sociais digitais contribuíram para a adaptação e para a construção de uma rede de apoio dessas imigrantes em Portugal?

1.3 Objetivos

Investigar a relevância das redes sociais e dos influenciadores digitais na tomada de decisão sobre imigrar para Portugal entre mulheres brasileiras na faixa etária de 45 a 65 anos, examinando o papel dessas redes e dos influenciadores na formação de opinião e no processo de busca de informações sobre o assunto.

1.3.1 Objetivos Subsidiários

A investigação contará ainda com três objetivos subsidiários, são eles:
1) Compreender quais foram as principais fontes de informação digital utilizadas pelas imigrantes brasileiras durante o processo de planeamento de imigração para Portugal.
2) Investigar a perceção dessas mulheres sobre a credibilidade e confiabilidade das informações obtidas por meio das redes sociais e influenciadores digitais em relação à imigração para Portugal.
3) Determinar o grau de importância atribuído pelas imigrantes brasileiras às informações pesquisadas e recolhidas nas redes sociais e por meio dos influenciadores digitais na sua tomada de decisão durante o planeamento de imigração para Portugal.
4) Analisar como as redes sociais digitais contribuíram para a adaptação e para a construção de uma rede de apoio para as imigrantes brasileiras em Portugal.

Capítulo 2
Revisão da Literatura

A imigração refere-se ao movimento de pessoas através das fronteiras de um país para outro, motivado por diversos fatores como por exemplo, os sociais, os culturais, os políticos, e os econômicos. Para perceber as causas, as premissas e as escolhas de imigração das mulheres brasileiras na faixa etária de 45 a 65 anos para Portugal, é fundamental estudar as teorias que compõem o entendimento do fenômeno da migração. Além disso, outro aspeto relevante é examinar o papel crescente dos influenciadores digitais e das redes sociais na propagação de informações e ideias, e na formação de opinião a respeito do tema. Neste capítulo é feita uma revisão da literatura pertinente ao estudo, relacionando conceitos teóricos e estudos empíricos com intuito de embasar e responder alguns pontos da investigação.

2.1 A migração e suas teorias

Um ponto de partida fundamental para a compreensão dos movimentos migratórios é fornecido pelas teorias neoclássicas da migração, tanto em termos macroeconômicos quanto microeconômicos. Na abordagem neoclássica da macroeconomia autores como Harris & Todaro, (1970) afirmam que as pessoas migram de áreas com baixos salários para áreas com salários mais altos em busca de maximizar seus rendimentos e também de melhores condições. Em sua vertente microeconômica, essa teoria se concentra na análise individual. Nesta abordagem, os indivíduos fazem essas escolhas baseados em uma análise lógica de custos e benefícios, onde eles pesam os custos financeiros e emocionais da migração contra os ganhos econômicos potenciais. (Todaro, 1976)

Essas teorias são úteis na correlação e no estudo das motivações das mulheres brasileiras que decidiram por Portugal como destino, pois a busca de melhores condições de vida e dinheiro pode ser um dos fatores determinantes desta escolha. Entretanto, não são os únicos e não são suficientes para explicar todas as suas motivações. Essa visão puramente econômica tem sido ampliada por estudos mais recentes como o de Castles e Miller (2009) que reconhecem a complexidade das causas migratórias. Esses estudos agregam a ideia de que outros fatores, como os sociais e culturais, também são de extrema relevância para a decisão de mudança e a escolha do País.

A teoria *Push-Pull* de Lee (1966) complementa essa análise afirmando que a migração é causada por uma combinação de fatores de "empurrão" *(push)*, que expulsam as pessoas de seus países de origem como a instabilidade política, a falta de oportunidades e a violência, e fatores de "atração" *(pull)*, que os atraem para os países de destino como segurança, qualidade de vida

e oportunidades econômicas. Traçando um paralelo entre essa teoria com a realidade das mulheres do estudo, podemos inferir que, no Brasil, a crise econômica causada por altos índices de desemprego, instabilidade política, a violência entre outras razões, podem ser considerados fatores de "empurrão" (*push*), enquanto, em Portugal, as oportunidades percebidas, como uma economia estável, políticas sociais inclusivas, qualidade de vida e segurança, podem ser os fatores de "atração" (*pull*). Para as mulheres brasileiras, Portugal oferece uma combinação desses fatores de atração, como a proximidade linguística e cultural, além de um sistema de bem-estar social atraente. Ainda dentro dessa lógica, Portes e Rumbaut (2014), afirmam que a imigração é o processo pelo qual pessoas migram de um país para outro com o objetivo de estabelecer residência permanente ou temporária. Os autores enfatizam que fatores como desigualdade econômica, conflitos políticos e a busca por melhores condições de vida afetam a imigração. Já Massey et al. (1993) enfatizam que os contextos sociais e institucionais tanto nos países de origem quanto nos países de destino influenciam as motivações e as experiências dos imigrantes.

Para além das questões econômicas, sociais e culturais, outra teoria interessante a se mencionar é a teoria do envelhecimento ativo, desenvolvida por Paul Baltes (1997). Conforme o autor, as pessoas em estágios mais avançados da vida modificam seus objetivos e estratégias através de um processo de seletividade que combina otimização e compensação. Isso implica que, à medida que envelhecem, as pessoas tendem a focar suas energias em setores que proporcionam maiores benefícios e segurança, reduzindo riscos e prejuízos. Portanto, as escolhas migratórias de mulheres nas faixas etárias do estudo, podem estar relacionadas à procura por um ambiente que ofereça melhores condições de vida e proteção para um envelhecimento saudável. Por exemplo, a migração pode ser impulsionada pela procura de um lugar com serviços de saúde robustos, um ambiente mais seguro e a proximidade de parentes que já vivem no estrangeiro. Além disso, o modelo Transteórico proposto por Prochaska e DiClemente (1983) proporciona uma visão importante para entender o processo decisório. Este modelo propõe que os indivíduos atravessam diversas fases para incorporar novos hábitos, como a contemplação, a preparação e a ação para as grandes transformações na vida. Em relação à migração, mulheres de 45 a 65 anos podem considerar inicialmente a hipótese de se mudar para outro país como uma resposta a questões percebidas no cenário atual, como insegurança ou baixa qualidade de vida. Ao avançarem para as fases de preparação e ação, elas iniciam o planejamento minucioso da mudança, buscando informações em médias sociais, interagindo com influenciadores e formulando táticas para reduzir as incertezas e assegurar uma transição bem-sucedida.

Uma outra questão relevante a ser analisada diz respeito a teoria das redes de migração, Massey et al. (1998) sustenta que os laços sociais e familiares são essenciais para facilitar a migração. Essa teoria enfatiza a importância das redes sociais na promoção e manutenção dos fluxos migratórios. O autor afirma que as redes de migração são compostas por laços sociais e familiares que, além de fornecer suporte e informações essenciais durante o processo de migração e adaptação, ajudam a reduzir custos e riscos associados à migração. Ao criar redes entre membros de uma comunidade migrante em um novo país, eles podem obter informações sobre oportunidades de emprego, moradia e outros recursos essenciais, o que facilita a integração dos novos imigrantes. Além disso, as redes sociais oferecem apoio emocional e prático, que pode ser particularmente útil durante os períodos de adaptação. Neste contexto, as mulheres brasileiras objeto desse estudo, podem ser motivadas também por questões e situações familiares, sejam elas por conta dos filhos ou cônjuges.

2.2 Os desafios enfrentados pelas mulheres imigrantes:

Cada vez mais, as mulheres estão a migrar de forma independente como trabalhadoras e não como dependentes, uma mudança que traz à luz oportunidades significativas de capacitação e também de políticas de integração e proteção nos países de acolhimento. No entanto, as mulheres migrantes também enfrentam desafios e vulnerabilidades consideráveis, incluindo taxas de desemprego mais elevadas, salários mais baixos e acesso limitado aos serviços sociais, segundo o relatório da Assembleia das Nações Unidas (2004). Esse documento destaca ainda as oportunidades e os desafios enfrentados pelas mulheres migrantes, sublinhando a necessidade de uma perspetiva sensível ao género nos estudos sobre migração. Um dado relevante deste relatório é que as mulheres constituem quase metade de todos os migrantes internacionais a nível mundial e mais de metade nas regiões mais desenvolvidas.

O processo de migração e adaptação pode ser particularmente difícil para as mulheres imigrantes e estudos como os de Padilla e Gomes (2016) mostram que as mulheres imigrantes em Portugal são frequentemente marginalizadas tanto como imigrantes quanto como mulheres. Discriminação racial e de gênero, problemas de adaptação cultural, preconceitos e dificuldades de acesso ao mercado de trabalho são algumas das formas pelas quais isso pode se manifestar. A migração das mulheres brasileiras é marcada por um contexto em que a economia global e as mudanças sociais são cruciais. Muitas dessas mulheres enfrentam obstáculos no mercado de trabalho, pois geralmente trabalham em setores informais e precários, como o serviço doméstico, Silva et. al. (2021). Ainda assim, essas mulheres criam estratégias de sobrevivência

e adaptação, frequentemente usando redes de apoio criadas por outras brasileiras em circunstâncias semelhantes.

A teoria da assimilação (Gordon, 1964) sugere que os imigrantes passam por vários estágios de integração na sociedade de destino, o que facilita a adaptação dessas mulheres. A teoria tem sido criticada por ser muito linear e não levar em consideração a manutenção de laços com a cultura de origem. As mulheres brasileiras se adaptam à vida em Portugal mantendo laços culturais com o Brasil. As redes sociais digitais facilitam essa "assimilação seletiva", permitindo que os imigrantes mantenham contato com suas comunidades no Brasil enquanto criam novas redes em Portugal. As mulheres imigrantes também são mais suscetíveis à exploração no trabalho e à discriminação de gênero, no entanto, elas também demonstram resiliência e capacidade de adaptação (Boyd & Grieco, 2003). As mulheres precisam de redes de apoio físicas e digitais para navegar pelos obstáculos do novo País e descobrir maneiras de se estabelecer e prosperar.

2.3 Redes sociais digitais e a sociedade em rede

Embora os termos "rede social" e "rede social digital" sejam geralmente confundidos, eles se referem a conceitos distintos que desempenham funções diferentes na dinâmica social. O termo “rede social” no sentido tradicional advém da antropologia e da sociologia que são matérias que estudam o comportamento humano e da sociedade. Nesse sentido, a rede social pode ser conceituada como uma estrutura social composta por organizações ou pessoas que se conectam por meio de relações e laços e que compartilham objetivos e valores comuns. Esses laços incluem amizades, relacionamentos familiares e contatos profissionais. Dependendo da proximidade e da frequência das interações entre os membros, essas redes oferecem suporte social e emocional, ajudam na disseminação de informações e fornecem assistência útil.

Segundo Ferreira (2011), o termo rede social (social network) é atribuído ao antropólogo John Arundel Barnes que em 1954 começou a usá-lo, sistematicamente, para mostrar os padrões dos laços, incorporando os conceitos de rede tradicionalmente usados pela sociedade e pelos cientistas sociais. Já Borgatti et al. (2009) definem a rede social como um conjunto de nós[2] e/ou atores interligados por laços ou relações.

[2]De acordo com Borgatti et al., (2009) os nós, ou nodes, em uma rede social representam as entidades individuais que estão conectadas por meio de laços. Cada nó em uma rede possui características diferenciadas e desempenha um papel relevante na estrutura e dinâmica da mesma. A identificação e compreensão dos nós em uma rede social são essenciais para examinar padrões de interação, identificar influenciadores, compreender a disseminação de informações e investigar a coesão social, entre outros aspetos relevantes para a compreensão das relações sociais.

Essas conexões podem representar uma variedade de interações, como amizades, trabalho em conjunto, troca de informações ou influência mútua. As redes sociais vão desde pequenos grupos até comunidades globais e podem ser estudadas em vários contextos, como medias sociais, comunidades locais e organizações.

Por outro lado, uma rede social digital[3] ou online é uma plataforma digital que permite que as pessoas se conectem e interajam através da internet, permitindo a criação e manutenção de laços[4] sociais. Com a ascensão das redes sociais digitais, o mundo tem se tornado cada vez mais interconectado. Castells (2010) argumenta que as redes digitais são a nova estrutura básica da sociedade moderna, o que ele chama de "sociedade em rede". Nesse contexto, as redes sociais, como *Facebook, Instagram* e *YouTube*, desempenham um papel central na disseminação de informações e na construção de comunidades virtuais. Com essa expansão da internet e o avanço das tecnologias desde o início do século XXI, o termo rede social vem sendo utilizado comumente para designar esses sites e aplicações usados por pessoas e organizações para conectarem-se a clientes, familiares, amigos e pessoas que compartilham gostos e interesses em comum. Ou seja, é o âmbito digital das relações que, anteriormente à popularização e acesso à internet, eram feitas de forma analógica e pessoal.

O termo "sociedade em rede" foi criado pelo sociólogo norueguês Stein Braten em 1981 para descrever uma sociedade estruturada por um sistema de informação em rede e tecnologias de comunicação (Bråten, 2013). Castells (2004) amplia o conceito e afirma ainda que a estrutura social de uma sociedade em rede é baseada nos arranjos organizacionais humanos nas relações de produção, consumo, reprodução, experiência e poder expresso em comunicação significativa codificada por cultura.

