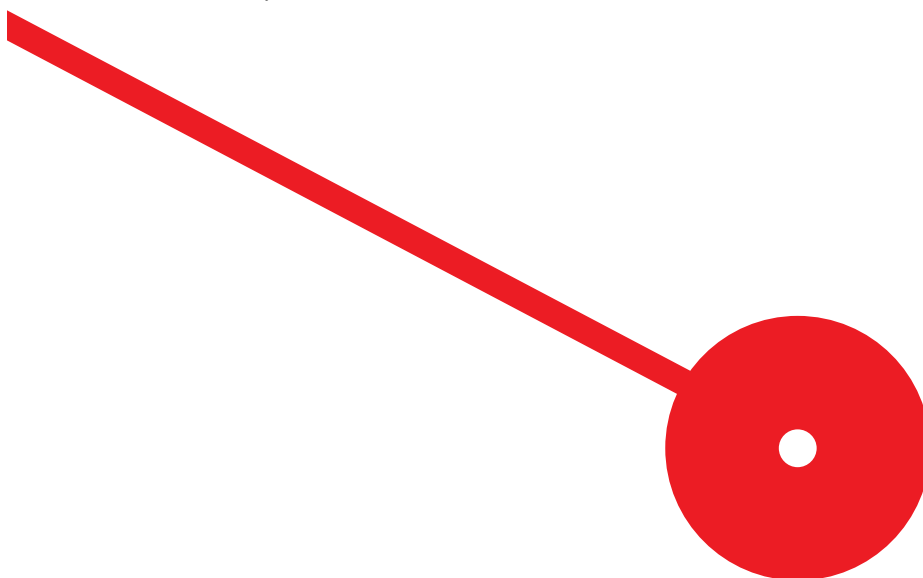




Perceção Pública do Acolhimento de Refugiados Afegãos em Portugal (Versão Final)

João Pedro Prata Veiga

10/2023





Perceção Pública do Acolhimento de Refugiados Afegãos em Portugal

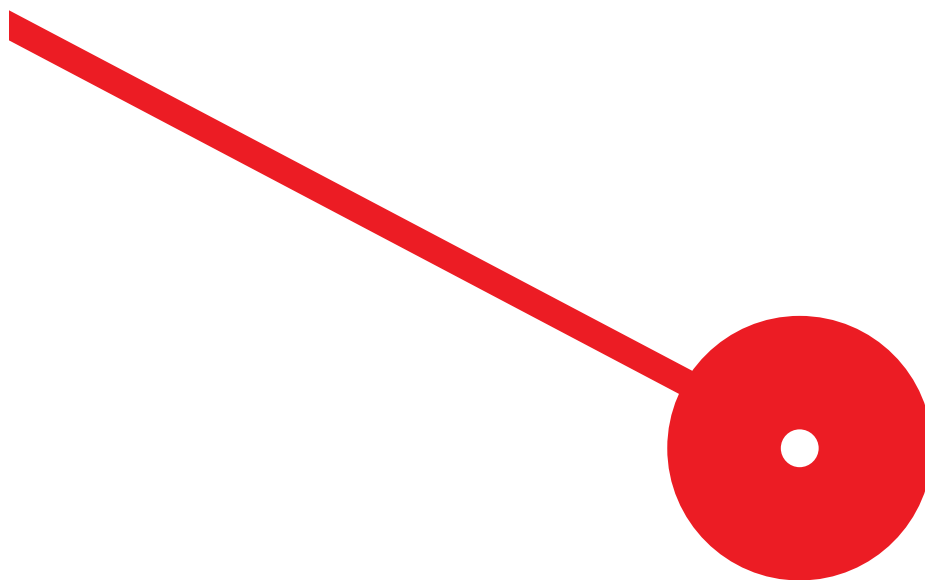
João Pedro Prata Veiga

**Dissertação de Mestrado apresentada ao Instituto Superior de
Contabilidade e Administração do Porto para a obtenção do grau de
Mestre em Assessoria em Comunicação Digital, sob orientação da
Professora Doutora Luciana Oliveira**

João Pedro Prata Veiga. Perceção Pública do Acolhimento de Refugiados Afegãos em

Portugal

10/2023



Dedicatória

Aos meus tios Sebastião Ladeiras e António Luís

Agradecimentos

Em primeiro lugar, quero expressar a minha mais profunda gratidão à minha namorada. Cada minuto de apoio nos momentos difíceis e cada celebração nas vitórias comigo foram degraus no caminho da determinação para alcançar este tão almejado objetivo.

À minha família, quero agradecer todo o apoio nesta jornada e toda a motivação que sempre me transmitiram.

Faltam-me as palavras para expressar a minha gratidão à minha orientadora, a Professora Doutora Luciana Oliveira. Presença constante desde os meus primeiros dias no ISCAP, sempre me guiou com sabedoria e com os meus melhores interesses em mente. A sua dedicação à minha educação e ao meu crescimento académico foram fundamentais para alcançar este objetivo. Fico imensamente grato por ter tido a sorte de ser orientado por si.

Por último, mas não menos importante, quero agradecer à Cátia Santana, minha chefe. O seu apoio e flexibilidade permitiram-me equilibrar os desafios de trabalhar e estudar, e a confiança depositada em mim deu-me a motivação necessária para continuar a perseguir esta conquista.

Resumo:

A crise humanitária no Afeganistão, desencadeada pela retirada das tropas norte-americanas do país em agosto de 2021, levou à mobilização de milhares de refugiados afegãos em busca de segurança e abrigo, tanto para países contíguos, como para Estados-membro da Organização das Nações Unidas. A presente investigação procura aferir a perceção pública quanto ao acolhimento de refugiados afegãos em Portugal, através da análise de interações ocorridas na rede social Facebook. Os objetivos passam por classificar as ameaças percebidas pelos portugueses neste espaço online, caracterizar o sentimento, emoções e grau de aprovação de acolhimento verificados e ainda estudar a presença e tipologia de discurso de ódio nas interações analisadas. Neste estudo transversal (*cross-sectional*) adotou-se uma estratégia de investigação mista, de tipologia embutida, com ênfase na componente qualitativa sobre a componente quantitativa, consistente numa análise volumétrica de 40 publicações de canais noticiosos generalistas no Facebook, seguida de uma análise de conteúdo aplicada a 1000 comentários selecionados de 10 dessas publicações, com base na popularidade e grau de controvérsia. Os resultados mostram uma predominância de sentimento negativo expresso nas interações analisadas, assim como um baixo grau de aprovação relativo ao acolhimento. A complexidade de emoções observadas revelou a presença de polémica e polarização na abordagem a este tema, registando-se uma superioridade de emoções negativas sobre as positivas. A análise às ameaças percebidas pelos portugueses revelou uma maior preocupação com o impacto económico no acolhimento de refugiados, seguida por preocupações ligadas à segurança, à cultura e, com menor ênfase, à religião. O discurso de ódio identificado nas interações foi maioritariamente de tipologia política, seguida pelos tipos religião e nacionalidade. Acredita-se que esta investigação possui um impacto social relevante, uma vez que fornece uma visão pioneira da perceção pública sobre o acolhimento de refugiados afegãos em Portugal.

Palavras chave: Refugiados; Afeganistão; Redes Sociais; Opinião Pública

Abstract:

The humanitarian crisis in Afghanistan, triggered by the withdrawal of US troops from the country in August 2021, led to the mobilization of thousands of Afghan refugees in search of safety and shelter, both in contiguous countries and in member states of the United Nations. This research seeks to assess public perception regarding the reception of Afghan refugees in Portugal, through the analysis of interactions occurring on the social network Facebook. The objectives are to classify the threats perceived by the Portuguese in this online space, characterize the feelings, emotions and degree of acceptance of welcoming and to study the presence and typology of hate speech in the interactions analysed. In this cross-sectional study, a mixed research strategy was adopted, with an embedded typology, with emphasis on the qualitative component over the quantitative component, consisting of a volumetric analysis of 40 publications from generalist news channels on Facebook, followed by an analysis of content applied to 1000 comments selected from 10 of these publications, based on popularity and degree of controversy. The results show a predominance of negative feelings expressed in the interactions analysed, as well as a low degree of approval regarding reception. The complexity of emotions observed revealed the presence of controversy and polarization in the approach to this topic, with a superiority of negative emotions over positive ones. The analysis of the threats perceived by the Portuguese revealed a greater concern with the economic impact of welcoming refugees, followed by concerns linked to security, culture and, with less emphasis, religion. The hate speech identified in the interactions was mostly political, followed by religion and nationality. It is believed that this research has a relevant social impact, as it provides a pioneering view of the public perception of the welcoming of Afghan refugees in Portugal.

Key words: Refugees; Afghanistan; Social Media; Public Opinion

Índice

1.1	Afganistão - O país e a crise humanitária	6
1.1.1	Contexto histórico	6
1.1.2	Crise humanitária no país	7
1.2	Os refugiados afegãos.....	8
1.2.1	Definição e distinção de migrantes.....	8
1.2.2	Acolhimento de refugiados afegãos	10
1.2.3	Perceção pública de refugiados e Islamofobia	13
1.3	Redes Sociais.....	21
1.3.1	Definição e Evolução.....	22
1.3.2	Uso e Impacto na Comunicação	24
1.3.3	Perigos das Redes Sociais	27
1.3.4	Portugal e as Redes Sociais	31
2.1	Questão e objetivos de investigação	34
2.1.1	Questão de Investigação.....	34
2.1.2	Objetivos de Investigação	34
2.2	Estratégia e desenho de investigação	34
2.3	Etapas da investigação	35
2.3.1	Modelo de categorização de conteúdo	36
2.3.2	Critérios, recolha e seleção de dados.....	38
	Análise de Resultados.....	46
3.1	Análise de Volumetria	47
3.2	Análise de Conteúdo	57
3.2.1	Análise de sentimento	57
3.2.2	Análise do Grau de Aprovação	59
3.2.3	Análise de Ameaça Percebida	60
3.2.4	Análise de Discurso de Ódio	67
3.2.5	Análise Transversal	70

3.3 Discussão de Resultados	72
Conclusão	79
Recomendações para trabalhos futuros	81

Índice de Figuras

Figura 1 Pirâmide de População por Idade – Afeganistão	12
Figura 2 "Muitos europeus preocupados que os refugiados aumentem o terrorismo interno"	15
Figura 3 "Poucos culpam os refugiados pelo crime”	16
Figura 4 “Muitos referem que os refugiados vão ter um impacto económico negativo"	17
Figura 5 Modelo de Categorização de Conteúdo	36
Figura 6 Reações no Facebook.....	38
Figura 7 Fórmula da entropia	41
Figura 8 Entropia da análise	42
Figura 9 Amostra 2 (p1 a p10).....	43
Figura 10 Distribuição Temporal de Publicações	47
Figura 11 Interações por Publicação	48
Figura 12 Distribuição Temporal de Interações	48
Figura 13 Publicação p32	49
Figura 14 Distribuição de Interações por tipologia	49
Figura 15 Comentários por Publicação	50
Figura 16 Distribuição Temporal de Comentários	50
Figura 17 Partilhas por Publicação	51
Figura 18 Distribuição Temporal de Partilhas.....	51
Figura 19 Reações por Publicação.....	52
Figura 20 Distribuição Temporal de Reações	52
Figura 21 Distribuição de reações por tipologia.....	53
Figura 22 Emoções por Tipologia	54
Figura 23 Distribuição Emoções Positivas.....	54
Figura 24 Distribuição Emoções Negativas	55
Figura 25 Distribuição Emoções Neutras.....	55

Índice de Tabelas

Tabela 1 Ameaças percebidas no acolhimento de refugiados	21
Tabela 2 Páginas de Facebook de meios comunicação portugueses (canais de televisão de caráter noticioso generalista)	39
Tabela 3 Sentimento por tipologia	58
Tabela 4 Exemplos de Verbatim da categoria Sentimento.....	58
Tabela 5 Grau de Aprovação	59
Tabela 6 Exemplos de Verbatim da categoria Grau de Aprovação.....	60
Tabela 7 Ameaças Realistas	61
Tabela 8 Exemplos de Verbatim da categoria Ameaça Realista de Segurança.....	61
Tabela 9 Crenças recolhidas referentes à Segurança.....	62
Tabela 10 Exemplos de Verbatim da categoria Ameaça Realista de Economia.....	62
Tabela 11 Crenças recolhidas referentes à Economia	63
Tabela 12 Ameaças Simbólicas.....	64
Tabela 13 Exemplos de Verbatim da categoria Ameaça Simbólica de Cultura.....	64
Tabela 14 Crenças recolhidas referentes à Cultura	65
Tabela 15 Exemplos de Verbatim da categoria Ameaça Simbólica de Religião	66
Tabela 16 Crenças recolhidas referentes à Religião.....	66
Tabela 17 Tipologias de Discurso de Ódio	68
Tabela 18 Exemplos de Verbatim das categorias do Discurso de Ódio.....	68
Tabela 19 Total de ocorrências por categoria e publicação.....	70

CAPÍTULO - INTRODUÇÃO

A retirada das tropas norte-americanas do Afeganistão, em agosto de 2021, abriu portas ao estabelecimento do regime Talibã no país. As práticas extremistas deste regime, juntamente com a instabilidade política e económica, resultaram numa crise humanitária que afetou 18 milhões de pessoas (ONU, 2021), e originou uma migração de refugiados de proporções gigantescas.

Os refugiados possuem um estatuto oficialmente estabelecido pela Organização das Nações Unidas, abrangido pelas leis do direito internacional (Simeon, 2013), sendo definidos como pessoas que se encontram fora do seu país de origem devido a ameaças de perseguição, a conflitos, a violência ou a outras circunstâncias que tenham perturbado gravemente a ordem pública (ACNUR, 2018).

As estimativas para a população total de refugiados afegãos aumentaram em 2022 de 2,9 milhões para 5,7 milhões (ACNUR, 2022), sendo o Irão (3,4 milhões), o Paquistão (1,7 milhões) e a Alemanha (180 mil) os países que atualmente mais acolhem refugiados oriundos deste país. Portugal acolheu, entre agosto e dezembro de 2021, 746 refugiados afegãos no seu programa de admissão humanitária (Oliveira, 2022). Em agosto de 2022, o número total de refugiados acolhidos ascendeu a 879 ainda que, a essa data, 233 dos refugiados tivessem já saído para outros países.

A perceção pública de refugiados é muitas vezes influenciada por valores culturais, crenças e estereótipos enraizados, e quando assente em valores, emoções e experiências pessoais, pode exacerbar a preocupação dos cidadãos de países de acolhimento (Dempster & Hargrave, 2017). Uma análise à *Theory of Prejudice* (Schweitzer et al., 2005) permite uma categorização das ameaças sentidas pelos anfitriões de refugiados. Esta teoria divide as ameaças percebidas em realistas (quanto à economia e segurança) e simbólicas (quanto à cultura e religião) (Murray & Marx, 2013). Estas preocupações ganham dimensão quando discutidas em espaços sociais partilhados, como é o caso das redes sociais.

As redes sociais, inicialmente descritas como “redes de computadores que ligam pessoas e também máquinas” (Wellman, 1996) sofreram uma constante evolução e desempenham hoje um papel multifacetado na remodelação da comunicação e da sociedade. De um universo de 4,76 mil milhões de utilizadores de redes sociais a nível global, o Digital 2023: Global Overview Report (We are Social & Meltwater, 2023) indica que 47,1% (2,24 mil milhões) utilizam as redes sociais para manter o contacto com amigos e

familiares, 36,2% (1,72 mil milhões) usa-as para a ocupação de tempos livres e 34,2% (1,63 mil milhões) para o consumo de notícias. Importa salientar que o uso de redes sociais tem perigos associados, sendo um domínio onde a polarização, a propagação de notícias falsas e a proliferação do discurso de ódio colocam desafios significativos. Em Portugal aproximadamente 8,05 milhões de pessoas estão envolvidas ativamente em plataformas de redes sociais (We are Social & Meltwater, 2023). Entre as utilidades encontradas pelos portugueses nas redes sociais, e à semelhança da tendência global, encontra-se o consumo de notícias, dado que 46,8% dos utilizadores portugueses as utilizam para esse efeito.

Enquanto meio de formação de opiniões, as redes sociais possibilitam a discussão pública sobre a questão humanitária do acolhimento de refugiados afegãos o que, em conexão com os perigos inerentes às mesmas, como a polarização e a disseminação de discurso de ódio, pode influenciar de maneira significativa a perceção pública em relação aos refugiados.

Nesse sentido, e dando mote à presente investigação, tornou-se imperativo aferir a perceção pública do acolhimento de refugiados afegãos em Portugal, através da análise de interações na rede social Facebook. Partindo da questão de investigação “Como reagem os portugueses às notícias sobre o acolhimento de refugiados afegãos em Portugal no Facebook?”, definiram-se os objetivos de classificar os tipos de ameaças percebidas pelos portugueses nesta rede social, de caracterizar o tipo de interações observadas em termos de sentimento, emoção e aprovação e de aferir a presença e tipologia de discurso de ódio nas mesmas.

Apresenta-se um caso de estudo transversal (*cross-sectional*) onde foi adotada uma estratégia de investigação mista, do tipo embutida, com prevalência da componente qualitativa sobre a quantitativa. Realizou-se uma análise de volumetria às interações de uma amostra de 40 publicações de canais de notícias generalistas no Facebook, com base na sua popularidade e relativas ao tema do acolhimento de refugiados afegãos. A amostra recolhida cinge-se ao período comportado entre 1 de agosto de 2021 e 31 de agosto de 2022. Em seguida realizou-se uma análise de conteúdo a 1000 comentários retirados de 10 publicações da amostra inicial, selecionadas com base na sua popularidade e grau de controvérsia.

Esta dissertação inicia-se com a revisão de literatura e o enquadramento dos conceitos fundamentais para a temática em estudo. Começa-se pela contextualização histórica do Afeganistão e da crise humanitária que assolou o país. Em seguida evidenciam-se as diferenças entre refugiados e migrantes, caracterizam-se os refugiados afegãos e estabelece-se a ligação entre este grupo social e a perceção de que é alvo nos países de acolhimento. O capítulo seguinte explora as redes sociais, englobando a sua definição inicial e a evolução que sofreram até aos dias de hoje. São também abordados os seus principais usos, impactos e perigos, terminando o capítulo com uma referência à utilização das redes sociais em Portugal, para efeitos de contextualização.

Após a explicação da metodologia utilizada, é feita a análise de resultados. Numa fase inicial, analisa-se a volumetria da amostra de 40 publicações, quanto às interações observadas, à sua distribuição pelo período em análise e pelas publicações, e também quanto às suas tipologias. Nos diferentes tipos de reações observados, são também analisadas as emoções expressas e a sua distribuição por tipologia (positiva, neutra e negativa). Em seguida realiza-se a análise de conteúdo, aplicada à amostra de 1000 comentários retirados, por ordem cronológica, das 10 publicações selecionadas da amostra inicial. Nesta parte realiza-se a análise dos comentários relativamente ao sentimento manifestado, ao grau de aprovação relativo ao acolhimento de refugiados afegãos, às ameaças percebidas e ao discurso de ódio presente. É também efetuada uma análise transversal às 10 publicações, procurando evidenciar padrões de distribuição de interações pelas mesmas.

Terminada a análise, procede-se à discussão dos resultados, seguida da conclusão da dissertação, onde se abordam as ilações retiradas do trabalho e dos resultados obtidos, e se mencionam também as limitações que se fizeram sentir e recomendações para trabalhos futuros.

CAPÍTULO I – [REVISÃO DE LITERATURA]

1.1 Afeganistão - O país e a crise humanitária

No panorama global de acontecimentos geopolíticos dos últimos anos, poucos assuntos chamaram tão profundamente à atenção como a atual situação vivida no Afeganistão. Este capítulo destaca a demografia do Afeganistão, a história recente do país e o enorme desastre humanitário que eclodiu dentro das suas fronteiras. Como resultado, estabelece o contexto histórico para uma investigação mais aprofundada sobre o evento que levou ao êxodo de refugiados, tanto para países contíguos ao Afeganistão, como para diversos países da Europa, nos quais se inclui Portugal.

1.1.1 Contexto histórico

O Afeganistão é um país localizado na Ásia Central, mais precisamente no Médio Oriente. Tem 652.230 m² de área, faz fronteira com seis países (Turquemenistão, Uzbequistão e Tadjiquistão a Norte, China a Nordeste, Irão a Oeste e Paquistão a Sul e a Este) e tem atualmente uma população de 42,5 milhões de habitantes (ONU, 2022).

O país caracteriza-se não só pelas suas amplas formações montanhosas e diversidade étnica complexa, mas também pela sua riqueza mineral e excelente localização estratégica, fatores que fazem com que o Afeganistão desperte um elevado interesse internacional, razão pela qual tem sido palco de disputas geopolíticas ao longo de toda a sua história (Ochido et al., 2021).

Desde Alexandre, o Grande, que exerceu o seu domínio na região no ano 331 a.C., passando por disputas entre persas, mongóis e árabes muçulmanos pelo domínio da região (Gomes, 2008), e o legado de diversas tribos regionais, que se consolidaram no século XVIII, durante o governo de Ahmad Shah Durrani (Lima, 2012; Bonturi, 2001), muitas foram as entidades que tentaram estabelecer-se permanentemente na região, embora sem sucesso, tanto por conta das características montanhosas do país, como pela falta de organização das próprias entidades, ou por culpa de outros fatores externos (Saikal, 1998).

De todas as invasões e ocupações de que o país foi alvo, as que melhor moldam o cenário contemporâneo político e religioso do país, além da ocupação militar norte-americana entre 2001 e 2021, tiveram lugar durante a Guerra Fria (1947-1989), e foram perpetuadas tanto pela União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) como pelos Estados Unidos da América (EUA).

As ações políticas agressivas e unilaterais realizadas pela URSS e pelos EUA foram altamente impactantes na população afegã, resultando no seu descontentamento e levando-a a identificar-se com ideais radicais do islamismo como forma de oposição aos ideais ocidentais. A adoção das ideias radicais islâmicas, juntamente com o vácuo de poder que se instalou no território afegão, foi a causa do surgimento de grupos extremistas como o Talibã e a Al Qaeda (Ochido et al., 2021).

Em 1996, numa época em que o país se encontrava à beira de um colapso, o grupo Talibã chegou ao poder. Esta facção, formada em 1994 por ex-guerrilheiros *mujahedins* que atuaram na Guerra Afegã-Soviética (Bakker, 2007), pretendia reconstruir a sociedade apoiada no Islamismo, centralizando o poder e pondo fim à corrupção (Ochido et al., 2021). No entanto, a interpretação extremista do Alcorão fez com que o regime Talibã fosse marcado por violações dos direitos humanos, pela intolerância religiosa, perseguições às minorias étnicas e restrições à liberdade das mulheres.

No rescaldo dos atentados de 11 de setembro de 2001, o regime Talibã foi derrubado pelos EUA, através da intervenção militar, o que permitiu que fosse estabelecido um regime amigável em Cabul (Cristol, 2019). A ocupação norte-americana durou cerca de 20 anos e terminou a 30 de agosto de 2021, dia em que Joe Biden, Presidente dos EUA, decretou oficialmente a retirada das tropas norte-americanas do Afeganistão.

