



UNIVERSIDADE  
CATÓLICA  
PORTUGUESA

COMO É QUE OS ATAQUES TERRORISTAS NA  
EUROPA SÃO REPRESENTADOS NO INSTAGRAM?

Dissertação apresentada à Universidade Católica  
Portuguesa para obtenção do grau de mestre em Ciências  
da Comunicação na vertente de Media e Jornalismo

Por

Sandra Moura Vasconcelos

Faculdade de Ciências Humanas

Julho de 2020



UNIVERSIDADE  
CATÓLICA  
PORTUGUESA

COMO É QUE OS ATAQUES TERRORISTAS NA  
EUROPA SÃO REPRESENTADOS NO INSTAGRAM?

Dissertação apresentada à Universidade Católica  
Portuguesa para obtenção do grau de mestre em Ciências  
da Comunicação na vertente de Media e Jornalismo

Por

Sandra Moura Vasconcelos

Faculdade de Ciências Humanas

Sob orientação de Professora Doutora Rita Figueiras

Julho de 2020

## Resumo

Esta investigação foca-se no estudo do *Instagram* e na forma como o terrorismo na Europa é representado nesta rede social.

A partir de uma abordagem interpretativista, ligada à exploração do enquadramento teórico, foram produzidas as questões de investigação a que este trabalho pretende responder: “Como é que as pessoas usam o *Instagram* para falarem acerca do terrorismo?” e “Que características têm as fotografias partilhadas no *Instagram* acerca dos ataques terroristas?”.

Na componente teórica, é feita uma revisão de literatura que permite uma discussão crítica dos conceitos mais relevantes para esta investigação. São abordados temas como a definição do terrorismo, as suas motivações e crescimento e, por outro lado, a reflexão do que é o *Instagram* e a forma como esta rede social é utilizada após ataques terroristas.

É na componente empírica que este trabalho vai procurar interpretar que género de imagens são publicadas no *Instagram*, o que representam e se existe uma evolução na violência das mesmas. Ao analisar 106 publicações percebe-se que existe cada vez menos pudor em publicar imagens que representem diretamente as vítimas dos ataques terroristas.

Desta forma, percebe-se que não só a Internet e o terrorismo estão interligados, mas também os internautas partilham a sua opinião, dor e esperança através da rede social *Instagram*.

**PALAVRAS-CHAVE:** *Instagram*, terrorismo, imagem, partilha, publicação, *hashtag*

# Abstract

This investigation focuses on the study of Instagram and the way the terrorism in Europe is represented in this social network.

Starting from an interpretivist approach, and connected to the exploration of the theoretical approach, from which we produced the investigation questions and that we are trying to answer with this investigative work: “How are people using the Instagram to talk about Terrorism?” and “Which are the characteristics of the pictures shared on Instagram about the terrorist attacks?”.

In the theoretical component, we are making in the literature review that allows the critical discussion of the most relevant concepts for this investigation. We study topics as the definition of terrorism, its motivation and growth and, on another side, the reflection of what is Instagram and the way this social network is used after the terrorist attacks.

We will appeal the empirical component in this work to try to interpret the type of images are published on Instagram, what they represent and if exists an evolution in the violence in them. After analyzing 106 posts we can understand that there's less decency in publishing images that represents directly the victims of terrorist attacks.

In this way, we can understand that Internet and terrorism are connected, but also the users share their opinions, pain and hopes through the Instagram.

**KEYWORDS:** Instagram, terrorism, image, sharing, post, hashtag

## **Dedicatória**

*À minha família. Por me permitir errar e, sobretudo, crescer ao meu ritmo.*

*Obrigada pelo amor, carinho e respeito.*

## **Agradecimentos**

Aos meus pais. Por não me permitirem desistir e por fazerem sempre o melhor por mim.

À minha avó Otília. Por me ouvir e não deixar que me faltasse nada.

À minha irmã. Por acreditar em mim e nas minhas capacidades e incentivar-me.

Ao Paulo. Por me ter ensinado a ver por outro prisma e incentivar-me a fazer melhor.

À minha sobrinha Mariana. Por me dar o maior e melhor motivo para concluir esta fase da  
minha vida.

À Professora Rita Figueiras. Por não desistir de mim. As palavras foram sábias e  
permitiram que chegasse até ao fim.

Obrigada a todos.

# Índice

Introdução.....	1
Parte I_Componente Teórica .....	4
Capítulo 1._O Terrorismo Contemporâneo.....	5
1.    O que é o terrorismo? Breve evolução ao longo do tempo .....	6
2.    Novos tipos de terrorismo: da Al-Qaeda ao Daesh .....	12
Capítulo 2._A Mediatização do Terrorismo .....	20
1.    O 11 de Setembro como acontecimento mediático .....	21
2.    Web 2.0.....	24
3.    A reação ao terrorismo através das redes sociais. O caso do <i>Instagram</i> .....	30
Parte II_Componente Empírica.....	35
Capítulo 3._Metodologia.....	36
1.    Período temporal de análise .....	40
Capítulo 4._Análise das imagens partilhadas no <i>Instagram</i> .....	43
•    13 de novembro de 2015 – Bataclan.....	45
•    22 de março de 2016 – Aeroporto de Bruxelas .....	48
•    14 de julho de 2016 – Nice .....	50
•    19 de dezembro de 2016 – Alemanha.....	52
•    22 de março de 2017 – Westminster e Parlamento.....	54
•    7 de abril de 2017 – Estocolmo .....	56
•    22 de maio de 2017 – Ariana Grande .....	58
•    17 de agosto de 2017 – Las Ramblas.....	60
•    15 de setembro de 2017 – Parsons Green .....	62
•    Análise Geral .....	64
Conclusão.....	67
Referências Bibliográficas .....	71
Anexos .....	77

## Índice de Figuras

<b>Figura 1 - Tabela Bataclan .....</b>	<b>45</b>
<b>Figura 2 - Partilha 25 .....</b>	<b>46</b>
<b>Figura 3 – Tabela Aeroporto Bruxelas .....</b>	<b>48</b>
<b>Figura 4 - Partilha 3 .....</b>	<b>49</b>
<b>Figura 5 - Tabela Nice .....</b>	<b>50</b>
<b>Figura 6 - Tabela Alemanha .....</b>	<b>52</b>
<b>Figura 7 - Tabela Westminster e Parlamento .....</b>	<b>54</b>
<b>Figura 8 - Tabela Estocolmo .....</b>	<b>56</b>
<b>Figura 9 - Partilha 1 .....</b>	<b>57</b>
<b>Figura 10 - Tabela Ariana Grande .....</b>	<b>58</b>
<b>Figura 11 - Tabela Las Ramblas .....</b>	<b>60</b>
<b>Figura 12 - Partilha 5 .....</b>	<b>61</b>
<b>Figura 13 - Tabela Parsons Green .....</b>	<b>62</b>
<b>Figura 14 - Partilha 7 .....</b>	<b>63</b>
<b>Figura 15 - Tabela Geral.....</b>	<b>64</b>

## Índice de Anexos

<b>13 de novembro de 2015 – Bataclan</b> .....	78
• <b>Figura 16 - Partilha 1</b> .....	78
• <b>Figura 17 - Partilha 2</b> .....	78
• <b>Figura 18 - Partilha 3</b> .....	79
• <b>Figura 19 - Partilha 4</b> .....	79
• <b>Figura 20 - Partilha 5</b> .....	80
• <b>Figura 21 - Partilha 6</b> .....	80
• <b>Figura 22 - Partilha 7</b> .....	81
• <b>Figura 23 - Partilha 8</b> .....	81
• <b>Figura 24 - Partilha 9</b> .....	82
• <b>Figura 25 - Partilha 10</b> .....	82
• <b>Figura - 26 - Partilha 11</b> .....	83
• <b>Figura 27 - Partilha 12</b> .....	83
• <b>Figura 28 - Partilha 13</b> .....	84
• <b>Figura 29 - Partilha 14</b> .....	84
• <b>Figura 30 - Partilha 15</b> .....	85
• <b>Figura 31 - Partilha 16</b> .....	85
• <b>Figura 32 - Partilha 17</b> .....	86
• <b>Figura 33 - Partilha 18</b> .....	86
• <b>Figura 34 - Partilha 19</b> .....	87
• <b>Figura 35 - Partilha 20</b> .....	87
• <b>Figura 36 - Partilha 21</b> .....	88
• <b>Figura 37 - Partilha 22</b> .....	88
• <b>Figura 38 - Partilha 23</b> .....	89
• <b>Figura 39 - Partilha 24</b> .....	89
• <b>Figura 40 - Partilha 25</b> .....	90

• <b>Figura 41 - Partilha 26</b> .....	90
• <b>Figura 42 - Partilha 27</b> .....	91
• <b>Figura 43 - Partilha 28</b> .....	91
• <b>Figura 44 - Partilha 29</b> .....	92
• <b>Figura 45 - Partilha 30</b> .....	92
• <b>Figura 46 - Tabela 13 de novembro de 2015</b> .....	93/94
<b>22 de março de 2016 – Aeroporto de Bruxelas</b> .....	95
• <b>Figura 47 - Partilha 1</b> .....	95
• <b>Figura 48 - Partilha 2</b> .....	95
• <b>Figura 49 - Partilha 3</b> .....	96
• <b>Figura 50 - Partilha 4</b> .....	96
• <b>Figura 51 - Partilha 5</b> .....	97
• <b>Figura 52 - Partilha 6</b> .....	97
• <b>Figura 53 - Partilha 7</b> .....	98
• <b>Figura 54 - Partilha 8</b> .....	98
• <b>Figura 55 - Partilha 9</b> .....	99
• <b>Figurar 56 - Partilha 10</b> .....	99
• <b>Figura 57 - Partilha 11</b> .....	100
• <b>Figura 58- Tabela 22 de março de 2016</b> .....	101
<b>14 de julho de 2016 – Nice</b> .....	102
• <b>Figura 59 - Partilha 1</b> .....	102
• <b>Figura 60 - Partilha 2</b> .....	102
• <b>Figura 61 - Partilha 3</b> .....	103
• <b>Figura 62 - Partilha 4</b> .....	103
• <b>Figura 63 - Partilha 5</b> .....	104
• <b>Figura 64 - Partilha 6</b> .....	104
• <b>Figura 65 - Partilha 7</b> .....	105