---

[3]As redes sociais digitais são quaisquer plataformas que permitam às pessoas se conectarem mantendo listas de amigos, relacionamentos e interações com outras pessoas. Elas têm como características principais a conectividade, a interação, a personalização, a instantaneidade e a partilha. As redes sociais digitais têm diferentes propostas e há, basicamente, quatro tipos: relacionamento, entretenimento, network e de nicho. São exemplos de redes sociais: *Facebook, Instagram, Linkedin, Tripadvisor, Whatsapp*, entre outras. As redes sociais online são definidas como plataformas interativas baseadas na internet que permitem a formação de redes sociais e a comunicação horizontal entre seus membros, independentemente de sua localização geográfica, conforme definido por Castells (2017).

[4] Os laços, ou *ties*, são definidos por Borgatti et al., (2009) como as conexões ou relações entre os nós individuais na rede. Essas ligações podem assumir diversas formas e significados, dependendo do contexto social em que estão inseridas. Os laços podem ser direcionados ou não direcionados, representando relações assimétricas ou simétricas entre eles. Por exemplo, um laço direcionado pode indicar uma relação de influência de um nó sobre outro, enquanto um laço não direcionado pode representar uma relação de amizade ou interação mútua entre dois nós. A compreensão dos laços em uma rede social é fundamental para analisar a estrutura e dinâmica das relações sociais.

Para as mulheres brasileiras que estão considerando migrar para Portugal, as redes sociais digitais oferecem uma plataforma onde elas podem aceder informações práticas sobre o processo de migração, desde os requisitos de visto até dicas sobre moradia e trabalho. As redes sociais também permitem que elas se conectem com outros imigrantes que já passaram pelo processo de migração, criando redes de apoio para sua adaptação.

Estudos como os de Boyd e Ellison (2007) destacam que as redes sociais permitem que os indivíduos mantenham laços com suas comunidades de origem enquanto constroem novas conexões no país de destino.

No caso das brasileiras em Portugal, isso é particularmente importante, pois as redes sociais oferecem um espaço onde elas podem compartilhar suas experiências, buscar apoio e se conectar com outros imigrantes.

No entanto, o papel das redes sociais vai além da simples comunicação. Elas atuam como espaços de construção de identidade e de comunidade. Para essas mulheres, as redes sociais podem não ser apenas uma ferramenta de comunicação, mas também uma plataforma para manter viva a conexão com a cultura brasileira, ao mesmo tempo em que elas se adaptam à vida em Portugal. Isso reflete a ideia de "transnacionalismo" (Levitt, 2001), onde os imigrantes mantêm uma conexão contínua com o país de origem enquanto se estabelecem em outro país. Além disso, as redes sociais permitem que essas mulheres acedam informações atualizadas sobre o mercado de trabalho, saúde e políticas migratórias, contribuindo para sua adaptação em Portugal. A facilidade de acesso a essas informações, muitas vezes compartilhadas por outros imigrantes, ajuda a reduzir o isolamento e a ansiedade que podem acompanhar o processo de migração.

2.4 Influenciadores Digitais: os formadores de opinião na era digital?

Influência refere-se à habilidade de influenciar, moldar ou alterar as opiniões, ações ou comportamentos de outras pessoas, grupos ou organizações. A influência é poderosa e pode ser exercida em vários contextos, incluindo relacionamentos pessoais e esferas sociais mais amplas. De acordo com Cialdini (2009), ela é a capacidade de persuadir ou alterar o comportamento de outras pessoas. Ele acredita que existem seis princípios fundamentais de influência: reciprocidade, compromisso e coerência, aprovação social, afeição, autoridade e escassez.

Por outro lado, Katz e Lazarsfeld (1955) sustentam que a influência ocorre por meio de fluxos de comunicação interpessoal, em que pessoas influentes compartilham informações e crenças que outras pessoas aceitam. Por fim, Watts (2007) enfatiza que a influência não é apenas individual, mas também é moldada pelas interações sociais e estruturas de rede. Watts destaca

que a disseminação de ideias e comportamentos ocorre de maneira complexa e imprevisível nas redes sociais, desafiando a visão de influência centralizada em indivíduos altamente influentes.

O “formador de opinião” são indivíduos que transmitem informações e influenciam as opiniões e comportamentos das pessoas. Sunstein (2017) argumenta que os formadores têm a capacidade de estabelecer os limites do discurso aceitável e influenciar a opinião pública. Segundo Katz e Lazarsfeld (1955), os formadores de opinião são pessoas que têm grande influência em seu grupo social e têm a capacidade de se comunicar pessoalmente com outras pessoas para mudar suas opiniões.

No contexto das redes sociais digitais, os influenciadores digitais surgem como figuras centrais na disseminação de informações e na formação de opiniões. Katz e Lazarsfeld (1955) já destacavam o papel dos formadores de opinião na mediação das mensagens de massa, e essa dinâmica foi amplificada pela ascensão dos influenciadores digitais nas plataformas sociais.

O termo "*digital influencer*" tem recebido destaque nos últimos anos, referindo-se a indivíduos que possuem uma presença online significativa e que exercem influência sobre seus seguidores. De acordo com Abidin (2018), *digital influencers* são indivíduos que constroem audiências em plataformas digitais, geralmente criando conteúdo relacionado a temas como moda, beleza, estilo de vida ou outros. Ele acredita que a autenticidade percebida desses indivíduos e a relação de confiança estabelecida com seus seguidores são o fundamento da influência desses indivíduos. De acordo com Kaplan e Haenlein (2010), *digital influencers* são pessoas que têm uma grande quantidade de seguidores em uma ou mais plataformas de media social e que exercem influência sobre eles, sendo capazes de afetar as opiniões e comportamentos de seus seguidores. Já Marwick e Boyd (2011) ressaltam que a construção da imagem de um *digital influencer* envolve trabalho e estratégias específicas, incluindo a criação de uma identidade online coerente e a negociação de acordos com marcas e patrocinadores.

Os influenciadores digitais podem influenciar decisões cruciais por meio de narrativas genuínas e pessoais, construindo uma relação de confiança com seu público, Abidin (2016). As mulheres brasileiras que pensam em migrar para Portugal podem ver e tomar decisões importantes em seu processo migratório, com base nas informações divulgadas por esses influenciadores que compartilham suas próprias experiências de migração.

Por exemplo, os influenciadores digitais que vivem em Portugal e produzem conteúdo sobre a vida no País costumam enfatizar aspetos positivos da vida, como segurança, clima e oportunidades econômicas. No entanto, essa idealização tem o potencial de criar expectativas que nem sempre correspondem às coisas que acontecem, o que levanta dúvidas sobre a veracidade dessas informações.

Na sua investigação de 2014 "*How social media transform migrant networks and facilitate migration*", Godfried Engbersen e Rianne Dekker analisaram a forma como as redes sociais digitais alteraram as redes de migrantes, dando aos utilizadores acesso a novas fontes de informação e apoio anteriormente inacessíveis.

Eles ainda destacam que os laços fracos[5] e latentes podem ser reforçados e ativados através das plataformas digitais de media social, fornecendo aos migrantes ferramentas e informações importantes para os seus processos de migração e de adaptação.

Além disso, estas redes oferecem formas privadas e transparentes de troca de informações sobre migração nos "bastidores", o que constitui uma grande vantagem em relação às fontes de informação oficiais. As redes sociais melhoram a ligação e o fluxo de informação, o que permite aos migrantes tomar melhores decisões e reforça a sua capacidade de adaptação e integração em novos contextos.

Embora as redes sociais digitais sejam uma fonte valiosa de informações, estudos como os de Hajli et al. (2017) mostram que essas informações nem sempre são verificadas, o que pode resultar em decisões baseadas em suposições.

A confiabilidade das informações é importante para as mulheres brasileiras em processo de migração, pois essas decisões têm um efeito significativo em suas vidas. O desafio está em distinguir entre informações precisas e as exageradas por influenciadores que buscam engajamento nas redes sociais.

Os influenciadores digitais podem afetar a tomada de decisão em várias facetas da vida dos imigrantes. Muitos fatores, desde a escolha de uma cidade ou bairro para morar até as escolas para os filhos, são moldados pelas recomendações e opiniões compartilhadas por influenciadores. No entanto, é importante reconhecer que alguns influenciadores não possuem a mesma expertise ou credibilidade sobre o assunto.

[5]Como uma maneira de entender a dinâmica das redes sociais e a propagação de informações dentro delas, Granovetter (1973) propôs a teoria dos laços fracos. Ele distinguiu os laços fortes dos fracos, dizendo que, embora os laços fracos pareçam menos importantes em termos emocionais, eles são essenciais para a transferência de recursos e comunicação. Os laços fracos conectam as pessoas a vários grupos sociais, servindo como pontes para a criatividade e oportunidades. Além disso, ele observou que os laços fracos tendem a transmitir informações mais facilmente do que os laços fortes, enfatizando a importância dessas conexões menos limitadas para o funcionamento e desenvolvimento das sociedades contemporâneas.

2.5 Tomada de decisão no processo de imigração

Para aprofundar a análise do processo de decisão na migração, particularmente para mulheres brasileiras que pretendem se mudar para Portugal, é fundamental levar em conta as dinâmicas da sociedade conectada e o efeito das redes sociais e influenciadores digitais. As informações coletadas nas redes sociais podem frequentemente influenciar suas escolhas sobre onde morar, quais serviços usar e como se integrar na sociedade portuguesa.

A tomada de decisão é um processo que engloba a consideração de objetivos e metas, análise de informações, avaliação de possíveis resultados e consideração de restrições e incertezas. Kahneman (2011) afirma que vieses emocionais e cognitivos influenciam a tomada de decisão, e os tomadores de decisão frequentemente usam atalhos mentais para lidar com a complexidade. Já Thaler (2015) afirma que o contexto e as preferências individuais, incluindo as emoções e a aversão à perda, moldam a tomada de decisão. Sunstein (2017) enfatiza que elementos sociais e normativos, incluindo perspetivas e comportamentos de outras pessoas, podem afetar as decisões.

Um exemplo significativo pode ser encontrado na pesquisa de Komito (2011), que analisou a migração de profissionais de tecnologia da Índia para a Irlanda. O estudo revelou que os migrantes utilizavam as redes sociais para manter conexões com suas comunidades de origem, enquanto se ajustavam ao novo contexto, estabelecendo redes de suporte que atenuam o choque cultural. Essas redes também impactam a decisão de migrar, uma vez que possibilitam aos potenciais migrantes obter informações aprofundadas sobre o custo de vida, as oportunidades de trabalho e a qualidade de vida no país de destino, antes de tomar uma decisão definitiva.

Em relação ao cenário particular de brasileiros migrando para Portugal, Padilla (2006) investiga a influência das redes sociais e da solidariedade étnica na adaptação dos migrantes. A pesquisa demonstra a importância das redes de suporte para a receção e integração, oferecendo informações sobre habitação e trabalho, bem como apoio emocional. Van Meeteren e Pereira (2013) salientam que as redes sociais não só auxiliam no processo migratório, como também influenciam as rotas e táticas adotadas pelos migrantes brasileiros ao se dirigirem a Portugal e aos Países Baixos.

Os aspetos emocionais e sociais, como as conexões com influenciadores que compartilham experiências pessoais, podem afetar as decisões tomadas em um mundo digital cheio de informações. Estudos recentes indicam que a confiança em influenciadores digitais pode ser um fator importante na escolha de produtos e serviços (Abidin, 2016), e isso também se aplica às decisões de migração.

No processo migratório, as redes funcionam como catalisadores de informações, influenciando as escolhas dos migrantes. Em uma pesquisa realizada por Dekker e Engbersen (2014), voltada para migrantes africanos e latino-americanos na Europa, indicou que as redes sociais oferecem um "mapa mental" das oportunidades e obstáculos de vida em outras nações. Esta conexão não só simplifica o planejamento da migração, como também influencia a decisão de migrar ao criar expectativas acerca da vida nos destinos almejados.

Apesar das redes sociais e dos influenciadores digitais proporcionarem uma perspetiva acessível e cativante sobre a migração, essa exposição excessiva a relatos de sucesso pode gerar uma visão equivocada das dificuldades que os migrantes encontram em novos contextos culturais, minimizando os desafios reais do processo migratório. Esse fenômeno pode ser compreendido à luz do conceito de "imaginários sociais" discutido por Appadurai (1996), no qual os fluxos de media e cultura global constroem paisagens imaginárias que moldam as expectativas e perceções dos migrantes em potencial, muitas vezes idealizando a vida no exterior.

As redes sociais digitais e os influenciadores digitais podem ajudar as migrantes brasileiras a tomarem decisões, fornecendo informações, apoio e validação social. No entanto, é essencial avaliar cuidadosamente a confiança nessas fontes de informação, considerando os possíveis caminhos e restrições que elas apresentam. Leurs e Ponzanesi (2018) discutem como as tecnologias digitais podem tanto facilitar o processo migratório, conectando os migrantes às suas redes de origem e ao novo país, quanto promover o encapsulamento, no qual os migrantes permanecem isolados em bolhas digitais, limitando sua interação com a cultura local.

Para obter uma compreensão completa dos obstáculos e oportunidades enfrentados por essas mulheres no contexto da migração contemporânea, as teorias de migração, redes sociais e influência digital se combinam e são base para a análise do presente estudo.

Capítulo 3
Metodologia

Este capítulo discute a abordagem utilizada para analisar a influência das redes sociais e dos influenciadores digitais na decisão de migração de mulheres brasileiras, com idades variando de 45 a 65 anos, que se estabeleceram em Portugal. O estudo adota uma metodologia qualitativa e exploratória, buscando compreender como estas mulheres empregaram as redes sociais no planeamento de sua migração, como avaliaram a confiabilidade das informações obtidas e como essas plataformas auxiliaram na sua adaptação ao novo país.