1.1.2 Crise humanitária no país

A retirada das forças militares dos EUA do Afeganistão possibilitou a liberdade de ação necessária para que o grupo Talibã tomasse de assalto a capital Cabul, perante a rendição das fragilizadas forças militares afegãs, e retomasse o poder no país (Rodrigues, 2021). O estabelecimento do Regime Talibã no Afeganistão trouxe de volta as práticas extremistas anteriormente utilizadas, que resultaram, uma vez mais, na observância de violações de direitos humanos, discriminação das mulheres na sociedade e perseguições étnicas/religiosas. Além disso, a instabilidade política e financeira que se fez sentir no país empurrou os cidadãos afegãos para a miséria e para a fome em escalas dramáticas. Estima-se que, em 2021, 97% da população afegã tenha vivido em condições de pobreza extrema, sendo incapaz de sobreviver sem ajuda externa (ONU, 2021).

As alterações governamentais e políticas que se fizeram sentir no país criaram uma crise humanitária que afetou 18 milhões de habitantes, quase metade da população afegã (ONU, 2021). Os fatores de crise deram origem a uma migração de refugiados de proporções gigantescas, tanto para os países contíguos, como para os Estados-membro da Organização das Nações Unidas (ONU), através de uma ponte aérea humanitária criada para o efeito.

O próximo capítulo aborda a definição de refugiados e evidencia as principais diferenças entre estes e outras categorias de migrantes. Por se considerar relevante para esta investigação, serão também abordados os refugiados afegãos em particular e os seus países de acolhimento, assim como a percepção global existente relativamente aos refugiados do Afeganistão.

1.2 Os refugiados afegãos

1.2.1 Definição e distinção de migrantes

Atualmente, a Europa vive um período de crescente mobilização de pessoas, motivada pelos conflitos no Médio Oriente e em África, que se agravou nos últimos anos, obrigando um número cada vez maior de cidadãos de países devastados pela guerra a embarcar em perigosas viagens para a Europa, em busca de uma vida mais segura e melhor. Além disso, os países europeus lidam também com o crescente número de migrantes registado desde o início do século XXI (Van den Broucke et al., 2015).

Uma vez que ambos os grupos possuem diferentes motivações por trás do seu êxodo, considera-se importante ter uma definição mais precisa de cada um.

Paul Douglas define um refugiado como uma pessoa que, devido a fundados temores de perseguição por motivos de raça, religião, nacionalidade, pertença a um determinado grupo social ou opinião política, se encontra fora do país da sua nacionalidade e não pode ou, em virtude de tal medo, não está disposto a valer-se da proteção desse país (Douglas et al., 2019). Uma definição muito semelhante é apresentada por William Worster, quando refere que refugiados são pessoas que estão fora do país da sua nacionalidade (ou que não têm nacionalidade) e não podem ou não querem valer-se da proteção desse país devido a um fundamentado receio de perseguição por motivos de raça, religião, nacionalidade, pertença a um determinado grupo social grupo ou opinião política (Worster, 2012).

Ambos os autores baseiam as suas definições de refugiado na Convenção Relativa ao Estatuto dos Refugiados de 1951 da Organização das Nações Unidas, pelo que se considera importante apresentar também a definição do Alto Comissariado das Nações Unidas para os Refugiados (ACNUR), que classifica um refugiado como uma pessoa que se encontra fora do seu país de origem devido a ameaças de perseguição, a conflitos, a violência ou a outras circunstâncias que tenham perturbado gravemente a ordem pública. O ACNUR acrescenta também que os refugiados nesta situação, tantas vezes perigosa e intolerável, são obrigados a atravessar a fronteira em busca de segurança e refúgio noutros países, e a privação do seu direito ao asilo pode ter consequências mortais (ACNUR, 2018).

Convém também referir que o estatuto de refugiado confere as estas pessoas o acesso à assistência dos países de acolhimento, do ACNUR e de outras organizações relevantes, conforme o disposto na Convenção Relativa ao Estatuto dos Refugiados de 1951 e no Protocolo de 1967 Relativo ao Estatuto dos Refugiados, ambos referentes ao estatuto de refugiado e aos seus direitos internacionais (ACNUR, 2018).

Pode-se então afirmar que um refugiado é uma pessoa forçada a abandonar o seu país de origem, quer por motivos de raça, nacionalidade, religião, opinião política ou pertença a grupo social, quer por ameaça de perseguição, conflito, violência ou catástrofe. A permanência no seu país de origem pode resultar, para esta pessoa, na ameaça à sua segurança, na falta de condições de saúde, no risco de pobreza, no atentado às suas condições de bem-estar ou até no perigo de vida. O estatuto de Refugiado está oficialmente estabelecido pela Organização das Nações Unidas e é abrangido pelas leis do direito internacional (Simeon, 2013).

Já o termo “migrante” aparece definido no Glossário da Organização Internacional para a Migração como “Um termo abrangente, não definido no direito internacional, que reflete o entendimento leigo comum de uma pessoa que se muda do seu local de residência habitual, seja dentro de um país ou através de uma fronteira internacional, temporária ou permanentemente, e por vários motivos.” (IMO, 2019). Embora a mesma organização refira que não há um termo internacionalmente aceite que defina um migrante, foram formuladas duas abordagens diferentes na análise do termo, uma inclusiva e uma restritiva.

De acordo com a abordagem inclusiva, independentemente dos seus motivos de saída e da sua situação jurídica, um migrante é alguém que abandonou a sua residência habitual, o que inclui grupos de pessoas como refugiados, trabalhadores estrangeiros, vítimas de tráfico, estudantes internacionais, etc.

A abordagem restritiva identifica os migrantes como pessoas que se mudaram do seu local de residência habitual por qualquer outro motivo que não seja fugir de guerra ou perseguição. Consideram-se, assim, um grupo de pessoas que têm em comum o facto de não serem refugiados (Carling, 2017).

A visão da ACNUR relativamente aos migrantes encontra-se alinhada com esta última abordagem, uma vez que os define como pessoas que optam por se mudar, não por causa de uma ameaça direta de perseguição ou morte, mas principalmente para melhorar as suas vidas encontrando trabalho ou, em alguns casos, por razões ligadas à educação, à reunião familiar ou por outros motivos. Ao contrário dos refugiados que não podem voltar para casa em segurança, os migrantes não enfrentam este tipo de impedimento para regressar (ACNUR, 2016).

É fundamental evidenciar esta distinção entre refugiados e migrantes (com recurso à abordagem restritiva) e as características que os diferenciam, por forma a desfazer quaisquer equívocos que possam surgir pela associação de conceitos. Além disso, o uso destas categorias tem importantes consequências legais e sociais para os grupos envolvidos, uma vez que influencia a opinião pública em relação a estes grupos (De Coninck, 2020). Com ênfase no Afeganistão, e considerando o tema em estudo, é fundamental caracterizar este grupo social e identificar que percepções existem nos países de acolhimento e que crenças se associam a esta comunidade.

1.2.2 Acolhimento de refugiados afegãos

Conforme visto anteriormente, ao longo das últimas quatro décadas, o povo afegão experienciou uma série de crises sociopolíticas, cujo resultado foram deslocamentos em massa e uma constante atribuição de estatuto a refugiados do Afeganistão. A questão dos refugiados afegãos não é, portanto, um fenómeno novo. A crise humanitária de 2021 não é senão o mais recente capítulo da história de deslocamentos forçados de afegãos.

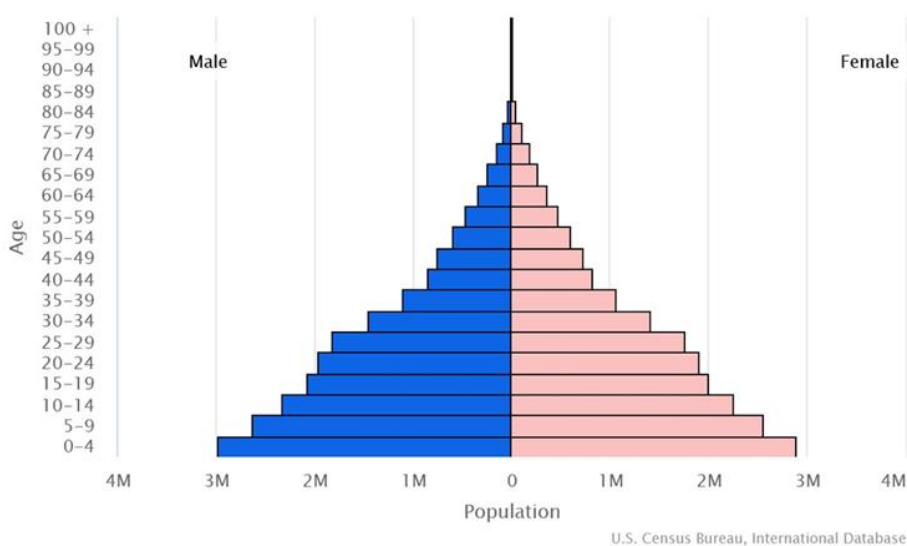
Considera-se relevante saber quantos refugiados afegãos existem atualmente e quais são os países que mais os acolhem. Para compreender a situação atual dos refugiados afegãos e sua distribuição demográfica, é fundamental traçar um perfil da população afegã, pois isso proporciona uma perspectiva abrangente das características compartilhadas pelos refugiados.

Segundo o Global Trends Report de 2022 da ACNUR, as estimativas para a população total de refugiados afegãos aumentaram em 2022 de 2,9 milhões para 5,7 milhões, fazendo com que o país figure entre os 3 países do mundo que mais refugiados têm, a par da Ucrânia (5,7 M) e da Síria (6,5 M). Este aumento teve por base o rescaldo do êxodo de refugiados da crise humanitária de 2021 e uma revisão das estimativas populacionais no Irão, que levou ao registo de 2,9 milhões de afegãos naquele país. No final de 2022, os refugiados afegãos estavam alojados em 103 países. O Irão (3,4 milhões), o Paquistão (1,7 milhões) e a Alemanha (180 mil) são os países que atualmente mais acolhem refugiados oriundos do Afeganistão (ACNUR, 2022), seguidos da Suíça, Itália, Suécia, Grécia e Áustria (U.S. News, 2022).

Portugal acolheu, entre agosto e dezembro de 2021, 746 refugiados afegãos no seu programa de admissão humanitária (Oliveira, 2022). Em agosto de 2022, o número total de refugiados acolhidos ascendeu a 879 ainda que, a essa data, 233 dos refugiados tivessem já saído para outros países, alegando motivos como: familiares noutros países, relação salário médio vs custo de vida melhor, mais apoios financeiros ou processos de regularização mais céleres em outros países (Público, 2022).

Quanto aos dados demográficos da população afegã, pode-se afirmar que esta aumentou exponencialmente nas últimas décadas, de 10,7 milhões de habitantes em 1990 para 42,2 milhões em 2023 (Wordometer, 2023), o que serve de justificação para a proporção considerável de jovens neste país. Segundo o The World Factbook (CIA, 2023), a estrutura etária do Afeganistão está dividida em 39,8% dos 0 aos 14 anos, 57,35% dos 15 aos 64 e apenas 2,85% dos 65 anos para cima. Conforme é observável na pirâmide de população (Figura 1), a maior parte da população afegã tem menos de 34 anos, e a idade média é de 19,5 anos.

Figura 1
Pirâmide de População por Idade – Afeganistão



*(Fonte: CIA <https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/afghanistan/>)

Quando se examina a demografia da população afegã, observa-se uma distribuição quase igualitária entre homens e mulheres. De acordo com projeções baseadas no WPP 2022, cerca de 51,7% da população afegã é composta por homens, enquanto os restantes 48,3% são mulheres (CountryMeters, 2023).

A religião predominante entre os afegãos é o Islão, com a grande maioria da população a seguir a fé muçulmana sunita, abrangendo entre 84,7% e 89,7% da população, enquanto uma minoria pratica a vertente xiita do Islão, representando aproximadamente 10% a 15% dos afegãos. Além disso, há uma presença residual de afegãos que seguem outras religiões, como o sikhismo, o budismo ou o hinduísmo (CIA, 2023).

No que diz respeito à diversidade linguística, o Afeganistão é conhecido pelo multilinguismo difundido. As línguas oficiais do país são o Persa (Dari) e o Pashto. Apenas 6% da população afegã possui proficiência em inglês (Globoledge, 2023).

Além desses aspectos demográficos, é importante notar que o Afeganistão é uma nação composta por diversas tribos e etnias distintas. Os *pashtuns*, representando entre 38% e 44% da população, constituem o maior grupo étnico, seguidos pelos *tadjiques* (25%), *hazaras* (10%), *uzbeques* (entre 6% e 8%), e outras comunidades como os *aimaq*, turcomanos, *baluch* e várias outras minorias (Fazilat, 2020).

A diversidade étnica e cultural desempenha um papel significativo no contexto social e político do Afeganistão e é essencial para entender a complexidade das questões que envolvem os seus refugiados e a forma como estes são percebidos nos países de acolhimento, conforme discutido na próxima secção.

1.2.3 Percepção pública de refugiados e Islamofobia

O acolhimento de refugiados é um processo complexo, marcado muitas vezes por fatores que facilitam ou dificultam a sua chegada aos países que os acolhem. Para melhor entender estes fatores, é importante perceber de que forma são vistos os refugiados pelos habitantes que os acolhem e que preocupações levantam no seio da sociedade que os recebe.

Embora existam múltiplos estudos e pesquisas em relação às atitudes dos habitantes de países de acolhimento quanto aos imigrantes, o mesmo não se pode dizer relativamente aos refugiados, cuja informação é substancialmente mais desafiante de encontrar.

A percepção pública de refugiados é muitas vezes influenciada por valores culturais, crenças e estereótipos enraizados, e quando assente em valores, emoções e experiências pessoais, pode exacerbar a preocupação dos cidadãos de países de acolhimento (Dempster & Hargrave, 2017). Ainda assim, o acolhimento de refugiados é muitas vezes encarado como uma questão partilhada, relativa ao país ou à comunidade como um todo, ao invés de ser uma preocupação singular centrada em circunstâncias pessoais (Hatton, 2016).

O Global Report da Fundação Tent (2017) providencia uma excelente análise sobre a percepção de refugiados a nível global. Quando inquiridos sobre a responsabilidade dos seus países na ajuda a refugiados, o impacto económico, o risco de segurança e o fornecimento de assistência financeira a refugiados, a abordagem demonstrada pelos participantes foi abertamente negativa (47%), seguida de uma visão mista (41%) e de uma percepção abertamente positiva (12%) (TENT, 2017).

Uma análise à *Theory of Prejudice* (Schweitzer et al., 2005) permite uma melhor categorização das ameaças sentidas pelos anfitriões de refugiados. Esta teoria divide as ameaças percebidas em realistas e simbólicas.

As ameaças realistas representam desafios ao bem-estar comum, e podem sentir-se ao nível da estabilidade económica e política, assim como da segurança e bem-estar da

população (Schweitzer et al., 2005). Por outro lado, as ameaças simbólicas estão presentes ao nível dos valores morais e de identidade de uma comunidade anfitriã. As diferenças culturais e religiosas são categorizadas como simbólicas, uma vez que ameaçam os ideais e costumes dos países de acolhimento (Murray & Marx, 2013).

Considera-se então pertinente analisar de que forma são manifestadas as preocupações dos anfitriões de refugiados, quanto à perspectiva realista, no prisma da segurança e da economia, e na vertente simbólica relativamente à cultura e religião.

1.2.3.1 Segurança

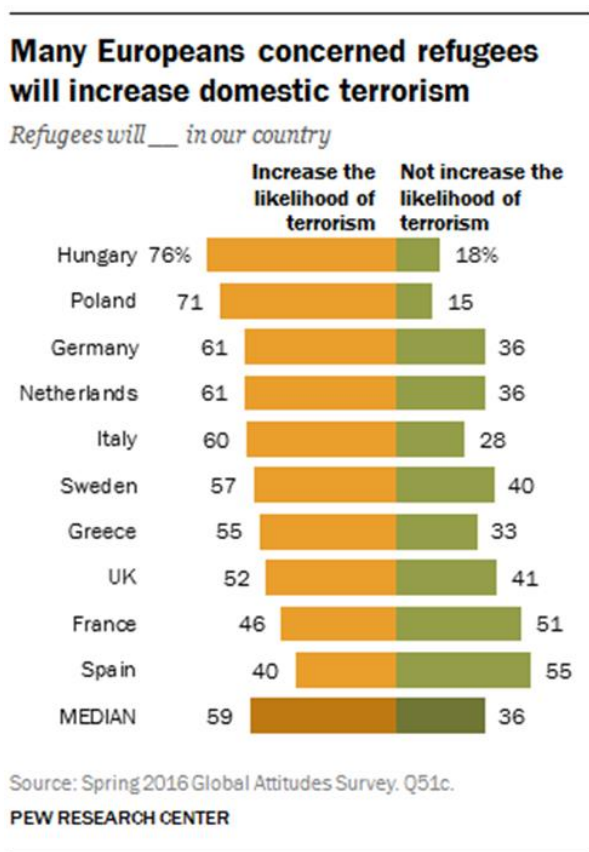
Embora existam poucas provas substanciais que liguem os refugiados aos ataques terroristas na Europa e nos Estados Unidos da América dos últimos anos, os resultados de vários estudos demonstram que esta ligação não é incomum na mente dos cidadãos de países que os acolhem e que manifestam a sua preocupação com esta aparente ameaça à sua segurança.

O receio de uma ameaça maior de terrorismo foi proeminente no relatório da Fundação Tent, com 65% dos inquiridos a nível global a relacionar esta ameaça com o acolhimento de refugiados. Houve especial preocupação na Turquia (79%), na Sérvia (77%) e na Alemanha (76%) (TENT, 2017).

Nos Estados Unidos da América, uma sondagem realizada pela Brookings mostrou que 46% dos americanos que se opunham à aceitação de refugiados estavam preocupados com as supostas ligações ao terrorismo (Telhami, 2016), tendo esta preocupação sendo igualmente manifestada por cidadãos que apoiaram a aceitação de refugiados (Tolay, 2017).

A nível europeu, um estudo realizado pelo Pew Research Center mostrou que pelo menos metade da população em oito dos 10 países inquiridos afirmou acreditar que os refugiados aumentam a probabilidade de terrorismo no seu país (figura). Este receio encontra-se mais presente em cidadãos da Hungria (76%), da Polónia (71%) e da Alemanha e Holanda (61%). (Wike et al., 2016).

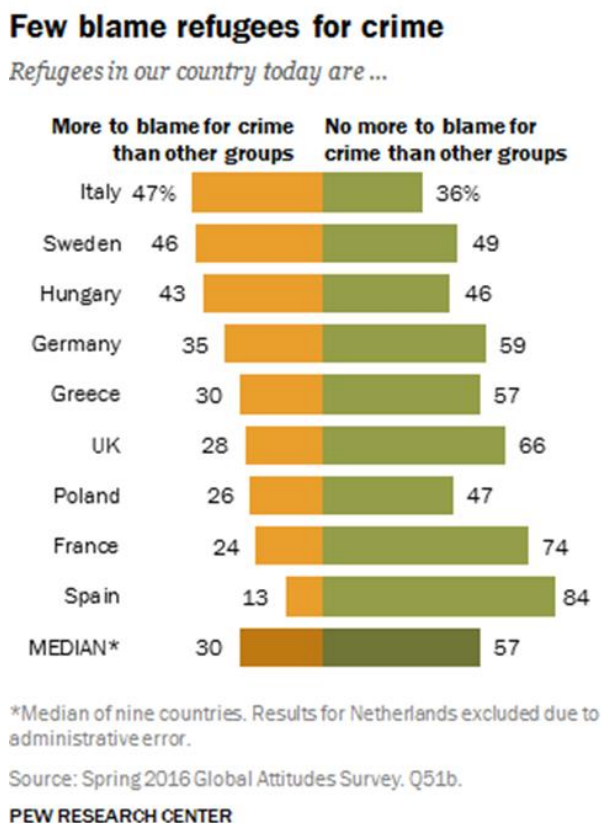
Figura 2
"Muitos europeus preocupados que os refugiados aumentem o terrorismo interno"



(Fonte: Pew Research Center <https://www.pewresearch.org/global/2016/07/11/negative-views-of-minorities-refugees-common-in-eu/>)

Além do terrorismo, este estudo avaliou ainda a preocupação com a ameaça de crime perpetuado por refugiados. Neste campo, ainda que a maioria dos países acreditem que os refugiados não são mais culpados do que outros grupos pelo crime no seu país, houve manifestações relevantes quanto à sua probabilidade, nomeadamente na Itália (47%), na Suécia (46%) e na Hungria (43%).

Figura 3
"Poucos culpam os refugiados pelo crime"



(Fonte: Pew Research Center <https://www.pewresearch.org/global/2016/07/11/negative-views-of-minorities-refugees-common-in-eu/>)

Estes estudos indicam que fatores como a segurança desempenham um papel importante nas atitudes e percepções relativamente aos refugiados. Mesmo não havendo provas que a sustentem, a preocupação com a ameaça realista relativa ao terrorismo e ao aumento de crimes por parte dos refugiados acolhidos é real e encontra-se presente a nível global, com as devidas consequências no processo de acolhimento e integração. Em seguida será colocada em evidência a preocupação económica no acolhimento de refugiados.

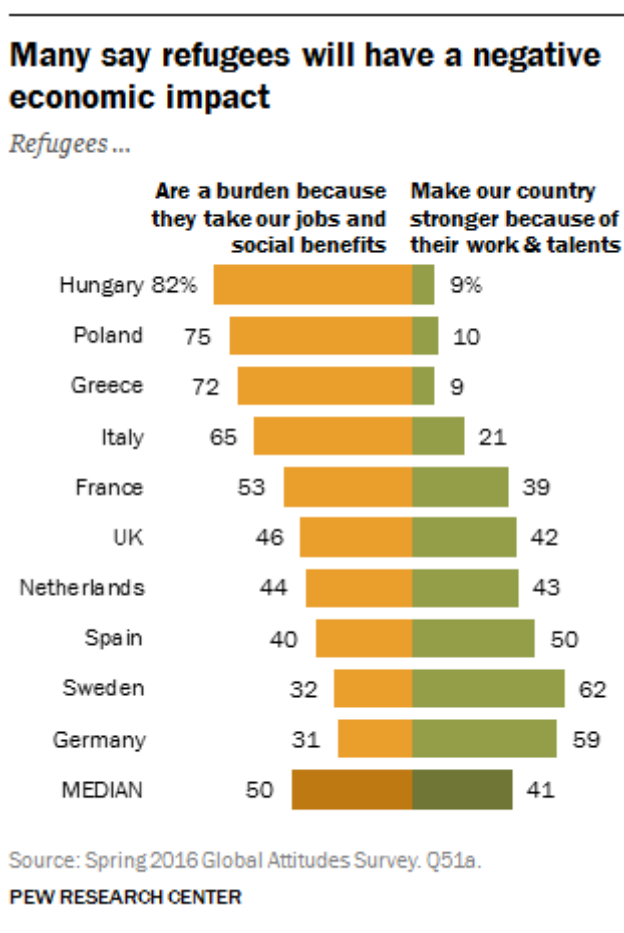
1.2.3.2 Economia

O impacto económico que a reinstalação de refugiados acarreta, juntamente com a noção de que estes podem consumir apoios sociais e empregos destinados aos cidadãos nacionais são fatores que afetam a visão e crenças relativamente aos refugiados. Esta

mentalidade varia consideravelmente de acordo com a localização geográfica e o contexto nacional de cada país e nem sempre corresponde a uma verdade factualmente provada.