• <b>Figura 66- Partilha 8</b> .....	105
• <b>Figura 67 - Partilha 9</b> .....	106
• <b>Figura 68- Partilha 10</b> .....	106
• <b>Figura 69 - Partilha 11</b> .....	107
• <b>Figura 70 - Partilha 12</b> .....	107
• <b>Figura 71 - Partilha 13</b> .....	108
• <b>Figura 72 - Tabela 14 de julho de 2016</b> .....	109
<b>19 de dezembro de 2016 – Alemanha</b> .....	110
• <b>Figura 73 - Partilha 1</b> .....	110
• <b>Figura 74 - Partilha 2</b> .....	110
• <b>Figura 75 - Partilha 3</b> .....	111
• <b>Figura 76 - Partilha 4</b> .....	111
• <b>Figura 77 - Partilha 5</b> .....	112
• <b>Figura 78 - Partilha 6</b> .....	112
• <b>Figura 79 - Tabela 19 de dezembro de 2016</b> .....	113
<b>22 de março de 2017 – Westminster e Parlamento</b> .....	114
• <b>Figura 80 - Partilha 1</b> .....	114
• <b>Figura 81 - Partilha 2</b> .....	114
• <b>Figura 82 - Tabela 22 de março de 2017</b> .....	115
<b>7 de abril de 2017 – Estocolmo</b> .....	116
• <b>Figura 83 - Partilha 1</b> .....	116
• <b>Figura 84 - Partilha 2</b> .....	116
• <b>Figura 85 - Partilha 3</b> .....	117
• <b>Figura 86 - Partilha 4</b> .....	117
• <b>Figura 87 - Partilha 5</b> .....	118
• <b>Figura 88 - Partilha 6</b> .....	118
• <b>Figura 89 - Partilha 7</b> .....	119

• <b>Figura 90 - Partilha 8</b> .....	119
• <b>Figura 91 - Partilha 9</b> .....	120
• <b>Figura 92 - Partilha 10</b> .....	120
• <b>Figura 93 - Partilha 11</b> .....	121
• <b>Figura 94 - Partilha 12</b> .....	121
• <b>Figura 95 - Partilha 13</b> .....	122
• <b>Figura 96- Partilha 14</b> .....	122
• <b>Figura 97 - Partilha 15</b> .....	123
• <b>Figura 98 - Partilha 16</b> .....	123
• <b>Figura 99 - Partilha 17</b> .....	124
• <b>Figura 100 - Tabela 7 de abril de 2017</b> .....	125
<b>22 de maio de 2017 – Ariana Grande</b> .....	126
• <b>Figura 101 - Partilha 1</b> .....	126
• <b>Figura 102 - Partilha 2</b> .....	126
• <b>Figura 103 - Partilha 3</b> .....	127
• <b>Figura 104 - Tabela 22 de maio de 2017</b> .....	128
<b>17 de agosto de 2017 – Las Ramblas</b> .....	129
• <b>Figura 105 - Partilha 1</b> .....	129
• <b>Figura 106 - Partilha 2</b> .....	129
• <b>Figura 107 - Partilha 3</b> .....	130
• <b>Figura 108 - Partilha 4</b> .....	130
• <b>Figura 109 - Partilha 5</b> .....	131
• <b>Figura 110 - Partilha 6</b> .....	131
• <b>Figura 111 - Partilha 7</b> .....	132
• <b>Figura 112 - Partilha 8</b> .....	132
• <b>Figura 113 - Partilha 9</b> .....	133
• <b>Figura 114 - Partilha 10</b> .....	133

• <b>Figura 115 - Partilha 11</b> .....	134
• <b>Figura 116 - Partilha 12</b> .....	134
• <b>Figura 117 - Partilha 13</b> .....	135
• <b>Figura 118 - Partilha 14</b> .....	135
• <b>Figura 119 - Partilha 15</b> .....	136
• <b>Figura 120 - Partilha 16</b> .....	136
• <b>Figura 121 - Partilha 17</b> .....	137
• <b>Figura 122 - Tabela 17 de agosto de 2017</b> .....	138
<b>15 de setembro de 2017 – Parsons Green</b> .....	139
• <b>Figura 123 - Partilha 1</b> .....	139
• <b>Figura 124 - Partilha 2</b> .....	139
• <b>Figura 125 - Partilha 3</b> .....	140
• <b>Figura 126 - Partilha 4</b> .....	140
• <b>Figura 127 - Partilha 5</b> .....	141
• <b>Figura 128 - Partilha 6</b> .....	141
• <b>Figura 129 - Partilha 7</b> .....	142
• <b>Figura 130 - Tabela 15 de setembro de 2017</b> .....	143

# Introdução

O título desta dissertação “Como é que os ataques terroristas na Europa são representados no *Instagram*?”, revela o enorme interesse existente em relação a estes temas que nada faziam prever que estivessem, de alguma forma, relacionados – o terrorismo na Europa e o *Instagram*.

As razões que levaram a escolher este tema são, em primeiro lugar, o aumento significativo de ataques terroristas realizados na Europa que se tornaram mais presentes na Agenda Mediática e, por consequência, na vida das pessoas. Em segundo lugar, o facto do *Instagram* ser uma plataforma em que é possível publicar várias imagens de forma rápida e eficaz, e que tem vindo a ganhar cada vez mais utilizadores. Por último, acreditamos que este tema vai refletir de que forma os ataques terroristas são representados na conta do *Instagram* de alguns utilizadores. Em suma, o que procuramos estudar com este trabalho de investigação é o modo como os utilizadores do *Instagram* se manifestam acerca dos ataques terroristas ocorridos na Europa, entre 2015 e 2017. Que géneros de fotografias publicam e que tipos de manifestações existem nas suas publicações.

Perceber o que é o terrorismo e a sua evolução ao longo do tempo, por mais difícil que possa ser defini-lo, irá permitir entender o seu crescimento e, conseqüentemente, a sua aproximação da Europa, até ao momento em que os ataques terroristas são realizados dentro do território europeu.

Assim, o presente trabalho de investigação pretende estudar de que forma os ataques terroristas na Europa são representados visualmente no *Instagram* a partir do ataque terrorista levado a cabo em Paris, datado a 13 de novembro de 2015. Esta investigação será elaborada a partir da adaptação da metodologia usada por Steffi Menten, num estudo realizado na Holanda, em 2017, intitulado como, “Reactions of Dutch Twitter users to terrorist attacks happening psychologically close by or far away”. A diferença para o tema desta dissertação é que não é estudada a perspectiva do *Twitter*, mas sim da rede social *Instagram*, uma vez que esta baseia-se na publicação de imagens, um formato mais simples de compreensão, como afirma Biernatzki em 2002. Pelo facto de até à data nunca se ter estudado a representação dos ataques terroristas Europeus no *Instagram*, torna-se imperativo estudar este tema, permitindo retirar conclusões que possam ser utilizadas

como referência futura noutros estudos relacionados, tal como o estudo de Steffi Menten serviu de referência para esta investigação.

Para isso, e de uma forma mais incisiva, pretende-se rever a informação que já existe sobre os ataques terroristas cometidos na Europa e, posteriormente, perceber a utilização do *Instagram* e das publicações que são feitas nesta rede social após um ataque terrorista.

Neste sentido, é procurado responder às seguintes questões de investigação:

1. Como é que as pessoas usam o *Instagram* para falarem acerca do terrorismo?
2. Que características têm as fotografias partilhadas no *Instagram* acerca dos ataques terroristas analisados?

Na parte I é apresentado o contexto teórico e concetual deste trabalho, desenvolvendo reflexões originárias da revisão de literatura. No capítulo 1 procuramos compreender o que é o terrorismo e os seus novos desenvolvimentos, estudando a forma como os grupos terroristas atuam, as suas motivações e a sua evolução ao longo dos anos. Depois é feita uma reflexão mais focada na Al-Qaeda e no Daesh. No capítulo 2 apresentamos uma contextualização teórica mais focada no nosso tema, situando-se na mediatização do terrorismo em que é estudado o *11 de Setembro* como acontecimento mediático. Também é feita uma reflexão em relação à Internet e à rede social aqui estudada, o *Instagram*. As novas formas de recrutamento por parte dos grupos terroristas, que incluem videojogos, pode também ser encontrada neste capítulo.

Na parte II apresentamos a nossa análise empírica, onde no capítulo 3 é explicada a metodologia da investigação, identificando as perguntas de investigação, a análise temporal e a amostragem. No capítulo 4 são apresentados os dados e analisadas as publicações feitas de forma global referente a cada ataque terrorista. Por último, é feita uma análise referente a todos os ataques analisados, dando uma visão geral das conclusões que podem ser retiradas.

Neste estudo optou-se pelo método quantitativo, de forma a compreender se existe uma evolução da partilha de fotografias após ataques terroristas cometidos na Europa,

mostrando ou não cada vez mais imagens agressivas ao olhar. Nesse sentido, a questão que procuramos responder, que também é o título desta investigação é: “Como é que os ataques terroristas são representados no *Instagram*?”.

**Parte I**  
**Componente Teórica**

## **Capítulo 1.**

# **O Terrorismo Contemporâneo**

Os capítulos que compõem a componente teórica desta dissertação procuram estudar o conceito de terrorismo, a sua evolução ao longo dos anos e, particularmente, a sua relação com os *media*. Um dos principais pontos em análise passa por compreender que o terrorismo não é apenas uma problemática europeia do século XXI, ou seja é algo que existe há vários séculos afetando também outros continentes, sendo que é um conceito em constante evolução. Tal como as sociedades evoluem para melhorar a vida dos cidadãos, o terrorismo tem a necessidade de passar por fases de desenvolvimento para melhor servir o seu propósito e atingir os seus objetivos.