A opção pela metodologia qualitativa se deve à sua habilidade de captar as sutilezas das vivências subjetivas, o que facilita a interpretação minuciosa dos fenômenos sociais sob a ótica dos participantes (Denzin & Lincoln, 2018). Essa metodologia possibilita um estudo mais aprofundado das perceções, motivações e emoções das entrevistadas, proporcionando uma compreensão de como as redes sociais impactaram suas escolhas e adaptação em Portugal. Ademais, a abordagem qualitativa ajuda a entender as dinâmicas sociais e culturais presentes no processo de imigração, bem como o efeito das novas tecnologias de comunicação no comportamento de migração.

O estudo se fundamentou em entrevistas semiestruturadas, um método flexível que permite ao entrevistador abordar tópicos emergentes durante a conversa. Denzin e Lincoln (2018) ressaltam que essa modalidade de entrevista possibilita ao investigador manter uma estrutura básica, proporcionando ao mesmo tempo a flexibilidade necessária para explorar questões e temas que surgem naturalmente durante a interação com os participantes. Esta abordagem foi utilizada para assegurar um entendimento mais profundo e minucioso das vivências subjetivas das entrevistadas, possibilitando que questões relevantes surgissem naturalmente durante as conversas.

A análise dos dados recolhidos foi feita através de duas metodologias complementares: a análise de conteúdo e a fenomenologia. Conforme Bardin (2011), a análise de conteúdo possibilita a identificação e categorização de temas que se repetem nas respostas, procurando padrões e conexões que surgem das entrevistas. Por outro lado, a análise fenomenológica, fundamentada no trabalho de Moustakas (1994), busca entender as vivências das participantes sob suas próprias perspetivas, examinando como elas atribuem significado às suas experiências migratórias. O uso dessa análise possibilitou explorar também as causas e principais sentimentos e emoções envolvidos no processo migratório. Essa abordagem, proporcionou compreender como se desenvolveu o fenômeno do uso das redes sociais como fonte de

informação durante todas as fases da jornada de migração das entrevistadas. Em complemento foi realizada também uma pesquisa bibliográfica a fim de embasar os conceitos e teorias relacionados.

3.1 Métodos e instrumento de Coleta de Dados

As informações foram obtidas através de entrevistas semiestruturadas em profundidade. O roteiro para entrevistas foi elaborado com base nos objetivos do estudo e nas perguntas de pesquisa a fim de garantir que os temas centrais da investigação fossem explorados de forma coerente e abrangente. Para a construção do guião de entrevista, foi adotado um processo em etapas, que incluiu a definição dos tópicos-chave derivados dos objetivos de pesquisa e da revisão da literatura relevante e a formulação de perguntas abertas que permitissem uma exploração flexível e adaptável a cada participante.

Primeiramente, os propósitos da pesquisa foram segmentados em subtemas, cada um ligado a elementos como perfil demográfico, razões para migrar, utilização de redes sociais, confiabilidade das informações e processos de adaptação. Posteriormente, baseando-se nesses subtemas, foram formuladas questões abertas que possibilitaram um entendimento aprofundado da experiência individual de cada participante. O guião final foi elaborado para assegurar flexibilidade, possibilitando à entrevistadora ajustar a ordem e a formulação das perguntas de acordo com o progresso da entrevista, sem perder de vista as questões fundamentais da pesquisa. Dentre os assuntos discutidos no roteiro, estavam:

- Perfil demográfico: idade, grau de instrução, trabalho no Brasil e em Portugal, estado civil e se já tinham visitado Portugal antes de se mudarem para País.
- Razões para a migração: motivos que conduziram à escolha de migrar.
- Utilização dos medias sociais: plataformas digitais usadas, tipos de conteúdo visualizados, influenciadores acompanhados e confiabilidade nas informações obtidas.
- Efeito das redes sociais na escolha de emigrar: como essas plataformas impactaram escolhas como as de moradia, trabalho, processo de visto e como avaliaram a confiabilidade desses dados.
- Adaptação em Portugal: desafios superados, utilização de redes sociais para estabelecer redes de suporte e integração.

As entrevistas foram conduzidas pessoalmente ou por meio de plataformas digitais como *Zoom* e/ou *Google Meet*, dependendo da localização e disponibilidade das participantes. Cada entrevista durou em média de 45 a 60 minutos e foi registada, com a permissão das entrevistadas, para posterior transcrição e análise. Ademais, a utilização de plataformas de

gravação para as entrevistas online assegurou a exatidão na transcrição das informações e simplificou a análise subsequente. Foi obtido o consentimento informado antes das entrevistas, garantindo o anonimato das participantes.

3.1.1 Análise de Dados Quantitativos

A análise de dados quantitativos complementa as entrevistas qualitativas, fornecendo uma perspetiva mais ampla sobre o fenômeno da imigração em Portugal. Foram coletados dados numéricos sobre as características demográficas de imigrantes brasileiros, incluindo a quantidade total de imigrantes, nacionalidade, sexo e idade. Esses dados foram obtidos a partir de fontes oficiais, como o extinto SEF (Serviço de Estrangeiros e Fronteiras).

3.1.2 Revisão de Bibliografia

A revisão de bibliografia foi uma etapa crucial na fundamentação teórica da pesquisa. Consistiu na análise de estudos, artigos, livros e outras fontes acadêmicas relevantes sobre imigração, uso das redes sociais, mulheres na imigração e adaptação cultural. Essa revisão teve como objetivos:

- Identificar teorias e conceitos existentes sobre imigração e redes sociais.
- Compreender o estado atual da pesquisa sobre o tema.
- Estabelecer uma base teórica para a interpretação dos dados coletados.
- Reconhecer lacunas na literatura que a pesquisa poderia abordar.

A revisão bibliográfica envolveu a busca em bases de dados acadêmicas, como *Google Scholar*, além de bibliotecas universitárias e publicações especializadas.

3.2 Amostra

A amostra da pesquisa foi composta por oito mulheres brasileiras, residentes em Portugal, com idades variando entre 45 e 65 anos. Em primeira fase a amostra seria feita com base em uma estratificação em que as variáveis como faixa etária e nível de formação acadêmica seriam os dois critérios principais, no entanto, uma das limitações e dificuldades foi encontrar mulheres sem formação superior entre as idades de 55 a 65 anos.

Sendo assim, partiu-se para uma nova estratificação que também fosse alinhada com as perguntas e objetivos do estudo que foi o conhecimento prévio do País.

As participantes foram escolhidas de maneira proposital (não aleatória), com o objetivo de incluir mulheres que cumpriam os critérios específicos da pesquisa, isto é, brasileiras que migraram para Portugal e que se enquadraram na faixa etária em estudo.

A amostra foi segmentada de acordo com dois critérios fundamentais:

1) Classificação etária:
   Mulheres com 45 a 55 anos de idade.
   Mulheres com 56 a 65 anos de idade.
2) Experiência anterior em Portugal:
   Mulheres que já estiveram em Portugal anteriormente à decisão da mudança.
   Mulheres que nunca estiveram no país antes da decisão da mudança.

Desta forma a amostra foi estratificada da seguinte forma:

- **2 Entrevistas** com mulheres na faixa etária de 45 a 55 anos que já conheciam Portugal.
- **2 Entrevistas** com mulheres na faixa etária de 45 a 55 anos que não conheciam Portugal.
- **2 Entrevistas** com mulheres na faixa etária de 56 a 65 anos que já conheciam Portugal.
- **2 Entrevistas** com mulheres na faixa etária de 56 a 65 anos que não conheciam Portugal.

Essa segmentação foi importante para reconhecer diferenças e similaridades nas vivências de imigração, levando em conta a idade e o entendimento prévio do país. A combinação desses elementos possibilitou uma comparação entre os grupos, mostrando como esses elementos impactaram o uso das redes sociais e as escolhas de imigração.

3.3 Análises

Após a coleta dos dados, o processo de análise qualitativa foi realizada se utilizando duas principais técnicas:

3.3.1 Análise de conteúdo

Os dados qualitativos obtidos das entrevistas foram transcritos e analisados utilizando a técnica de análise de conteúdo. A análise de conteúdo, conforme Bardin (2011), foi aplicada para identificar padrões e temas recorrentes nas respostas das participantes. Através da codificação dos dados, buscou-se classificar e organizar as informações de acordo com categorias previamente estabelecidas a partir dos objetivos da pesquisa e também categorias emergentes que surgiram durante o processo de análise.

Primeiramente, os dados foram codificados usando um programa de análise de dados com inteligência artificial (Data Analyst by ChatGPT), possibilitando uma organização sistemática e eficaz das informações coletadas. O programa detetou automaticamente padrões e organizou as unidades de registo - palavras, frases ou expressões significativas baseadas no guião de entrevista - em categorias iniciais, tais como "motivações para mudança” “utilização das redes e principais fontes usadas no planeamento de migração", "confiabilidade das informações", "experiências de adaptação" e "efeito dos influenciadores". Em seguida, essa codificação foi

revisada e confirmada através de uma revisão e análise detalhada das transcrições, assegurando que os temas e padrões detetados espelhassem fielmente o conteúdo das entrevistas e as respostas das participantes.

Os padrões identificados foram identificados com base em três fatores principais: a frequência com que certos assuntos eram abordados nas entrevistas, a intensidade emocional ligada a certos assuntos (como a confiança nas informações obtidas nas redes sociais) e a regularidade com que os diferentes participantes relataram experiências parecidas. Assim, foi possível identificar temas fundamentais, como a importância das redes sociais no planejamento da imigração e a relevância dos influenciadores digitais como fontes fiáveis de informação.

3.3.2 Análise Fenomenológica

A análise fenomenológica concentrou-se na interpretação das vivências subjetivas dos participantes, seguindo o método proposto por Moustakas (1994). Essa abordagem foi importante para capturar as experiências singulares de cada mulher durante o processo de migração, analisando os sentidos que elas deram às suas experiências com redes sociais e influenciadores digitais. A meta era compreender não somente o "quê", mas também o "como" essas mulheres vivenciaram e interpretaram a utilização dessas plataformas como apoio em suas trajetórias migratórias.

Ao longo do processo de análise fenomenológica, as respostas foram examinadas para identificar os principais significados que as participantes atribuíam às suas experiências, tais como a utilização das redes para estabelecer redes de suporte, enfrentar a ansiedade da mudança e procurar informações úteis. Esta abordagem possibilitou entender os elementos emocionais, culturais e sociais que moldaram as escolhas das participantes no que diz respeito ao uso das redes sociais ao criar laços, obter informações e sentir-se parte de uma comunidade.

3.4 Considerações Éticas

A pesquisa respeitou estritamente as normas éticas definidas para estudos envolvendo seres humanos, seguindo as diretrizes de autores como Flick (2009) e Israel & Hay (2006). Todas as participantes receberam informações sobre os propósitos do estudo, garantindo que estavam cientes de seus direitos e da confidencialidade das informações recolhidas, as mesmas deram o consentimento à gravação. As entrevistas foram registadas apenas com o consentimento expresso das participantes, assegurando a manutenção do anonimato. As gravações das entrevistas foram armazenadas de forma segura e utilizadas exclusivamente para fins de análise da presente pesquisa.

3.5 Limitações da Metodologia

Embora este estudo proporcione um bom entendimento sobre o impacto das redes sociais no processo migratório de mulheres brasileiras de 45 a 65 anos, é necessário reconhecer algumas restrições metodológicas. Inicialmente, a quantidade de participantes foi determinada com base na saturação teórica, conforme defendido por Guest et al. (2006), que defendem que entre seis e doze entrevistas são comumente suficientes para atingir a saturação em estudos qualitativos. Contudo, é relevante admitir que, em virtude do caráter exploratório deste estudo e da ênfase em um grupo demográfico específico, a saturação pode não ter sido totalmente alcançada em todos os aspetos discutidos, especialmente em assuntos que podem diferir de acordo com as vivências pessoais. O estudo fundamenta-se nas perceções e relatos pessoais das participantes, o que pode gerar perspetivas subjetivas. Os relatos espelham as experiências singulares dessas mulheres, que podem ser moldadas por elementos emocionais e pessoais. Este aspeto subjetivo restringe a replicabilidade dos achados e pode complicar a comparação direta com outras pesquisas sobre imigração.

Ademais, uma restrição relevante deste estudo é a ausência de diversidade na amostra em relação a aspetos socioeconômicos e geográficos. Todas as participantes possuem um perfil parecido em relação à classe social e à localização urbana, o que pode limitar a extensão das descobertas. Pesquisas metodológicas, como a realizada por Maxwell (2013), destacam que essa uniformidade na amostra pode complicar a aplicação dos resultados a grupos mais variados, que podem apresentar distintas vivências e obstáculos durante o processo migratório. Especialmente, mulheres oriundas de outras áreas do Brasil ou de diferentes estratos socioeconômicos e educacionais podem ter motivações e experiências diferentes ao recorrer a redes sociais para fazer escolhas migratórias.

Outro ponto relevante a ser mencionado é que a pesquisa se fundamenta apenas na avaliação de redes sociais e influenciadores digitais, restringindo a compreensão do efeito de outras fontes de informação que podem ser relevantes para o processo migratório, tais como redes de apoio presencial, comunidades locais e outros meios de comunicação convencionais. O estudo também não discute o efeito das possíveis restrições de acesso e competências tecnológicas dos participantes, o que poderia afetar a forma como eles usam as redes sociais.

Capítulo 4
Resultados

O propósito deste estudo foi analisar a importância das redes sociais digitais e dos influenciadores na decisão de imigrantes brasileiras, de 45 a 65 anos, em escolher Portugal como destino, além de avaliar o efeito dessas ferramentas no processo de planejamento, decisão e adaptação. Os resultados foram organizados em quatro blocos de informações:

1) Perfil das entrevistadas, motivações e planeamento de imigração.
2) Uso das redes sociais no planeamento e na adaptação a Portugal.
3) Nível de confiabilidade atribuído às informações obtidas nas plataformas digitais.
4) Experiências e impacto geral das redes sociais na construção da rede de apoio.