A maioria da população de países europeus como a Hungria, a Polónia, a Grécia e a Itália acredita que os refugiados representam um fardo para o seu país, exprimindo preocupações relativamente ao roubo de empregos e de benefícios sociais (Wike et al., 2016). Em oposição, a maior parte dos cidadãos da Suécia ou Alemanha acredita que as contribuições económicas dos refugiados fortalecem a posição económica dos seus países.

Figura 4
"Muitos referem que os refugiados vão ter um impacto económico negativo"



(Fonte: Pew Research Center <https://www.pewresearch.org/global/2016/07/11/negative-views-of-minorities-refugees-common-in-eu/>)

Já a nível global, cerca de 40% dos inquiridos no relatório da Fundação Tent acreditam que os refugiados podem contribuir positivamente nas economias dos países que os acolhem. 7% dos inquiridos referiu que refugiados vindos de outros países reforçam a economia do país de acolhimento e 40% admitiu a possibilidade de melhoria com o

acolhimento, enquanto os restantes 53% encaram os refugiados como um “fardo” com um impacto negativo na economia dos seus países (TENT, 2017).

Importa salientar que, factualmente falando, os refugiados podem significar uma melhoria na economia do seu país de acolhimento. O World Economic Forum revela que embora os refugiados sírios na Turquia tenham deslocado trabalhadores informais, não-qualificados e a tempo parcial, também geraram mais empregos formais não agrícolas, o que resultou num aumento nos salários médios dos trabalhadores turcos. Também o afluxo de refugiados ajudou indiscutivelmente a economia libanesa dado que os refugiados têm sido uma importante fonte de procura de serviços produzidos localmente no Líbano, financiados pelas próprias poupanças e rendimentos do trabalho, pelas remessas de familiares no estrangeiro e pela ajuda internacional (WEF, 2020).

É curioso atentar também que, embora a preocupação económica esteja presente, existe uma relação inversamente proporcional entre o nível de escolaridade e a preocupação com o impacto económico causado pelo acolhimento de refugiados. No Reino Unido, a título de exemplo, 56% dos inquiridos com o nível secundário ou menos referem que se encontram preocupados com a economia dos seus países no acolhimento de refugiados. Num nível mais alto de educação, esta perceção pelos cidadãos britânicos baixa para 23%, evidenciando um fenómeno que também se encontra presente na Holanda, na Espanha ou em França (Wike et al., 2016).

Assim, entende-se que uma compreensão precisa e informada das implicações económicas do acolhimento de refugiados pode moldar crenças e ideias pré-concebidas sobre estes. A educação e o acesso a informações detalhadas desempenham um papel fundamental na formação de opiniões públicas em relação a esta ameaça realista à economia de uma comunidade. Na próxima seção serão abordadas as preocupações culturais e religiosas em relação aos refugiados.

1.2.3.3 Cultura e Religião

No campo das ameaças simbólicas percebidas por habitantes de países acolhedores de refugiados, são de especial destaque as diferenças culturais (que englobam valores morais, costumes e Língua) e religiosas.

Segundo Sniderman et al (2004), a identidade social (ou cultura) dos refugiados, tal como dos imigrantes, é um factor chave responsável por uma resposta negativa no seu processo de acolhimento em países anfitriões.

Uma grande parte dos refugiados mundiais atuais, conforme visto anteriormente, são oriundos da Síria e do Afeganistão. Quando comparados com grande parte da população ocidental, os habitantes destes países detêm valores mais conservadores em relação à igualdade de género, orientações sexuais, equilíbrios de poder e outras áreas sociais (Davidov et al., 2020). Esta divergência de valores desencadeia sentimentos de ameaça simbólica percebida, o que reduz o apoio à receção destes refugiados (Stephan, Ybarra & Morrison 2009) e levanta preocupações quanto às diferenças culturais.

A nível global, a inadaptação às "leis e costumes" do país anfitrião é uma das razões que mais suscitam a preocupação dos residentes. Dados da Fundação Tent indicam que 59% dos inquiridos manifestaram esta apreensão relativa a refugiados, sendo que houve mais expressão em países como a Hungria (83%), a Alemanha (74%) e a Austrália (64%). Também a "perturbação da cultura/comunidade local" foi mencionada por 48% dos inquiridos, constituindo o segundo motivo de apreensão mais observado (TENT 2017).

Também os fatores de identidade nacional são considerados fundamentais para a integração de refugiados num país de acolhimento (Dempster & Hargrave, 2017).

De acordo com um estudo do Pew Research Center, mais de nove em cada dez europeus afirmam que para ser um verdadeiro cidadão do seu país é importante saber a língua nacional do país, reafirmando a importância de poder conversar na língua local (Wike et al., 2016). O mesmo estudo concluiu que a maioria dos europeus acredita que aderir aos costumes e tradições nativas também é importante na definição da identidade nacional. A esmagadora maioria inquirida nos dez países da UE expressou a opinião de que partilhar estes aspectos da cultura é importante para se ser um verdadeiro cidadão.

Outra ameaça simbólica percebida pelos habitantes de países de acolhimento centra-se na religião. A religião, com o seu profundo impacto na cultura e valores sociais, desempenha um papel fundamental na formação das atitudes do público em relação aos refugiados. Embora a religião possa ser pensada como um mediador que une grupos de refugiados e anfitriões, substituindo as suas distinções étnicas por uma identidade baseada na fé, é também vista como um desafio à identidade nacional e tende a produzir distância social (Şafak-Ayvazoglu et al., 2021).

Anderson (2018) refere também que tal como a nacionalidade e o estatuto socioeconómico, a religião é um factor de distância social em relação aos refugiados tendo, portanto, a compreensão religiosa influência nos comportamentos em relação aos refugiados (Koc & Anderson 2018).

As práticas e crenças religiosas estranhas à sociedade anfitriã podem ser vistas como uma ameaça ao tecido cultural e religioso da nação que acolhe. É de salientar que os países com mais refugiados no mundo, a Síria e o Afeganistão, possuem uma população predominantemente muçulmana (87% e 99,7%, respectivamente), o que contrasta com a sociedade ocidental que os acolhe, nomeadamente a Europa e os Estados Unidos da América, maioritariamente cristã (76% e 70,6%, respectivamente) (CulturalAtlas, 2023; Zurlo, 2021).

Um fator que também não contribui para o sucesso no acolhimento de refugiados é o crescimento da Islamofobia registado na Europa e nos Estados Unidos da América nos últimos anos.

A Islamofobia é, segundo as Nações Unidas, “um medo, preconceito e ódio contra muçulmanos ou indivíduos não-muçulmanos que leva à provocação, hostilidade e intolerância por meio de ameaça, assédio, abuso, incitamento e intimidação, motivado pela hostilidade institucional, ideológica, política e religiosa que transcende o racismo estrutural e cultural que visa os símbolos e marcadores de ser muçulmano” (Awan & Zempi, 2020).

O 11 de Setembro e a série de ataques terroristas no início e meados da década de 2010 em Paris, Bruxelas, Madrid e Londres potenciaram o crescimento da Islamofobia nos Estados Unidos da América e na Europa (Wieviorka, 2018), o que exacerbou o sentimento anti-muçulmano (Helbling & Meierrieks, 2022).

Dado que a retórica anti-imigração anda cada vez mais de mãos dadas com a Islamofobia (Sloan, 2014), este preconceito e atitude negativa relativamente ao Islão faz com que os requerentes de asilo muçulmanos tenham menos probabilidades de serem aceites em comparação com requerentes de asilo cristãos (Bansak et al., 2016). Um inquérito da Chatham House de 2016 a 10.000 pessoas em 10 estados europeus concluiu que 55% concordaram com a afirmação de que “toda a migração adicional de países maioritariamente muçulmanos deve ser interrompida” independentemente de se tratarem de migrantes ou refugiados (Goodwin et al., 2017).

Neste capítulo, explorou-se como a percepção pública dos refugiados e as preocupações subjacentes relacionadas com segurança, economia, cultura e religião desempenham um papel fundamental no processo do seu acolhimento.

Tabela 1
Ameaças percebidas no acolhimento de refugiados

Ameaças Percebidas	Ameaças Realistas	Segurança
		Economia
	Ameaças Simbólicas	Cultura
		Religião

As preocupações sobre a segurança prendem-se substancialmente com a ameaça de terrorismo, e o aumento da criminalidade. Ao nível económico, a noção de que os refugiados podem sobrecarregar o sistema económico e representar concorrência por empregos e recursos é também uma causa de apreensão.

As diferenças culturais e religiosas desempenham um papel importante. A divergência de valores entre refugiados de regiões como a Síria e o Afeganistão e as populações ocidentais pode gerar sentimentos de ameaça simbólica percebida, afetando o apoio à receção desses refugiados que, afetados também pelo crescimento da islamofobia, ficam mais vulneráveis na situação de acolhimento.

No próximo capítulo serão abordadas as redes sociais, desde a sua definição aos seus usos e perigos, e de que forma estas podem ser utilizadas para servir de veículo e dar dimensão às preocupações aqui descritas.

1.3 Redes Sociais

No mundo dinâmico da era digital, quando a comunicação e a conectividade transcendem as fronteiras geográficas, o termo “redes sociais” tornou-se uma expressão omnipresente no nosso dia-a-dia, ressoando nas plataformas online e afetando a forma como as pessoas comunicam, partilham e interagem. No entanto, a essência das redes sociais, a sua definição, não é uma construção estática, mas sim um conceito mutável e fluido. Este capítulo procura desvendar as diversas camadas das redes sociais, expondo a sua evolução

histórica, as suas diversas interpretações e usos, e o impacto significativo que elas têm na sociedade contemporânea.

1.3.1 Definição e Evolução

O termo “Média Social” (Social Media) foi originalmente usado em 1994 no *Matisse*, um ambiente multimédia online em Tóquio (Bercovici, 2010), por Darrel Berry, autor que viria a escrever o artigo “Social Media Spaces”, onde defendia a ideia de que a Internet teve de evoluir do que era essencialmente um arquivo estático de documentos para uma rede de utilizadores interativa (Berry, 1995).

Desde os primórdios da Internet comercial que o desenvolvimento e evolução das plataformas de média social levou à constante alteração e atualização da definição das mesmas, em muito impulsionada pelo aumento considerável de utilizadores e do número de plataformas desenvolvidas. O crescimento deste fenómeno levou também à mudança na perceção e compreensão do conceito, que viria a ser definido por diversos autores ao longo dos últimos anos. É importante referir que, embora as definições que se seguem se refiram ao mesmo conceito, os termos utilizados variam, desde Comunidades Virtuais (*Virtual Communities*), a Médias Sociais (*Social Media*) e Redes Sociais (*Social Networks*).

Uma das definições iniciais de Redes Sociais foi elaborada por Barry Wellman, referindo que “Quando as redes de computadores ligam pessoas e também máquinas, tornam-se redes sociais, que chamamos de redes sociais apoiadas por computador (RSACs)” (Wellman, 1996). Outra definição primária era de que “As comunidades virtuais são grupos de pessoas que comunicam entre si através de meios electrónicos e são um fenómeno relativamente novo” (Romm et al., 1997).

Acquisti e Gross (2006) formularam que “(...), uma rede social online é uma comunidade da Internet onde os indivíduos interagem, muitas vezes através de perfis que representam a sua personalidade pública (e as suas redes de ligações) a outros.” Todas estas definições apontavam para o uso das redes sociais apenas como um meio que possibilitava a comunicação entre pessoas, através de recursos tecnológicos. No entanto, esta visão viria a mudar pouco depois, com uma definição mais abrangente que viria a incluir a funcionalidade que representa o maior potencial das redes sociais.

A abordagem disruptiva que viria a mudar a concepção inicial de média social/redes sociais seria feita por Kaplan e Haenlein, que caracterizam as redes sociais como “um grupo de aplicações baseadas na Internet (...) que permitem a criação e troca de conteúdos gerados pelos utilizadores” (Kaplan & Haenlein, 2010).

A definição inovadora de Kaplan e Haenlein trouxe uma mudança profunda ao cenário da comunicação digital, dado que enfatizou o papel dos utilizadores como criadores ativos de conteúdo, esbatendo a barreira entre produtores e consumidores de informação. O conteúdo gerado pelo utilizador (UGC) tornou-se a força vital das plataformas de média social, que transitaram de meras ferramentas de comunicação para espaços dinâmicos de criação, partilha e envolvimento no conteúdo. Esta mudança lançou as bases para uma nova era da comunicação digital, onde os indivíduos e as comunidades podem não apenas consumir, mas também contribuir ativamente para o ecossistema da informação. Com esta nova perspetiva, as redes sociais tornaram-se também uma poderosa ferramenta para empresas, celebridades e influenciadores no acesso ao público, contrariando a finalidade inicial de contactos apenas entre familiares e conhecidos (Aichner et al., 2021)

Embora este tema tenha sido investigado por inúmeros autores e investigadores ao longo dos anos, não existe uma definição única e comumente aceite, mas várias que coexistem.

Uma abordagem mais complexa e mais atual, que indica de uma forma mais precisa as funcionalidades que uma rede social providencia aos seus utilizadores, refere que “As mídias sociais são amplamente interpretadas como tecnologias de comunicação que oferecem oportunidades de envolvimento em interações sociais com um ou mais públicos, incluindo navegação em publicações, mensagens privadas e partilha de publicações com seguidores” (Bayer et al., 2020).

Este conceito mais familiar, além de retratar mais um passo deste fenómeno digital em constante mudança e de ajudar a traçar a evolução histórica e as diversas definições das redes sociais, abre também portas para a análise aos papéis multifacetados que estas desempenham na remodelação da comunicação e da sociedade.

1.3.2 Uso e Impacto na Comunicação

Depois de investigar as origens e as mutáveis definições das redes sociais, considera-se fundamental abordar as suas inúmeras aplicações e a influência significativa que têm na forma como nos comunicamos no dia-a-dia.

O crescimento do número de utilizadores das redes sociais, juntamente com a sofisticação do seu conteúdo, permitiu a transformação de uma comunicação unidirecional e passiva num conjunto de plataformas que permitem aos utilizadores das redes sociais operar e comunicar interactivamente (Pinto, 2018). Desta forma, as redes sociais, que originalmente se limitavam a conectar amigos e partilhar experiências pessoais, tornaram-se num domínio dinâmico no qual utilizadores, empresas e até entidades governamentais participam numa rede complexa de relações.

O Digital 2023: Global Overview Report (We are Social & Meltwater, 2023) que analisa os dados de utilização das redes sociais a nível global, refere os propósitos que estas servem aos seus utilizadores. De um universo de 4,76 mil milhões de utilizadores de redes sociais a nível global, o relatório indica que 47,1% (2,24 mil milhões) utilizam as redes sociais para manter o contacto com amigos e familiares, o que evidencia o poder e a influência destas plataformas nas relações interpessoais. A segunda principal razão que motiva o uso das redes sociais prende-se com a ocupação de tempos livres 36,2% (1,72 mil milhões), seguida de perto pelo consumo de notícias 34,2% (1,63 mil milhões). Entre os restantes usos, encontram-se também a procura de conteúdo, como artigos ou vídeos, a procura de produtos para aquisição e a partilha e discussão de opiniões com outros utilizadores.

Desta forma se pode perceber que o constante desenvolvimento das redes sociais, assim como o crescente número de utilizadores que possuem, resultaram numa centralização de funções e serviços que outrora seriam procurados em motores de busca ou websites sem associação específica a redes sociais.

Por se considerarem duas dimensões de especial pertinência, nas secções seguintes explora-se a influência das redes sociais nas relações interpessoais e no consumo e leitura de informação e notícias.

1.3.2.1 Relações Interpessoais

As redes sociais, enquanto ferramenta imprescindível de comunicação, vieram redefinir a forma como mantemos o contacto social e os relacionamentos próximos com os nossos amigos, familiares e parceiros românticos (Kahlow et al., 2020). Mas de que forma?

Num mundo cada vez mais globalizado, as fronteiras geográficas separam frequentemente os indivíduos dos seus entes queridos. As redes sociais atuam como uma ponte virtual, pois promovem uma sensação de proximidade mesmo quando a distância entre pessoas é considerável (Ellison et al., 2007). Quer seja através de conversas via Chat, videochamadas ou partilha de conteúdo em *feed*, as redes sociais revelaram-se ferramentas úteis para nutrir laços sem olhar a distâncias.

Além de encurtar distâncias, as redes sociais permitem que os seus utilizadores se expressem e se comuniquem de diversas formas. A título de exemplo, o Facebook permite atualizações de estado, comentários e reações, chat e vídeo chamadas, além da partilha de publicações e histórias. A partilha de momentos da vida ocorre tanto ao nível de experiências quotidianas como de marcos significativos, e permite que familiares e amigos participem virtualmente na vida uns dos outros, fomentando assim a manutenção relacional e o reforço das conexões emocionais (Vitak et al., 2011).

As redes sociais potenciam também a formação de comunidades online. Estas são definidas como agregações sociais que surgiram e existem dentro da Internet e nas quais a interação ocorre ou é possibilitada pela tecnologia (Ridings & Gefen, 2004). Nestas comunidades virtuais, centradas em interesses, hobbies e paixões compartilhados, surgem oportunidades para fazer novos amigos, encontrar redes de apoio e participar em discussões que enriquecem a vida pessoal (Savolainen et al., 2022).

O uso livre, prático e em tempo real das redes sociais no contexto do fortalecimento dos relacionamentos pessoais derrubou barreiras geográficas e temporais na comunicação e redefiniu as comunicações interpessoais. As redes sociais atuais permitem não só a manutenção de relacionamentos próximos existentes como possibilita a formação de novas relações interpessoais, através das diversas tipologias de partilha e interação que potenciam (Krueger & Forest, 2020).

1.3.2.2 Consumo de Notícias

Num início do século XXI caracterizado pela rápida digitalização da informação, o panorama do consumo de notícias sofreu uma profunda transformação, resultando em mudanças nas práticas de consumo que levaram os cidadãos a migrar para novos formatos e plataformas de informação (Segado-Boj et al., 2020).

As tradicionais formas de jornalismo começaram a perder relevância perante o crescimento de novos canais e plataformas de comunicação, como os blogs, as aplicações de mensagens instantâneas e as redes sociais, que se assumem cada vez mais como fontes primárias de notícias para os consumidores (Gottfried & Shearer, 2016). De acordo com o relatório da Pew Research Centre (2016) o desenvolvimento do ecossistema digital causou um declínio no consumo da imprensa tradicional, com apenas dois em cada dez adultos a escolherem este meio como fonte de notícias (Mitchell et al., 2016).

As vias tradicionais de divulgação de notícias, como a televisão e a imprensa escrita, testemunharam uma mudança significativa à medida que as pessoas recorreram cada vez mais às plataformas digitais para aceder e interagir com conteúdos noticiosos.

A migração noticiosa para o ambiente tecnológico resultou numa preocupação crescente nos meios de comunicação social, levando-os a assumir uma presença ativa nas plataformas digitais (Barthel et al., 2020) Esta mudança, para o digital e para as redes sociais, tornou mais fácil a difusão das notícias junto dos utilizadores, possibilitando-lhes também partilhar as informações e artigos noticiosos junto da sua rede de contactos virtual (Tandoc et al., 2019).

Segundo o Digital News Report (2023) do Reuters Institute, o público de fontes de notícias tradicionais, como TV e jornal, diminuiu drasticamente na última década, com grupos mais jovens a preferir receber notícias online ou através das redes sociais. O principal meio de acesso às notícias online foram as redes sociais (30%), seguidas por motores de pesquisa (25%) e pelo acesso direto a websites ou aplicações de notícias (22%).

O mesmo relatório indica que 28% dos consumidores de notícias nas redes sociais prefere o Facebook, enquanto 20% utiliza o Youtube e 16% o WhatsApp. Considera-se pertinente, para o presente estudo, referir que o Digital News Report de 2022, com dados de janeiro/fevereiro de 2022, referia que os consumidores preferiam as mesmas redes

sociais, embora com percentagens ligeiramente superiores para o Facebook (30%), e inferiores para o Youtube (19%) e o WhatsApp (15%).

No Facebook e em proporção, as fontes de notícias que mais recebem a atenção dos internautas em 2023 são os meios de comunicação convencionais (43%), seguidos de personalidades como celebridades e *influencers* (38%) e cidadãos comuns (37%).

1.3.3 Perigos das Redes Sociais

A forma como nos comunicamos mudou como resultado do aparecimento das redes sociais. Estas tornaram possível a interação interpessoal, o contato com conhecidos de longa distância e o acesso instantâneo a uma quantidade ilimitada de conhecimento (Aggarwal et al., 2022). Além disso, as redes sociais são utilizadas por indivíduos e sociedades para outros fins, como a expressão pessoal e o envolvimento sociopolítico.

À medida que se exploram os diversos usos das plataformas de redes sociais, também se encontram os perigos inerentes que acompanham esta fronteira digital. A influência das redes sociais na partilha de opinião, no discurso político e na difusão ideológica é inegável, mas é também um domínio onde a polarização, a propagação de notícias falsas e a proliferação do discurso de ódio colocam desafios significativos. Esta seção navega pela dupla natureza das redes sociais, com ênfase nos perigos associados ao seu uso.

1.3.3.1 Polarização e Câmaras de Eco

Embora a polarização ainda seja um problema global, o surgimento e consistente desenvolvimento das redes sociais alteraram a sua natureza e âmbito. As interações em sede pública, apesar da sua inegável importância, podem frequentemente resultar em desinformação, predisposição afetiva e interações baseadas na homofilia, todas elas evocativas da polarização.

Entende-se por polarização um processo ou resultado que envolve a segregação social de um público diversificado em grupos baseados em identidade, e que reflete uma solidariedade dentro do grupo e uma oposição externa ao grupo em aspectos como crença, afeto ou ação (Arora et al., 2022).

Outra definição de polarização refere-se ao processo pelo qual indivíduos ou grupos desenvolvem pontos de vista extremos e divergentes sobre questões específicas, muitas vezes levando a uma maior divisão e hostilidade entre eles (Sunstein, 2017).

A teoria da Polarização de grupo (Sunstein, 1999) indica que esta surge quando os membros de um grupo deliberativo se movem em direção a um ponto mais extremo em qualquer direção indicada pela tendência pré-deliberativa dos seus membros. Sunstein refere também que quando as pessoas ouvem apenas opiniões repetidas na forma de ecos das suas próprias vozes, as consequências podem ser muito mais do que apoio e reforço das próprias ideias, dado que a homogeneidade pode ser um terreno fértil para o extremismo injustificado, ou até mesmo para o fanatismo.

A noção de repetição de opinião nos mesmos círculos ou meios apresentada por Sunstein está relacionada com fenómeno das câmaras de eco, definido por Cinelli como ambientes nos quais a opinião, a inclinação política ou a crença dos utilizadores sobre um tópico são reforçadas devido a interações repetidas com pares ou fontes com tendências e atitudes semelhantes (Cinelli et al., 2021) o que reforça o efeito da polarização. Segundo o mesmo autor, as câmaras de eco podem funcionar como mecanismos para reforçar uma opinião existente dentro de um grupo e, como resultado, mover todo o grupo para posições mais extremas, contribuindo para situações de conflito e hostilidade.