Outro ponto que se vai procurar esclarecer neste capítulo, passa pelo entendimento daquilo que é o terrorismo e conceitos que se podem aproximar, uma vez que acabam por ter algumas semelhanças. No entanto, e para termos uma melhor compreensão deste conceito complexo, acaba por ser fundamental perceber a evolução do terrorismo até à atualidade, bem como o seu desenvolvimento e como se adaptou até chegarmos aos ataques terroristas que hoje se conhecem, tomando como exemplo a perceção do maior ataque terrorista ocorrido no Ocidente no século XXI, o *11 de Setembro* como acontecimento mediático, e assim ter a consciência de como foi divulgado; se por essa altura existia a Al-Qaeda, uma outra facção terrorista nascia e, tornaram-se os autores principais dos ataques terroristas cometidos no Ocidente (Daesh). Para melhor entendimento da história do Daesh e da sua influência, é fundamental perceber a sua estratégia de comunicação. A sua evolução histórica não pode ser ignorada, por se poder considerar que faz parte da história europeia do século XXI.

No segundo capítulo vai-se estudar o que é a WEB 2.0; os *Media Sociais* e o terrorismo e, o *Instagram* – como tecnologia de influência social, com o objetivo de perceber a importância dos *media* nesta nova abordagem e, conseqüentemente, permitir compreender melhor o tipo de publicações feitas nesta rede social, após os ataques terroristas.

## **1. O que é o terrorismo? Breve evolução ao longo do tempo**

Após uma análise de literatura profunda, torna-se importante reforçar que o terrorismo é um fenómeno difícil de definir. Ainda assim, é essencial perceber o que se

pode e não se pode apelidar de terrorismo, e sendo diferente ou próximo deste conceito. O Tenente-coronel reformado da Força Aérea dos Estados Unidos da América Charles Ruby, dá a sua perspetiva através do pensamento de alguns autores.

Este militar considera que o terrorismo na maioria das vezes parece-se com um ato não deliberado, causando ansiedade àqueles que assistem. No entanto, têm ideologias terroristas ou motivações políticas com o intuito de influenciar governos.

Neste ponto, deve-se perceber que os antecedentes de ataques terroristas e atos violentos são diferentes. Neste último, os atos violentos, lideram os roubos, homicídios e raptos, que são cometidos tendo em consideração objetivos pessoais ou criminais, por isso não são apelidados de terrorismo (Ruby, 2002: 10).

Charles Ruby afirma que o terrorismo é uma violência cometida diretamente contra *non-combatants*, ou seja contra civis. Estes não estão preparados para aquilo que vai acontecer. Contrariamente na guerra, os civis sabem com o que contar, já foram informados do que podia vir a acontecer (Ruby, 2002: 10-11).

Compreende-se então que a definição de guerra está muito próxima do que é o terrorismo mas não pode ser apelidado como tal, por ser algo que já se está à espera, ainda que mate civis. No entanto, Susan Moeller, que é especialista em políticas públicas e nos *media* globais, com relevância à violência, conflito, terrorismo, direitos humanos, entre outros, dá uma outra definição sobre o que é terrorismo a partir do ponto de vista da publicidade que lhes é feita. Esta é uma perspetiva mais recente, pois a sua definição data a 2009 e, a de Charles Ruby é de 2002, um ano depois do ataque terrorista do *11 de Setembro*.

“What sets terrorism apart from other violence is this: terrorism consists of acts carried out in a dramatic way to attract publicity and create an atmosphere of alarm that goes far beyond the actual victims. Indeed, the identity of the victims is often secondary or irrelevant to the terrorists who aim their violence at the people watching” (Moeller, 2009: 19).

Analisando as definições díspares dos autores, pode-se afirmar que “ataque terrorista” é aquele cometido contra civis. É um ataque sem aviso prévio com o objetivo de causar o caos e publicitar o terror – atingindo um governo de forma indireta.

Brigitte Nacos uma estudiosa e especialista sobre o terrorismo, afirma que este é visto nas sociedades conforme os *media* o apresentam, como uma “intepretation of a terrorist event as ‘our’ or ‘theirs’ influences its media representation” (Biernatzki, 2002: 6). Quando um ataque é realizado por um cidadão do próprio país sem qualquer ligação a países orientais, é difícil apelidá-lo como um ato terrorista, contrariamente, quando é um cidadão não ocidental acaba por ser mais facilmente identificado como um ataque terrorista. Brigitte Nacos explica que a atenção que as associações terroristas recebem por parte dos meios de comunicação, assim como dos cidadãos e respetivos governos, neste caso das sociedades europeias, é a razão pela qual o terrorismo moderno evoluiu, particularmente por recorrerem à violência de forma cada vez mais agressiva, tanto a nível físico como psicológico (Biernatzki, 2002: 5). Compreende-se que evoluiu a nível psicológico porque a Europa sabe da existência de ataques em que se usam armas de fogo, ainda que, atualmente sejam usados veículos, facas e bombas caseiras, objetos que são usados no quotidiano das populações, sendo por este motivo um comportamento fraturante a nível psicológico. Ainda com as palavras de Brigitte Nacos, a autora sublinha os diferentes objetivos por parte dos ataques terroristas (domésticos e internacionais):

“While domestic terrorists tend to target high-level political, diplomatic, military, or corporate leaders as immediate victims...international terrorist spectacles directed against the United States have mostly affected random victims who happened to be in the wrong place at the wrong time... In most instances the immediate victims’ identities do not matter, but their nationality, their presence in certain locations, or their professions place automatically into an identifiable ‘enemy’ category” (Biernatzki, 2002: 7).

Os ataques terroristas levados a cabo desde a data de 11 de setembro de 2001 nos Estados Unidos da América e, posteriormente na Europa, são representativos da forma como os terroristas categorizam os seus inimigos atuais: cidadãos das cidades ocidentais, diferentes nacionalidades e quantas mais pessoas forem vitimizadas num ataque terrorista, mais perto estarão de atingir governos e sociedades.

A partir do momento em que se afirma que o terrorismo tem como objetivo indireto causar o medo e a intimidação, pode-se concluir que é uma ideia pré-moderna. O terrorismo era uma forma demonstrativa de pensamentos através da violência direta a quem os tentasse contradizer (Law, 2009: 11). Aqui se compreende que definir o terrorismo é difícil porque está sempre a mudar, a adaptar-se às pessoas que estão envolvidas e aos seus objetivos. Não é uma técnica de se fazerem ouvir, pois os que estão

envolvidos têm crenças semelhantes, o que acaba por diferenciar o terrorismo e a guerra é que o primeiro é imprevisível, não se sabe quando, quem e como vai atacar (Walter, 1997: 5).

Durante a Revolução Francesa, o terrorismo era visto como um sinónimo de reinado do terror. Nos anos seguintes e com novas atualizações, um terrorista era considerado qualquer um que tentasse demonstrar as suas visões de uma forma intimidativa (Walter, 1997 :6).

O grupo terrorista Palestino chamado *Sicarii* (a.C. 66-73), era um grupo religioso que atacava em Jerusalém no meio das multidões com facas, desta forma geravam o pânico e ninguém conseguia identificar a pessoa responsável pelo ataque (Walter, 1997: 7). Percebe-se que tinham como objetivo a libertação de Judeia e do seu povo que vivia em Roma. Sabe-se também que este grupo assassinava durante o dia os Judeus que colaborassem com os Romanos, sempre entre grandes aglomerados de pessoas (Law, 2009: 27). Os *Sicarii* espalharam o caos e a instabilidade ao demonstrarem a vulnerabilidade das forças armadas Romanas.

No século XI um grupo terrorista Islamita chamado *Assassins* apareceu na Síria, onde matavam profetas e governantes para demonstrar que estavam contra a sua governação. Este é o grupo que está mais perto dos exemplos de terrorismo do pré-modernismo. Ainda que os seus alvos são os que estão ligados de alguma forma ao governo, “they appear in many ways to be forerunners of today’s jihadists” (Law, 2009: 39). Nos séculos anteriores, de XIX até ao VII a.C, *Assyrians* provenientes do Médio Oriente eram o grupo mais violento (Law, 2009: 11). Era militarmente organizado, aterrorizavam os inimigos usando grandes formações estruturadas com o objetivo de destruí-los. Quando os inimigos deste grupo terrorista resistiam, eram torturados e eventualmente mortos. Pela primeira vez na história, estes atos foram publicados com o intuito de alertar quanto a novos inimigos (Law, 2009: 12). Os *Assyrians* são muitas vezes citados como os primeiros a usarem a guerra psicológica, ou seja, o que é designado nos dias de hoje, o terrorismo, devido à maneira intensa com que cultivavam a cultura do medo.

No Egito na década de 1940 existiam poucas operações terroristas, mas a Irmandade Muçulmana (Muslim Brotherhood) e outros extremistas como o Jovem Egito (Young Egipt), foram convertidos para o terrorismo, matando dois primeiros-ministros (Walter, 1997 :79). Neste sentido o terrorismo é um ou vários atos de violência cometidos por um grupo para fins políticos, normalmente contra um governo. Geralmente para isto acontecer os terroristas optam pelo assassinato (Walter, 1997 :79).

O terrorismo mais próximo daquilo que se conhece hoje começou na segunda parte do século XIX. Existiam grupos na Rússia, Irlanda, Macedónia, Sérvia, França, Itália, Espanha e Estados Unidos da América, todos com o objetivo da independência nacional. Em Espanha e nos Estados Unidos da América os grupos terroristas eram apoiados pela população, ainda que geograficamente distantes, tinham uma causa comum, o ganho da democracia e nacionalismo (Walter, 1997 :11). Assim, compreende-se que os atos terroristas têm como objetivo ir contra regimes, governações e democracias.

Os ataques terroristas são operações organizadas em detalhe, em que a vítima tem que ser vigiada por um período de tempo, para se estudar o local onde o ataque será perpetuado. Para chegarem à localização do ataque precisam de transporte, documentos falsos, armas e, dinheiro. Mas para que a operação terrorista se realize conforme planeado é necessário publicidade e, esse trabalho está a cargo dos meios de comunicação, ainda que indiretamente. O sucesso de um ataque terrorista depende da publicidade que recebe, “Is it better for our cause to kill ten of our enemies in a remote village where will not cause comment, or to kill one man in Algiers where the American press will get hold of the story the next day?” (Walter, 1997 :109).