Em sequência apresenta-se a análise desses resultados, tendo como base a estratificação da amostra.

4.1 Perfil das entrevistadas, motivações e planeamento de imigração

Conforme o Anexo B, Quadro B1, as entrevistadas incluíram oito mulheres brasileiras, com idades entre 45 e 65 anos, que já residiam em Portugal. Em relação ao estado civil, quatro participantes são casadas, duas divorciadas e duas são solteiras. Todas mantiveram seus estados civis ao emigrar. Seis das participantes têm filhos, sendo que quatro delas, os filhos vivem também em Portugal, ao passo que duas não têm filhos.

No que diz respeito à educação acadêmica, sete das participantes concluíram o ensino superior, sendo que quatro delas possuem pós-graduação ou mestrado. Apenas uma das entrevistadas não possui formação universitária. No Brasil, elas possuíam diferentes trajetórias profissionais, abrangendo as áreas como: comunicação social, odontologia, engenharia, gestão, educação, enfermagem, arquitetura e mercado da beleza (manicure).

Do total das entrevistadas, quatro já vieram aposentadas do Brasil. As demais estão em transição de carreira ou ainda desempenhando funções ligadas às suas profissões passadas ou em novos campos de trabalho.

As entrevistadas também são oriundas de diversos Estados brasileiros, como São Paulo (três), Minas Gerais (uma), Rio de Janeiro (uma), Pará (uma) e Rio Grande do Sul (duas), refletindo a diversidade de origens e experiências de vida.

Atualmente, as entrevistadas residem em diversas cidades de Portugal, especialmente nas regiões metropolitanas de Lisboa e Porto. Duas participantes optaram pela área de Lisboa, abrangendo localidades como Vila Franca de Xira e Seixal, impulsionadas por motivos

profissionais, proximidade com a família e a segurança proporcionada pelo país. Outras duas escolheram morar no Porto e proximidades, como Vila Nova de Gaia, seja devido a oportunidades de estudo ou pela presença de parentes já estabelecidos na área. Em geral, a seleção das áreas foi moldada por elementos como qualidade de vida, segurança, proximidade com a família e possibilidades de carreira.

4.1.1 Motivações para a mudança de País

A principal motivação da migração mencionada por todas as entrevistadas foi a questão da segurança, sendo indicada a insegurança que sentiam no Brasil como o fator número um para motivar o desejo de querer mudar de país, seguido pela falta de qualidade de vida que foi mencionada por cinco das entrevistadas. Todas elas relataram preocupações com a segurança pública no Brasil, mencionando a violência urbana como o principal motor da mudança. Todas tiveram experiências pessoais ou familiares onde passaram por situações de roubos, assaltos e sequestro relâmpago.

A busca por uma vida mais tranquila, com mais oportunidades de lazer e sem a constante ameaça de violência também foi citada por todas as participantes. Elas também mencionaram que a vida no Brasil, apesar de estável em termos de emprego e salários, exigia trabalho intenso, com pouca liberdade para usufruir dos bens adquiridos por conta do medo da violência e insegurança, conforme demonstra o quadro abaixo que foi categorizado do mais relevante até o menos relevante:

Além dos desses fatores citados anteriormente, também foram citadas como motivações para a decisão de mudar, oportunidades de trabalho e estudo e a questão de ser um planeamento familiar ou por questões de proximidade da família.

Quadro 4.1 - Motivações para a mudança

Escolha de Portugal	E.A	E. B	E. C	E. D	E. E	E. F	E. G	E. H
Segurança	✅	✅	✅	✅	✅	✅	✅	✅
Qualidade de vida	✅	✅	✅	✅		✅		
Trabalho/oportunidades de Estudo		✅	✅	✅		✅		✅
Afinidade com cultura e língua portuguesa	✅			✅	✅	✅	✅	
Proximidade familiares/amigos	✅		✅		✅		✅	

> “Qualidade de vida, na questão segurança foi primordial isso pra mim, porque eu queria ter liberdade de poder andar na rua, de poder sair, de poder estar num parque, de poder estar numa praia sem estar preocupada se vão roubar meu celular, eu não queria mais ficar escondendo bolsa dentro das calças e telefone dentro das calças, dentro das botas, enfim, então, isso pra mim foi o fator decisivo.” (E.A, 58a., não conhecia)

4.1.2 Planeamento e escolha de Portugal como destino

Do total das entrevistadas, sete afirmaram que fizeram um planeamento detalhado, antes de se mudarem para o País. Apenas uma mencionou pouca preparação, devido a seu marido ter recebido uma proposta de trabalho ainda estando no Brasil e por essa razão não tiveram muito tempo para preparar a mudança. As entrevistadas que afirmaram ter feito o planeamento mais intensivo mencionaram que buscaram suporte nas redes sociais para obter informações sobre vistos, revalidação de diplomas e custo de vida, sendo que todas mencionaram terem contratado cursos online e consultorias especializadas em organização de mudança. Quando questionadas do porque escolheram Portugal para viver, a principais razões foram a segurança, a qualidade de vida, a facilidade com a língua e cultura portuguesa, oportunidades de estudo e/ou trabalho, e a presença de familiares e amigos em Portugal. Esses fatores foram determinantes para a maioria das inquiridas, conforme quadro demonstrativo abaixo.

Quadro 4.2 - Escolha de Portugal como destino

Motivação	E.A	E. B	E. C	E. D	E. E	E. F	E. G	E. H
Segurança	✅	✅	✅	✅	✅	✅	✅	✅
Qualidade de Vida	✅	✅	✅	✅		✅	✅	
Trabalho/Estudo				✅		✅		✅
Planeamento Familiar			✅				✅	
Proximidade com Família	✅				✅			

> “E eu sempre acreditei no planejamento, eu defendo muito o planejamento. Planejamento, né? E com os trigêmeos eu aprendi mais ainda a importância do planejamento da organização para conseguir resultados. Então, logo que nós começamos o curso, nós já pensamos que seria um planejamento de dois anos, porque nós compramos o curso em 2020, mais do que isso seria

demorar demais e menos do que isso também não seria uma coisa realista, porque realmente a gente precisava se organizar com tudo." (E. C, 48a., não conhecia)

4.2 Uso das redes sociais no planeamento e na adaptação a Portugal.

No intuito aprofundar e compreender a utilização das redes sociais em seu planeamento de mudança, as participantes foram perguntadas sobre quais foram as principais fontes de informação, plataformas digitais e se seguiram ou não perfis de influenciadores digitais. Todas as oito entrevistas mencionaram o uso de redes sociais, sendo o *Instagram* e o *YouTube* as plataformas mais mencionadas como fontes de informação durante o processo.

Além disso, a utilização dessas plataformas foi crucial para obter informações sobre procedimentos burocráticos, tais como a obtenção de vistos, documentação, habitação e revalidação de diplomas. Das oito entrevistadas, sete usaram o *Instagram*, enquanto quatro destacaram o *YouTube* como uma fonte relevante para vídeos explicativos. Apenas uma das participantes mencionou o uso do *LinkedIn*, concentrando-se na procura de informações acerca de oportunidades de emprego em Portugal. Outro ponto mencionado por todas as participantes foi a contratação de cursos e consultorias para auxiliar na busca por informações e até mesmo na contratação de alguns serviços como emissão de NIF (Número de Identificação Fiscal), abertura de contas em bancos e serviços relacionados à busca de imóveis para comprar ou arrendar.

Quadro 4.3 - Fontes de Informação

Fonte de Informação	**E.A**	**E. B**	**E. C**	**E. D**	**E. E**	**E. F**	**E. G**	**E. H**
Internet e Redes Sociais	✅ Instagram Facebook	✅ YouTube Instagram	✅ Instagram	✅ Instagram Facebook LinkedIn	✅ YouTube Google Instagram	✅ YouTube Instagram	✅ Instagram	✅ YouTube
Consultoria Especializada em Imigração	✅	✅	✅	✅	✅	✅	✅	✅
Amigos e Família	✅				✅	✅		
Sites oficiais de órgãos governo	✅			✅				✅
Influenciador Digital	✅	✅	✅	✅	✅	✅	✅	✅

> "Mais informações eu busquei mesmo, mais por internet mesmo. Em questão de canais de pessoas. Youtube também olhava, mas depois eu olhava tudo isso e depois eu confirmava com meu amigo." (E. E, 45a. não conhecia)

Ao serem questionadas sobre os conteúdos que procuravam e a importância de terem consumido os mesmos em seu processo de planeamento, seis participantes indicaram que procuravam detalhes sobre o processo de obtenção de visto e a documentação requerida. Cinco entrevistadas também enfatizaram a relevância de informações sobre o custo de vida e conselhos sobre onde morar em Portugal. Seis das entrevistadas consultaram extensivamente as influenciadoras digitais que discutem imigração e vivência no país, no entanto, todas declararam que os materiais disponibilizados pelos perfis nas redes sociais tiveram importância na organização e na organização prática da mudança, mesmo que em níveis e relevâncias distintas.

> "É totalmente importante, totalmente importante. Quando eu comprei o curso eu já tava com tudo pronto. E aí eu já tava assim eu já sabia passo a passo eu já tava com o meu kit do visto prontinho…Quando a jornada entrou eu pude verificar que tinham uns gaps que eu desconhecia e isso conseguiu me dar mais embasamento. Sobretudo na questão de, e aí agora eu cheguei o que é que eu tenho que fazer né? Quais são os documentos que eu tenho que providenciar a partir da minha chegada? Qual vem antes qual vem depois qual é o caminho? Então nesse aspecto o curso pra mim foi assim o melhor divisor de águas que eu poderia ter…Deu um embasamento melhor e eles me acolheram bastante também foi ótimo pra mim. Então eu acho que sem eles, sem essas outras fontes de informação que eu vinha consumindo eu certamente não teria vindo. Porque não é a minha natureza vir desinformada, isso jamais aconteceria porque eu não sou aventureira." (E.F, 60a., já conhecia)

Quadro 4.4 - Principais conteúdos procurados

Conteúdos Procurados	E.A	E. B	E. C	E. D	E. E	E. F	E. G	E. H
Custo de Vida e Moradia	✅		✅	✅		✅		✅
Documentação e Vistos	✅	✅	✅		✅		✅	✅
Saúde e Acesso a Serviços	✅		✅	✅	✅			
Educação e Trabalho	✅	✅	✅	✅	✅		✅	
Imigração e Vivência no País	✅	✅	✅	✅	✅	✅	✅	✅

Quanto à frequência e ao tempo de planeamento da imigração para Portugal, as entrevistadas afirmaram que o procedimento foi, na sua maioria, meticuloso e minucioso. Seis das oito participantes se empenharam no planejamento por um intervalo de um ano ou mais, fazendo pesquisas diárias ou semanais nas redes sociais e consultando influenciadores digitais regularmente para assegurar que estavam bem informadas sobre todos os aspetos da mudança.

Duas participantes indicaram que organizaram a mudança em um intervalo de tempo mais breve, de três a seis meses, porém intensificaram as pesquisas nas semanas que precederam a mudança. Ao longo desse período, a maior parte das entrevistadas declarou que acedia as redes sociais semanalmente para se manter atualizada sobre novos conteúdos e atualizações sobre as demandas burocráticas e aspetos práticos da vida.

Quadro 4.5 - Frequência e tempo de planeamento

Frequência /Tempo	**E.A**	**E. B**	**E. C**	**E. D**	**E. E**	**E. F**	**E. G**	**E. H**
Frequência	Semanal	Diária	Diária	Diária	Diária	Diária	Semanal	Semanal
Tempo (Meses)	12	12	18	6	18	12	12	3

> "Olha, o curso eu fiz mais ou menos em uns dois meses. Né? Porque eram módulos. Depois você tem mentorias. Depois eu acredito que mais uns seis meses eu busquei muitas informações desse curso. Porque ele era sempre atualizado. E como ele era vitalício, a gente tem acesso vitalício. Então, acho que mais uns seis meses. Aí quando eu vi que eu já estava preparada, tudo bem esquematizado, aí eu comecei a aprender com o grupo de pessoas que fizeram esse curso." (E.D, 49a. já conhecia)

No que diz respeito ao uso das redes sociais para a adaptação a Portugal, quatro das participantes declararam que se envolveram ativamente em comunidades virtuais de brasileiros, onde obtiveram apoio emocional e orientações práticas para a vida no país. Das demais três participantes declararam ter utilizado as redes sociais de maneira mais pontual e moderada. Apenas uma das entrevistadas mencionou que não utilizou das redes sociais em seu processo de adaptação ao País

Contudo, todas as participantes concordaram que, de alguma maneira, as redes sociais auxiliaram no processo de adaptação, particularmente nos primeiros meses em Portugal.