Uma das principais razões para a observância da polarização crescente nas redes sociais está diretamente ligada ao facto de que o conteúdo polémico tende a espalhar-se ampla e rapidamente nestas plataformas.

As publicações que expressam indignação moral ou crítica tendem a ser particularmente bem-sucedidas em tornarem-se virais, fenómeno que é impulsionado pelas prioridades feitas pelos algoritmos das redes sociais, juntamente com a inclinação geral das pessoas para favorecer conteúdos sensacionais ou polémicos (Overgaard e Woolley, 2021). Os mesmos autores referem que estas tendências incentivam também políticos, meios de comunicação e influenciadores a publicar conteúdo polémico, uma vez que tem uma maior probabilidade de gerar o envolvimento por eles desejado.

Outra contribuição para a presença assídua da polarização nas redes sociais é a forma como os conteúdos são dispostos e consumidos. À preferência dos utilizadores das redes sociais em verem apenas os conteúdos que querem, junta-se a personalização das informações apresentadas pelas próprias redes. No caso do Facebook, a recolha e

tratamento de dados, decorrente de Machine Learning (aprendizagem por máquinas), fornece informações específicas sobre hábitos de consumo dos utilizadores desta rede social, o que lhe permite criar perfis personalizados por utilizador (Smith et al., 2012), e seleccionar os conteúdos a disponibilizar para tornar o seu uso o mais cativante e apelativo possível.

Este *modus operandi*, além de invasivo quanto à privacidade, delimita o alcance e variedade de conteúdos apresentados no *feed* dos utilizadores, eliminando a exposição a novas ideias ou perspectivas, tendo como consequência a inibição da estimulação do pensamento crítico e a formação ou mudança de opiniões (Pentina & Tarafdar, 2014)

Em última análise, a polarização nas redes sociais é uma ameaça real à coesão social que limita a capacidade de diálogo construtivo. A disseminação de conteúdo polarizante, frequentemente carregado de emoções, pode resultar em ações extremas e fanatismo. É crucial, portanto, reconhecer os perigos das redes sociais e as “armadilhas” subjacentes ao seu uso.

Na próxima secção, e no seguimento das possíveis consequências da polarização, explora-se o uso do discurso de ódio nas redes sociais e como este se alimenta destas divisões, moldando as nossas interações digitais e no mundo real.

1.3.3.2 Discurso de ódio

Plataformas de partilha de Conteúdo Gerado pelo Utilizador (UGC), como as redes sociais, embora possibilitem a comunicação e a partilha de opiniões saudáveis, têm também associado um lado negro, com o risco de serem utilizadas na propagação de mensagens negativas ou pejorativas, contendo sinais explícitos de ódio e apelos à violência. Como visto anteriormente, as redes sociais são um terreno fértil para a divergência de opiniões e a polarização, o que contribui para o surgimento do discurso de ódio online.

Zhang e Luo (2018) definem discurso de ódio como "qualquer comunicação que denigra uma pessoa ou um grupo com base em características como raça, cor, etnia, género, orientação sexual, nacionalidade, religião ou filiação política". Esta definição é em muito similar à de Guterres (2019), que se refere ao discurso de ódio como “qualquer tipo de comunicação em fala, escrita ou comportamento que ataca ou usa linguagem pejorativa

ou discriminatória com referência a uma pessoa ou a um grupo com base em quem são, ou seja, na sua religião, etnia, nacionalidade, raça, cor, descendência, gênero ou outro fator de identidade”.

Ambas as definições abordam o discurso de ódio como um discurso de teor negativo, que carrega a intenção de atacar ou discriminar, dirigido a um ou vários alvos com base em fatores de crença ou de identidade. Esta manifestação ocorre principalmente em oito dimensões distintas: raça, cor, etnia, gênero, orientação sexual, nacionalidade, religião ou filiação política. Cada uma destas dimensões pode dar origem a expressões de ódio online, contribuindo para a polarização e a disseminação de mensagens prejudiciais.

O discurso de ódio encontra nas redes sociais um veículo que facilita a sua propagação e que potencia a sua disseminação em todas as dimensões supracitadas. No caso do Facebook, o discurso de ódio está presente em publicações de teor agressivo ou discriminatório, em mensagens de ódio enviadas em privado, que possam conter ameaças ou assédio, e em comentários, quer em concordância ou em discordância, de publicações polarizantes ou que contenham notícias.

A título de exemplo, no contexto religioso, observa-se que a religião mais atacada em todo o mundo é o Islão, o que está relacionado a um sentimento de islamofobia, favorecido pelos processos culturais de globalização e pela facilidade de comunicação nas redes sociais (Horsti, 2017).

No âmbito político, as expressões de ódio potenciadas pelo ambiente digital surgiram em várias eleições. Por exemplo, a candidatura à presidência da Colômbia de Rodrigo Londono levou a manifestações de ódio no ambiente digital colombiano e nas suas aparições, o que forçou o candidato a desistir da corrida presidencial (Tabares Higueta, 2018). Também a campanha presidencial de Donald Trump contribuiu para a disseminação de hashtags contra os muçulmanos, principalmente por grupos de atores autodefinidos como conservadores norte-americanos (Sainudiin et al., 2019), com expressões relacionadas a um discurso racializado, anti-imigração e nacionalista branco (Constantinou, 2018; Poole et al., 2019).

As incitações ao ódio com base em gênero e orientação sexual também estão a aumentar, dado que as redes sociais podem exacerbar os padrões existentes de violência de gênero e introduzir novas formas de abuso (Dragiewicz et al., 2018). A maioria destas experiências negativas envolve não apenas comentários abusivos, mas também

perseguição, *trolls*, ameaças de violação e de morte, encontros desagradáveis offline, intimidação, humilhação e desacreditação, além da hostilidade extrema na forma de sexismo digital (Sobieraj, 2018).

O discurso de ódio online é, portanto, um acontecimento grave que assenta no preconceito e na intolerância. As consequências deste tipo de discurso podem transcender a fronteira digital e resultar em atos de violência real e discriminação, como crimes de ódio, esfaqueamentos e atentados à bomba, recrutamento de extremistas, tráfico sexual de crianças, ameaças contra figuras públicas, ou tiroteios em massa como o ataque em Christchurch em 2019 (Johnson et al., 2019).

A utilização das redes sociais e da Internet tende geralmente a amplificar este acontecimento, o que faz com que os estereótipos se espalhem e causem mais danos, e todos os seus efeitos reais têm impacto na coexistência e na saúde mental de vítimas, espectadores e agressores (Castaño-Pulgarín et al., 2021).

É fundamental reconhecer também que os perigos inerentes às redes sociais, como a polarização e a disseminação de discurso de ódio, têm o potencial de influenciar de maneira significativa a perceção pública em relação aos refugiados. À medida que estas plataformas permitem o acesso a uma ampla variedade de perspetivas e informações, podem amplificar estereótipos negativos e preconceitos, resultando em visões distorcidas e desinformadas sobre as questões relacionadas com o acolhimento de refugiados.

1.3.4 Portugal e as Redes Sociais

Portugal, tal como muitos países, encontra-se profundamente imerso na era digital, com uma parte significativa da sua população a participar ativamente no mundo online. Em 2023, Portugal apresenta um cenário digital impressionante, com 78,5% da sua população, aproximadamente 8,05 milhões de pessoas, a envolverem-se ativamente em plataformas de redes sociais, de acordo com o relatório "Digital 2023: Portugal" (We are Social & Meltwater, 2023). Quando comparado com os dados de 2017, quando apenas 59,3% da população usava redes sociais, este aumento é notável, acompanhando a tendência global na utilização das redes sociais.

Ao examinar os meios pelos quais os portugueses acedem à Internet, torna-se evidente a influência da tecnologia móvel. Uma percentagem significativa de 98,2% da população

accede à Internet através de dispositivos móveis, enquanto 79,4% ainda prefere o uso mais tradicional dos computadores. Esta mudança reflete a portabilidade e conveniência que os smartphones oferecem para ligar as pessoas às redes sociais. Em média, cada português passa 2 horas e 25 minutos por dia envolvido em atividades nas redes sociais, sendo uma demonstração de como estas plataformas se tornaram parte integrante da nossa vida diária. Quanto às dinâmicas de género, em Portugal as mulheres lideram o acesso às redes sociais, representando 52,2% dos utilizadores, enquanto os homens representam 47,8%.

No cenário das redes sociais em Portugal, destacam-se algumas plataformas como sendo as favoritas da população. O YouTube lidera com 7,43 milhões de utilizadores, seguido pelo Facebook com 5,9 milhões e o Instagram com 5,3 milhões. No entanto, em destaque especial no mundo das redes sociais está o TikTok. De acordo com o relatório “TikTok Users, Stats, Data & Trends”, esta plataforma testemunhou um crescimento notável de 10% no número de utilizadores desde 2022, o que corresponde a um aumento impressionante de 303.000 utilizadores em 2023 (Kepious, 2023).

No que diz respeito às motivações por trás do envolvimento nas redes sociais em Portugal, os dados do relatório do terceiro trimestre de 2022 da GWI revelam várias razões para a utilização destas plataformas. A maioria dos utilizadores, aproximadamente 61,4%, utiliza principalmente as redes sociais para manter-se ligada a amigos e familiares, destacando o seu papel como um meio para manter relacionamentos interpessoais. Cerca de 50,3% dos utilizadores acedem às redes sociais para lazer e ocupação dos tempos livres, sugerindo que estas plataformas são uma fonte comum de entretenimento e distração. Além disso, 46,8% dos utilizadores usam as redes sociais para se manterem informados através da leitura de notícias, sublinhando o papel destas plataformas na disseminação de informações.

A evidência do consumo de notícias como um dos principais usos que os portugueses dão às redes sociais desempenha um papel crucial na presente investigação, uma vez que destaca a exposição destes à disseminação de informação online. As redes sociais contribuem para a formação de opiniões e podem promover discussões públicas sobre a questão humanitária do acolhimento de refugiados afegãos. Deste modo, e em concordância com o grande objetivo desta investigação, a análise às reações nas publicações de notícias no Facebook está intrinsecamente ligada à compreensão do impacto das redes sociais como veículo de comunicação e influência na perceção e atitudes dos portugueses em relação aos refugiados afegãos.

2.1 Questão e objetivos de investigação

2.1.1 Questão de Investigação

A presente dissertação tem como finalidade responder à questão de investigação:

“Como reagem os portugueses às notícias sobre o acolhimento de refugiados afegãos em Portugal no Facebook?”

2.1.2 Objetivos de Investigação

Os objetivos desta dissertação consistem na caracterização das interações, na forma de comentários, reações e partilhas, dos portugueses com publicações no Facebook relativas a notícias sobre o acolhimento de refugiados afegãos em Portugal, entre 1 de agosto de 2021 e 31 de agosto de 2022. Procura-se classificar os tipos de ameaças percebidas relativamente ao acolhimento de refugiados afegãos, assim como desvendar que sentimentos e emoções são expressos nessas interações. Pretende-se também aferir a presença e tipologia de discurso de ódio nas mesmas.

Nesse sentido, os objetivos de investigação são:

- Classificar os tipos de ameaças percebidas e perceber a perceção pública do acolhimento de refugiados afegãos.
- Caracterizar o tipo de interações em termos de sentimento, emoção e aprovação;
- Aferir a presença e tipologia de discurso de ódio nas interações observadas;

2.2 Estratégia e desenho de investigação

Para melhor se alcançarem os objetivos propostos, adotou-se uma estratégia de investigação mista, de tipologia embutida, com foco na componente qualitativa sobre a componente quantitativa.

Bryman (2016) e Creswell e Clark (2017) referem que, na pesquisa de natureza mista com tipologia embutida, compreende-se que a utilização exclusiva da abordagem quantitativa (ou qualitativa) se revela insuficiente para uma compreensão abrangente da matéria de investigação. Assim, há uma priorização de uma das abordagens, enquanto a outra é incorporada para abordar objetivos ou questões de investigação secundárias que

podem ser mais eficazmente esclarecidas por meio dessa abordagem complementar. Adicionalmente, os autores enfatizam que o processo de recolha de dados pode ser conduzido de forma simultânea ou sequencial.

Na presente investigação a componente qualitativa engloba a análise de conteúdos, na forma de comentários em publicações no Facebook, e categoriza a amostra com base num modelo de caracterização que não só é baseado em critérios existentes, como foi alterado à medida que a análise foi realizada (indução). A análise temática do conteúdo poderá revelar dados importantes no entendimento da perceção pública dos portugueses sobre o acolhimento de refugiados afegãos. A componente quantitativa da investigação (embutida) foi aplicada a uma amostra alargada de publicações com o objetivo de quantificar interações, comentários e reações.

Nesta investigação aplicou-se o desenho de investigação de estudo comparativo ou transversal (*cross-sectional*), dado ser uma abordagem eficiente que envolve a recolha de dados de múltiplos casos ou participantes num único espaço temporal, permitindo examinar as relações entre variáveis. Este tipo de desenho de investigação, além de permitir a deteção de padrões existentes, permite também estabelecer a variação entre casos pode ser relevante para avaliar a prevalência de atitudes e conhecimentos, em validação e em estudos de confiabilidade. Acredita-se que este desenho de investigação é o ideal, considerando os objetivos propostos. Na seção seguinte podem ser encontradas as etapas de investigação.

2.3 Etapas da investigação

As etapas de investigação dividem-se em 3 fases. Numa primeira fase realiza-se o levantamento teórico do contexto em estudo, que permite definir as categorias incluídas no modelo de categorização do conteúdo. É também nesta fase que são definidos os critérios para recolha de dados, relativamente às fontes e ao espaço temporal, seguindo-se a recolha e pré-processamento dos mesmos.

A segunda fase consiste na análise quantitativa dos dados recolhidos, que melhor traduz os dados sobre as interações observadas e permite realizar a análise de emoções presentes nestas e do envolvimento manifestado. No seguimento desta análise, é feita a análise temática e categorização do conteúdo com base no modelo definido na fase anterior.

A etapa final de investigação contempla a análise e discussão de resultados.

2.3.1 Modelo de categorização de conteúdo

A análise de conteúdo é definida como qualquer técnica que permite tirar conclusões através da identificação objetiva e sistemática de características específicas de mensagens (Holsti, 1969). Tendo por base esta definição, Bryman (2016) identificou quatro principais elementos na análise de conteúdo: determinar uma questão de investigação, seleccionar uma amostra, decidir os parâmetros e elaborar um modelo de categorização.

Partindo do enquadramento teórico desta investigação, e procurando responder aos seus objetivos, foi elaborado o seguinte modelo de categorização de conteúdo (Tabela 2). Com a finalidade de caracterizar as interações observadas, este modelo inclui nos seus parâmetros a análise de sentimento e de grau de aprovação, de ameaças percebidas, de discurso de ódio e de emoções.

Figura 5
Modelo de Categorização de Conteúdo

Sentimento	<ul style="list-style-type: none"> - Positivo - Neutro - Negativo 	
Aprovação	<ul style="list-style-type: none"> - Aprovação - Desaprovação - Não Aplicável 	
Ameaça Percebida	Ameaça Realista	Segurança
		Economia
	Ameaça Simbólica	Cultura
		Religião
Discurso de Ódio (Guterres, 2019) (Mahoney, 2009)	<ul style="list-style-type: none"> - Cultural - Político - Raça - Género - Orientação Sexual - Religião - Etnia 	

	<ul style="list-style-type: none"> - Descendência - Cor - Nacionalidade
Reações	<ul style="list-style-type: none"> <i>Like</i> <i>Love</i> <i>Care</i> <i>Haha</i> <i>Wow</i> <i>Sad</i> <i>Angry</i>

A análise de sentimento é um campo do Processamento de Linguagem Natural (PLN) que procura identificar e categorizar estados emocionais em amostras na forma textual. Este método classifica os sentimentos como “Positivo”, “Negativo” ou “Neutro” e é muito utilizado na investigação de reações do público em resposta a crises sociais (Balahur, 2013). Nesta investigação esta análise é realizada pelo ChatGPT-4, um modelo de aprendizagem profunda (*DeepLearning Model*) da família dos *Transformers* baseado em inteligência artificial, e posteriormente revista manualmente pelo investigador.

A classificação quanto à aprovação é realizada manualmente e destina-se a aferir se a interação transmite uma ideia de aprovação ou reprovação quanto ao acolhimento de refugiados afegãos em Portugal, considerando-se de fundamental importância para a investigação. É atribuída a classificação “Aprovação” sempre que são expressos indícios favoráveis ao acolhimento, e a classificação “Reprovação” quando o contrário é evidente. A classificação de Não Aplicável destina-se ao conteúdo que não expresse especial inclinação para nenhuma das ideias anteriores.

No âmbito das ameaças percebidas, a categorização do conteúdo assenta na previamente referida *Theory of Prejudice*, (Schweitzer et al, 2005) que divide as ameaças percebidas quanto aos refugiados em realistas e simbólicas, fazendo a posterior caracterização das ameaças realistas como relativas à segurança e à economia (Schweitzer et al, 2005) e das ameaças simbólicas em relação à cultura ou religião (Murray & Marx, 2013). É essencial

aferir o quanto estas ameaças são percebidas pelos portugueses dada a sua relevância na elaboração de possíveis crenças e preocupações relativas a este grupo social.

Procurando aferir a relação entre o uso das redes sociais como plataforma de partilha de opinião e o acolhimento de refugiados, é também relevante a categorização quanto ao discurso de ódio observado na amostra analisada. Com base na definição de Guterres (2019), foram incluídas as categorias raça, género, orientação sexual, religião, etnia, descendência, cor e nacionalidade e a também as dimensões cultural e política (Mahoney, 2009).

Figura 6
Reações no Facebook



A categorização de emoções assenta na base teórica desenvolvida por Giuntini et al. (2019). Afirmando que o uso de “emoticons” como emoções universais deve permitir métodos de análise com dependência mínima da semântica verbal, esta perspetiva está alinhada com os objetivos da presente investigação, uma vez que se baseia na quantificação de reações para analisar a resposta emocional do público às notícias sobre o acolhimento de refugiados.

Este estudo também relaciona as reações do Facebook com emoções básicas, pois refere que '*Angry*' expressa raiva, '*Wow*' denota surpresa, '*Sad*' representa tristeza e '*Love*' está associado à alegria. A reação '*Haha*' pode expressar algum grau de surpresa e alegria.

A próxima secção explica o processo de definição de critérios para a recolha de dados e de que forma foi realizada a seleção destes.

2.3.2 Critérios, recolha e seleção de dados

2.3.2.1 Definição de Critérios

Para a presente investigação consideram-se as interações ocorridas entre 1 de agosto de 2021 e 31 de agosto de 2022. Considera-se pertinente a seleção deste intervalo temporal,

dado que agosto de 2021 foi o mês da retirada das tropas dos Estados Unidos da América do Afeganistão e que a urgência da crise humanitária resultante da mesma, em matéria de movimentação e acolhimento de refugiados, se fez sentir mais intensamente durante o ano que se seguiu.

As fontes mais relevantes para a investigação são páginas de Facebook de meios de comunicação social portugueses, mais especificamente de canais de televisão, selecionadas de acordo com os seguintes critérios:

- Alta visibilidade, em evidência na contabilização de seguidores;
- Especialização em carácter noticioso generalista.

Após análise, foram identificadas as seguintes páginas para recolha de conteúdo:

Tabela 2
Páginas de Facebook de meios comunicação portuguesas (canais de televisão de carácter noticioso generalista)

Ranking	Nome	Seguidores
1	SIC Notícias	2,1 milhões
2	CNN Portugal	1,3 milhões
3	CM TV	818 mil
4	RTP Notícias	546 mil

Das páginas identificadas, selecionaram-se as primeiras três (SIC Notícias, CNN Portugal e CM TV) com base no critério de alta visibilidade, sendo tido também em conta o fator de disponibilidade temporal e de recursos humanos para o tratamento e análise de dados.

2.3.3.2 Recolha e seleção de dados

A recolha de dados ocorreu com recurso à API de Facebook, fornecida pelo *Facebook Journalism Project*, que permite a recolha de informação de páginas públicas no Facebook, tanto ao nível de publicações efetuadas, como de interações e comentários dos seus seguidores.

A base de dados recolhida, referente aos três canais de notícias acima mencionados, devolveu os resultados em formato .CSV e continha, em forma de tabela, as colunas que constituem a seguinte lista:

- Nome da página
- Publicação criada
- Data da publicação criada
- Hora da publicação criada
- Tipo de publicação
- Total de interações
- Nº Reações *Like*
- Comentários
- Partilhas
- Nº Reações *Love*
- Nº Reações *Wow*
- Nº Reações *Haha*
- Nº Reações *Sad*
- Nº Reações *Angry*
- Nº Reações *Care*
- URL
- Mensagem
- Ligação
- Ligação Final
- Texto da imagem
- Texto do link
- Descrição
- ID do patrocinador
- Nome do patrocinador
- Categoria do patrocinador
- Pontuação de desempenho superior (ponderada - *Like* 1x Partilhas 1x Comentários 1x *Love* 1x *Wow* 1x *Haha* 1x *Sad* 1x *Angry* 1x *Care* 1x)

Para a extração de dados foram selecionadas as palavras-chave: “refugiados”, “Afeganistão”, “afegãos”, “afegã” e “afegão”, não só pela relevância temática que carregam na reflexão do tema principal de investigação, como pela contemplação da variação linguística que possibilita também a abrangência das publicações mais pertinentes.

A base de dados extraída, correspondente ao intervalo de tempo previamente definido, constituiu-se por um total de 1538 publicações. Após uma análise manual levada a cabo pelo investigador, foram identificadas e assinaladas 40 publicações como estando diretamente relacionadas com a temática do acolhimento de refugiados afegãos em Portugal.

A amostra de 40 publicações foi denominada Amostra 1 e utilizada na íntegra para conduzir uma análise de volumetria, por forma a contabilizar o total de reações manifestadas, divididas por tipo de reação, permitindo assim efetuar a análise de emoções com base no modelo de categorização já definido.

No entanto, tendo em consideração os limites de tempo e de recursos humanos disponíveis para a investigação, a amostra de publicações submetidas à análise de conteúdo teve de ser reduzida.

Os critérios para eleger as publicações finais para análise de conteúdo constituíram-se por:

- Popularidade da publicação;
- Grau de entropia (controvérsia) entre reações.