A evolução do terrorismo migrou de ataques organizados e diretos a governos, para ataques à população com o objetivo de atingir governos. Tal como se pode ver com o exemplo da Europa, esta não tem dormido descansada desde 11 de março de 2004, quando uma série de bombas se fizeram explodir em Madrid, ferindo cerca de 2 mil pessoas e causando a morte de 191 pessoas <sup>1</sup>. Desde esse ano vários ataques terroristas têm acontecido pela Europa, ainda que se tenham intensificado a partir de 2015 com o ataque

---

<sup>1</sup> Jornal de Notícias, 7 de abril de 2017, “Os atentados n Europa desde 2004”, 1 de Agosto de 2017, <https://www.jn.pt/mundo/interior/cronologia-atentados-na-europa-atribuidos-aos-movimentos-islamitas-5089588.html>

ao jornal satírico francês *Charlie Hebdo*, tem sido uma realidade constante. De 2015 até ao final do ano de 2017, já foram realizados 16 ataques terroristas, sendo os palcos principais na Europa Ocidental: Alemanha, Espanha, França, Itália e Reino Unido <sup>2</sup>.

Aqui consegue-se perceber que o terrorismo se tornou numa construção social, sabendo que a partir do momento em que um ato passa a ter esta denominação, tornando-se difícil dissociá-lo dessa caracterização. Ainda assim, conhecem-se duas definições oficiais quanto ao termo “terrorismo”. A das Nações Unidas (NU) define-o como:

“criminal acts intend or calculated to provoke a state of terror in the general public, a group of persons or particular persons for political purposes...whatever the considerations of a political, philosophical, ideological, racial, ethnic, religious or other nature that may be invoked to justify them” (Biernatzki, 2002: 3).

Por sua vez, o Departamento Federal de Investigação (FBI):

“terrorism is the unlawful use of force or violence against persons or property to intimidate or coerce a government, the civilian population, or any segment thereof, in furtherance of political or social objectives” (Biernatzki, 2002: 3).

Nas duas definições, as NU usam o termo “criminal” e o FBI “unlawful” para descrever um ataque terrorista, podendo ser explicado pelo facto de serem duas organizações distintas, ainda que estas definições vão ao encontro da mesma palavra originária, “terrorismo”.

Ao analisar o fenómeno do terrorismo, Gabriel Waimann (2005) desdobra o conceito em três variantes: ataques terroristas, o contraterrorismo e o antiterrorismo. O primeiro é o que representa maior interesse, por apresentar mais imagens, as pessoas conseguem ver as consequências desses mesmos ataques; o contraterrorismo passa pela atividade do país atacado em deter e responder aos ataques terroristas; o antiterrorismo tem a ver com a defesa feita para prevenir a vulnerabilidade e consequentemente, um novo ataque. (Weimann, 2005: 151). O antiterrorismo passa também por provar aos migrantes, seus descendentes e pessoas que não se enquadrem, que não estão à margem da sociedade.

---

<sup>2</sup> Rádio Renascença, 23 de maio de 2017, “O terrorismo mata hoje menos na Europa do que nos anos 70. Porque nos parece o contrário?”, 1 de agosto de 2017, [http://rr.sapo.pt/especial/84375/o\\_terrorismo\\_mata\\_hoje\\_menos\\_na\\_europa\\_do\\_que\\_nos\\_anos\\_70\\_porque\\_nos\\_parece\\_o\\_contrario](http://rr.sapo.pt/especial/84375/o_terrorismo_mata_hoje_menos_na_europa_do_que_nos_anos_70_porque_nos_parece_o_contrario)

É importante sentirem-se parte da comunidade, assim como é plausível fazê-los não ter interesse em outros locais onde sejam aceites e que facilmente lhes irão construir a cultura do ódio. (O'Brien, 2016: 371).

Em termos de designação de denominações conforme Susan Moeller explica no seu livro, "Packing Terrorism" de 2009, percebe-se que existem dois conceitos distintos: o terrorista e o bombista suicida. O primeiro tem um tom mais agressivo e uma conotação negativa; já o segundo, não lhe considera um termo, pois é visto como ainda mais violento para ser usado. A autora também explica, "terrorism consists of acts carried out in a dramatic way to attract publicity and create an atmosphere of alarm that goes far beyond the actual victims" (Moeller, 2009: 4), logo o que interessa é a publicidade que os terroristas irão receber, sabendo que desta forma, o terror é sentido pelas pessoas através dos seus dispositivos onde recebem notícias sobre o sucedido, uma maneira do terrorismo entrar diretamente na casa das pessoas.

## **2. Novos tipos de terrorismo: da Al-Qaeda ao Daesh**

O terrorismo não parou de crescer, de ganhar novos seguidores e de assustar os cidadãos por onde estes atos de terror acontecessem. A organização fundamentalista islâmica Al-Qaeda tornou-se mais conhecida pelas sociedades ocidentais depois de reivindicarem o ataque de *11 de Setembro*, por sua vez a organização *jihadista* islâmica Daesh, é o grupo com maior alcance tecnológico atualmente, reconhecendo-se que estes dois grupos terroristas são os mais recentes, operam também de uma forma diferente comparativamente com as associações anteriores.

Neste sentido, torna-se imperativo compreender a Al-Qaeda para depois entender o Daesh. Esta última facção terrorista nasceu da Al-Qaeda, sendo que estes grupos terroristas são as maiores preocupações das sociedades europeias e dos Estados Unidos da América desde o *11 de Setembro*. Assim, torna-se necessário conhecer a ideologia que está por trás das organizações terroristas para que sejam destruídas definitivamente, atacando-se as suas bases. Em 2007, existiam cerca de 15 grupos associados à Al-Qaeda ativos na Europa e no Canadá, o que demonstra a sua dimensão, isto é relevante pois se houver algum ataque a uma base, manter-se-ão ativos os restantes países e, assim, continuar a cultivar os seus valores. Comparativamente, existiam muitos grupos não pertencentes à Al-Qaeda, mas que

organizavam operações igualmente de larga escala (Greenberg, Karena, 2016: 76). Esta organização iraquiana é conhecida pelos seus planos precisos com a necessidade de uma longa preparação e treino, garantindo assim a execução de um plano perfeito, sem falhas.

O Daesh nasceu da Al-Qaeda e rapidamente tornou-se seu rival “The group became an al-Qaeda franchise by 2004, but has since broken with the organization founded by Osama bin Laden and became its rival” (Laub, 2016: 2). Ainda que estas organizações terroristas sejam rivais, é muito importante perceber como é feito o recrutamento. A Europa, devido a valores como a liberdade, é vista como um continente onde conseguem recrutar várias pessoas, principalmente aquelas que se sentem marginalizadas, “Europe continues to serve as a key target for domestic foreign terrorists” (Shaffer, 2016: 383).

Após ataques terroristas planeados e executados pela Al-Qaeda, o Daesh, ou como o grupo se autointitula, *Islamic State of Iraque and al-Sham* (ISIS) nasceu, revelando-se um dos grupos *jihadistas* melhor disciplinados e organizados, sendo o autor principal dos ataques terroristas que têm sido efetuados na Europa. O ISIS é uma facção dominada por combatentes estrangeiros (Weiss e Hassan, 2016: 12).

O continente europeu é considerado um destino fácil para o desenvolvimento de radicais, uma vez que os grupos em crescimento dentro da Europa são doutrinados dentro das próprias mesquitas. No entanto, e apesar de não haver essa perceção por parte do público, a maioria dos muçulmanos não apoia organizações terroristas (Greenberg, Karena, 2007: 86).

O facto de haver esta abertura nos países Ocidentais, para além de permitir que as pessoas se informem e revejam as imagens, também existe o outro lado, daqueles que se informam para melhor conhecerem o grupo terrorista e, conseqüentemente, juntando-se a este grupo. Se os terroristas virem que há comentários positivos e que há interesse e procura por parte de pessoas que querem saber mais sobre eles, estas acabam por se tornar em possíveis recrutas para o Daesh, sabendo que têm que avaliar se a pessoa realmente o pretende, e se não será um risco para a organização (Weiss e Hassan, 2016: 200). Esta é uma das formas de recrutar no Ocidente, fora desta, as prisões do Médio Oriente são o epicentro da criação de novos recrutas, ainda que nos dias de hoje existam muitos

recrutamentos feitos através das redes sociais. O ISIS não é só uma organização, é um exército terrorista que mobiliza e dispõe soldados qualificados para o terreno.

Os atos terroristas acabam por causar mais danos psicológicos àqueles que assistem às imagens, uma vez que este tipo de terrorismo usa a intimidação para assustar o espectador que assistiu, ainda que com um distanciamento físico, ao sobrevivente e aos amigos e familiares deste. As pessoas sentem uma ligação para com as vítimas, partilham ideais, valores e culturas semelhantes. Assim, o público procura histórias sobre o acontecimento, e os leitores acabam por sentir uma ligação emocional com as vítimas. Posto isto, ousamo-nos a afirmar que o terrorismo é um estado de Guerra e que o Ocidente já vive neste ambiente de medo desde 2001, mas a diferença entre a guerra e um ataque terrorista, é que este último é pontual e, por isso mesmo, é mais esgotante a nível emocional (Moeller, 2009: 76-77).

Em “ISIS – Por Dentro do Estado Islâmico”, Abdelaziz Kuwan é o nome com que iniciam o livro, um jovem devoto religiosamente que lutou por fações rebeldes, cresceu dentro do ISIS a partir de 2012 e foi abatido em 2014. Durante o período de tempo em que esteve no Daesh, o jovem desenvolveu capacidades violentas, tendo uma escrava sexual como presente pelos seus feitos, para ele, ser violador fazia parte das suas obrigações enquanto muçulmano. (Weiss e Hassan, 2016: 12-13) No mesmo livro foi escrito que Abdelaziz mataria o seu pai caso o encontrasse no campo de batalha, o que demonstra a fidelidade que estes jovens têm ao ISIS, sabendo que lhes é dada uma missão e o seu objectivo é cumpri-la com sucesso, referem os autores.

Neste mesmo livro é explicado que as pessoas que estão com um futuro mais incerto nos seus países, ficam entusiasmadas com as redes sociais e com a evangelização fora da mesquita, tornando um processo fácil para estes jovens descontentes travarem a *jiha*d. O Ocidente é muito sensacionalista, contribui mesmo sem saber para a atração destes jovens ao ISIS; os recrutados depois de institucionalizados caminham em direção à morte devido à sua crença (Weiss e Hassan, 2016: 161-162).