Quadro 4.6 - Participação e nível de envolvimento em comunidades online

Participa	**E.A**	**E. B**	**E. C**	**E.D**	**E. E**	**E.F**	**E. G**	**E. H**
Sim	✅ Facebook WhatsApp	✅ WhatsApp	✅ Facebook	✅ WhatsApp Facebook	✅ WhatsApp Facebook	✅ Facebook WhatsApp	✅ Facebook	
Não								✅
Nível	Alto	Alto	Moderado	Alto	Moderado	Alto	Moderado	Baixo

> “São duas frentes. Uma, os grupos em que a gente se fala, mas não se conhece pessoalmente. Temos amigos desses grupos que nos ajudam sempre que precisamos, e nós também já ajudamos outros que estão chegando...Mas esse sentimento de acolhimento é muito importante, ver outro brasileiro e querer abraçar. É acolhedor. E também temos alguns amigos aqui no Porto e em Lisboa, que não encontramos sempre, mas quando precisamos, mandamos uma mensagem, eles dão uma dica, dizem o que fazer ou não fazer. Então, esse suporte é muito importante. E a família, claro, dando apoio para que a gente siga o nosso sonho. Hoje, a tecnologia, sem dúvida, é fundamental.” (E.G, 56a., já conhecia)

4.3 Nível de confiabilidade atribuído às informações obtidas nas plataformas digitais.

Em relação à confiança nos dados obtidos nas redes sociais, cinco das participantes do estudo declararam ter uma confiança moderada nos conteúdos fornecidos pelos influenciadores, enquanto as outras três declararam ter uma confiança elevada nas informações obtidas. Contudo, mesmo as que expressavam maior confiança realizaram verificações adicionais, verificando informações em fontes oficiais, tais como websites governamentais e consultorias especializadas. Uma entrevistada mencionou que se deparou com informações divergentes nas redes sociais sobre a documentação, o que a fez procurar assistência de uma consultoria especializada para assegurar a exatidão.

Quadro 4.7 - Nível de confiabilidade das informações obtidas

Nível de Confiabilidade	**E.A**	**E. B**	**E. C**	**E. D**	**E. E**	**E. F**	**E. G**	**E. H**
Alta			✅	✅			✅	
Moderada	✅	✅			✅	✅		✅

> “Varia né, do zero ao 90%. Variou muito quando eu comecei a consumir conteúdo voltado a isso a imigração a vida aqui em Portugal eu pude rapidamente identificar aqueles conteúdos que tinham embasamento e faziam sentido, daqueles que não faziam sentido, no sentido de: ah vem pra Portugal que a vida é maravilhosa e vai dar tudo certo você vai ter emprego no dia seguinte vai ficar milionário! Eu não. Porque eu sou uma pessoa com orientação e instrução. Mas sei de muita gente que veio né que quebrou a cara. É eu acho que a ilusão é que sobretudo os mais jovens que hoje acreditam em tudo o que é publicado na internet porque eu sou uma pessoa de 60 anos eu venho de um crescente na minha vida onde não existia a internet eu trabalhei numa empresa de internet quando a internet começou. Eu vi a internet crescer, fiz parte de toda essa história da internet então eu sou do tempo do mapa no papel sabe? Do que não existia celular então geralmente o que se consumia antes da chegada da internet tipo até os anos 90 era material impresso. E era muito mais crível do que esse material que é jogado aleatoriamente na internet.” (E.F, 60a., já conhecia)

No que diz respeito às informações imprecisas, falsas ou enganosas descobertas pelas entrevistadas, todas citaram ter encontrado informações ilusórias ou exageradas sobre a facilidade no processo migratório para Portugal. Com relação a temas mais específicos desse processo, os relatos se concentraram principalmente em elemento cruciais, tais como: a burocracia, legislação e documentação para vistos; a realidade no âmbito da habitação e moradia; aspetos referentes à educação, como a revalidação de diplomas. Quatro das oito pessoas entrevistadas relataram desafios no processo de documentações e na obtenção de visto. Uma das participantes relatou que, ao seguir um influenciador digital que discutia imigração, recebeu informações imprecisas sobre os documentos necessários para o visto D7 (para aposentados), o que a fez começar o processo com documentação incompleta. Isso causou atrasos significativos na sua regularização em Portugal.

Outra participante comentou que as informações sobre a revalidação de diplomas disponíveis nas redes sociais eram frequentemente confusas ou desatualizadas. Ela relatou que seguiu as instruções de um vídeo no *YouTube* para validar sua formação acadêmica em Portugal. No entanto, ao consultar fontes oficiais, percebeu que os processos haviam mudado, obrigando-a a refazer uma parte do processo. Ela também enfatizou que, apesar de muitos influenciadores fornecerem conselhos valiosos, a discrepância nas informações entre diversos canais a deixou incerta sobre a direção correta a tomar.

Quadro 4.8 - Principais temas de informações imprecisas, falsas ou enganosas encontrados

Temas	**E.A**	**E. B**	**E. C**	**E. D**	**E. E**	**E. F**	**E. G**	**E. H**
Custo de Vida Irreal	✅			✅		✅		✅
Facilidade de Imigrar	✅	✅	✅	✅	✅	✅	✅	✅
Trabalho				✅	✅			
Sistema de Saúde	✅		✅	✅				
Documentação e Vistos	✅	✅	✅			✅		
Habitação	✅			✅				✅
Educação	✅		✅		✅		✅	
Legislação		✅	✅	✅	✅			

No que diz respeito à habitação, três entrevistadas afirmaram ter encontrado obstáculos em relação às orientações sobre o arrendamento de propriedades. Elas informaram que certos influenciadores propunham práticas ou valores de aluguel que não estavam em consonância com a realidade local. Uma das entrevistadas seguiu orientações sobre preços de aluguel em áreas específicas de Lisboa e foi pega de surpresa pelos preços reais, que eram consideravelmente mais altos do que os sugeridos. Ademais, a questão do fiador também foi mal interpretada, com informações divergentes acerca da exigência de um fiador local para arrendar propriedades, algo que variava consideravelmente conforme a região e a imobiliária.

Esses depoimentos mostram que, mesmo as redes sociais sendo amplamente usadas e vistas como úteis, as entrevistadas tiveram de recorrer a fontes oficiais e consultorias especializadas para validar ou corrigir as informações coletadas. A falta de consistência nas informações sobre visto, revalidação de diplomas e habitação destacou a importância de uma verificação constante em fontes fiáveis para prevenir complicações durante o processo de imigração e adaptação a Portugal.

> "Eu acho que existem informações que não são passadas, né, são omitidas ou passadas de forma muito rápida para que a pessoa compre um curso ou compre uma mentoria. Então, lógico que as questões positivas são passadas com muito mais frequência, né, e as negativas às vezes são pinceladas e algumas coisas nem são ditas. Por exemplo, uma, eu vim com visto de estudo e a gente teria direito ao reagrupamento, e todo mundo que eu escutei já tem direito ao reagrupamento. Ok. Meu marido não está reagrupado até hoje…" (E. C, 48a., não conhecia)

4.4 Experiências e impacto geral das redes sociais na construção da rede de apoio.

As redes sociais tiveram um papel importante na adaptação das entrevistadas após a mudança para Portugal, principalmente na obtenção de informações úteis do dia a dia e na construção de uma rede de suporte. Das oito entrevistadas, cinco afirmaram que a utilização de plataformas como *Instagram*, *YouTube* e grupos no *Whatsapp* foi essencial para se familiarizar com elementos do dia a dia, tais como transporte, alimentação, habitação e serviços locais. Em contrapartida, as outras três delas afirmaram que as redes sociais tiveram impacto negativo em determinados temas, devido às informações obtidas não estarem em consonância com a realidade vivenciada.

Quadro 4.9 - Principais temas do dia a dia

Temas sobre Vida Diária	E.A	E. B	E. C	E. D	E. E	E. F	E. G	E. H
Transporte	✅			✅			✅	
Alimentação			✅	✅		✅		
Moradia	✅	☑				☑		☑
Cultura e Integração	✅		✅			☑		
Saúde e Acesso a Serviços	✅	☑		✅	✅			

✅Positivo ☑Negativo

As redes sociais possibilitaram uma rápida adaptação ao novo país, fornecendo orientações práticas que simplificaram o processo inicial, especialmente para as que estavam em processo de imigração sozinhas ou com filhos menores de idade.

No que diz respeito à participação em comunidades virtuais ou grupos de suporte para brasileiros em Portugal, seis das participantes declararam que se envolveram ativamente em grupos voltados para a experiência de imigração. A principal justificativa mencionada para essa participação foi a partilha de informações úteis e apoio emocional. Essas comunidades virtuais proporcionam um ambiente para fazer questionamentos, obter orientações sobre assuntos como burocracia, aluguel, oportunidades de emprego, além de possibilitar a descoberta de eventos sociais e culturais. Para as que optaram por se engajar nessas comunidades, a experiência foi extremamente positiva, oferecendo um sentimento de pertença que contribuiu para amenizar o efeito emocional da mudança.

Quadro 4.10 - Principais interesses em comunidades virtuais ou grupos de suporte

Interesses	E.A	E. B	E. C	E. D	E. E	E. F	E. G	E. H
Informações Práticas sobre Vida Diária	✅		✅				✅	
Apoio Emocional e Socialização		✅		✅		✅		
Processos de Imigração/Reagrupamento		✅	✅					
Oportunidades de Trabalho				✅				

> "Ah! Com certeza, a rede de brasileiros que eu tenho aqui, em grupos, eu posso te dizer que o apoio e a importância é, assim, quase 100%. Porque nós falamos a mesma língua, no sentido, somos brasileiros, com os mesmos costumes e origens. Então, a gente fala a mesma língua, não a mesma língua portuguesa, mas temos as mesmas, não digo as mesmas ideias, mas costumes muito comuns. Então, assim, é fundamental essa rede de brasileiros que eu tenho aqui. Como apoio, que influenciam também na tomada de decisão. Não, olha, vai por esse caminho, vai por esse, faz isso, faz aquilo. Não, não, não faz isso! Vai por aqui, que isso aqui deu problema no passado, não faz, não comete o mesmo erro que eu. Então, isso é fundamental na tomada de decisões e rede de apoio de brasileiros, principalmente brasileiros." (E. D, 49a., já conhecia).

As entrevistadas que interagiram com outros brasileiros através das redes sociais ressaltaram que isso influenciou diretamente sua experiência de integração em Portugal. Elas se sentiram mais conectadas e seguras, especialmente ao saberem que outras pessoas haviam passado pelos mesmos desafios. Essas interações também ajudaram na descoberta de empresas locais e serviços de confiança, e muitas mencionaram que fizeram amizades duradouras através desses grupos. A conexão com brasileiros locais foi um ponto de apoio, e elas destacaram que a rede social foi uma ponte essencial para essas interações, fornecendo um ambiente de suporte e acolhimento.

> "Então, esse curso também, especificamente esse curso, não sei se outros, porque eu não fiz, mas esse curso normalmente fazia um apoio pós chegada aqui, através de um grupo de *WhatsApp*, onde a gente faz muita troca de informações, assim, onde as pessoas se apoiam ali, porque sempre tem que estar chegando um no outro, nas questões da confecção de todos os documentos, né, de todos os documentos, das exigências, de comportamento, de prestação de serviço, então, foi bom, assim, foi bom até hoje, eu utilizo, passados dois anos que eu tô aqui, eu também utilizo, nesse meio tempo também, acabei fazendo, conhecendo uma pessoa ou outra, a gente acabou entrando também em vários grupos de brasileiros, de prestação de serviços, de grupos de trocas, de desapegos, tem grupo também de alguns psicólogos, que fazem apoio pra quem realmente vem e tá com dificuldade, para se adaptar emocionalmente, então, ajudou, ajudou muito, ajuda ainda hoje, ajuda bastante." (E.A, 58a., não conhecia)

Quanto à busca de oportunidades de trabalho ou serviços profissionais através das redes sociais, cinco participantes da pesquisa afirmaram ter usado plataformas como *LinkedIn* e *Whatsapp* para estabelecer conexões com empresas e oportunidades de trabalho em Portugal. A vivência foi diversificada, enquanto algumas conseguiram oportunidades temporárias ou informações sobre cursos de capacitação e eventos do setor, outras perceberam que, para oportunidades mais duradouras, ainda era preciso procurar opções presenciais ou recorrer a consultorias especializadas e sites de empregos. Contudo, a grande parte concordou que as medias sociais foram eficazes para explorar o mercado de trabalho, mesmo que o impacto prático nem sempre fosse imediato.

Quadro 4.11 - Busca por Trabalho e Serviços Profissionais

Tipo de busca	E.A	E. B	E. C	E. D	E. E	E. F	E. G	E. H
Trabalho		✅ LinkedIn	✅ LinkedIn	✅ LinkedIn WhatsApp		✅ LinkedIn	✅ LinkedIn	
Serviços Profissionais	✅ WhatsApp							

> "Sim, estamos recém-chegados, mas usamos todas as formas de acesso a informações de trabalho, incluindo *LinkedIn* e outras plataformas. Estamos no processo de buscar oportunidades." (E G, 54a., já conhecia)

As entrevistadas destacaram como principais desafios em relação às informações obtidas nas redes sociais a questão da habitação, com informações desencontradas sobre aluguel de propriedades e exigências como a necessidade de fiador, o que causou confusão e dúvidas.

Outros dois aspetos mencionados por elas foram a revalidação de diplomas e a burocracia e procedimentos para obtenção de vistos e autorização de residência. As entrevistadas indicaram que as informações dos influenciadores digitais nem sempre atendiam às demandas atuais das autoridades portuguesas, resultando em atrasos ou na necessidade de refazer partes do procedimento.

Quadro 4.12 - Principais desafios sobre informações obtidas

Desafios	E.A	E. B	E. C	E. D	E. E	E. F	E. G	E. H
Revalidação de Diplomas	✅		✅				✅	
Imigração e Vistos		✅	✅				✅	
Habitação	✅			✅		✅		✅
Trabalho				✅	✅			

As participantes declararam sentir falta de informações mais completas e minuciosas antes da mudança, particularmente em relação aos direitos sociais, custos médicos e leis laborais locais, temas que consideraram pouco abordados nos materiais online. Apesar das redes sociais terem fornecido acesso rápido a informações práticas, algumas entrevistadas notaram que a precisão das informações variava. Elas relataram experiências positivas em relação à rapidez de acesso e ao suporte emocional, mas experiências negativas em relação à exatidão das

informações, particularmente sobre documentação e habitação, o que resultou em dificuldades durante o período de adaptação.