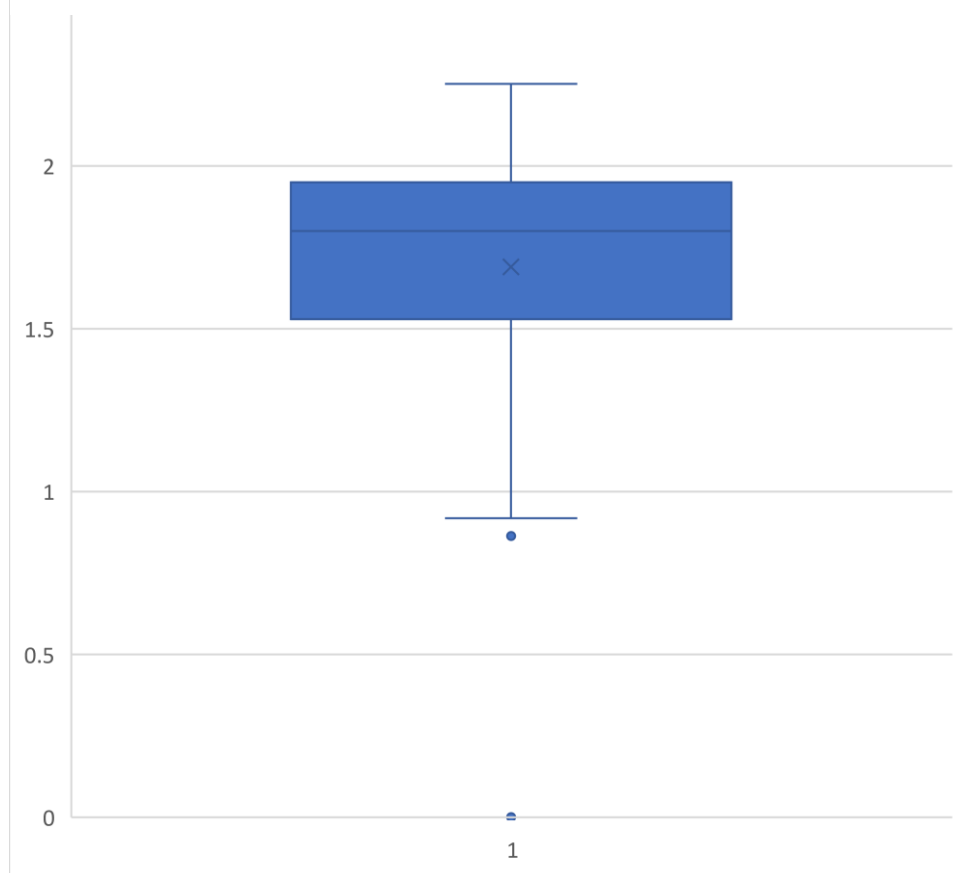
Como indicador de popularidade, utilizou-se o número de comentários por se considerar a intensidade de conversação um fator fundamental para a riqueza da amostra.

Seguindo a metodologia de Hessel e Lee (2019) para determinar o potencial de controvérsia, foi calculada a entropia do conjunto de reações do Facebook por publicação, de acordo com a fórmula de entropia mostrada abaixo, onde x_i é o número de cada reação para uma publicação e $p(x_i)$ é a razão dessa reação para as reações totais da publicação.

Figura 7
Fórmula da entropia

$$H(X) = - \sum_{i=1}^n P(x_i) \log P(x_i)$$

Figura 8
Entropia da análise



O cálculo da entropia entre reações revelou um valor médio de 1,689, pelo que apenas se consideraram publicações que compreendessem um potencial de controvérsia superior a esse valor.

Aplicando os dois critérios à seleção prévia de 40 publicações, com prevalência do critério relativo à popularidade, chegou-se à Amostra 2, que contempla uma seleção de 10 publicações, o que equivale a 25% da prévia Amostra 1.

Figura 9
Amostra 2 (p1 a p10)

Publicação	Data de Publicação	Total Interações	Likes	Comentários	Partilhas	Entropia	Texto Publicação
p1	26/08/2021	3242	1222	1112	105	1.954648018	350 pessoas estão disponíveis para ceder o alojamento.
p2	15/08/2021	1915	349	1023	64	1.889892031	Informação avançada pelo ministro da Defesa, João Gomes Cravinho.
p3	28/08/2021	2097	706	881	61	1.905045732	Hoje são esperados mais três dezenas de refugiados.
p4	01/09/2021	1738	369	819	114	1.767749099	O ministro da Defesa deixou claro que os afegãos que vêm para Portugal apenas "têm o direito de trazer uma esposa, no caso de haver mais do que uma".
p5	18/08/2021	1502	257	775	63	1.919585793	Informação avançada pelo ministro da Administração Interna.
p6	26/08/2021	1783	774	562	50	1.892646297	Além do acolhimento e donativos de bens alimentares, há 350 ofertas de alojamento e 941 de apoio psicológico #exclusivo No Expresso
p7	05/10/2021	771	287	331	28	2.196365126	Uma operação delicada até ao último minuto: mais de 100 alunos e professores de música afegãos deixam Cabul
p8	10/09/2021	747	276	283	14	1.898258692	Empresa portuguesa quer resgatar mil pessoas do Afeganistão
p9	10/09/2021	681	107	263	110	1.718640578	SF afirmou que todos os refugiados acolhidos em Portugal receberam 10 mil euros
p10	16/11/2021	363	74	189	15	1.898258692	Mais 210 refugiados do Afeganistão chegaram a Portugal

Da Amostra 2, e com base num teste de tempo de categorização, concluiu-se que seria possível codificar 1000 comentários (100 por publicação), o que corresponde a 16% do total de comentários realizados nas 10 publicações selecionadas. Os 100 comentários foram selecionados por ordem cronológica em cada publicação. Apresentam-se em seguida resultados e procede-se à sua discussão.

CAPÍTULO III – [APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DE RESULTADOS]

Análise de Resultados

Neste capítulo apresentam-se os resultados da análise de volumetria e de conteúdo das publicações retiradas das páginas do Facebook dos canais de notícias generalistas selecionados, SIC Notícias, CNN Portugal e CM TV. A amostra em análise concentra-se no período compreendido entre 1 de agosto de 2021 e 31 de agosto de 2022.

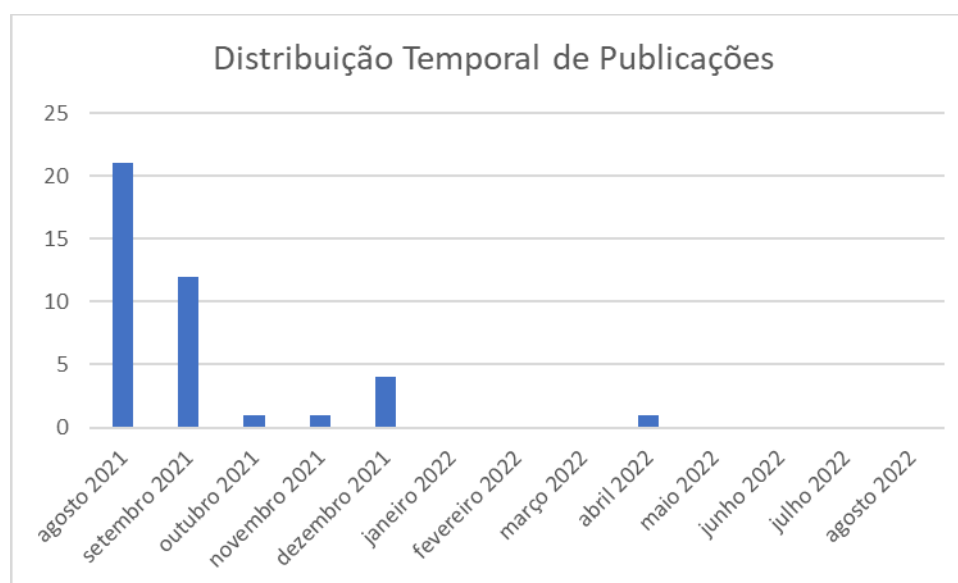
No sentido de alcançar os objetivos da investigação, a análise foi dividida em duas partes. Inicialmente, realiza-se uma análise de volumetria (quantitativa) à Amostra 1, de 40 publicações (p1 a p40) para examinar a intensidade e a evolução das interações ao longo do período estabelecido, contabilizando a totalidade de interações. Em seguida, realiza-se a análise de conteúdo (qualitativa) dirigida a comentários extraídos de uma Amostra 2 mais restrita (10 publicações, equivalentes a 25% da amostra total inicial). A análise de conteúdo segue o modelo de categorização previamente apresentado.

3.1 Análise de Volumetria

A análise de volumetria geral incide sobre as 40 publicações da Amostra 1 e providencia informações fundamentais para a compreensão da dinâmica das interações observadas ao longo do período selecionado para análise (1 de agosto de 2021 a 31 de agosto de 2022). Entende-se por interação qualquer comentário, reação ou partilha das publicações.

Numa primeira instância, e para auxiliar a análise volumétrica global, evidencia-se de que forma se organizam as publicações selecionadas no intervalo temporal escolhido, por mês (Figura 10).

Figura 10
Distribuição Temporal de Publicações



Observa-se que grande parte das publicações tiveram lugar nos meses de agosto e setembro de 2021.

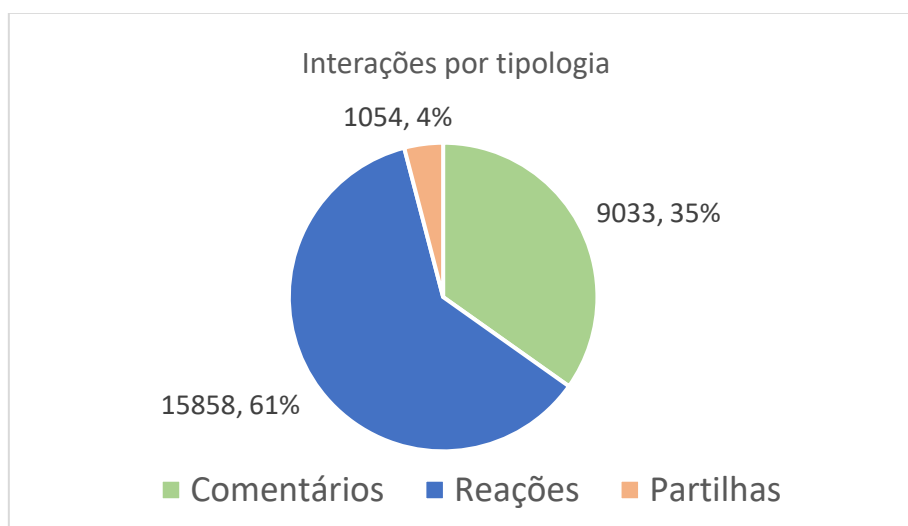
A Figura 11 apresenta o número de interações registradas nas publicações selecionadas e a Figura 12 contempla a distribuição de interações no espaço de tempo estipulado.

Figura 13
Publicação p32



As interações observadas desdobraram-se em três categorias diferentes: reações, comentários e partilhas. Foram contabilizadas 15858 reações (61%), 9033 comentários (35%) e 1054 partilhas (4%), como demonstra a Figura 14.

Figura 14
Distribuição de Interações por tipologia



A distribuição dos 9033 comentários pelas publicações decorreu de acordo com o exposto na Figura 15.

Figura 15
Comentários por Publicação

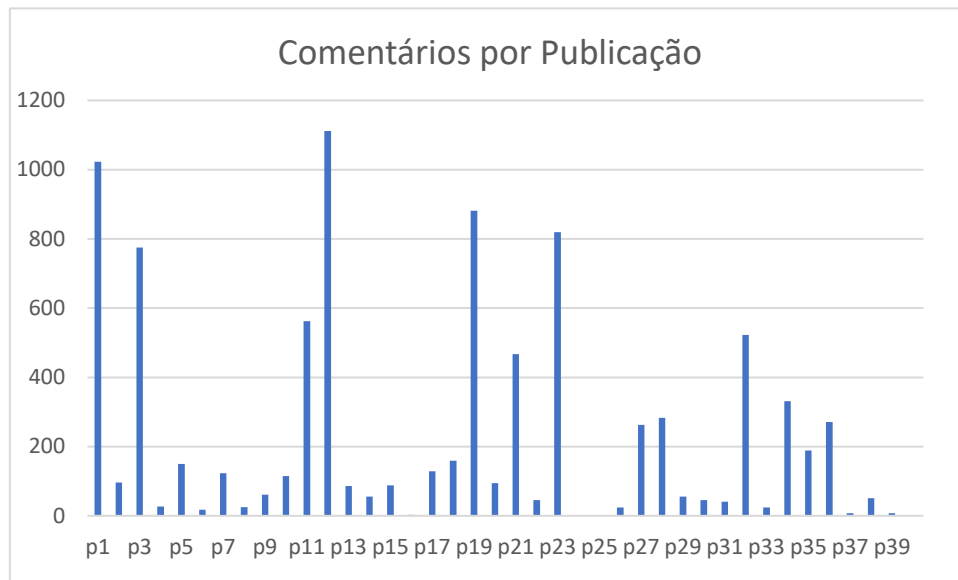
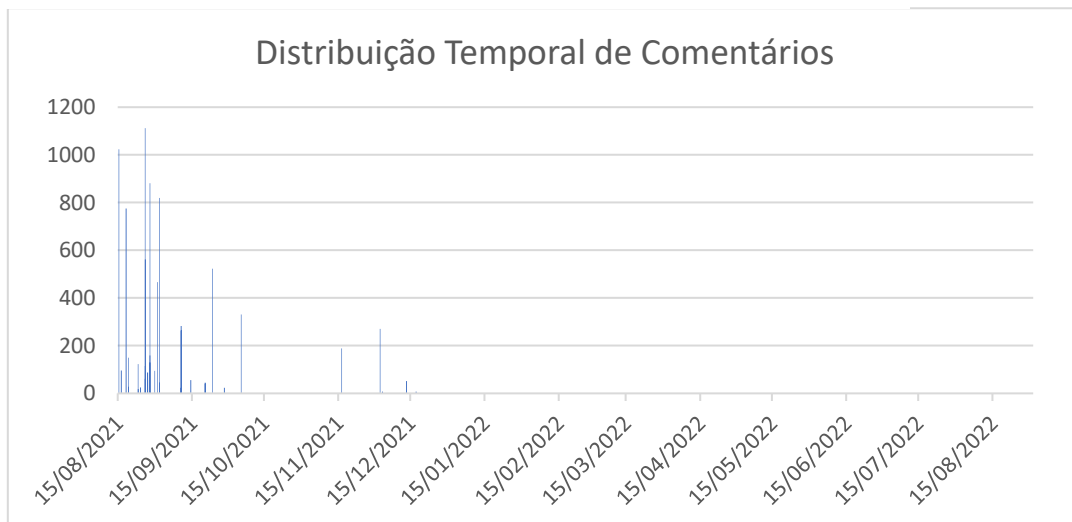


Figura 16
Distribuição Temporal de Comentários



O pico de interações por meio de comentários registou-se na publicação p12, no dia 26 de agosto de 2021 (1112), que contrasta com as publicações p24 e p40, que registaram apenas 1 comentário cada, a 2 de setembro de 2021 e a 4 de abril de 2022. A média de comentários por publicação foi de 225,9.

Relativamente às 1054 interações por meio de partilhas, a distribuição por publicação ocorreu conforme demonstrado na Figura 17.

Figura 17
Partilhas por Publicação

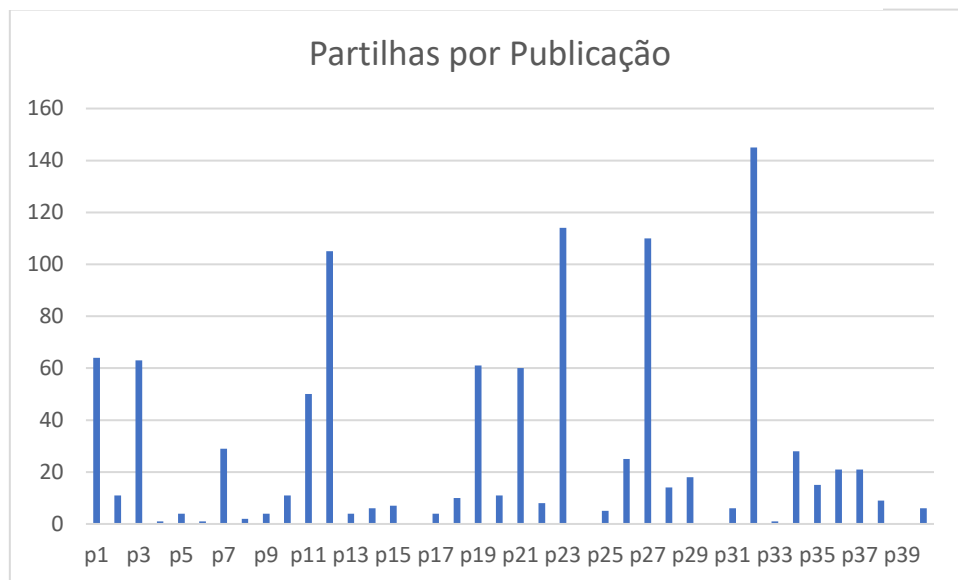
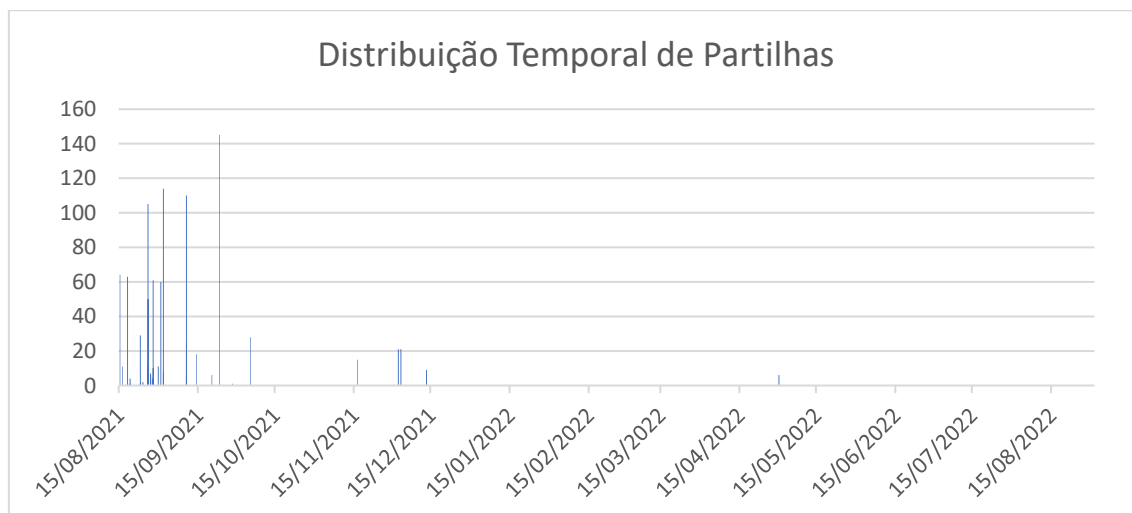


Figura 18
Distribuição Temporal de Partilhas



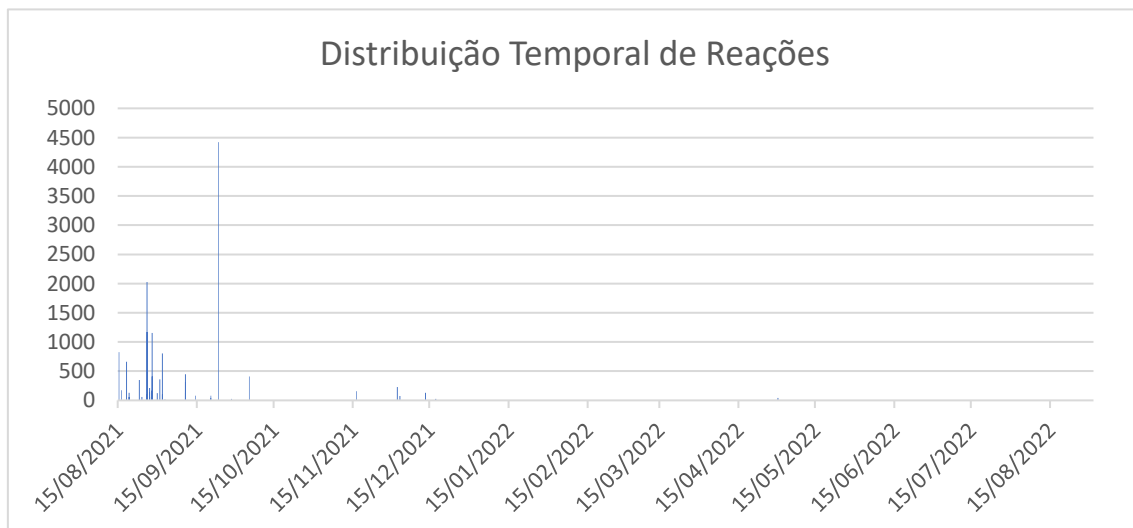
O máximo registado de partilhas ocorreu na publicação p32, no dia 23 de setembro de 2021 (145), correspondendo à publicação que mais interações deteve no geral. Excluindo as publicações que não foram partilhadas (p16 a 28 de agosto, p24 a 2 e p30 a 20 de setembro e p39 a 17 de dezembro de 2021), o número mínimo de partilhas teve lugar a 19 (p4) e 23 (p6) de agosto e 28 de setembro de 2021 (p33, 1 partilha). O número médio de partilhas por publicação foi de 26,4.

Relativamente às reações, que no seu conjunto perfazem a tipologia de interações que maior volume apresentou (15858), conforme visto anteriormente, foram distribuídas pelas publicações conforme demonstrado na Figura 19. A distribuição pelo período temporal foi realizada de acordo com o demonstrado na Figura 20.

Figura 19
Reações por Publicação



Figura 20
Distribuição Temporal de Reações

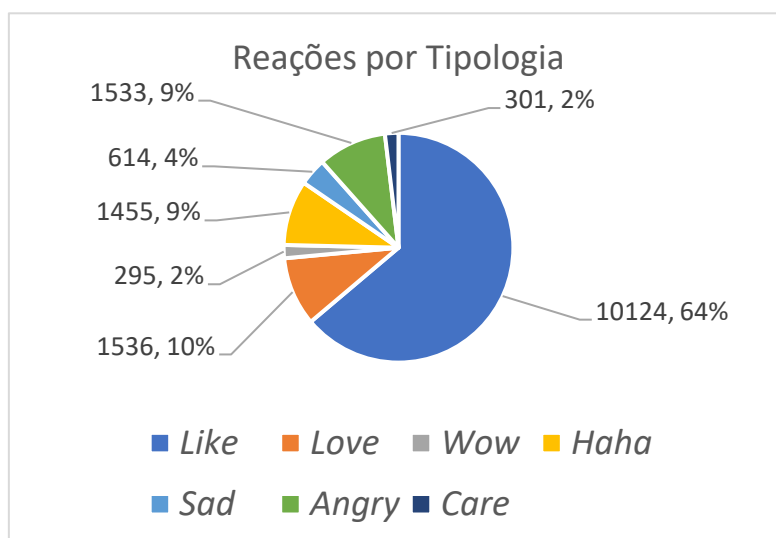


A publicação que mais reações contabilizou foi a p32, no dia 23 de setembro de 2021 (4424). À semelhança das partilhas, corresponde também ao dia em que se observaram mais interações no total. Por outro lado, o dia 23 de agosto de 2021 registou o menor

número de reações a publicações (p6 com 13). Para a amostra em análise, a média de reações por publicação foi de 396,5.

É importante referir que as reações se dividem em *Like* (Gosto), *Love* (Adoro), *Wow* (Surpresa), *Haha* (Riso), *Sad* (Tristeza), *Angry* (Raiva) e *Care* (Compaixão). A Figura 21 evidencia como se distribuem as reações observadas por tipologia.

Figura 21
Distribuição de reações por tipologia



A reação mais observada nas publicações analisadas foi o *Like*, sendo utilizada num total de 10124 vezes (64%). Seguiram-se as reações *Love* (1536, 10%), *Angry* (1533, 9%), *Haha* (1455, 9%) e *Sad* com 614 ocorrências (4%). As menos utilizadas foram as reações *Care* (301, 2%) e *Wow*, com apenas 295 registos (2%).