À semelhança do nazismo, o ISIS demonstra um grande poder, o que facilita no fascínio que as pessoas podem vir a criar e, conseqüentemente, quererem prosseguir pelo caminho do terrorismo. Tal como em todos os regimes totalitários conhecidos, “O Daesh

tornou-se perito em dismantelar as psiques daqueles que pretende recrutar para depois reconstruir à sua própria imagem” (Weiss e Hassan, 2016: 189), tendo a capacidade de persuadir as pessoas em pouco tempo. Os estrangeiros que vão para a Síria e Iraque tornam-se pastores/recrutadores de outros pois, os *sites* do ISIS estão em árabe e muitos muçulmanos ocidentais não percebem a língua. Existindo uma pessoa ocidental, esta ajuda à melhor integração dos futuros recrutas no ISIS, estes sentem uma maior segurança por estarem a ser acompanhados por alguém que tem uma história parecida com a deles.

Outra questão integrante é de como é que o ISIS consegue obter o seu financiamento para adquirir armamento entre outros. A “CFR Backgrounders The Islamic State” dá a sua visão, nomeadamente, através da extração de petróleo dos territórios que invadiram, Síria e Iraque, cerca de 1 a 3 milhões de dólares por dia são faturados para a compra de armamento e das restantes necessidades do grupo do Daesh (Laub, 2016: 3), também se percebe que estão a tornar-se cada vez mais independentes aos níveis do financiamento e da proteção (Nazala, 2018: 3).

As organizações terroristas escolhem os que lhes parecem que não estão integrados na sociedade com o intuito de desempenhar autoridade, fazendo os recrutas acreditarem que a única forma apropriada para exercer qualquer tipo de poder é a partir da violência. O que ajuda a afirmar essa realidade é através do acompanhamento mediático que é feito sempre que os terroristas fazem uma publicação ou executam um ato, mostra a fragilidade e pânico das sociedades ocidentais. (Horgan, 2017: 202-203)

Existe um problema de identidade, conjuntamente com a economia, educação entre outros factores negativos que conduz a uma maior facilidade do agrupamento de uma organização terrorista. No caso do Reino Unido, onde existe uma grande comunidade muçulmana, é importante que nas escolas haja um equilíbrio e respeito de e para com os muçulmanos:

“the ‘Being Muslim Being British’ programme does not promote secular values over the religious values of Muslim students: rather it seeks to archive a ‘healthy equilibrium’ between value commitments irrespective of whether sucks values stem from secular or religious life” (Wordingham, 2013: 341)

Aqueles que geralmente cometem ataques terroristas são os próprios cidadãos, genericamente pelos jovens que se sentem incompreendidos, pois existe uma crise de

identidade e, ao mesmo tempo, uma quebra generalizada dos valores na sociedade Europeia:

“The result is a crisis of identity which is particular evident among the youth of today and when this is exasperated by the failure of authority to provide an adequate explanatory system of contemporary reality and by the tendency to resort to repressive mechanisms, all too often the result is the degeneration of social activism into social violence” (Reahetnikov, 2008: 653)

Conforme o autor Reshtrnikov revela, se os terroristas são os cidadãos do próprio país, significa que se sentem deslocados da comunidade e, conseqüentemente, procuram outros grupos onde sejam aceites, uma vez que deixam de se identificar com a sociedade. Geralmente quem segue pelo terrorismo são adolescentes ou jovens-adultos, ambos com crises de identidade.

O terrorismo parece que cada vez mais está presente nas sociedades contemporâneas, gerando o pânico, o medo, a revolta e o fascínio. A Europa é atrativa para ataques terroristas por ter sociedades com um pensamento mais amplo, por permitir que muitos entrem na sua comunidade. Apesar de grande parte dos ataques serem feitos por cidadãos do próprio país, o facto de se sentirem marginalizados da sociedade, conduz à sua procura por um local onde sejam aceites e respeitados.

O terrorismo é um assunto complexo porque toca em diversos universos de uma sociedade, como a cultura, a política e a religião. Aposta-se na vitimização de civis para influenciar governos e agendas mediáticas, para passarem a ser o centro das atenções. Para os terroristas, matar inocentes é uma forma simbólica conveniente de atingir alvos mais ambiciosos – o governo e a sociedade em si, através da publicidade fornecida pelos meios de comunicação (Horgan, 2017: 199).

Os *media* sociais são intervenientes na sociedade aquando de ataques terroristas. O autor Biernatzki afirma que quando há uma imagem associada, o público acredita que seja verdade, o que conduz à “Emotional Intelligence”, este é um termo importante pois, permite que as notícias sejam condensadas, simplificadas, caracterizadas por algumas fotografias, contrariamente às notícias com um teor mais analítico – que acaba por ser um formato menos agradável pelas pessoas por ser menos direto e, por sinal, mais complicado de interpretar com rapidez.

Apesar da longa existência do terrorismo, este tem adotado características especiais nas décadas mais recentes devido, sobretudo, à interação com os meios de comunicação mais contemporâneos. Graças a esta exposição mediática, há um aumento de violência cada vez mais chocante e notória; por isso pode-se apelidar que os *media* são os “melhores amigos” dos terroristas. (Biernatzki, 2002: 5)

Ao falar dos *media* sociais, não pode cair em esquecimento o facto de ser necessário perceber que as imagens influenciam o público. O procedimento de filmar e fotografar permite congelar um momento, faz com que aquele que está a ver a imagem possa reconhecer ou perceber o que aconteceu. As imagens permanecem no tempo, sendo que é mais complicado lembrar-se de um texto que leu, do que uma imagem que viu.

Uma vez que o terrorismo se torna num evento publicitado pelos *media*, este acaba por fazer parte da Agenda Mediática. Para os terroristas é-lhes indiferente quem matam, uma vez que querem passar a mensagem de medo e de que ninguém está seguro. Estes atos são conhecidos internacionalmente e a Internet ajudou a propagar este reconhecimento. Os objetivos dos terroristas é serem falados através dos *media* sociais, podem ter matado apenas uma pessoa, mas só essa morte fará com que sejam falados intensamente durante algum tempo, ou seja, passará a estar presente na Agenda (Weimann, 2005: 14-17), dá-se prioridade aos conteúdos que tenham a ver com o ataque terrorista cometido, o restante que estava na Agenda Mediática passa a ser secundário.

Como se tem vindo a perceber, a imagem e o terrorismo são cúmplices e têm um crescimento mútuo, e para isto acontecer algumas coisas tiveram que mudar e se adaptar. Antes das guerras, como as conhecemos, o governo queria controlar as fotografias, para o conseguirem com sucesso tinham duas maneiras: baniam-nas ou faziam uma seleção. Nos dias de hoje, todas as imagens que iniciam a sua vida na Internet, nunca mais saem do mundo tecnológico, sabendo que têm uma vida infinita.

A autora Susan Moeller afirma que os ataques terroristas são planeados, que os próprios têm uma Agenda Política para saberem quais os melhores eventos para perpetuarem um ataque e, por vezes, planeiam-nos em datas importantes (Moeller, 2009: 49), como é exemplo o ataque em Nice no feriado 14 de julho de 2016, data em que se celebra o Dia da Bastilha em França.

Os leitores sentem uma ligação emocional com as vítimas e ainda mais com os sobreviventes, pois são estes que podem contar o que viveram, se tiveram medo e como foi a vivência que testemunharam e da qual fizeram parte. Desta forma, os sobreviventes vendem histórias, são as testemunhas do ato de terror que os espectadores e leitores assistiram através da televisão, redes sociais ou jornais. Um exemplo claro de histórias mediatizadas é o caso da rapariga do Bataclan que sobreviveu por fingir-se de morta por mais de uma hora. A sua história vendeu porque para além do seu testemunho, a imagem que publicou era de uma t-shirt ensanguentada, o que gera curiosidade, teve cerca de 770 mil partilhas na rede social do *Facebook*.<sup>3</sup>

As histórias dos sobreviventes, dos autores do ataque e do próprio ato terrorista vivem durante dias nos *media* sociais, sempre com atualizações sobre o assunto e o recordar constante sobre o sucedido. As imagens contam histórias completas, e as dos ataques terroristas criam mais sentimento, porque foi algo que não foi planeado ou esperado pela sociedade atacada (Moeller, 2009: 76-77).

Os terroristas adaptam-se às novas tecnologias: sejam cassetes, áudios, DVD's, internet, jogos de vídeo, música, redes sociais, para estarem em paralelo com o crescimento do Ocidente. Desta maneira, facilmente têm acesso à partilha de *hashtags* que foram usadas após um ataque terrorista ter sido efetuado, assim conseguem ver a dimensão do que criaram (Weimann, 2005: 217).

Como tem sido revelado, os terroristas conhecem o seu alvo, sabem as suas fraquezas, sabem que o Ocidente tem uma grande relação com os *media* sociais e gostam de se informar. Para além de procurarem notícias e imagens dos meios sociais ocidentais, também vão em busca do que os terroristas criam na Internet, como a propaganda e os vídeos das decapitações. Apesar de o foco desta dissertação ser sobre o *Instagram*, o *Twitter* acaba por ser reconhecido como dinamizador de visibilidade, pois é através deste que muitas vezes se sabe de ataques terroristas ou, até mesmo, a organização terrorista partilha as suas ideologias e conteúdos, através de ligações para outras páginas, como é

---

<sup>3</sup> Observador, 15 de novembro de 2015, "O testemunho da sobrevivente do Bataclan. 'Fingi estar morta durante mais de uma hora'", 08 de Abril de 2018, <https://observador.pt/2015/11/15/testemunho-sobrevivente-do-bataclan-fingi-estar-morta-hora/>

exemplo do *Youtube* ou do *Zello* – plataforma de transmissão de sermões e clérigos (Weiss, Hassam, 2016: 205).