Quadro 4.13 - Informações incompletas

Informações	E.A	E. B	E. C	E. D	E. E	E. F	E. G	E. H
Direitos Sociais		✅				✅		✅
Custos Médicos e Acesso à Saúde	✅			✅		✅	✅	
Leis Laborais Locais			✅	✅	✅			

> "Aqui você sabe, é um lugar onde as informações são totalmente desencontradas, então você tem que vir munido de muita paciência, resiliência e humildade para conseguir alcançar aqueles objetivos práticos que você tem que alcançar, como conseguir seu NIF, ter o seu médico de família, enfim, coisas mais ou menos desse tipo." (E. F, 60a., já conhecia)

Todas as participantes reconheceram que as redes sociais e os influenciadores digitais tiveram impacto em algumas decisões do processo migratório e na adaptação a Portugal, servindo como ferramentas para o planejamento. Contudo, elas destacaram a necessidade de confirmar informações em fontes oficiais para prevenir complicações, particularmente no que diz respeito à burocracia. Todas sugeriram a utilização das redes sociais como um ponto de partida para aqueles que pretendem imigrar e compreender todo o processo. Para melhorar a experiência de imigração, propuseram mais clareza e atualização nos materiais online, enfatizando que fontes oficiais de imigração poderiam oferecer um apoio mais confiável para diminuir as dúvidas.

> "Eu recomendaria com parcimônia, né? Recomendaria os que eu fiz e que realmente resultaram em alguma coisa, mas sempre com cuidado, né? Porque assim como tem informações interessantes, relevantes e fidedignas, também tem um monte de informação que não corresponde com a realidade. Então, mas eu acho importante. Eu acho que a gente tem que ter isso em paralelo aos processos que a gente faz, que ajuda também. (E.A, 58a., não conhecia)

4.5. Análise dos resultados: semelhanças e diferenças.

A segmentação da amostra por idade, conhecimento prévio de Portugal e presença de parentes no país permitiu um entendimento mais aprofundado das similaridades e diferenças em suas experiências. A avaliação comparativa revela padrões e distinções importantes, contribuindo para o entendimento das suas vivências de imigração.

4.5.1 Semelhanças

a) Motivação para a mudança de país: Todas as participantes afirmaram que a preocupação com a segurança e a procura por uma vida de maior qualidade foram os principais motivos para a mudança de país. Independentemente da idade ou da experiência anterior em Portugal, havia um consenso de que o Brasil apresentava riscos significativos de segurança, enquanto Portugal oferecia um ambiente mais seguro e estável para se viver. Essa motivação espelha um padrão frequente entre os migrantes do Brasil, de acordo com estudos como o de Padilla (2006), que destacam a segurança como um elemento crucial na decisão de migrar. Esta demanda por segurança foi um elemento comum a todas as participantes da pesquisa.

b) Dependência de redes de apoio: A relevância das redes de apoio foi uma característica comum a todas as entrevistadas. As participantes que já conheciam Portugal antes da mudança possuíam uma rede de suporte mais robusta, geralmente composta por parentes ou amigos que já residiam no país, o que facilitou a fase inicial de adaptação. Em contrapartida, aquelas que não tinham conhecimento prévio enfatizaram a necessidade de estabelecer essas conexões após a chegada, confirmando a relevância das redes sociais para a formação desses vínculos de apoio. De acordo com Van Meeteren e Pereira (2013), a adaptação dos migrantes brasileiros em países como Portugal e Países Baixos é fortemente afetada pelas redes de apoio, particularmente as familiares e étnicas.

Essas redes servem como apoio emocional, disponibilizam informações úteis e simplificam a integração social e econômica dos migrantes. Eles destacam ainda que a força dessas redes influencia as chances de emprego e as trajetórias migratórias, que podem oscilar entre táticas de sobrevivência fundamentadas em trabalhos informais e carreiras mais organizadas. Portanto, eles afirmam que o êxito e a estabilidade na migração estão fortemente ligados à solidez dessas relações sociais.

Para aquelas que não tinham conhecimento prévio do país e não tinham familiares ou amigos em Portugal, estabelecer essa rede tornou-se ainda mais uma prioridade após a chegada, recorrendo tanto a conexões locais quanto a comunidades virtuais para se integrarem e obterem apoio emocional e prático.

c) Valorização das redes sociais como meio de informação: Independentemente do grau de conhecimento prévio sobre o país, todas as mulheres utilizaram, em diferentes proporções, as redes sociais e influenciadores digitais no processo de planejamento e decisão. Mesmo as mulheres que já haviam visitado Portugal recorreram a esses meios para obter informações detalhadas sobre a burocracia, o custo de vida e os serviços, ao passo que as sem experiência prévia depositaram uma confiança maior nesses canais.

Apesar de Castells (2010) não abordar diretamente a migração, sua teoria acerca da "sociedade em rede" proporciona um quadro teórico pertinente para entender a função das redes sociais digitais no cenário migratório. De acordo com o autor, as redes sociais digitais originam novos modelos de organização social, fundamentados em fluxos de informação e comunicação em escala global, onde pessoas podem compartilhar experiências, criar comunidades online e construir visões coletivas. Essas redes possibilitam que os migrantes, ao se conectarem e compartilharem suas experiências, criem um "mapa mental" do país de destino, compilando dados práticos, relatos e ligações que contribuem para diminuir as incertezas e simplificar o processo de adaptação. Assim, as redes sociais digitais assumem um papel fundamental na construção de novos tipos de apoio social, moldando as decisões e vivências dos migrantes em seu novo contexto.

d) Desafios na adaptação profissional: Um dos maiores obstáculos mencionados pelas entrevistadas foi a adaptação ao mercado laboral em Portugal. A maioria das mulheres tinham no Brasil trajetórias profissionais estabelecidas e enfrentaram desafios ligados à revalidação de diplomas e requisitos específicos para o exercício de suas profissões, o que levou algumas a reavaliarem suas trajetórias. Profissionais de campos regulamentados, tais como saúde e arquitetura, relataram demorados e custosos processos burocráticos para validar suas qualificações. Isso resultou em alguns casos em decisões difíceis, como alterar a carreira ou se aposentar mais cedo. Esse cenário foi especialmente desafiador para mulheres em idades mais avançadas, que frequentemente escolheram caminhos profissionais alternativos ou decidiram se distanciar do mercado de trabalho ativo.

Em contrapartida, as participantes da faixa etária mais jovem mostraram um maior interesse em buscar novas formações ou requalificações, aproveitando oportunidades educacionais para ultrapassar os obstáculos de colocação no mercado de trabalho. Essa dinâmica está em consonância com o estudo de Dekker & Engbersen (2014), que ressalta como as redes digitais expandem o capital social[6] dos migrantes e simplificam o acesso a informações sobre o mercado laboral e as tradições locais.

[6]Capital social se refere aos recursos que podemos aceder através de relações sociais e redes de contato, que oferecem suporte, informações e possibilidades. Conforme Bourdieu (1986), ele é constituído por um conjunto de relações duráveis baseadas em conhecimento e reconhecimento recíproco, e é obtido por meio de conexões e redes que fornecem vantagens e benefícios práticos. Coleman (1988) auxilia nessa definição, defendendo que o capital social facilita ações coordenadas e colaborativas, sendo formado por aspetos como confiança, normas e reciprocidade, que surgem das interações sociais e possibilitam atingir objetivos coletivos.

De acordo com os autores, essas redes estabelecem uma ligação essencial entre as vivências profissionais passadas e as novas oportunidades, auxiliando os migrantes a ajustar suas expectativas de carreira e a elaborar táticas de adaptação. Para as entrevistadas, a participação em comunidades online e redes locais foi fundamental para explorar o mercado de trabalho e identificar estratégias para vencer os desafios na carreira.

4.5.2 Diferenças

a) Efeito do conhecimento prévio: A intimidade com Portugal marcou a diferença entre as vivências de migração. As mulheres que já tinham experiência no país fizeram uma transição mais segura e com menos necessidade do uso das redes sociais e consulta a perfis influenciadores digitais, pois já possuíam um conhecimento prévio sobre a cultura e a rotina local. Em contrapartida, as que não possuíam conhecimento prévio apresentaram uma adaptação inicial mais complexa, com níveis elevados de ansiedade e cautela, compensando a ausência de experiência com pesquisas intensivas na internet e nas redes sociais.

Nesse sentido, podemos entender essa dinâmica com base na teoria de Granovetter (1973), que enfatiza que os "laços fracos" atuam como elos para novas informações e oportunidades, promovendo a troca de saberes entre distintos grupos sociais. De acordo com o autor, esses vínculos frágeis são essenciais para aceder novos contextos e compensar a ausência de experiências diretas, ligando os indivíduos a fontes diversas de informação.

b) Influência da idade no planejamento e na adaptação: A idade teve um impacto significativo no foco do planejamento e nas expectativas em relação à vida em Portugal. As mulheres mais novas (entre 45 e 55 anos) demonstraram maior interesse em se inserir no mercado de trabalho ou aproveitar oportunidades educacionais, exibindo maior adaptabilidade e motivação para alterações de carreira ou progresso acadêmico. Por outro lado, as mulheres de mais idade (56-65 anos) procuraram principalmente estabilidade e segurança para a aposentadoria, frequentemente dando prioridade à convivência com familiares e ao estabelecimento de uma rotina tranquila, com menos foco em novas responsabilidades profissionais. Esta conduta está alinhada com as descobertas de Dekker & Engbersen (2014), que ressaltam como as etapas da vida impactam diretamente as escolhas de migração, dado que as necessidades e prioridades se alteram com o passar do tempo. De acordo com os autores, os migrantes mais jovens costumam procurar novas oportunidades, enquanto os mais velhos se concentram na procura por segurança, qualidade de vida e na construção de uma rede de suporte familiar.

c) Utilização e confiança nas informações obtidas nas redes sociais: As mulheres sem experiência anterior em Portugal demonstraram maior dependência nas informações obtidas através de redes sociais e influenciadores digitais. Elas fizeram uso intenso dessas plataformas para fazer escolhas práticas sobre habitação, saúde e adaptação cultural. No entanto, enfatizaram que tiverem sempre de validar as informações para sentirem-se seguras de suas escolhas. Por outro lado, as que conheciam o país encararam essas fontes mais como um complemento e se apoiaram fortemente nas redes de suporte familiares ou nos próprios conhecimentos adquiridos. Esta perspetiva crítica em relação ao conteúdo digital se alinha ao que Abidin (2016) caracteriza como uma perceção de "autenticidade curada", na qual os usuários analisam minuciosamente a confiabilidade e a intenção das informações compartilhadas por influenciadores. De acordo com a autora, os seguidores não são meros recetores passivos, mas sim participantes ativos que verificam e comparam as informações para assegurar a confiabilidade de suas decisões.

d) Relação com o contexto local e cultural: Aquelas que já tinham algum tipo de familiaridade com Portugal pareciam se identificar mais rapidamente com a cultura local, aproveitando-se de uma adaptação mais direta e menos mediada por intermediários digitais. Já as mulheres que não conheciam o país anteriormente enfrentaram uma curva de aprendizado mais longa, muitas vezes encontrando na comunidade brasileira em Portugal um ponto de referência inicial, mas mostrando uma integração cultural mais lenta e, em alguns casos, mais desafiadora. Estes achados estão em consonância com as observações de Padilla (2006), que enfatiza a importância das redes sociais étnicas como um "nicho de transição" para os migrantes. De acordo com a autora, essas redes proporcionam um ambiente de receção e apoio inicial, atenuando o choque cultural e simplificando o acesso a recursos e informações. Contudo, Padilla também alerta que a continuidade nessas redes sociais pode restringir a interação com a comunidade local, atrasando o processo de assimilação cultural. Isso pode acontecer quando os migrantes mantêm um vínculo forte com suas comunidades de origem, em vez de se envolverem com o ambiente cultural do país de destino.

e) Presença de familiares e rede de suporte: Aquelas participantes que possuíam parentes em Portugal tiveram uma fase inicial de adaptação mais simples, pois tiveram suporte emocional, logístico e prático durante o processo de migração. Este apoio familiar não só proporcionou um ambiente mais recetivo, como também auxiliou na superação dos obstáculos burocráticos e culturais que se apresentaram ao chegar. Por outro lado, as que não tinham vínculos familiares desenvolveram estratégias autônomas para estabelecer conexões, procurando ligações tanto com habitantes locais quanto com a comunidade brasileira em

Portugal. Neste cenário, a rede de compatriotas serviu como um alicerce para obter informações, compartilhar vivências e receber suporte emocional. Esses resultados são consistentes com a pesquisa de Van Meeteren e Pereira (2013), que examinam como as redes familiares e étnicas funcionam como fontes de capital social, proporcionando apoio prático e emocional aos migrantes. De acordo com os autores, para aqueles sem vínculos familiares diretos, estabelecer novas redes sociais é crucial para assegurar o acesso a informações, recursos e oportunidades, impactando diretamente na sua adaptação e integração. Bourdieu (1986) também ressalta que o capital social, simbolizado por essas conexões e redes de suporte, é fundamental para a integração e mobilidade dos migrantes, potencializando suas possibilidades de sucesso no novo ambiente.

Capítulo 5
Discussões

Neste capítulo, são examinados os resultados da pesquisa à luz da revisão de literatura para responder as perguntas que orientaram esta pesquisa.