Analisando-se as emoções expressas na forma de reação, e considerando o indicador “*Like*” como desprovido de emoção, dada a sua utilização padrão como forma de sinalizar a leitura das publicações (Oliveira et al, 2021), observa-se uma maior frequência da emoção Adoro, logo seguida de Raiva, Riso e Tristeza, com a Surpresa e a Compaixão a serem as emoções menos observadas. Analisando a ocorrência de emoções opostas, em que se considera o Riso como fator de sarcasmo ou gozo, e a Surpresa como emoção neutra, verifica-se uma predominância de emoções negativas (Raiva, Riso e Tristeza com 22%) sobre as emoções de cariz positivo (Adoro e Compaixão com 12%) e neutro (Surpresa 2%).

A comparação entre os tipos de emoções observados reforça a ideia de prevalência de emoção negativa (63%) sobre a positiva (34%) e a neutra (5%). As reações caracterizantes de emoções negativas ocorreram 3602 vezes, ao passo que as reações que transmitem emoções positivas foram detetadas 1837 vezes e as neutras apenas 295 vezes (Figura 22).

Figura 22
Emoções por Tipologia

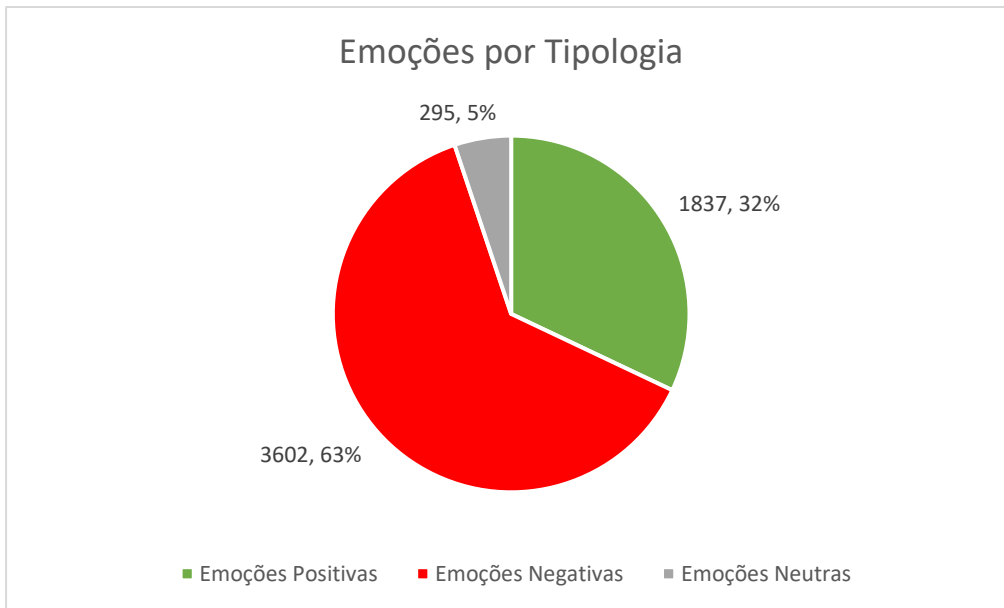
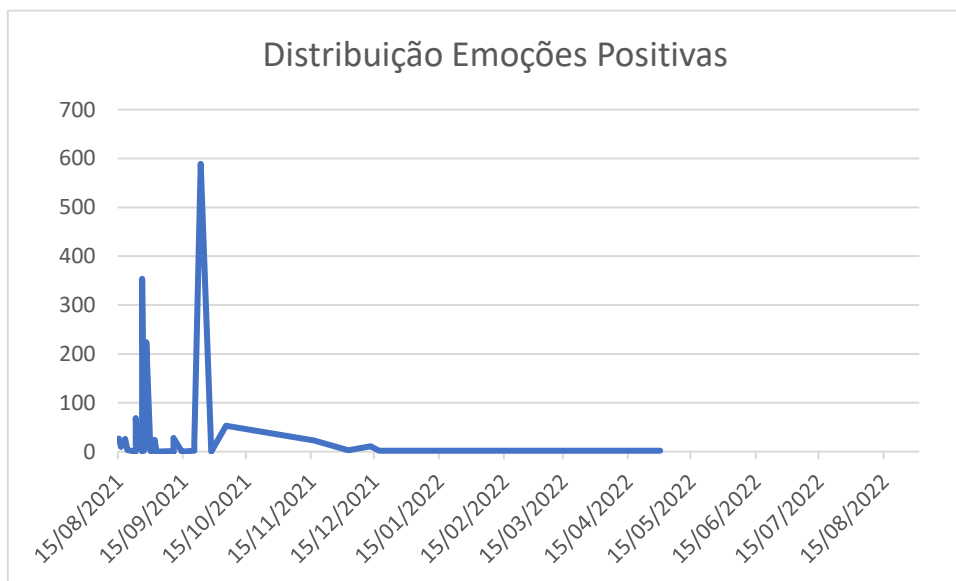


Figura 23
Distribuição Emoções Positivas



Ainda assim, as Figuras 23 e 24 demonstram que a ocorrência máxima de reações ligadas a emoções positivas (589) se sobrepôs ao pico de reações com conotação emocional negativa (416). Por outro lado, as reações emocionais negativas apresentaram uma maior consistência inicial, tendo-se prolongado mais no espaço temporal e atingido um estado de diluição mais tardio.

Figura 24
Distribuição Emoções Negativas

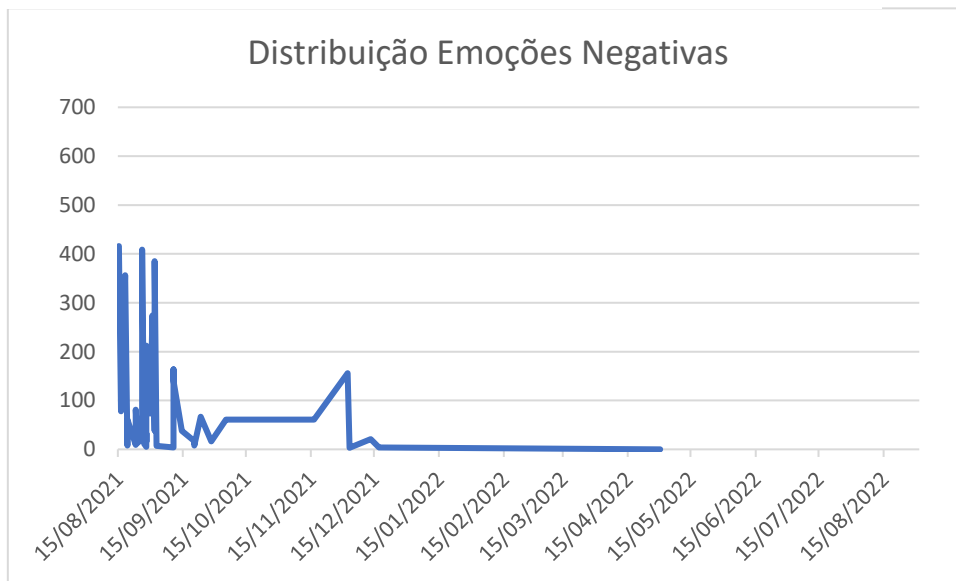
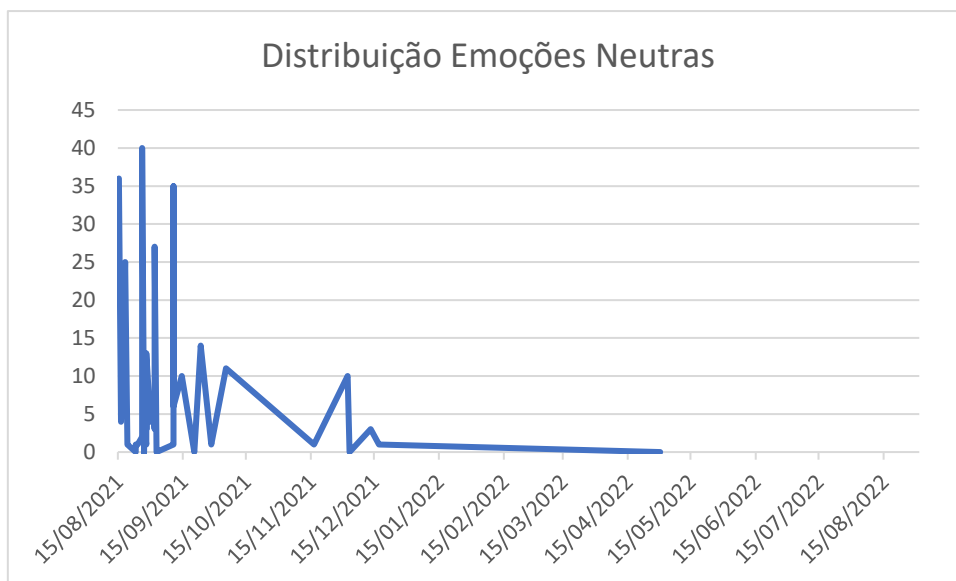


Figura 25
Distribuição Emoções Neutras



Em termos de evolução temporal, as emoções neutras, num registo de escala inferior e à semelhança das emoções negativas, apresentam uma maior consistência inicial e ocorrem ao longo de um período mais alargado.

Finda a análise volumétrica, terá lugar na próxima secção a análise de conteúdo.

3.2 Análise de Conteúdo

A análise volumétrica das interações proporcionou uma visão panorâmica do envolvimento dos portugueses face ao tema do acolhimento de refugiados afegãos em Portugal. No entanto, para entender a fundo a complexidade das suas opiniões e sentimentos, é fundamental uma análise qualitativa detalhada do conteúdo das interações.

Com este propósito, foram selecionadas 10 publicações (25% da Amostra 1) com base nos critérios de popularidade e grau de controvérsia anteriormente mencionados. As publicações da Amostra 2 acima mencionadas são identificadas entre p1 e p10, não estabelecendo correspondência entre as publicações da análise de volumetria geral (Amostra 1).

Das publicações selecionadas, e atendendo às limitações temporais e de força de trabalho disponíveis para a investigação, restringiu-se a amostra a 1000 comentários, sendo retirados os 100 primeiros de cada publicação com recurso à aplicação *Facebook Comments Scraper*, da Apify.

A categorização da amostra foi realizada com base num modelo de caracterização de conteúdo segmentada em diversos níveis analíticos. A análise adotou a seguinte metodologia: quando a caracterização de uma interação (comentário) era possível com base no modelo pré-definido, foi-lhe atribuída a categoria correspondente (dedução). Quando o mesmo não se verificava, acrescentava-se a categoria nova ao modelo (indução), permitindo assim a sua correta categorização.

Inicialmente, aplicou-se a análise de sentimento aos comentários da amostra. Em seguida, foi realizada uma avaliação da aprovação expressa nos comentários. Uma terceira camada de análise focou-se na identificação de ameaças percebidas e foi ainda dada atenção à presença e tipologia de discurso de ódio.

3.2.1 Análise de sentimento

Através da análise de sentimento, é possível discernir a tonalidade emocional e a postura presente nos comentários analisados. No contexto do acolhimento de refugiados afegãos em Portugal, a compreensão deste sentimento é uma das vertentes que auxilia na

avaliação da percepção pública acerca deste evento de relevância nacional e global. A análise de sentimento nos comentários foi realizada com recurso ao ChatGPT-4, um modelo de aprendizagem profunda (*DeepLearning Model*) da família dos *Transformers* baseado em inteligência artificial. Posteriormente, foi efetuada uma revisão manual integral pelo investigador.

Nesta subsecção, explora-se a distribuição dos sentimentos - positivo, negativo ou neutro - presentes nos comentários analisados (Tabela 3).

Tabela 3
Sentimento por tipologia

Sentimento	n	%
Positivo	109	11%
Negativo	588	59%
Neutro	303	30%

De uma forma geral, o sentimento negativo foi dominante, estando presente em 588 comentários (59%), seguindo-se do sentimento neutro com 303 ocorrências (30%). O sentimento positivo apenas esteve presente em 109 comentários (11%).

Tabela 4
Exemplos de Verbatim da categoria Sentimento

Sentimento Expresso	Verbatim (exemplos)	Texto da Publicação
Positivo	"Que belo gesto povo português. ♥ "(p1)	Mais de 800 famílias portuguesas dispostas a acolher refugiados afegãos
Negativo	"Tristeza grandes atrasados preocupem se con os de cá primeiro"(p8)	Empresa portuguesa quer resgatar mil pessoas do Afeganistão - Entre as quais a família do refugiado afegão que vive no Porto.
Neutro	"Jose Carlos Vilarinho o senhor é médico?"(p3)	Hoje são esperados mais três dezenas de refugiados. (Primeiro grupo de refugiados afegãos em dois centros de acolhimento em Portugal)

A Tabela 4 contém exemplos dos diferentes sentimentos percebidos.

3.2.2 Análise do Grau de Aprovação

Para além da tonalidade sentimental dos comentários, é fundamental avaliar a postura de aprovação ou desaprovação manifestada. Esta análise, realizada manualmente pelo investigador, permite perceber o alinhamento dos comentadores face à questão do acolhimento de refugiados afegãos em Portugal. Nesta subsecção, analisa-se a categorização dos comentários conforme a sua orientação de aprovação, reprovação ou não aplicabilidade, proporcionando uma visão clara sobre o grau de concordância ou discordância dos comentadores face a esta questão social.

A Tabela 5 elucida o grau de aprovação observado na amostra.

Tabela 5
Grau de Aprovação

Grau Aprovação	n	%
Aprovação	93	9%
Reprovação	231	23%
Não Aplicável	676	68%

Dos comentários analisados, 93 (9%) evidenciaram aprovação quanto ao acolhimento de refugiados afegãos em Portugal. A reprovação esteve presente em 231 comentários (23%) e os restantes 676 (68%) não evidenciaram expressamente indícios de aprovação ou reprovação.

Tabela 6
Exemplos de Verbatim da categoria Grau de Aprovação

Grau Aprovação	Verbatim (exemplos)	Texto da Publicação
Aprovação	"Estou de acordo Sou chega, estes são refugiados de verdade e merecem ser acolhidos"(p1)	Mais de 800 famílias portuguesas dispostas a acolher refugiados afegãos
Reprovação	"Não queremos mais já chega"(p2)	"Portugal integra operação da UE e está disponível para receber afegãos" - Informação avançada pelo ministro da Defesa, João Gomes Cravinho.
Não Aplicável	"O tempo dirá."(p10)	Mais 210 refugiados do Afeganistão chegaram a Portugal -Juntam-se aos 266 que se encontram em Portugal desde o início do processo de retirada do Afeganistão.

Na análise ao grau de aprovação registado na amostra, destaca-se a sobreposição da reprovação (23%) à aprovação (9%), sendo um indicador de que, nas amostras que demonstraram uma inclinação para um ou para outro, houve efetivamente mais manifestações contra o acolhimento de refugiados afegãos em Portugal do que a favor.

3.2.3 Análise de Ameaça Percebida

Na continuação da análise, aborda-se a dimensão da perceção de ameaça, fundamentada na *Theory of Prejudice* de Schweitzer et al. (2005) e corroborada pelos estudos de Murray e Marx (2013). A análise de ameaças percebidas é crucial para a compreensão das crenças associadas ao acolhimento de refugiados afegãos em Portugal. De acordo com o modelo de categorização, as ameaças percebidas foram organizadas em realistas (segurança e economia) e simbólicas (cultura e religião). Com base nos dados analisados, foram também elaboradas tabelas com crenças assentes nas opiniões expressas. Esta análise foi levada a cabo manualmente pelo investigador. Esta seção tem como objetivo elucidar os medos e reservas que podem influenciar as posições e discursos relativos à temática do acolhimento de refugiados afegãos em Portugal.

Inicialmente foi analisada a perceção de ameaças realistas, relativas a aspetos de segurança e economia. A Tabela 7 contém o total das ameaças realistas observadas.

*Tabela 7
Ameaças Realistas*

Ameaça Realista	n	%
Segurança	52	22%
Economia	186	78%

Da amostra total de 1000 comentários, 238 (23,8%) contiveram indícios de perceção de ameaças realistas, na ótica dos comentadores. Estas dividiram-se em ameaças quanto à segurança (22%) e relativas à economia (78%).

Na Tabela 8 são observáveis alguns exemplos de ameaças percebidas quanto à segurança nos comentários analisados.

*Tabela 8
Exemplos de Verbatim da categoria Ameaça Realista de Segurança*

Ameaça Percebida	Verbatim (exemplos)	Texto da Publicação
Segurança	"Daqui a uns anos vamos ser decapitados por eles"(p2)	"Portugal integra operação da UE e está disponível para receber afegãos" - Informação avançada pelo ministro da Defesa, João Gomes Cravinho.
Segurança	"Carmo Abreu em menos de 20 anos temos uma Europa islamizada. Depois vamos ver quem é que encontra a paz que necessita."(p3)	Hoje são esperados mais três dezenas de refugiados. (Primeiro grupo de refugiados afegãos em dois centros de acolhimento em Portugal)
Segurança	"Um dia destes vamos pagar caro deixar cá entrar Islamicos...Vejam o le aconteceu ao Líbano... Está destruído ..Portugal vai acontecer mesmo..."(p7)	Uma operação delicada até ao último minuto: mais de 100 alunos e professores de música afegãos deixam Cabul - Grupo deverá vir para Portugal.

A Tabela 9 contém crenças recolhidas no decorrer da análise das ameaças de segurança percebidas.

Tabela 9
Crenças recolhidas referentes à Segurança

Crença	Frequência	%
Refugiados são uma ameaça terrorista.	7	13%
Haverá um aumento de crimes devido aos refugiados.	5	10%
A Europa e Portugal estão a caminho da islamização.	3	6%
Refugiados não se integram e têm valores conflitantes com os ocidentais.	3	6%
Refugiados são preguiçosos ou tiram vantagem dos sistemas de bem-estar social.	2	4%
A ajuda aos refugiados é a causa de problemas futuros.	2	4%

Relativamente às ameaças de cariz económico, apresentam-se alguns dos exemplos observados na Tabela 10.

Tabela 10
Exemplos de Verbatim da categoria Ameaça Realista de Economia

Ameaça Percebida	Verbatim (exemplos)	Texto da Publicação
Economia	"O que vale é que estamos sempre prontos para receber outros, mesmo que os nossos passem fome....."(p2)	"Portugal integra operação da UE e está disponível para receber afegãos" - Informação avançada pelo ministro da Defesa, João Gomes Cravinho.
Economia	"Os portugueses deviam manifestar o seu descontentamento , pois as reformas , são uma miséria e vão dar a quem nunca fez nada por este país"(p3)	Hoje são esperados mais três dezenas de refugiados. (Primeiro grupo de refugiados afegãos em dois centros de acolhimento em Portugal)

Economia	"Andre Blackie Almeida tem toda razão no que diz, Portugal tem de todas as raças e o estado paga lhes casa, comida, arranja emprego e aos portugueses manda os imigrar"(p6)	840 famílias portuguesas estão dispostas a acolher afegãos
----------	---	--

A Tabela 11 evidencia as crenças recolhidas na análise de ameaças económicas percebidas.

*Tabela 11
Crenças recolhidas referentes à Economia*

Crença	Frequência	%
Devemos ajudar os portugueses/nossos primeiro	6	3%
Os refugiados irão viver de prestações sociais/subsídios	3	2%
Os refugiados não trabalham e vivem à custa dos que trabalham	2	1%
O governo não ajuda os portugueses mais desfavorecidos	2	1%
Portugal apresenta-se como um país rico, mas é pobre	2	1%
Ajuda externa deveria ser dada por países mais ricos	2	1%
É incoerente ajudar refugiados e negligenciar nacionais	2	1%

No campo das ameaças realistas ligadas à segurança, há uma tendência observada nos comentários exemplificados para referir crenças relativas a terrorismo, ameaças de morte, crime, ausência de paz e destruição.

No âmbito de ameaças de teor económico, as principais preocupações manifestadas estão voltadas para a falta de recursos para os portugueses e para a ajuda prestada a refugiados afegãos em detrimento dos cidadãos nacionais, evidenciando-se também referências à já enfraquecida condição económica do país.

No que diz respeito às ameaças simbólicas percebidas, a Tabela 12 traduz o número total de ocorrências.

Tabela 12
Ameaças Simbólicas

Ameaça Simbólica	n	%
Cultura	52	72%
Religião	20	28%

Contabilizou-se um total de 72 ameaças simbólicas percebidas (7,2% da amostra total), que se dividiram entre 52 ameaças culturais (72%) e 20 religiosas (28%). A Tabela 13 evidencia alguns exemplos das ameaças culturais percebidas.

Tabela 13
Exemplos de Verbatim da categoria Ameaça Simbólica de Cultura

Ameaça Percebida	Verbatim (exemplos)	Texto da Publicação
Cultura	"Solidariedade sim, mas com conta e medida. Que as nossas leis, as nossas crenças e os nossos costumes sejam respeitadas por quem acolhemos. Que se integrem na nossa sociedade segundo os nossos costumes, não exigindo adaptações aos costumes dos lugares de onde vêm."(p3)	Hoje são esperados mais três dezenas de refugiados. (Primeiro grupo de refugiados afegãos em dois centros de acolhimento em Portugal)
Cultura	"Ninguém tem o direito de vir impor regras. Se não concordam não venham . Procurem refúgio onde é permitido . Ser solidário é uma coisa, ser tolerante ao ponto de aceitar aquilo que repudiamos é outra . Que ninguém venham impor -nos nada ! ISSO NUNCA,"(p4)	Onde ficam os direitos das mulheres quando se diz a um afegão que só pode trazer uma das esposas? "É um homicídio deixá-las para trás"

Cultura	"Ou seja...temos que integrar-nos na cultura dos refugiados que acolhemos e não o contrário!?!? Deixem-se de tretas! Temos que acolher seres humanos que necessitam de ajuda, mas não temos que modificar a nossa sociedade por esse motivo. Já agora...se esse é um problema maior porque não estão a ser acolhidos pelos países com cultura e tradições semelhantes?"(p4)	Onde ficam os direitos das mulheres quando se diz a um afegão que só pode trazer uma das esposas? "É um homicídio deixá-las para trás"
---------	---	--

No que toca à ameaça simbólica cultural, as crenças recolhidas com base nas opiniões expressas nos comentários estão presentes na Tabela 14.

Tabela 14
Crenças recolhidas referentes à Cultura

Crenças	Frequência	%
Refugiados devem respeitar as leis e costumes locais	5	10%
A Europa está a ser islamizada	2	4%
Acolher mulheres é mais aceitável do que acolher homens	1	2%
Refugiados têm dificuldade em adaptar-se à cultura local	3	6%
Alguns refugiados são mais adaptáveis do que outros	1	2%
Preocupação de que refugiados sejam um fardo económico	1	2%
Existem diferenças culturais significativas	2	4%
Leis europeias são superiores e devem ser seguidas	1	2%

Na Tabela 15 estão registados exemplos de ameaças religiosas percebidas nos comentários analisados.