Posto isto, os grupos terroristas têm uma identidade tal como a sociedade consumista, onde as pessoas escolhem um determinado artigo porque lhes dá prazer e ajuda a estabelecer a sua identidade na sociedade, o mesmo acontece com o terrorismo “beyond satisfying their own personal needs – varying from power, prestige, monetary gains, salvation, or even the 72 virgins in heaven – become the person they want to be as members of a group” (Rosenfeld, 2011: 31-32). Condena-se os atos terroristas e quem os propaga, os terroristas são seres humanos e, por isso, existe uma necessidade de se juntarem a um grupo, explicando-se por ser um ato biológico. Quem se junta a uma facção terrorista procura a sua aceitação num grupo, onde sejam partilhados os mesmos ideais e pensamentos, sentindo-se assim integrados e compreendidos.

## **Capítulo 2.**

### **A Mediatização do Terrorismo**

## 1. O 11 de Setembro como acontecimento mediático

Depois das duas Guerras Mundiais tornou-se banal o recurso fotográfico, nomeadamente o registo e visualização de fotografias violentas. Sabemos que o público exigia saber e, ainda mais, ver, para terem conhecimento de toda a situação que afetava milhares de famílias, e ter uma melhor perceção sobre o que estava a acontecer na guerra (Moeller, 2009: 133).

Na História Contemporânea, denota-se que um dos maiores desafios comunicacionais aconteceu no ataque do *11 de Setembro*, pois houve muitas dúvidas em relação àquilo que podia ser publicado, não só pela sua dimensão, mas por ter sido testemunhado em tempo real, em direto pelo mundo. As principais questões prendiam-se pela sensibilidade do tema e sobre se e como deviam mostrar algumas situações, como a colisão do avião contra as torres, as pessoas desesperadas a atirarem-se dos prédios ou mesmo o desabamento dos dois edifícios. Este foi um novo desafio, pois mostrava a fragilidade humana em todas as perspectivas e era um evento que nunca tinha sido testemunhado em direto pela comunicação social. O fotógrafo Richard Drew captou a fotografia conhecida como *Falling Man*, onde se vê um claro registo de uma das várias pessoas que saltou das torres gémeas, explicando que recebeu muitos *emails* sobre esse registo fotográfico onde as pessoas se mostravam indignadas e contra a publicação desse tipo de imagens. O fotógrafo considerou que era imperativo que as pessoas percebessem que não era apenas um edifício a ruir, e que lá dentro estavam pessoas (Moeller, 2009: 173). O fotógrafo acabou por tomar a decisão consciente de partilhar com o público um ato de desespero daquele indivíduo, mostrando os últimos segundos de vida de uma pessoa.

Uma das memórias que rapidamente vêm à memória da população relativamente ao *11 de Setembro*, para além do avião a embater na segunda torre ou as Torres a colapsarem, é a imagem das pessoas saltarem dos dois edifícios. Dada a dimensão deste evento mediático, e ao enorme registo jornalístico, tornou-se necessário mostrar todos os ângulos, inclusive a morte, seja por dano colateral, como a queda das Torres ou as pessoas dentro dos aviões, ou por suicídio daqueles que se atiravam dos prédios. Com isto, os leitores percebem-na, são atraídos, mesmo que em choque. Esta memória deve-se, não só por ter

sido acompanhada em direto pelos canais televisivos, mas também pela repetição incessante das imagens nos dias seguintes.

“The planes that struck the Twin Towers in New York City, the media capital of the world, were timed so that when the second plane hit, every news program on the planet that wanted to could have run the pictures from the cameras already trained on them. And the TV cameras were still running live images when first one, then the other building imploded with all the loss of life that their collapse implied. Terrorism live, terrorism conducted explicit so the whole world could watch was different than an act where the intent was simply to destroy something or someone. It was clear that Al-Qaeda wanted the world to watch” (Moeller, 2009: 19).

Desta forma, tem-se a consciência que este foi um ataque terrorista planeado ao pormenor, garantindo que o maior número de pessoas pudesse assistir, primeiro à torre atingida pelo avião, mas principalmente, para haver um foco no acontecimento, que levou que as televisões estivessem em direto no local quando a segunda torre foi atingida minutos mais tarde e, por fim, os dois edifícios colapsarem enquanto se vê tudo ao vivo, para além da transmissão de pessoas a perderem a vida e o pânico que se instalou numa das maiores e mais movimentadas cidades do mundo. Este tipo de terrorismo assemelha-se ao sistema de crescimento de uma empresa, uma vez que os colaboradores são formados para atingir novos objetivos e cada vez mais organizados (Nazala, 2018: 3).

Percebe-se que o terrorismo se torna numa arma e num mecanismo de mexer com a sociedade relativamente barato, pois este ataque reivindicado pela Al-Qaeda custou cerca de 10 mil dólares americanos. Conscientemente esta organização terrorista atacou o World Trade Center por ser um símbolo de superpoder não só dos Estados Unidos da América mas também da Europa. (Greenberg, 2007: 50)

Através dos seus ataques, a Al-Qaeda conseguia chegar aos meios de comunicação internacionais; sabendo que também usava a Internet para comunicar com outros elementos do grupo e, para recrutar novos indivíduos. Ainda antes deste ataque de 2001, Bin Laden apostava na propaganda, percebendo a importância da Internet e o seu potencial futuro para a própria organização. Os próprios *media* são vitais para uma célula terrorista poder difundir os seus pensamentos e reivindicações (Faria, 2006: 159-161). O *11 de Setembro* foi desenhado para ser visualizado por milhões, a autora afirma:

“foram planeados e executados tendo em atenção o *modus operandi* dos *media* (...) estavam bem conscientes que os meios de comunicação sociais eram o ponto-chave para concretizar os seus objectivos de ganhar

visibilidade e difundir os seus ideais políticos e religiosos” (Faria, 2006: 168).

Os meios de comunicação têm o dever de informar o público, e o terrorismo aproveita essa realidade para usar os *media* como portadores da sua mensagem e dos seus objetivos finais, que passa por serem falados, conhecidos, recrutarem novos membros e, sobretudo, assustarem sociedades. O ataque do *11 de Setembro* é um acontecimento indissociável da cobertura mediática. Segundo Patrick Charadeau que estudou este acontecimento e como foi comunicado na televisão francesa, importa recordar que parte deste ataque terrorista foi testemunhado ao vivo pelas televisões e, correspondentes espectadores, deixando marcas inerentes na História e sociedades modernas.

Ponderando sobre isto, é possível considerar o *11 de Setembro* como uma construção cultural, uma vez que o evento em si é real, mas a leitura que é feita do mesmo é uma construção social feita através das crenças, costumes e valores (Charadeau, 2001: 2) e, acima de tudo, da intervenção de como foi comunicado pelos meios de comunicação. Naturalmente, os *media* fazem uma leitura do acontecimento que, em seguida, é assimilado pelo recetor que faz a sua própria interpretação. Os principais atores de acontecimentos noticiosos são sempre representados de maneira a criar emoções no recetor e, neste caso, são as vítimas, responsáveis e salvadores (polícias, bombeiros, militares). Na comunicação deste ataque terrorista, não foi necessário justificar a veracidade dos factos, porque foi possível assistir em direto, existindo milhões de testemunhas (Charadeau, 2001: 3), tal como se pode reconhecer pelo registo do fotógrafo Richard Drew que foi um dos responsáveis por um dos momentos mais simbólicos deste ataque, o das pessoas a saltarem das torres World Trade Center, pois as câmaras já estavam no local a reportar o acontecimento em direto.

Há um esforço para os jornalistas que entrevistaram testemunhas e sobreviventes em criar uma ligação emocional e passar um lado mais humano para o espectador, sendo perceptível que ali estavam realmente pessoas, e não apenas dois edifícios em colapso. Patrick Charadeau cunhou a expressão “Salvadores” para se referir aos bombeiros e polícias, tendo sido mais tarde utilizada pelo Presidente George W. Bush, devido ao seu papel fulcral na gestão deste acontecimento e no auxílio às vítimas. Por outro lado, o Presidente Bush, foi visto como o grande salvador da pátria muito motivado pelo seu

discurso apelando à identidade americana, tendo jurado vingança a Bin Laden e ao terrorismo (Charadeau, 2001: 4).

O *11 de Setembro* é facilmente lembrado devido às “imagens sintoma”, que são aquelas que conduzem a outras imagens ou eventos parecidos, sendo uma simbologia daquilo que identifica os indivíduos e que lhes seja próximo, seja a nível positivo ou negativo. Deste modo, as imagens captadas nesta data foram repetidas diversas vezes nos meios sociais, e representam a fragilidade da vida e de tudo o que há de vital na população; assim, quando um espectador vê uma imagem de um ataque terrorista, é muito provável que o vá associar ao *11 de Setembro*, indica o autor Charadeau (Charadeau, 2001: 4) por ter sido um ataque muito mediatizado e, por ter sido possível assistir ao acontecimento em direto. A informação dada por parte da televisão, dá ao espectador os dois polos de emoção e compreensão, sem ser possível distingui-los, ou seja, junta a imagem (emoção), com a explicação ou interpretação do jornalista (compreensão). O recetor faz a ligação da imagem com a informação, resumindo-os à realidade do seu conhecimento do mundo e faz a sua própria interpretação.

Numa pequena provocação, denota-se que a Sociedade Ocidental é uma sociedade do espetáculo. Pois, o *11 de Setembro* que as pessoas viram no televisor foi real e após o ataque terrorista, os meios de comunicação mediatizaram o acontecimento tendo criado várias narrativas, fazendo com que o espectador interpretasse o acontecimento a partir das diversas construções da realidade propostas pelos *media* (Charadeau, 2001: 4).

## **2. Web 2.0**

O *11 de Setembro* foi um ataque terrorista testemunhado em direto através de televisores e, posteriormente as suas imagens foram difundidas na Internet. Um comportamento que teve continuidade até aos dias de hoje, uma vez que é habitual acompanhar-se um ataque terrorista através das redes sociais e nas plataformas *online* em tempo real.

A Web 2.0 é a segunda geração da plataforma Web que envolve comunidades, como é o caso de redes sociais e blogues, e prima pela produção de conteúdo por utilizadores. Esta nova geração permite uma interação entre os internautas e o conteúdo

que está apresentado, fazendo com que seja possível “potencializar as formas de publicação, compartilhamento e organização de informações, além de ampliar os espaços para a interação entre os participantes do processo” (Primo, 2007: 2), exemplo disso é a relação entre o correio eletrónico e o calendário de um dispositivo, que dá alertas automáticos de eventos futuros.