5.1 Principais fontes digitais de informação e temas pesquisados

As participantes mencionaram o uso regular de plataformas de media social como *Instagram* e *YouTube*, sugerindo que tais plataformas foram vitais para obter informações práticas sobre imigração. Este resultado evidencia o impacto das redes digitais na propagação de informações, como ressaltado por Castells (2010), que caracteriza as redes sociais digitais como fundamentais para a sociedade contemporânea.

O *Instagram*, com suas imagens e vídeos curtos, proporciona uma visão instantânea de situações cotidianas e vivências em Portugal, auxiliando as migrantes a formar uma perceção mental das realidades do país. De acordo com Abidin (2016), o *Instagram* é uma ferramenta eficaz para a "curadoria da autenticidade", uma vez que suas fotos e histórias permitem a criação de narrativas visuais que promovem a empatia e influenciam a confiança dos seguidores nas experiências partilhadas pelos influenciadores digitais. Este modelo auxilia as migrantes a sentirem a "realidade" de viver em Portugal, afetando suas visões sobre elementos como custo de vida, habitação e adaptação à cultura.

Em contrapartida, o *YouTube* proporciona vídeos mais extensos e instrutivos, possibilitando um estudo mais profundo em assuntos complexos. Conforme Burgess e Green (2018) destacam, o *YouTube* atua como uma "biblioteca de vídeos", onde produtores de conteúdo podem disponibilizar tutoriais minuciosos e relatos detalhados de suas vivências, o que é fundamental para decisões complexas. Esta característica do *YouTube* permite a criação de um conhecimento mais minucioso e um entendimento mais técnico dos processos associados à migração. As participantes pesquisaram principalmente sobre documentação, custo de vida, habitação e revalidação de diplomas, indicando que elas procuraram entender aspetos logísticos importantes para a sua mudança para Portugal.

Os influenciadores digitais tiveram uma função significativa como fontes de informações específicas para as entrevistadas, em consonância a estudos como o de Dekker & Engbersen (2014) que afirmam que as redes sociais alteraram as redes de migração, dando acesso e apoio anteriormente inacessíveis. Pode-se ainda correlacionar com a teoria dos laços fracos de Granovetter (1973), onde conexões frágeis, como as estabelecidas com esses influenciadores,

foram pertinentes para que elas pudessem obter uma variedade de informações sobre todo o processo. No entanto, a relevância dada a esses influenciadores foi feita com criticidade, onde demonstraram prudência ao usar essas fontes e complementando-as com consultas a sites oficiais, familiares, amigos e consultorias especializadas.

5.2 Confiabilidade atribuída às informações e o papel dos influenciadores

A confiabilidade dos dados coletados nas redes sociais foi vista de forma ambígua. Apesar de algumas participantes exibirem um grau elevado de confiança, outras demonstraram maior ceticismo, confirmando informações através de fontes formais. Isso está em consonância com o estudo de Hajli et al. (2017), que indica que a consistência das informações nas redes sociais pode ser problemática, exigindo a triangulação dos dados para tomar decisões seguras.

Os relatos indicaram que, apesar das limitações, as informações disponibilizadas pelos influenciadores foram relevantes para entender as sutilezas do processo de imigração.

Contudo, algumas delas expressaram expectativas que não foram cumpridas, o que pode ser explicado pelo fenômeno de idealização da vida no exterior. Essa idealização ocorre frequentemente quando influenciadores digitais destacam principalmente as características positivas de suas vivências, criando uma visão parcial da realidade. Esse processo está relacionado ao 'imaginário migratório', que, segundo Appadurai (1996), é amplamente moldado pelo fluxo global de informações e imagens. O autor argumenta que a globalização, ao proporcionar maior acesso a representações idealizadas da vida em outros países, fomenta 'espaços de imaginação' que alimentam expectativas irrealistas. Dessa forma, os migrantes, ao enfrentarem os desafios concretos da mudança e adaptação, podem vivenciar frustrações decorrentes dessa visão distorcida.

5.3 Importância das redes sociais na tomada de decisão

Em grande parte, a escolha de migrar para Portugal foi influenciada pelo anseio por uma maior qualidade de vida[7] e segurança, fatores que se tornam ainda mais relevantes nesta fase da vida, quando o planejamento para a aposentadoria e a procura por estabilidade emocional e bem-estar se tornam mais relevantes.

[7] O conceito de qualidade de vida engloba o bem-estar físico, psicológico, social e ambiental, é comumente ligado à satisfação e ao equilíbrio em diversos aspetos da vida humana (WHOQOL Group, 1995). De acordo com Minayo et al. (2000), a qualidade de vida é um constructo social que se altera de acordo com os contextos históricos, culturais e individuais, espelhando tanto condições objetivas quanto perceções subjetivas.

A teoria do envelhecimento ativo sugerida por Baltes (1997) defende que, à medida que envelhecem, as pessoas começam a selecionar objetivos que lhes conferem maior segurança e bem-estar, empregando táticas de otimização seletiva com compensação. Esses elementos estão em consonância com a essa teoria, que propõe que escolhas como essas são fortemente afetadas pelas exigências particulares de cada etapa da vida.

Neste contexto, as redes sociais tiveram uma função importante ao simplificar o planejamento prático e emocional do processo de migração. Elas se estabeleceram como a principal fonte de dados sobre temas como habitação, emprego e custo de vida, oferecendo uma fundamentação robusta para a tomada de decisões.

A teoria *Push-Pull*, formulada por Lee (1966), se aplica neste contexto, uma vez que as redes sociais intensificaram tanto os elementos de "empurrão" do Brasil - como a insegurança e instabilidade econômica - quanto os de "atração" de Portugal, como a segurança e a qualidade de vida. Em particular, os influenciadores digitais reforçaram a atratividade de Portugal, compartilhando vivências positivas que se alinharam aos anseios das participantes.

Entretanto, apesar da influência das redes sociais, as participantes da pesquisa não se deixaram influenciar por uma perspetiva idealizada e ilusória. Elas utilizaram de forma crítica as informações obtidas, filtrando-as com base na avaliação dos desafios reais que teriam de enfrentar na prática.

Esta atitude cuidadosa corrobora com a teoria de Kahneman (2011), em *Thinking, fast and slow*, ele detalha a operação do sistema cognitivo humano em duas modalidades: o Sistema 1, mais ágil, automático e emocional, e o Sistema 2, mais lento, deliberativo e lógico. Segundo o autor, vieses cognitivos, como a aversão à perda e o excesso de confiança, podem distorcer a visão da realidade e resultar em avaliações equivocadas. Já Thaler (2015) destaca o conceito de *nudge*, que se refere a um" empurrão" sutil no ambiente de escolha que estimula os indivíduos a fazer escolhas mais acertadas, sem limitar sua liberdade de escolha. Ele defende ainda que as emoções e o ambiente têm um papel significativo na maneira como as pessoas avaliam riscos e oportunidades, particularmente em contextos de incerteza, como é o caso da migração. Portanto, as redes sociais desempenharam um papel essencial na formação de uma visão informada e ponderada sobre a imigração para Portugal, unindo aspirações individuais e realidades concretas numa decisão complexa e relevante.

5.4 Contribuição das redes sociais para adaptação e construção de redes de apoio

Durante o período de adaptação, as redes sociais foram fundamentais para a criação de redes de apoio e no desenvolvimento de conexões com outros brasileiros em Portugal. Conforme a teoria

das redes de migração proposta por Massey et al. (1998), essas redes contribuem para diminuir os custos e riscos ligados à migração, promovendo a adaptação cultural e social. As participantes compartilharam suas experiências em comunidades online, como grupos no *Facebook* e *WhatsApp*, onde trocaram experiências e receberam suporte prático e emocional.

A formação dessas redes de apoio digitais também fortaleceu a ideia de "sociedade em rede" proposta por Castells (2010), pois possibilitaram às mulheres manter conexões com a cultura do Brasil e, simultaneamente, estabelecer conexões no novo contexto. Esse processo pode ser entendido à luz do conceito de migração virtual discutido por Oosterbaan (2010), que destaca como os migrantes utilizam os medias digitais para criar um sentimento de proximidade com o país de origem, mesmo estando fisicamente distantes. Essas redes digitais reconfiguram o espaço e o lugar, permitindo que as migrantes mantenham um forte vínculo com suas raízes culturais enquanto desenvolvem novas identidades no contexto de acolhimento.

Esta dualidade destacou um processo de adaptação mais dinâmico e integrado, no qual a preservação do vínculo com a cultura de origem ocorreu simultaneamente à integração na sociedade portuguesa, refletindo a ideia de reconfiguração de lugar e espaço discutida por Oosterbaan (2010), em que a migração digital permite aos migrantes coexistirem em múltiplos espaços culturais.

Conclusão

A pesquisa destaca a importância das redes sociais no processo de migração de brasileiras de 45 a 65 anos para Portugal. Essas plataformas foram amplamente utilizadas para obter informações sobre vistos, habitação e documentação, além de contribuir para a criação de redes de suporte essenciais para adaptação. A maioria das participantes planejou a mudança minuciosamente, contando com consultorias e cursos online encontrados nas redes para uma transição mais estruturada. No entanto, havia uma confiança moderada nas informações de influenciadores, com muitas recorrendo a fontes oficiais para confirmação.

Esta investigação oferece importantes contribuições para a literatura sobre migração de mulheres de meia-idade, demonstrando que, mesmo em um grupo não nativo digital, as redes sociais desempenham um papel estratégico na tomada de decisões e adaptação. Fatores como segurança, qualidade de vida e conhecimento da língua e cultura foram fundamentais na escolha de Portugal. Embora *Instagram* e *YouTube* tenham sido reconhecidos como fontes úteis, também foram observados conteúdos enganosos sobre a facilidade da migração e as condições de habitação, levando as participantes a uma postura mais crítica.

No âmbito das políticas públicas, a pesquisa aponta uma oportunidade significativa: nenhuma participante mencionou consultar perfis de entidades governamentais ou serviços de apoio a imigrantes nas redes sociais. Quando esses órgãos foram mencionados, era por meio de sites oficiais encontrados em buscas *Google* ou indicações nas redes. Isso sugere a necessidade de uma presença mais ativa e visível de órgãos oficiais nos medias sociais, para fornecer informações transparentes e seguras sobre o processo de migração.

No entanto, é fundamental reconhecer as restrições da pesquisa. A investigação teve uma quantidade restrita de participantes, o que limita a aplicação generalizada dos resultados. Ademais, a atenção foi exclusivamente voltada para as redes sociais e influenciadores digitais, desconsiderando outras fontes, como redes de suporte presencial e meios de comunicação convencionais. Pesquisas futuras poderiam abranger um grupo mais amplo e investigar como a utilização de canais oficiais poderia complementar as redes sociais, contribuindo para uma integração mais sólida desses imigrantes.

Por fim, esta investigação mostrou que, para as mulheres brasileiras que migraram para Portugal, as redes sociais não apenas facilitaram o acesso à informação, mas também desempenharam um papel central na construção de redes de apoio e integração. Investir em canais de informação oficiais mais acessíveis poderia potencializar o sucesso desse processo, garantindo uma transição mais informada e tranquila para o público migrante.

Referências

Abidin, C. (2016). *Aren't these just young, rich women doing vain things online?*: Influencer selfies as subversive frivolity. *Social Media + Society*, *2*(2), 1-17.

Abidin, C. (2018). *Internet celebrity: Understanding fame online*. Emerald Publishing Limited.

Appadurai, A. (1996). *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization*. University of Minnesota Press.

Baltes, P. B. (1997). On the incomplete architecture of human ontogeny: Selection, optimization, and compensation as foundation of developmental theory. *American Psychologist, 52*(4), 366-380.

Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. Edições 70.

Borgatti, S. P., Mehra, A., Brass, D. J., & Labianca, G. (2009). Network analysis in the social sciences. *Science*, 323(5916), 892-895. https://doi.org/10.1126/science.1165821

Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241-258). Greenwood Press.

boyd, d. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press.

Boyd, M., & Grieco, E. (2003). Women and migration: Incorporating gender into international migration theory. *Migration Policy Institute*. Disponível em: https://www.migrationpolicy.org/article/women-and-migration-incorporating-gender-international-migration-theory

boyd, d., & Ellison, N. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230. https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x

Bråten, S. (2013). *Roots and collapse of empathy: Human nature at its best and at its worst* (pp. 115 e ss.). John Benjamins Publishing.

Bullen, M., Morgan, T., Belfer, K., & Qayyum, A. (2011). The digital natives debate: A critical review of the evidence. *British Journal of Educational Technology, 42*(5), 775-786.

Burgess, J., & Green, J. (2018). *YouTube: Online video and participatory culture* (2nd ed.). Polity Press.

Castells, M. (2004). *The network society: A cross-cultural perspective*. Edward Elgar Publishing.

Castells, M. (2010). *The rise of the network society.* Blackwell.

Castells, M. (2017). *Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet.* Zahar.

Castles, S., & Miller, M. J. (2009). *The age of migration: International population movements in the modern world*. Palgrave Macmillan.

Cialdini, R. B. (2009). *Influence: Science and practice*. Pearson Education.

Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94, S95-S120.

Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The Sage handbook of qualitative research*. Sage.