Tabela 15
Exemplos de Verbatim da categoria Ameaça Simbólica de Religião

Ameaça Percebida	Verbatim (exemplos)	Texto da Publicação
Religião	"Quando a lei sharia for imposta vamos ver o que é bom pra tosse o islao é a perseguição á liberdade de expressao."(p3)	Hoje são esperados mais três dezenas de refugiados. (Primeiro grupo de refugiados afegãos em dois centros de acolhimento em Portugal)
Religião	"... bem podem preparar-se para os receber todos e daqui a 30 anos instalar um Estado Islâmico"(p2)	"Portugal integra operação da UE e está disponível para receber afegãos" - Informação avançada pelo ministro da Defesa, João Gomes Cravinho.
Religião	"Já não é a primeira vez que digo com esta situação de a Europa ter que receber os refugiados e não aceitam a nossa religião daqui a uns 30 anos os Árabes vão governar a Europa, era melhor ficarem nos países que tem a mesma religião e serem ajudados pelos países mais ricos"(p4)	Onde ficam os direitos das mulheres quando se diz a um afegão que só pode trazer uma das esposas? "É um homicídio deixá-las para trás"

A Tabela 16 contém as crenças obtidas na análise aos comentários que continham ameaças simbólicas religiosas percebidas.

Tabela 16
Crenças recolhidas referentes à Religião

Crença	Frequência	%
O Islão é uma ameaça à cultura e identidade europeia	7	35%
O Islão é incompatível com os valores europeus	4	20%
A Europa será islamizada no futuro	3	15%
Os imigrantes muçulmanos são fanáticos religiosos	2	10%
A lei sharia será imposta na Europa	2	10%
O Islão vê as mulheres como inferiores	2	10%
O Islão é violento e promove o terrorismo	2	10%

As ameaças simbólicas estão presentes ao nível dos valores morais e de identidade de uma comunidade anfitriã, conforme referem Murray e Marx (2013). Nesta vertente simbólica, os comentários recolhidos revelaram preocupações relativas aos costumes locais e às dificuldades de adaptação por parte dos refugiados afegãos. Foram também identificadas ameaças simbólicas religiosas referentes ao Islão, identificando-o como uma religião violenta que restringe os direitos das mulheres, assim como preocupações quanto à ameaça da sua imposição no seio da sociedade ocidental.

A análise de ameaças percebidas nos comentários em publicações relativas ao acolhimento de refugiados afegãos foi crucial para perceber de que forma este grupo social e a sua situação são encarados pelos portugueses e que crenças são desenvolvidas quanto ao seu acolhimento, e quanto aos refugiados afegãos em si.

3.2.4 Análise de Discurso de Ódio

Conforme mencionado anteriormente, o discurso de ódio nas plataformas digitais tem ganho destaque nos estudos contemporâneos, sobretudo dada a crescente utilização das redes sociais e a liberdade de expressão que estas proporcionam aos seus utilizadores. O modo como os portugueses interagem e a forma como utilizam as redes sociais oferece um pano de fundo pertinente para entender a origem e a prevalência de tais discursos.

Neste capítulo, a análise foca-se especificamente no discurso de ódio presente nos comentários, tendo como base as categorias do modelo de categorização, partindo da definição de Guterres (2019), complementada por Mahoney (2009). As categorias englobam raça, género, orientação sexual, religião, etnia, descendência, cor e nacionalidade, bem como as dimensões cultural e política. A identificação e classificação destes discursos foi realizada manualmente pelo investigador e permitirá uma compreensão mais aprofundada das dinâmicas sociais e das perceções dos indivíduos relativamente ao tema em estudo.

Tabela 17
Tipologias de Discurso de Ódio

Discurso de Ódio	n	%
Cultural	0	0%
Político	76	57%
Raça	0	0%
Género	1	1%
Orientação Sexual	0	0%
Religião	22	16%
Etnia	0	0%
Descendência	0	0%
Cor	2	1%
Nacionalidade	31	23%

A Tabela 17 engloba a totalidade de comentários sinalizados que contêm discurso de ódio. Foram identificados 134 comentários com esta tipologia de discurso presente (13,4% da amostra total), sendo que as categorias em que se notou mais a sua presença foram a dimensão política (76 comentários, equivalente a 57%), a nacionalidade (31 ocorrências perfazendo 23% das presenças) e a religião (22 ocasiões, equivalentes a 16%). Foram também detetados casos residuais de discurso de ódio associado à cor (2, 1%) e ao género (1, 1%).

Na Tabela 18 poderão ser observados exemplos do discurso de ódio presente nas interações realizadas com as publicações em estudo.

Tabela 18
Exemplos de Verbatim das categorias do Discurso de Ódio

Discurso de ódio	Verbatim (exemplos)	Texto da Publicação
Político	"Olha este pateta vocês seus incompetentes mentirosos não conseguem matar a fome aos portugueses e não são tão poucos como isso tem vergonha nessa cara de feioso"(p2)	"Portugal integra operação da UE e está disponível para receber afegãos" - Informação avançada pelo ministro da Defesa, João Gomes Cravinho.
Nacionalidade	"Visconde Alvalade concordo , está gente não tem consciência, é como os chineses , é tudo daqui para fora já chega de chulisse , fonix isto é demais"(p4)	Onde ficam os direitos das mulheres quando se diz a um afegão que só pode trazer uma das esposas? "É um homicídio deixá-las para trás"

Religião	"Estamos a assistir à Islamização da Europa e claro do meu Portugal... Só quem não conhece os subúrbios de Paris, Londres, Amsterdão... Só quem não vê notícias dos problemas de assédio e violações na Alemanha e Suécia... Os distúrbios na Grécia e Itália, é que não fica preocupado com o que está a acontecer... Em breve corremos o risco de viver sobre as leis deles se nada for feito... Ajudar sim mas com planeamento e leis bem claras sobre as suas obrigações... O mundo ocidental está condenado"(p3)	Hoje são esperados mais três dezenas de refugiados. (Primeiro grupo de refugiados afegãos em dois centros de acolhimento em Portugal)
Cor	"Lucy Silva logo vi preta de segunda Porque se vivisses em Portugal não tinhas a mesma opinião"(p3)	Hoje são esperados mais três dezenas de refugiados. (Primeiro grupo de refugiados afegãos em dois centros de acolhimento em Portugal)
Género	"Graciete Guedes então o seu perfil é falso. Você é de Neilly- Plaicense em França. Ninguém os obriga a emigrar a trabalho em Portugal, basta querer trabalhar. Os ajudar a que, socialmente dependente da segurança social. Sobre os meus neurónios, não se énerve, tenha cuidado com a sua menstruação."(p2)	"Portugal integra operação da UE e está disponível para receber afegãos" - Informação avançada pelo ministro da Defesa, João Gomes Cravinho.

Embora presentes, os exemplos relativos ao género e à raça não demonstram significação preponderante para o presente estudo de perceção de refugiados afegãos, uma vez que foram registados em ambiente de resposta a comentários secundários da publicação, que envolveram discussões dos comentadores entre si, não relacionadas com o tema da investigação.

3.2.5 Análise Transversal

Nesta seção realiza-se uma análise transversal às 10 publicações da Amostra 2.

A Tabela 19 comporta a incidência das ocorrências observadas, por categoria e por publicação.

Tabela 19
Total de ocorrências por categoria e publicação

	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	Total
Análise Sentimento											
Positivo	25	3	27	12	2	14	7	4	2	13	109
Negativo	34	59	49	67	70	62	47	73	59	68	588
Neutro	41	38	24	21	28	24	46	23	39	19	303
Grau Aprovação											
Aprovação	16	4	25	10	6	12	5	8	0	7	93
Reprovação	21	24	26	22	18	28	22	27	19	24	231
Não Aplicável	63	72	49	68	76	60	73	65	81	69	676
Ameaça Percebida											
Realista Segurança	3	10	8	2	3	7	3	6	2	8	52
Realista Economia	19	10	15	17	21	22	10	20	34	18	186
Simbólica Cultura	0	2	6	32	0	4	2	5	0	1	52
Simbólica Religião	0	10	5	3	0	0	1	1	0	0	20
Discurso de ódio											
Cultural	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Político	2	8	4	2	13	6	9	2	10	20	76
Raça	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gênero	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Orientação Sexual	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Religião	1	11	4	2	1	1	2	0	0	0	22
Etnia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Descendência	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cor	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	2
Nacionalidade	4	1	1	3	2	4	0	4	2	10	31

Analisando a Tabela 19, constata-se que em todas as 10 publicações o sentimento negativo se sobrepôs ao sentimento positivo, por larga margem. De igual modo, o grau de reprovação foi superior ao grau de aprovação em todas as publicações. Importa também realçar que, nesta categoria, a ocorrência “Não Aplicável” foi de notória expressão dado que, excetuando na publicação p4 (49%), a sua percentagem observada foi sempre igual ou superior a 60%.

No que diz respeito às ameaças percebidas, verificou-se que a percepção de ameaças realistas do foro económico foi consistente ao longo das várias publicações, ocorrendo pelo menos 10 vezes em cada publicação, o que leva a que seja, naturalmente, a ameaça mais percecionada na amostra. As ameaças realistas de segurança estiveram presentes em todas as publicações, ainda que em menor escala. A variação mais pertinente no número de ameaças registadas verificou-se na publicação 4, respeitante à ameaça simbólica de cultura, que atingiu as 32 ocorrências, não tendo em nenhuma das restantes publicações ultrapassado as 6.

Quanto ao discurso de ódio, constata-se que o tipo Político esteve presente em todas as publicações. Tanto o tipo Religião como Nacionalidade aparecem distribuídos ao longo da maioria das publicações. Os tipos de discurso de ódio Género e Cor apenas aparecem numa publicação cada.

Em seguida será efetuada a discussão dos resultados das análises volumétrica e de conteúdo.

3.3 Discussão de Resultados

Nesta investigação foram analisadas publicações no Facebook referentes a notícias sobre o acolhimento de refugiados afegãos em Portugal. As publicações em análise ocorreram entre 1 de agosto de 2021 e 21 de agosto de 2022 e foram retiradas de páginas de Facebook de meios de comunicação social portugueses, nomeadamente canais de televisão, com alta visibilidade (evidenciada pela contabilização de seguidores) e caráter noticioso generalista. Das 1538 publicações constituintes da base de dados extraída, foram selecionadas 40 para a Amostra 1, dada a sua pertinência no tema em estudo.

No período delimitado para a recolha da amostra para análise (publicações), verificou-se uma especial incidência de publicações viáveis nos meses de agosto e setembro de 2021. Esta incidência apresenta uma proximidade temporal com a crise humanitária originada pela retirada das tropas dos EUA do Afeganistão, pelo que se verifica uma ligação direta com o acontecimento que viabilizou a chegada ao poder do regime Talibã e que resultou no êxodo de refugiados. Sendo um evento global de grande magnitude, é natural que tenha havido um maior acompanhamento pelos meios de comunicação social portugueses, que produziram um volume maior de notícias de relevo para a presente investigação, conforme se verificou na seleção da amostra. É de realçar também que, embora a análise tenha contemplado, no seu intervalo temporal, um período relevante do ano 2022, a maior parte das publicações de especial relevo para a análise foram registadas em 2021. Acredita-se que o início da guerra na Ucrânia a 24 de fevereiro de 2022 possa ter contribuído para a redução do fluxo de publicações respeitantes ao acolhimento de refugiados afegãos em Portugal.

Ao longo do período selecionado, as publicações em análise registaram um total de 25954 interações, tendo havido uma média de 648,6 por publicação. A publicação que mais interações reuniu ocorreu a 23 de setembro de 2021.

A análise global às interações ocorridas (reações, comentários e partilhas) revelou uma predominância das reações (61%) relativamente aos comentários (35%) e às partilhas (4%).

Uma análise mais detalhada da distribuição volumétrica dos diferentes tipos de interação ao longo do tempo, indica que os comentários alcançaram o seu pico de ocorrência

durante o mês de agosto, enquanto as reações e partilhas apenas atingiram as suas ocorrências máximas em setembro. Estes resultados apontam para um maior envolvimento inicial com um tópico novo, resultando num maior investimento emocional. À medida que o tempo avançou, o número de comentários diminuiu, o que indica um esmorecimento no interesse, levando a um envolvimento menos direto e profundo e a uma economia de esforço que potenciou o aumento no número de interações pela via de reações e partilhas.

Ainda sobre a distribuição de interações, é importante referir que das cinco publicações com mais comentários, três pertenciam ao domínio político. (p2 “Informação avançada pelo ministro da Defesa, João Gomes Cravinho.”, p4 “O ministro da Defesa deixou claro que os afegãos que vêm para Portugal apenas têm o direito de trazer uma esposa, no caso de haver mais do que uma.” e p5 “Informação avançada pelo ministro da Administração Interna.”). Este indicador revela uma concordância com a tendência observada em publicações do Facebook de jornais suecos (Larsson, 2018), em que notícias centradas na política/governo estavam ligadas a um elevado volume de comentários.

No domínio das emoções, e estabelecendo uma correspondência entre estas e as reações do Facebook, considera-se que a alta frequência da emoção "Adoro" pode indicar uma forte concordância ou apreciação do conteúdo, enquanto a "Raiva" sugere que algumas das publicações possam ter sido polémicas e provocado fortes reações emocionais. A prevalência de "Riso" como uma possível forma de sarcasmo ou gozo sugere que nem todos os comentadores possam ter levado o tema a sério. Além disso, o facto de a "Compaixão" ter sido menos observada pode indicar que poucos tenham sentido uma empatia profunda ou genuína. A ocorrência da emoção neutra “Surpresa” pode apontar para o choque inicial, que se prolongou no tempo. A análise revelou que as emoções negativas (Raiva, Riso e Tristeza) foram mais predominantes que as positivas (Adoro e Compaixão), o que sugere que o tema pode ter sido polarizador ou que provocou sentimentos fortes e complexos. Ainda assim, a ocorrência máxima de emoções positivas foi superior ao pico de emoções negativas.

Após uma análise volumétrica detalhada das interações e emoções, tornou-se imperativo aprofundar o conteúdo subjacente destas interações para melhor entender as emoções e opiniões expressas.

A análise de conteúdo que se seguiu foi aplicada à Amostra 2, uma porção (25%) das publicações analisadas volumetricamente, e visou decifrar a razão por detrás dos padrões observados, proporcionando uma visão mais aprofundada das perspetivas e sentimentos dos portugueses nas reações às publicações sobre o acolhimento de refugiados afegãos. Ao explorar os comentários, procurou-se evidenciar os principais impulsionadores das reações, fossem elas de apoio, de crítica ou de indiferença. A análise de conteúdo compreendeu a análise de sentimento, a avaliação do grau de aprovação, a identificação de ameaças percebidas (realistas ou simbólicas) e procurou também aferir a presença e tipologia de discurso de ódio. Esta fase foi crucial para compreender não apenas a magnitude, mas também a profundidade e a complexidade da matéria em investigação.

A amostra da análise de conteúdo foi constituída pelos 100 primeiros comentários de cada uma das 10 publicações selecionadas. Em seguida, realizou-se a análise com recurso a um modelo de caracterização pré-definido. Considerando a componente qualitativa da estratégia de investigação, e dado terem sido identificadas interações que não se enquadravam no modelo inicial de categorização, foi acrescentada posteriormente a categoria Grau de Aprovação e às tipologias do Discurso de Ódio já presentes no modelo (Raça, Cor, Género, Orientação Sexual, Nacionalidade, Etnia e Religião) foram adicionadas as tipologias Político e Cultural. Estas alterações tiveram um grande impacto nos resultados da análise, como será mencionado posteriormente.

A análise de sentimento revelou que o sentimento dominante na amostra foi de cariz negativo, estando presente em 59% dos comentários (558), seguindo-se o sentimento neutro em 303 (30%). Por sua vez, o sentimento positivo apenas se manifestou em 11% dos comentários (109). Um dos fatores que previne a associação do sentimento negativo geral analisado com a perceção de refugiados manifestada é o facto da amostra contemplar respostas aos comentários originais da publicação. Verificou-se que o envolvimento em discussões e troca de opiniões entre comentadores originou uma quantidade considerável de comentários com sentimentos associados neutros ou negativos, menos observável em comentários de cariz sentimental positivo.

A avaliação do grau de aprovação evidenciou que apenas 9% dos comentários manifestaram aprovação quanto ao acolhimento de refugiados afegãos. A reprovação observada foi de 23%, revelando que houve mais expressões contra o acolhimento de refugiados afegãos do que a favor. A maior parte dos comentários (676) não exprimia uma posição definida quanto à temática em estudo. À semelhança do ocorrido na análise

de sentimento, acredita-se que este facto se deveu à dispersão de comentários, muitas vezes motivada por discussões e partilhas de opinião nas respostas aos comentários da publicação original, e não relativa à temática central da investigação.

As ameaças percebidas dividiram-se em realistas e simbólicas. As ameaças realistas foram compostas pelas tipologias segurança e economia. Foram identificados 52 comentários detentores de ameaças percebidas realistas de segurança. A análise aos comentários permitiu concluir que estas ameaças foram percebidas pela associação dos refugiados a crenças relativas a terrorismo, ameaças de morte, crime, ausência de paz e destruição.

No âmbito das ameaças percebidas realistas de economia, verificaram-se 186 ocorrências, sendo esta tipologia de ameaças a que o maior valor expressou. Considerando o atual estado económico português, pode-se afirmar que este indicador vai ao encontro da ideologia defendida por Heizmann e Huth (2021), quando referem que os países que consideram a própria economia como Má/Normal têm uma tendência maior para encarar o acolhimento de refugiados como uma ameaça realista à economia do que países que consideram ter uma economia Boa/Excelente. Ainda no âmbito deste tipo de ameaça, foi possível observar uma tendência nos comentários que associava o acolhimento de refugiados afegãos à falta de recursos em Portugal, tornando evidente um receio de atribuição de recursos necessários para os cidadãos nacionais a refugiados.

Após esta análise, aferiu-se a perceção de ameaças simbólicas nos comentários da amostra. Estas dividem-se em relação à cultura e à religião. No que respeita à cultura, foram identificadas 52 ocorrências, sendo que os comentários recolhidos evidenciaram preocupações relativas aos costumes locais e às dificuldades de adaptação por parte dos refugiados. As ameaças simbólicas referentes à religião estiveram presentes em 20 comentários, em que foram salientadas crenças de que Islão é uma religião violenta e que restringe os direitos das mulheres. Foi também expressa a preocupação quanto à sua imposição nas sociedades ocidentais.

No que concerne à presença e tipologias de discurso de ódio, a análise revelou que este tipo de discurso se encontrava presente em 134 comentários, dos quais 76 eram de ordem política, 31 abordavam a nacionalidade e 22 referiam a religião. Foram também detetados casos residuais de discurso de ódio respeitante à cor e ao género, embora a sua relevância

para a investigação em vigor seja limitada, dado terem sido registados em comentários dispersos, que não abordavam o tema do acolhimento de refugiados afegãos em Portugal.

Tanto as ameaças simbólicas de âmbito religioso como o discurso de ódio observado relativo à religião são indicadores que apontam para um outro fenómeno já referido na revisão de literatura: o crescimento da Islamofobia registado nas sociedades ocidentais, potenciado pelos ataques terroristas ocorridos nos Estados Unidos da América e na Europa, e que exacerbaram o sentimento anti-muçulmano (Helbings & Meierrieks, 2022).

Uma das vantagens da aplicação de métodos indutivos nesta investigação verificou-se na análise de discurso de ódio, que beneficiou com a alteração do modelo de categorização inicial, uma vez que uma das tipologias acrescentadas ao mesmo foi detentora da maior expressão na amostra (Político).

Por último, realizou-se uma análise transversal, que evidenciou a frequência de ocorrências por publicação, considerando todas as 10 publicações da Amostra 2. A análise transversal permitiu apurar que o sentimento negativo se sobrepôs ao sentimento positivo em todas as publicações. Da mesma forma, o grau de reprovação foi superior em todas as publicações comparativamente ao grau de aprovação (ainda que ambos tenham ficado significativamente abaixo dos casos não aplicáveis). Foi também possível perceber, através desta última análise, que as ameaças realistas económicas se mostraram consistentes em todas as publicações. Também o discurso de ódio do tipo político se mostrou presente em todas as publicações analisadas, tendo as tipologias religião e nacionalidade marcado presença assídua, ainda que residual, na maioria das publicações.

Importa referir que se verificou uma tendência nos comentários analisados na vertente qualitativa para confundir o conceito de migrante com refugiado. Além de se considerar que a clarificação desta temática poderia diminuir a dispersão verificada nos comentários, a correta distinção entre os dois conceitos poderia também potenciar níveis mais altos de aprovação face ao acolhimento de refugiados. Além disso, e dada a provável menor polarização que se iria observar, os sentimentos expressos nos comentários seriam, à partida, mais positivos.

De uma forma geral, conclui-se que o discurso expresso nas interações analisadas demonstrou a prevalência de sentimento negativo, com igual domínio de emoções negativas sobre as positivas. Dentro das interações em que foi possível aferir, também o

grau de aprovação relativamente ao acolhimento de refugiados se revelou significativamente baixo.

Constata-se que os resultados aqui apresentados oferecem uma visão abrangente e detalhada das perceções, emoções e opiniões expressas nas interações sociais online dos portugueses relativamente à temática em estudo.

CAPÍTULO IV – [CONSIDERAÇÕES FINAIS]

Conclusão

No presente trabalho procurou-se aferir a percepção pública do acolhimento de refugiados afegãos em Portugal, no rescaldo da crise humanitária de 2021. Partindo da questão de investigação “Como reagem os portugueses às notícias sobre o acolhimento de refugiados afegãos em Portugal no Facebook?”, e através da análise das interações registadas entre 1 de agosto de 2021 e 31 de agosto de 2022, adotou-se uma estratégia de investigação mista, de tipologia embutida, com ênfase na componente qualitativa sobre a quantitativa.

A componente quantitativa constitui-se por uma análise volumétrica de uma Amostra 1, de 40 publicações de canais noticiosos generalistas no Facebook, subordinadas ao tema do acolhimento de refugiados afegãos em Portugal e selecionadas com base na popularidade. A componente qualitativa compreendeu uma análise e categorização de conteúdo, com base num modelo mutável (indução) de categorias, aplicada às interações da Amostra 2, equivalente a 25% da Amostra 1, e selecionada com base no grau de popularidade e controvérsia das suas reações. De acordo com os objetivos estipulados, esta análise destinou-se a aferir o sentimento, grau de aprovação, ameaça percebida e discurso de ódio presentes nas interações, assim como possíveis crenças e preocupações demonstradas nas mesmas relativamente ao acolhimento de refugiados.

A análise volumétrica evidenciou uma concentração de publicações pertinentes para a investigação nos meses de agosto e setembro de 2021, estabelecendo uma correspondência temporal com a crise humanitária no Afeganistão. Nas publicações analisadas, a interação mais utilizada na Amostra 1 foram as reações, seguidas dos comentários e das partilhas. O pico de comentários foi atingido mais cedo do que o pico de utilização de reações e partilhas, e as emoções observadas foram predominantemente negativas.

Os resultados da análise de conteúdo, aplicada à Amostra 2, revelaram que o sentimento negativo esteve mais presente nas interações do que o sentimento positivo. Quando passível de ser afetado, o grau de aprovação foi substancialmente inferior ao grau de reprovação, relativamente ao acolhimento de refugiados afegãos em Portugal.