Um caso mais evidente desta parceria entre os utilizadores e a informação é a correção constante dos sites, graças à colaboração com os leitores que dão sugestões para as suas retificações, levando à existência de plataformas colaborativas como a Wikipédia (Primo, 2007: 3), que permite que haja uma circulação de informações apoiada pela informática. A Web 2.0 é uma geração mais rápida e eficaz da Web, que possibilita que os conteúdos nela existentes sejam consumidos rapidamente devido à interação presente com os utilizadores. Esta nova geração também permite que os internautas criem os seus próprios conteúdos através das redes sociais e de blogues, mas não é apenas uma criação de conteúdo, este fenómeno permite que haja uma interação com outros utilizadores através de comentários (Primo, 2007: 3).

No final do ano de 2012, a Eurostat fez um estudo sobre a utilização da Internet na Europa, em que Portugal liderava a partilha de mensagens nas redes sociais, com 75%<sup>4</sup>. O Público também refere, através deste estudo, que os países que tinham maior acesso à Internet eram a Holanda e o Luxemburgo, com 94% e 93% respetivamente.

De acordo com o portal Statista, é afirmado que os Europeus são ativos no uso das redes sociais e da Internet, “Over 50 percent of individuals in European Union use social networks”, assim como, “Among those who access the news in a digital format, social media was the second most used service to keep up with current events”<sup>5</sup>. Os Europeus consomem informação de uma forma imediata nos *sites* noticiosos e nas redes sociais, como o *Facebook* e o *Twitter*. A nível do consumo de notícias nos Estados Unidos da

---

<sup>4</sup> Público, 18 de dezembro de 2012, “Portugueses são os que mais usam as redes sociais”, 16 de abril de 2018, <https://www.publico.pt/2012/12/18/sociedade/noticia/portugueses-sao-os-europeus-mais-usam-as-redes-sociais-1577842>

<sup>5</sup> Statista, sem informação, “Social media usage in Europe – Statistics & Facts”, 16 de abril de 2018, <https://www.statista.com/topics/4106/social-media-usage-in-europe/>

América, 66% da população usa a rede social *Facebook*, em que 45% consome notícias através do mesmo, quase metade da população norte-americana.

Em relação à demografia dos Estados Unidos da América nas redes sociais, em particular o *Facebook* e o *Instagram*: na primeira o maior consumidor é o sexo feminino (62%), entre os 30 e os 49 anos (40%), que concluiu a escolaridade até ao secundário ou menos (35%), ainda assim a percentagem de quem está na universidade não é muito inferior (32%) e, as pessoas de cor de pele branca são aquelas que mais usam o *Facebook* (65%); no *Instagram*, o maior consumidor é novamente o sexo feminino (60%), a faixa etária é dos 18 aos 29 anos (82%), a escolaridade é daqueles que têm algum ensino superior (36%), as pessoas de cor de pele negra são as maiores consumidoras (68%).<sup>6</sup>

No estudo da Reuters “Reuters Institute News Report 2017” é afirmado que são os jovens quem mais consomem notícias no *online* e nas redes sociais, sabendo que 64% têm idades compreendidas entre os 18 e os 24 anos (Newman, 2017: 10/11). Cerca de 23% dos entrevistados do estudo, afirmaram discutir e partilhar notícias em mais do que uma aplicação de comunicação (Newman, 2017: 12/13). Tendo em consideração os dois últimos estudos anunciados, compreende-se que as redes sociais têm uma grande importância no consumo noticioso, com maior enfoque na faixa etária jovem, pois é nas redes sociais que recolhem as informações.

Não são apenas os governos e comunicadores que sabem do grande crescimento dos *media* sociais, e que usam esta ferramenta para espalhar as suas ideias e opiniões a públicos mais perto e distantes geograficamente de cada sociedade, os terroristas fazem exatamente o mesmo. “Social Media in the 21st century are potentially the greater tool to activate people, either you are a government or an activist, or even a terrorist (Nodaraki, 2015: 11). A população tem a curiosidade e a necessidade de saber o que aconteceu e os terroristas respondem a esse apelo, “legal and relatively free press, radio transmitters and centers for free expression such as universities, churches and mosques (...) also add the internet, now widely used by terrorist groups” (Wilkinson, 2007: 53).

---

<sup>6</sup> Pew Research Center, 7 de setembro de 2017, “News Use Across Social Media Platforms 2017”, 20 de abril de 2018, <http://www.journalism.org/2017/09/07/news-use-across-social-media-platforms-2017/>

Os grupos terroristas têm os seus próprios *media* para influenciar os seus simpatizantes, mas também usam os *media* ocidentais para espalhar a sua palavra após os ataques cometidos por eles, “it does mean that they are continually attempting to manipulate and exploit the free media for their own ends” (Wilkinson, 2007: 55). É através de ataques terroristas que estes têm mais publicidade e conseguem chegar a outro tipo de pessoas para além da sua localização geográfica, sendo uma demonstração de poder e uma influência na Agenda Mediática e comunicação que chega à população.

Os *media* sociais são palcos perfeitos para os terroristas espalharem a sua palavra, uma vez que permite que cumpram facilmente quatro objetivos: criar o medo através da sua propaganda; mobilizar novos recrutas; desarmar governos e serviços de segurança, quando estes acreditam que conseguem impedir qualquer ataque terrorista no seu território; e angariar mais fundos para futuros ataques (Wilkinson, 2007: 36-37). Os terroristas usam os meios de comunicação para atingir os seus objetivos, seja através de *media* sociais externos, ou os seus próprios, ainda assim os meios de comunicação internacionais dão mais visibilidade e, conseqüentemente, mais poder aos grupos terroristas. Não são somente os *media* sociais que dão a conhecer um grupo terrorista às sociedades ou que possibilite que estes façam o recrutamento de novos membros, através dos jogos de vídeo isso também é possível. O paradigma dos *media*, pelo qual a guerra e o terrorismo são melhor compreendidos, é através dos jogos de vídeo, uma vez que esta evolução tecnológica não reflete apenas as guerras transmitidas na televisão, mas também um aumento da colisão dos objetivos entre os jogos usados pelos militares e os comerciais. Ambos são jogos estratégicos e de violência (Stahl, 2006: 112).

Foi em Março de 2000 que a *Foreign Exchange and Foreign Control* foi usada pela primeira vez para regular um jogo de vídeo (Stahl, 2006: 112). A PlayStation 2 da Sony tinha sido colocada no mercado, no entanto, o governo japonês classificou um dos jogos desta consola como sendo “general purpose product related to conventional weapons”, ou seja, o jogo apresenta uma representação relativamente às armas reais, apesar de existirem problemáticas relacionadas com a perceção de que os jogos de vídeo não são representativos da realidade.

Através desta confusão do que é a realidade e o que é um jogo de vídeo nasce uma nova identidade, o “cidadão-soldado virtual”, que é um cidadão que de alguma forma se

sente marginalizado pela sociedade, que se inicia num jogo virtual e é recrutado, treinado e passa a ser um soldado, sendo que estes são cidadãos pertencentes à *NetWar* – organizações terroristas ou criminais que vingam na Internet (Stahl, 2006: 113). O autor Stahl transmite que existem duas maneiras de compreender a posição do cidadão da *NetWar*: a primeira passa por todos os cidadãos serem a linha da frente da guerra “the entire social field” (Stahl, 2006: 114); a segunda passa por o cidadão não ser apenas usado como objeto para aumentar a violência física, como também ajuda no aumento da presença da polícia e de milícias. O cidadão é simultaneamente o objeto imaterial que mede o controlo “the citizen is the simultaneous object of immaterial measures of control” (Stahl, 2006: 114), sabendo que está produtivamente integrado nas “ciber-infra-estruturas” da *NetWar*, porque é cada vez mais fácil recrutar combatentes ou soldados através dos jogos de vídeo, transportando-os para a vida real de combatentes.

Pouco depois do ataque do *11 de Setembro* foi lançado o jogo *Close Combat*, em que o objetivo era matar terroristas. Um jogo que mimicou a vida real, uma vez que as pessoas sentiam-se realizadas com esse “poder” ainda que fosse virtual, mostrando como o ciclo de vida destes jogos ilustra o crescimento institucional, e a colisão entre os criadores militares e comerciais no contexto de eventos reais e atuais (Stahl, 2006: 116).

Nos dias de hoje, afirma-se que a Internet está a ser efetivamente utilizada por terroristas, traficantes, lavadores de dinheiro, entre outros, para comunicações ou recrutamentos e treinos (Korkmaz, Tuzcu, Sözer, 2014: 196). Tomando como exemplo, um género de jogo de vídeo usado para cumprimentos de objetivos de células criminosas é o *Massively Multiplayer Online Games* (MMOG), onde várias pessoas de diferentes locais do mundo podem jogar simultaneamente num mesmo servidor *online*.

Os videojogos permitem dar novas oportunidades a adultos ou jovens-adultos de criarem as suas vidas virtuais, e trabalhar sobre os seus problemas não resolvidos, criando uma vida virtual de maior sucesso. Os jogadores, especialmente aqueles com uma baixa autoestima, seguem os seus avatares de uma forma mais favorável do que a sua verdadeira personalidade (Korkmaz, Tuzcu, Sözer, 2014: 198). Nestes jogos virtuais, existem grupos criminosos organizados que exploram jogadores que podem recrutar para as suas próprias causas: o facto de os jogadores escolherem matar os inimigos dos terroristas, terem

manifestações sobre a identidade de género, são indícios importantes para perceber como são na vida real (Korkmaz, Tuzcu, Sözer, 2014: 198).