Dekker, R., & Engbersen, G. (2014). *"How Social Media Transform Migrant Networks and Facilitate Migration."* Global Networks, 14(4), 401-418. https://doi.org/10.1086/228943

Expresso. (2023, janeiro 16). Número de estrangeiros em Portugal aumentou em 2022 pelo sétimo ano consecutivo: são agora mais de 750 mil. *Expresso*. https://expresso.pt/sociedade/migracoes/2023-01-16-Numero-de-estrangeiros-em-Portugal-aumentou-em-2022-pelo-setimo-ano-consecutivo-sao-agora-mais-de-750-mil-29980b26

Ferreira, G. (2011). *Redes sociais de informação: Uma história e um estudo de caso* [Dissertação de mestrado, Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo]. SciELO. https://www.scielo.br/j/pci/a/hX6dWhCGmVCqGCC6ZnhgSMw/?format=pdf&lang=pt

Flick, U. (2009). *An introduction to qualitative research* (4th ed.). Sage Publications

Granovetter, M. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology, 78*(6), 1360-1380. https://doi.org/10.1086/225469

Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. *Field Methods, 18*(1), 59-82. https://doi.org/10.1177/1525822X05279903

Gordon, M. M. (1964). *Assimilation in American life: The role of race, religion, and national origins*. New York: Oxford University Press.

Hajli, N., Sims, J., Zadeh, A. H., & Richard, M.-O. (2017). A social commerce investigation of the role of trust in a social networking site on purchase intentions. *Journal of Business Research, 71*, 133-141. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.10.004

Harris, J. R., & Todaro, M. P. (1970). Migration, unemployment and development: A two-sector analysis. *The American Economic Review, 60*(1), 126-142.

Israel, M., & Hay, I. (2006). *Research ethics for social scientists.* Sage.

Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Farrar, Straus and Giroux.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons, 53*(1), 59-68. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003

Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (1955). *Personal influence: The part played by people in the flow of mass communications*. Free Press.

Kennedy, G., Judd, T., Churchward, A., Gray, K., & Krause, K. (2008). First year students' experiences with technology: Are they really digital natives? *Australasian Journal of Educational Technology, 24*(1), 108-122. https://doi.org/10.14742/ajet.1233

Komito, L. (2011). Social media and migration: Virtual community 2.0. *Journal of the American Society for Information Science and Technology, 62*(6), 1075-1086. https://doi.org/10.1002/asi.21517

Lee, E. S. (1966). A theory of migration. *Demography, 3*(1), 47-57. https://doi.org/10.2307/2060063

Leurs, K., & Ponzanesi, S. (2018). Connected migrants: Encapsulation and cosmopolitanization. *Popular Communication, 16*(1), 4-20. https://doi.org/10.1080/15405702.2017.1418359

Levitt, P. (2001). *The transnational villagers*. University of California Press.

Marwick, A., & boyd, d. (2011). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New Media & Society, 13*(1), 114-133. https://doi.org/10.1177/1461444810365313

Massey, D. S., Arango, J., Hugo, G., Kouaouci, A., Pellegrino, A., & Taylor, J. E. (1993). Theories of international migration: A review and appraisal. *Population and Development Review, 19*(3), 431-466. https://doi.org/10.2307/2938462

Massey, D. S., Arango, J., Hugo, G., Kouaouci, A., Pellegrino, A., & Taylor, J. E. (1998). *Worlds in motion: Understanding international migration at the end of the millennium*. Clarendon Press.

Maxwell, J. A. (2013). *Qualitative research design: An interactive approach*. Sage.

Minayo, M. C. de S., Hartz, Z. M. de A., & Buss, P. M. (2000). Qualidade de vida e saúde: Um debate necessário. *Ciência & Saúde Coletiva, 5*(1), 7-18. https://doi.org/10.1590/S1413-81232000000100002

Moustakas, C. (1994). *Phenomenological research methods*. Sage.

Oosterbaan, M. (2010). Virtual migration: Brazilian diasporic media and the reconfigurations of place and space. *Revue Européenne des Migrations Internationales, 26*(1), 81-102. Disponível em http://journals.openedition.org/remi/5037

OpenAI. (n.d.). Data Analyst Tools - ChatGPT [online]. Disponível em https://chatgpt.com/g/g-HMNcP6w7d-data-analyst

Padilla, B. (2006). *Brazilian migration to Portugal: Social networks and ethnic solidarity* (CIES e-Working Paper No. 12/2006). Centro de Investigação e Estudos de Sociologia, ISCTE-IUL. Disponível em http://hdl.handle.net/10071/175.

Padilla, B., & Gomes, M. S. (2016). *Empoderamento, interseccionalidade e ciberativismo: Uma análise do "Manifesto contra o preconceito às mulheres brasileiras em Portugal"*. Revista TOMO, 28, 169-201. Disponível em: https://repositorio.iscte-iul.pt/handle/10071/12358.

Prensky, M. (2001). *Digital natives, digital immigrants*. *On the Horizon*, 9(5), 1-6. https://doi.org/10.1108/10748120110424816

Portes, A., & Rumbaut, R. G. (2014). *Immigrant America: A portrait* (4ª ed.). University of California Press.

Prochaska, J. O., & DiClemente, C. C. (1983). *Stages and processes of self-change of smoking: Toward an integrative model of change*. *Journal of Consulting and Clinical Psychology, 51*(3), 390–395. https://doi.org/10.1037/0022-006X.51.3.390

Reid, L., Button, D., & Brommeyer, M. (2023). *Challenging the Myth of the Digital Native: A Narrative Review*. *Nursing Reports, 13*(2), 573–600. https://doi.org/10.3390/nursrep13020052

Silva, E. G., Mendes, M., & Topa, J. B. (2021). Imigração e violência: Vivências de intimidade de mulheres imigrantes brasileiras em Portugal. In *Violência de Género e seus Determinantes Sociais: Teoria e Prática* (pp. 36-54). Lisboa: Universidade da Maia/CIEG-ISCSP-ULisboa.

SEF (Serviço de Estrangeiros e Fronteiras). (2022). *Relatório de Imigração, Fronteiras e Asilo 2022*. Lisboa: SEF. Disponível em https://www.sef.pt/pt/Documents/RIFA2022%20vF2a.pdf.

Seidl, E. M. F., & Zannon, C. M. L. da C. (2004). Qualidade de vida e saúde: Aspectos conceituais e metodológicos. *Cadernos de Saúde Pública, 20*(2), 580-588. https://doi.org/10.1590/S0102-311X2004000200027

Sunstein, C. R. (2017). *#Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton University Press.

Thaler, R. H. (2015). *Misbehaving: The making of behavioral economics*. W. W. Norton & Company.

Todaro, M. P. (1976). *Internal migration in developing countries: A review of theory, evidence, methodology, and research priorities*. Geneva: International Labour Office.

United Nations. (2004). *World survey on the role of women in development: Women and international migration*. New York: United Nations.

Van Meeteren, M., & Pereira, S. (2013). *The differential role of social networks: Strategies and routes in Brazilian migration to Portugal and the Netherlands* (International Migration Institute Working Paper No. 66). Disponível em: http://hdl.handle.net/1765/39968.

Watts, D. J., & Dodds, P. S. (2007). *Influentials, networks, and public opinion formation*. *Journal of Consumer Research, 34*(4), 441-458. https://doi.org/10.1086/518527

WHOQOL GROUP. (1995). The World Health Organization Quality of Life assessment (WHOQOL): Position paper from the World Health Organization. *Social Science & Medicine, 41*(10), 1403-1409. https://doi.org/10.1016/0277-9536(95)00112-K

Anexos

Anexo A

Guião semiestruturado para entrevista sobre a influência das redes sociais e influenciadores digitais na experiência de imigração para Portugal.

1 . Perguntas introdutórias:

1.1 Me fale o seu nome e a sua idade?

1.2. Qual é o seu nível de escolaridade?

1.3. Qual é o seu estado civil atual?

1.4 Já era (estado civil) no Brasil?

1.5. Tem filhos?

1.6. Caso sim na anterior: Eles vivem em Portugal ou vivem noutro sítio?

1.7. E qual era a sua ocupação no Brasil, você trabalhava?

1.8. Qual é a sua ocupação atual?

1.9. Onde vivia no Brasil?

1.10. Como era sua vida em geral no Brasil?

2. Motivações para a mudança

2.1 Você tinha alguma ou algumas insatisfações de viver no Brasil? Quais?

2.2. Quais foram os principais fatores na tomada de decisão de mudar de País?

2.3. Porque você escolheu Portugal como destino? Quais foram os fatores mais importantes nessa decisão e porque esses fatores foram determinantes na escolha?

2.4. Em qual região de Portugal reside atualmente? Por que escolheu essa cidade?

2.5. Onde ou com quem você buscou as informações sobre o País e a cidade onde vive?

2.6. Você fez um planeamento para essa mudança? Porquê?

3. Fontes de informação digital antes da imigração

3.1 Você buscou informações sobre o País nas redes sociais ou plataformas digitais?

3.2. Em quais plataformas digitais você buscou informações sobre imigração para Portugal antes de se mudar?

3.3. E qual você considera que foi a principal fonte de informações sobre imigração?

3.4. Você buscou informações ou consultou perfis de influenciadores digitais que falam sobre imigração? Quais?

3.5. Foi importante para você ter seguido e consumido o conteúdo desses influenciadores? Porque? Qual foi o impacto dessas informações obtidas na sua decisão de imigrar para Portugal?

3.6. Que tipo de conteúdo você achou mais útil durante sua pesquisa sobre imigração? Porque?

3.7. Esses conteúdos afetaram sua decisão em relação a aspetos específicos da imigração, como por exemplo o tipo do visto ou o local onde viver? Quais?

3.8. Você tomou alguma decisão importante baseada diretamente nas informações fornecidas por influenciadores digitais? Se sim, qual foi?

3.9. Com que frequência consultou essas fontes de informação durante o planeamento da imigração? Porquê?

4. Credibilidade e confiança nas informações

4.1. Qual o nível de confiabilidade que você atribui às informações obtidas através das redes sociais e influenciadores digitais antes de se mudar para Portugal? Porquê?

4.2. Como você verificou a precisão das informações recebidas através de influenciadores digitais e redes sociais antes da imigração?

4.3. Alguma vez encontrou informações falsas ou enganosas nas redes sociais relacionadas à imigração para Portugal? Onde?

4.4. Caso "Sim" na pergunta anterior: Pode descrever quais informações foram falsas ou enganosas?

5. Adaptação e rede de apoio em Portugal

5.1. Como as redes sociais ajudaram na sua adaptação a Portugal após a imigração?

5.2. Envolveu-se em alguma comunidade online ou grupo de apoio voltado para brasileiros em Portugal? Porquê?

5.3. Caso "Sim": Como essa comunidade online ajudou na sua adaptação? Porquê?

5.4. De que maneira a interação com outros brasileiros em Portugal, através das redes sociais, influenciou sua experiência de integração?

5.5. Como as redes sociais a ajudaram a encontrar informações práticas sobre a vida diária em Portugal, como transporte, alimentação e moradia?

5.6. Usou redes sociais para encontrar oportunidades de trabalho ou serviços profissionais em Portugal? Como foi essa experiência?

6. Experiências e Sugestões

6.1. Você encontrou algum desafio específico relacionado à informação obtida nas redes sociais ou através de influenciadores digitais após a chegada em Portugal? Quais?

6.2. Há algo que gostaria de ter sabido antes de se mudar para Portugal que não encontrou nas redes sociais ou através dos influenciadores digitais?

6.3. Gostaria de compartilhar alguma experiência positiva ou negativa sobre como as redes sociais e influenciadores digitais impactaram sua experiência de imigração e adaptação?

7. Impacto Geral

7.1. Como você avalia a influência geral das redes sociais e dos influenciadores digitais em sua decisão de imigração e adaptação? Porquê?

7.2. Considerando a sua experiência, recomendaria o uso de redes sociais e influenciadores digitais para outras pessoas que estão pensando em imigrar? Porquê?

7.3. Existe algum aspeto da sua experiência de imigração que você acha que poderia ser melhorado por meio de maior transparência ou melhores informações online?

Anexo B

Quadro B.1: Perfil das entrevistadas

Entrevistada	E.A	E. B	E. C	E. D	E. E	E. F	E. G	E. H
Idade	58 anos	63 anos	48 anos	49 anos	45 anos	60 anos	54 anos	56 anos
Já conhecia Portugal?	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Sim	Não
Escolaridade	Superior e Especialização Odontologia	Superior Enfermagem	Doutoramento Comunicação Social	MBA em Marketing e Gestão	Ensino Médio Completo	MBA de Administração de empresas	Doutoramento Arquitetura e Urbanismo	Pós-graduação Direito educacional
Estado Civil	Divorciada	Casada	Casada	Divorciada	Casada	Solteira	Casada	Casada
Filhos? Onde vivem?	Uma filha, em Portugal	Não	Trigêmeos, Portugal	Não	Dois, em Portugal	Um, no Brasil	Três, no Brasil	Um, na Nova Zelândia
Ocupação no Brasil	Dentista	Enfermeira	Consultora de Educação	Gerente de Operações	Manicure	Gestora de Facilities	Diretora de Patrimônio	Professora
Ocupação Atual	Gerente Administrativo	Aposentada	Professora Universitária	Professora de Inglês	Manicure	Aposentada	Estudante de Doutorado	Aposentada
Local de Origem no Brasil	Porto Alegre, RS	Birigui, SP	Belo Horizonte, MG	São Paulo, SP	Viamão, RS	Rio de Janeiro, RJ	Belém, PA	São Paulo, SP
Cidade Atual em Portugal e Motivo	Lisboa, pela família	Vila Nova de Gaia, por trabalho do marido	Lisboa, pela adaptação dos filhos	Lisboa, por preferência pessoal	Seixal, por amizade	Vila Nova de Gaia, por planejamento	Porto, pelo doutorado	Vila Franca de Xira, pelo trabalho do marido