No que concerne às ameaças percebidas, houve um maior número de ameaças realistas económicas, revelando crenças de que os refugiados iriam utilizar recursos destinados aos

portugueses, de que os refugiados não trabalham e vivem à custa de quem o faz e de que os portugueses deveriam ser ajudados primeiro, não devendo ser negligenciados em virtude de ajuda a refugiados. Seguiram-se as ameaças realistas de segurança, que demonstraram uma preocupação no acolhimento de refugiados relacionado ao aumento de ameaça terrorista e dos índices criminais no país. As ameaças simbólicas culturais manifestaram-se ao mesmo nível das de segurança, e evidenciaram preocupações quanto à adaptação dos refugiados à cultura local e crenças de que estes têm de respeitar as leis e costumes locais. Por último, nas ameaças simbólicas religiosas percebidas foi manifestada a ideia de que o Islão é uma ameaça à identidade europeia, sendo incompatível com os valores europeus, e uma religião que vê as mulheres como inferiores.

Foi detetada a presença de discurso de ódio político, religioso e relativo à nacionalidade.

Por fim, realizou-se uma análise transversal à Amostra 2 que além de demonstrar que o sentimento negativo e o grau de reprovação foram superiores em todas as publicações, permitiu verificar padrões constantes de manifestações de discurso de ódio político, igualmente presente em todas as publicações.

Considera-se que as análises efetuadas permitiram responder à questão de investigação e atingir os objetivos propostos com sucesso, dada a relevância dos dados recolhidos que melhor ajudam no entendimento deste fenómeno social.

Recomendações para trabalhos futuros

No sentido de dar continuidade a esta tipologia de investigação, e com base em informações recolhidas durante o enquadramento teórico, sugerem-se duas recomendações para trabalhos futuros.

Conforme referido na discussão de resultados, as ameaças percebidas realistas económicas estão convencionalmente mais presentes em países que consideram a sua própria economia como Má/Normal (Heizmann e Huth, 2021). Seria uma recomendação interessante proceder a uma análise semelhante à da presente investigação em países que considerem ter economias mais prósperas para cruzamento e comparação de resultados.

A outra recomendação baseia-se no artigo “The Refugee Paradox During Wartime in Europe: How Ukrainian and Afghan Refugees are (not) Alike”, de David De Coninck (2023). O autor refere no seu artigo que embora a situação de ucranianos e afegãos seja, de certa forma, similar, a reação pública europeia e americana foi muito diferente para o acolhimento de cada grupo de refugiados. O autor refere que a ameaça simbólica percebida poderá ser menor no caso dos ucranianos, dado que partilham o mesmo sistema de crenças e cultura ocidental. Seria interessante conduzir uma investigação semelhante à presente, com o foco nos refugiados ucranianos, para poder apurar quais seriam as perceções públicas relativamente a este (outro) grupo de refugiados.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACNUR. (2016). UNHCR Viewpoint: ‘Refugee’ or ‘Migrant’: Which is right? <https://www.unhcr.org/news/latest/2016/7/55df0e556/unhcr-viewpoint-refugee-migrant-right.html>. Acedido em 04/05/2023.

ACNUR. (2018). Manual De Procedimentos E Critérios Para A Determinação Da Condição De Refugiado De Acordo Com A Convenção De 1951 E O Protocolo De 1967 Relativos Ao Estatuto Dos Refugiados. Disponível em https://www.acnur.org/portugues/wp-content/uploads/2018/02/Manual_de_procedimentos_e_crit%C3%A9rios_para_a_determina%C3%A7%C3%A3o_da_condi%C3%A7%C3%A3o_de_refugiado.pdf. Acedido em 06/05/2023.

ACNUR. (2022). Global Trends Forced Displacement 2022. <https://www.unhcr.org/global-trends-report-2022>. Acedido em 06/05/2023.

Acquisti, A., & Gross, R. (2006). Imagined communities: awareness, information sharing, and privacy on Facebook. In G. Danezis & P. Golle (Eds.), *Privacy Enhancing Technologies*. Springer, pp. 36–58.

Aggarwal, K., Singh, S. K., Chopra, M., & Kumar, S. (2022). Role of Social Media in the COVID-19 Pandemic: A Literature Review. In B. Gupta, D. Peraković, A. Abd El-Latif, & D. Gupta (Eds.), *Data Mining Approaches for Big Data and Sentiment Analysis in Social Media* (pp. 91-115). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-8413-2.ch004>

Aichner, T., Grünfelder, M., Maurer, O., & Jegeni, D. (2021). Twenty-Five Years of Social Media: A Review of Social Media Applications and Definitions from 1994 to 2019. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. Apr 2021, 215-222. <http://doi.org/10.1089/cyber.2020.0134>

Anderson, J. (2018). Implicit and Explicit Attitudes Towards Asylum Seekers in Australia: Demographic and Ideological Correlates. *Australian Psychologist*, 53, 181–191.

Arora, S., Singh, G., Chakraborty, A., Maity M. (2022). Polarization and social media: A systematic review and research agenda. *Technological Forecasting and Social Change*, 183, 121942. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121942>

Awan, I., & Zempi, I. (2020). A Working Definition of Islamophobia. Preparação para o relatório para a 46ª Sessão do Conselho de Direitos Humanos. Disponível em <https://www.ohchr.org/sites/default/files/Documents/Issues/Religion/Islamophobia-AntiMuslim/Civil%20Society%20or%20Individuals/ProfAwan-2.pdf>. Acedido em 20/10/2023.

Bakker, E., & Boer, L. (2007). The Evolution of Al-Qaedaism: Ideology, Terrorists, and Appeal. *Den Haag: Netherlands Institute of International Relations Clingendael*.

- Bansak, K., Hainmueller, J., & Hangartner, D. (2016). How economic, humanitarian, and religious concerns shape European attitudes toward asylum seekers. *Science*, 354(6309), 217-222.
- Barthel, M., Mitchell, A., Asare-Marfo, D., Kennedy, C., & Worden, K. (2020). Measuring news consumption in a digital era. Washington, DC: Pew Research Center
- Bayer, J., Triêu, P., & Ellison, N. (2020). Social Media Elements, Ecologies, and Effects. *Annual Review of Psychology*, 71, 471-497. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010419-050944>
- Bercovici, J. (2010). Who coined social media? Web pioneers compete for credit. Forbes. Disponível em <http://forbes.com/sites/jeffbercovici/2010/12/09/who-coined-social-media-web-pioneers-compete-for-credit/2/>. Acedido em 18/09/2023.
- Berry, D. (1995). Social Media Spaces. Disponível em <http://www.ku24.com/~darrell/hybrid1.html>. Acedido a 18/09/2023
- Bonturi, J. (2001). Conheça a História do Afeganistão. Folha On Line. <https://www1.folha.uol.com.br/folha/mundo/ult94u29094.shtml>
- Bryman, A. (2016). Social research methods. Oxford University Press.
- Carling, J. (2023). The Meaning of "Migrant." <https://meaningofmigrants.org/>. Acedido em 23/04/2023
- Castaño-Pulgarín, S. A., Suárez-Betancur, N., Tilano Vega, L. M., & Herrera López, H. M. (2021). Internet, social media and online hate speech: Systematic review. *Aggression and Violent Behavior*, 58, 101608. <https://doi.org/10.1016/j.avb.2021.101608>
- CIA. (2023). The World Factbook: Afghanistan. <https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/afghanistan/>. Acedido em 18/10/2023.
- Cinelli, Matteo, Gianmarco De Francisci Morales, Alessandro Galeazzi, Walter Quattrociocchi, e Michele Starnini (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118, e2023301118.
- Constantinou, M. (2018). Resisting Europe, setting Greece free: Facebook political discussions over the Greek referendum of the 5th July 2015. *Lodz Papers in Pragmatics*, 14(2), 273–307.
- CountryMeters. (2023). Afghanistan Population. <https://countrymeters.info/en/Afghanistan>. Acedido em 18/10/2022
- Cristol, J. (2019). The United States and the Taliban Before and After 9/11. London: Palgrave Macmillan.
- CulturalAtlas. (2023). Syrian Culture - Religion. Disponível em <https://culturalatlas.sbs.com.au/syrian-culture/syrian-culture-religion#syrian-culture-religion>. Acedido em 19/10/2023.

- Davidov, E., Seddig, D., Gorodzeisky, A., Rajzman, R., Schmidt, P., & Semyonov, M. (2020). Direct and Indirect Predictors of Opposition to Immigration in Europe: Individual Values, Cultural Values, and Symbolic Threat. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 46(3), 553–573. <https://doi.org/10.1080/1369183X.2018.1550152>.
- De Coninck, D. (2020). Migrant categorizations and European public opinion: Diverging attitudes towards immigrants and refugees. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 46, 1667–1686. doi: 10.1080/1369183X.2019.1694406.
- De Coninck, D. (2023). The Refugee Paradox During Wartime in Europe: How Ukrainian and Afghan Refugees are (not) Alike. *International Migration Review*, 57(2), 578-586. <https://doi.org/10.1177/01979183221116874>
- Dempster, H., & Hargrave, K. (2017). Understanding public attitudes towards refugees and migrants. *London: Overseas Development Institute & Chatham House*.
- Douglas, P., Cetron, M., & Spiegel, P. (2019). Definitions Matter: Migrants, Immigrants, Asylum Seekers and Refugees. *Journal of Travel Medicine*, 26(2).
- Dragiewicz, M., Burgess, J., Matamoros-Fernandez, A., Salter, M., Suzor, N. P., Woodlock, D., & Harris, B. (2018). Technology facilitated coercive control: Domestic violence and the competing roles of digital media platforms. *Feminist Media Studies*, 18(4), 609–625. <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1447341>
- Ellison, N., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The Benefits of Facebook “Friends:” Social Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143-1168. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x>
- Fazilat, S. M. (2020). Afghanistan civil war and ethnic conflicts 1992-2018 (Doctoral dissertation).
- Giuntini, F.T., Ruiz, L.P., Kirchner, L.D.F., Passarelli, D.A., Dos Reis, M.D.J.D., Campbell, A.T., & Ueyama, J. (2019). How do i feel? identifying emotional expressions on facebook reactions using clustering mechanism. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2019.2913136>
- Globaledege. (2023). Afghanistan Country Profile. Disponível em <https://globaledege.msu.edu/countries/afghanistan>. Acedido em 18/10/2023.
- Goodwin, M., Raines, T., & Cutts, D. (2017). What do Europeans think about Muslim Immigration? *Chatham House*, London.
- Gomes, A. de T. (2008). Afghanistan: A History of Struggle and Survival. [S. l.]: Aureo de Toledo Gomes.
- Gottfried, J., & Shearer, E. (2016). News use across social media platforms 2016. Disponível em <https://www.pewresearch.org/journalism/2016/05/26/news-use-across-social-media-platforms-2016/>. Acedido a 18/10/2023

- Guterres, A. (2019). United Nations Strategy and Plan of Action on Hate Speech. Retirado de [https://www.un.org/en/genocideprevention/documents/U\(20Strategy\)](https://www.un.org/en/genocideprevention/documents/U(20Strategy))
- GWI. (2022). 2022 Social Report Q3. Acedido em 18 de outubro de 2023, de <https://f.hubspotusercontent20.net/hubfs/304927/Social%20-%20GWI%20Report%20-%202022-2.pdf>
- Hatton, T. J. (2016). Immigration, public opinion and the recession in Europe. *Economic Policy*, 31(86), 205-246.
- Helbling, M., & Meierrieks, D. (2022). Terrorism and migration: An overview. *British Journal of Political Science*, 52(2), 977-996.
- Heizmann, B., & Huth, N. (2021). Economic conditions and perceptions of immigrants as an economic threat in Europe: Temporal dynamics and mediating processes. *International Journal of Comparative Sociology*, 62(1), 56-82. <https://doi.org/10.1177/0020715221993529>
- Holsti, O.R. (1969). Content Analysis for the Social Sciences and Humanities. *Addison-Wesley*.
- Horsti, K. (2017). Digital Islamophobia: The Swedish woman as a figure of pure and dangerous whiteness. *New Media & Society*, 19(9), 1440–1457. <https://doi.org/10.1177/1461444816642169>
- Johnson, N.F., Leahy, R., Restrepo, N.J., Velasquez, N., Zheng, M., Manrique, P., & Wuchty, S. (2019). Hidden resilience and adaptive dynamics of the global online hate ecology. *Nature*, 573(7773), 261-265. <https://doi.org/10.1038/s41586-019-1494-7>
- Kahlow, J., Klecka, H., & Ruppel, E. (2020). What the differences in conflict between online and face-to-face work groups mean for hybrid groups: a state-of-the-art review. *Review of Communication Research*, 8, 51–77. <https://doi.org/10.12840/ISSN.2255-4165.023>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Kepious. (2023). Tiktok Users, Stats, Data & Trends. Acedido em 18 de outubro de 2023, de <https://datareportal.com/essential-tiktok-stats>
- Koc, Y., & Anderson, J. R. (2018). Social Distance toward Syrian Refugees: The Role of Intergroup Anxiety in Facilitating Positive Relations. *Journal of Social Issues*, 74, 790–811.
- Krueger, K. L., & Forest, A. L. (2020). Communicating commitment: A relationship-protection account of dyadic displays on social media. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 46(7), 1059–1073. <https://doi.org/10.1177/0146167219893998>

- Larsson A. O. (2018). “I shared the news today, oh boy”: News provision and interaction on Facebook. *Journalism Studies*, 19(1), 43–61. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1154797>
- Lima, B. C. P. (2012). A Influência da Intervenção dos Estados Unidos no Afeganistão para a Democratização e Desenvolvimento desse país (2001-2010). *Repositório UNICEUB*. https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/123456789/643/3/20973678_BrunaLima.pdf
- Mahoney, K. (2009). Hate Speech, Equality, and the State of Canadian Law. *Wake Forest L. Rev.*, 44, 321.
- Mitchell A, Holcomb J. (2016). State of the news media 2016. *Pew Research Center*, 15 June. Retirado de <http://www.journalism.org/2016/06/15/state-of-the-news-media-2016/>.
- Muray, K. E., & Marx, D. M. (2013). Attitudes Toward Unauthorized Immigrants, Authorized Immigrants, and Refugees. *Cultural Diversity and Ethnic Minority Psychology*, 19(3), 332-341. doi: 10.1037/a0030812.
- Ochido, G., Oliveira, D., Albuquerque, L., Araujo, M., Santos, R. (2021). As Consequências Geopolíticas Da Ação Militar Dos Estados Unidos No Afeganistão (2001-2009).
- Oliveira, L., et al. (2021). Exploring the public reaction to COVID-19 news on social media in Portugal. arXiv preprint arXiv:2102.07689.
- Oliveira, C. R. (2022). Indicadores de Integração de Imigrantes 2022. *Relatório Estatístico Anual, Coleção “Imigração em Números” do Observatório das Migrações*, Lisboa: ACM. ISBN 978-989-685-129-3.
- ONU. (2021). Economic Instability and Uncertainty in Afghanistan 9 September 2021, *United Nations Development Programme*. <https://www.undp.org/publications/economic-instability-and-uncertainty-afghanistan-after-august-15>. Acedido em 04/05/2023.
- ONU. (2022). Revision of World Population Prospects 2022, Department of Economic and Social Affairs. <https://population.un.org/wpp/>
- Organização Internacional para as Migrações. (2023). Who are migrants? <https://www.iom.int/who-migrant#:~:text=IOM%20Definition%20of%20%22Migrant%22,for%20a%20variety%20of%20reasons>. Acedido em 23/04/2023.
- Overgaard, C, & Woolley S. (2021). How social media platforms can reduce polarization. *Brookings*. Recuperado de <https://www.brookings.edu/articles/how-social-media-platforms-can-reduce-polarization/> Acedido em 10/10/2023
- Pentina, I., & Tarafdar, M. (2014). From “information” to “knowing”: Exploring the role of social media in contemporary news consumption. *Computers in Human Behavior*, 35, 211-223.

Pinto, R. (2018). Fake news e social media em Portugal: Conceitos, realidades e Hipóteses. Disponível em <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/119799/2/333946.pdf>. Acedido em 17/10/2023.

Público. (2022). Um ano depois, um quarto dos refugiados afegãos saiu de Portugal. <https://www.publico.pt/2022/08/14/sociedade/reportagem/ano-chegado-quarto-refugiados-afegaos-saiu-portugal-2017051>. Acedido em 05/05/2023.

Reuters Institute. (2023). Digital News Report 2023. Disponível em https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf. Acedido em 18/10/2023

Ridings, Catherine M., & Gefen, D. (2004). Virtual Community Attraction: Why People Hang out Online. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(1), JCMC10110. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2004.tb00229.x>

Rodrigues, A. de O. (2021). Afeganistão: Epicentro da Geopolítica Global. *Observatório Militar da Praia Vermelha*. ECEME: Rio de Janeiro.

Romm, C., Pliskin, N., & Clarke, R. (1997). Virtual communities and society: toward an integrative three-phase model. *International Journal of Information Management*, 17, 261–270.

Şafak-Ayvazoğlu, A., Kunuroglu, F., & Yağmur, K. (2021). Psychological and socio-cultural adaptation of Syrian refugees in Turkey. *International Journal of Intercultural Relations*, 80, 99–111.

Saikal, A. (1998). Afghanistan's Ethnic Conflict. *Survival*, 40(2), 114-126. DOI: 10.1080/00396338.1998.10107842

Sainudiin, R., Yogeewaran, K., Nash, K., & Sahioun, R. (2019). Characterizing the Twitter network of prominent politicians and SPLC-defined hate groups in the 2016 US presidential election. *Social Network Analysis and Mining*, 9(1), 34. <https://doi.org/10.1007/s13278-019-0567-9>

Savolainen, I., Sirola, A., Vuorinen, I., et al. (2022). Online Communities and Gambling Behaviors — a Systematic Review. *Curr Addict Rep*, 9, 400–409. <https://doi.org/10.1007/s40429-022-00430-x>

Scapolo, F., Tarchi, D., Alvarez Alvarez, M., Belmonte, M., Kajander, N., Kalantaryan, S., Loeschner, J., Minora, U., Sermi, F., & Tintori, G. (2023). Atlas of Migration – 2022. *Publications Office of the European Union, Luxembourg*. ISBN 978-92-68-01344-1, JRC133131.

Schweitzer, R., Perkoulidis, S., Krome, S., Ludlow, C., & Ryan, M. (2005). Attitudes towards refugees: The dark side of prejudice in Australia. *Australian Journal of Psychology*, 57(3), 170-179. doi: 10.1080/00049530500125199.

Segado-Boj F., Díaz-Campo, J., Navarro-Sierra, N. (2020). Emociones y difusión de noticias sobre el cambio climático en redes sociales. Influencia de hábitos, actitudes

- previas y usos y gratificaciones en universitarios. *Revista Latina de Comunicación Social*, 75, pp.245-269. <10.4185/RLCS-2020-1425>
- Simeon, J. (2013). *The UNHCR and the Supervision of International Refugee Law*. Cambridge University Press.
- Sloan, A. (2014). Islamophobia and Europe's refugee crisis. *Middle East Monitor* (23 December).
- Smith, M., Szongott, C., Henne, B., & Von Voigt, G. (2012). Big data privacy issues in public social media. *2012 6th IEEE international conference on digital ecosystems and technologies (DEST)*.
- Sniderman, P., Hagendoorn, L., & Prior, M. (2004). Predisposing Factors and Situational Triggers: Exclusionary Reactions to Immigrant Minorities. *American Political Science Review*, 98(1), 35-49. doi:10.1017/S000305540400098X.
- Sobieraj, S. (2018). Bitch, slut, skank, cunt: Patterned resistance to women's visibility in digital publics. *Information, Communication & Society*, 21(11), 1700–1714. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1348535>
- Stephan, W. G., Ybarra, O., & Morrison, K. R. (2009). Intergroup Threat Theory. *In Handbook of Prejudice, Stereotyping, and Discrimination* (Ed. T. D. Nelson, pp. 43–59). Milton Park, UK: Psychology Press.
- Sunstein, Cass R. (1999). *The Law of Group Polarization*. University of Chicago Law School, John M. Olin Law & Economics Working Paper No. 91. Disponível em <https://ssrn.com/abstract=199668> ou <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.199668>
- Sunstein, C. R. (2017). *#Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton University Press.
- Tabares Higueta, L. X. (2018). Analisis del discurso violento y de odio en dos grupos de Facebook contra la candidatura de Rodrigo Londono “Timochenko” a la presidencia de Colombia. *Revista científica en el ambito de la Comunicacion Aplicada*, 8(3), 157–183 (ISSN-e 2174-1859).
- Tandoc Jr, E. C., Jenkins, J., & Craft, S. (2019). Fake news as a critical incident in journalism. *Journalism Practice*, 13(6), 673-689
- Telhami, S. (2016). *American attitudes on refugees from the Middle East*. Washington DC: *The Brookings Institution*.
- TENT Foundation. (2017). What the world thinks of refugees. New York: *TENT Foundation*. Disponível em <https://www.tent.org/wp-content/uploads/2017/11/Tent-GlobalReport-V6.pdf>.
- Tolay, J. (2017). Refugees: is there room for a middle ground? *London: The Conversation*. Disponível em <http://theconversation.com/refugees-is-there-room-for-a-middle-ground-72634>.

U.S. News & World Report. (2023). Countries Hosting the Most Afghanistan Refugees & Asylum Seekers. <https://www.usnews.com/news/best-countries/slideshows/countries-hosting-the-most-afghanistan-refugees-asylum-seekers?slide=5>. Acedido em 19/10/2023.

Vitak, J., Ellison, N. B., & Steinfield, C. (2011). The Ties That Bond: Re-Examining the Relationship between Facebook Use and Bonding Social Capital. In *44th Hawaii International Conference on System Sciences*. Kauai, HI, USA, pp. 1-10. doi: 10.1109/HICSS.2011.435

We are Social & Meltwater. (2023). Disponível em <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>. Acedido em 18/10/2023

Wellman, B. (1996). Computer networks as social networks: collaborative work, telework, and virtual community. *Annual Review of Sociology*

Wiewiorka, M. (2018). Europe facing evil: Xenophobia, racism, anti-semitism and terrorism. In *Europe's crises* (pp. 205-223).

Wike, R., Stokes, B., & Simmons, K. (2016). Europeans Fear Wave of Refugees Will Mean More Terrorism, Fewer Jobs. *Washington DC: Pew Research Center for the People & the Press*.

Worldometer. (2023). Afghanistan Population. <https://www.worldometers.info/world-population/afghanistan-population/>. Acedido em 18/10/2023.

World Economic Forum. (2020). How refugees can benefit the economy. Economic Progress. Disponível em <https://www.weforum.org/agenda/2015/10/how-refugees-can-benefit-the-economy/>. Acedido a 19/10/2023.

Worster, W. T. (2012). The Evolving Definition of the Refugee in Contemporary International Law. *Berkeley Journal of International Law*, 30(1), 94–160.

Zhang, Z., & Luo, L. (2018). Hate speech detection: A solved problem? The challenging case of long tail on Twitter. In *Semantic Web*, 1–21. <https://doi.org/10.3233/sw-180338>

Zurlo, G. A. (2021). Religions in Europe: A Statistical Summary. In *The Oxford Handbook of Religion and Europe* (Eds. G. Davie & L. N. Leustean). *Oxford Academic*. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780198834267.005.0001>. Acedido em 20/10/2023.