Os videojogos permitem que a comunidade de jogadores comunique através dos seus avatares, e assim estabelecem relações, comunicam e conhecem-se melhor através dos seus "eu" virtuais. Através destas relações vão permitir a criação de afeição com o amigo virtual, o que pode ser muito perigoso para as pessoas com desordens mentais que são contactadas pelos grupos terroristas (Korkmaz, Tuzcu, Sözer, 2014: 198):

“The users, especially with lower psychological well-being perceive their virtual characters as more favorable than their true personality. In the end, it is a very powerful fantasy knowing that ‘I am not limited with my history and able to create and recreate myself and my life.’” (Korkmaz, Tuzcu, Sözer, 2014: 198)

Quando os jogadores psicologicamente mais fracos são identificados, as suas tendências agressivas são testadas, fazendo uma propaganda para se radicalizarem:

“Thus, although aggression may not be a direct outcome of MMOGs, once the psychologically prone individuals are identified and approached (...), their aggressive tendencies may be put into action through political indoctrination and/or systematic radicalization.” (Korkmaz, Tuzcu, Sözer, 2014: 200)

Os videojogos permitem melhorar o tempo de reação, pensamento estratégico, entre outros componentes essenciais para melhorar o combate (Korkmaz, Tuzcu, Sözer, 2014: 200). Os jogos de vídeo são uma forma fácil e eficaz de recrutar, por estar tão perto dos cidadãos, “The MMOGs can be regarded as just a new and more effective tool for using the internet in that manner” (Korkmaz, Tuzcu, Sözer, 2014: 200).

Nas sociedades desenvolvidas, são cada vez mais as pessoas que usam as redes sociais “Taking under consideration the percentage of humanity that can access these services, and the rate in which user numbers inflate every day, one can realize that the effect on society and decision making processes is huge” (Nodaraki, 2015: 6). É muitas vezes através das suas contas sociais *online* que noticiam acontecimentos, e por isso torna-se mais difícil fazer uma separação clara da vida real com a vida virtual. Os telemóveis têm cada vez mais capacidade, permitindo que em segundos seja possível receber notificações de diversos meios de comunicação e das redes sociais e, assim, aceder à informação praticamente em tempo real.

### 3. A reação ao terrorismo através das redes sociais. O caso do *Instagram*

A 6 de Outubro de 2010 o *Instagram* começava a existir nos *iPhone's*. Uma aplicação que torna as fotografias em imagens visualmente atrativas, que seguidamente são visualizadas com outros na Internet, podendo ser simultaneamente partilhadas noutras redes sociais, como o *Facebook* ou *LinkedIn*, e uma vez identificado o local de uma fotografia publicada, no caso de interesse permite, um *repost* dessa imagem.

O procedimento desta rede social é muito simples, e para publicar fotografias no *Instagram* é necessário que seja através de um telemóvel ou *tablet*, pois a ideia original é captar imagens e publicar no imediato, sem ser necessário transferir de e para outro equipamento. No entanto, já é possível fazê-lo com outros géneros de câmaras, onde pode ficar arquivado no aparelho e mais tarde fazer a publicação através dos dois dispositivos anteriormente anunciados. Em seguida o utilizador pode criar uma legenda na imagem, localizar a mesma e partilhar diretamente na rede social e, se quiser, noutras contas associadas. A manipulação da imagem também é uma realidade, com o objetivo de a melhorar ou focar naquilo que realmente interessa, através dos filtros ou funções de edição individuais (Piza, 2012: 10).

De forma a aglomerar várias temáticas, são usadas as *hashtags*, em que estas permitem fazer a disseminação de um tópico ou palavras-chave identificativas, que servem para agregar todas as imagens com o mesmo tema, como por exemplo, *#prayforparis*, *#jesuischarlie*. Deste modo, ao colocar as *hashtags* torna-se mais simples encontrar as imagens relacionadas a um assunto.

A principal diferença entre o *Facebook* e o *Instagram*, é que este último permite uma melhor análise do conteúdo visual, através das *hashtags* e do próprio conteúdo partilhado e através de identificações, enquanto que o *Facebook* vive mais dos comentários e reações (um tipo de interação que permite reagir ao conteúdo com “Gosto”, “Adoro”, “Riso”, “Surpresa”, “Triste” ou “Ira”). Tudo o que é partilhado gera algum tipo de reação. No *Instagram* o que realmente importa é a fotografia, quanto melhor qualidade e mais chamativa for, através de filtros como a luminosidade, cor ou contraste, mais interações terá, ou seja, “The better your photos look on Instagram the more successful you will be” sabendo que, “The quality of your photos is more important on Instagram than on social

networks that are more textual” (Salomon, 2013: 410). Se uma fotografia é atrativa, são os detalhes que se adicionam na plataforma que permitem encontrá-la, através de *hashtags*, partilhas, *gostos*, comentários e localizações geográficas, permitindo encontrar a fotografia que se procura.

As redes sociais têm sido cada vez mais usadas para comunicar, obter informação e para entreter, tal como diz o “Social Media Fact Sheet” de 2019 do Pew Reserch Center. De acordo com o estudo, que tem como foco a população dos Estados Unidos da América, indicam que o *Facebook* é a plataforma mais usada com 73% e o Instagram tem vindo a ter um crescimento, estando atualmente com 37% - esta plataforma iniciou com 9% em 2012<sup>7</sup>. Em “Social Media Use in 2018” dentro da mesma plataforma, é afirmado que os americanos usam mais o *Facebook* e o *YouTube*, mas os jovens e jovens adultos são os maiores utilizadores do *Snapchat* e do *Instagram*<sup>8</sup>.

No estudo “Instagram, Vine and the evolution of social media” de 2013, da mesma plataforma, é referido que em maio de 2013, 56% dos americanos possuíam um *smartphone*<sup>9</sup>. Este é um dado interessante, tal como foi referido, o *Instagram* foi uma plataforma desenhada para ser usada na totalidade no telemóvel – as exigências da vida são outras, por isso esta rede social está mais flexível e integrada com o desenvolvimento da sociedade. Como existe uma maior facilidade para uma pessoa ter um *smartphone*, cada um está à distância de um “clique” para captar uma imagem e publicá-la no Instagram.

No estudo realizado em agosto de 2019, “In Emerging Economies, Smartphone and Social Media Users Have Broader Social Networks”, são analisadas as relações interpessoais daqueles que têm um *smartphone*, comparativamente com aqueles que não têm. As pessoas que utilizam estes dispositivos tecnológicos interagem com pessoas pertencentes a diferentes grupos religiosos do que aquelas que não têm acesso a telemóveis tão sofisticados. Citando como exemplo, 46% da população da Tunísia interage com pessoas de outros grupos religiosos, comparativamente com os 29% que não têm acesso a

---

<sup>7</sup> Pew Research Center, 12 de junho de 2019, “Social Media Fact Sheet”, 15 de dezembro de 2019, <https://www.pewresearch.org/internet/fact-sheet/social-media/>

<sup>8</sup> Pew Research Center, 1 de março de 2018, “Social Media Use in 2018”, 15 de dezembro de 2019, <https://www.pewresearch.org/internet/2018/03/01/social-media-use-in-2018/>

<sup>9</sup> Pew Research Center, 20 de junho de 2013, “Instagram, Vine and the evolution of social media”, 13 de dezembro de 2019, <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2013/06/20/instagram-vine-and-the-evolution-of-social-media/>

um *smartphone*, logo não têm essa facilidade inter-relacional.<sup>10</sup> Desta maneira, é permitida e é facilitada uma interação, até mesmo aos níveis políticos, raciais ou mesmo éticos – permitindo uma relação interpessoal com pessoas de diferentes realidades.

O digital não traz apenas pontos favoráveis às relações humanas, também tem momentos negativos. Mark Glaser, diretor e fundador executivo da MediaShift, afirma:

“(smartphones, computadores e tablets) They are central to communication and entertainment. Because they are always on and always there, it becomes much easier to spend time on our own, in our own world on the devices. The smartphones especially have a way of siloing us off from each other. It takes extra effort to take a few hours, or a day, away from them.”<sup>11</sup>

Ao cruzar-se as ideias destes estudos percebe-se que as plataformas digitais são atrativas, permitem a comunicação com pessoas de diferentes realidades, o que conduz à facilidade de contactar e ser contactado por outras pessoas, e no limite por membros integrantes de grupos terroristas. Considera-se que existe uma facilidade cada vez maior para se comunicar com qualquer pessoa, de qualquer parte do mundo, fazendo com que os grupos terroristas consigam também partilhar as suas experiências e coordenar ações através de plataformas digitais, mas também pelas vias mais tradicionais (Nazala, 2018: 4).

De acordo com o estudo “Which social media platforms are most popular”, e tendo em consideração que os valores de percentagem têm a ver com a população residente nos Estados Unidos da América, conclui-se que as três plataformas digitais e sociais mais usadas em 2019 são: o *Youtube* (73%), o *Facebook* (69%) e o *Instagram* (37%), respetivamente, sendo que em 2012 o *Facebook* tinha 54% e o *Instagram* 9%, não há dados do *Youtube*<sup>12</sup>. Demonstra que estas plataformas fazem parte da rotina, tendo em

---

<sup>10</sup> Pew Research Center, 22 de agosto de 2019, “In Emerging Economies, Smartphone and Social Media Users Have Broader Social Networks”, 13 de dezembro de 2019, <https://www.pewresearch.org/internet/2019/08/22/in-emerging-economies-smartphone-and-social-media-users-have-broader-social-networks/>

<sup>11</sup> Pew Research Center, 3 de julho de 2018, “2. The negatives of digital life”, 13 de dezembro de 2019, <https://www.pewresearch.org/internet/2018/07/03/the-negatives-of-digital-life/>

<sup>12</sup> Pew Research Center, 11 de janeiro de 2017, “Which social media platforms are most popular”, 13 de dezembro de 2019, <https://www.pewresearch.org/internet/chart/which-social-media-platforms-are-most-popular/>

consideração a comparação de utilização destas plataformas desde o ano 2012 ao ano 2019, tal como está apresentado no mesmo estudo, pelo que permite que várias pessoas comuniquem. Os grupos terroristas percebem quais são as melhores plataformas para recrutar e comunicar com futuros soldados, devido há proximidade e entendimento das sociedades ocidentais (Weiss e Hassan, 2016: 200).

No entanto, as redes sociais não são usadas só para recrutamento, aquando de desastres naturais e ataques terroristas, as redes sociais funcionam muitas vezes para anunciar se a pessoa foi uma das vítimas ou partilhar o que aconteceu. Estas plataformas têm um impacto na perceção do nível da crise, por exemplo, o *Facebook* permite que a pessoa partilhe se sobreviveu e se está segura; o *Instagram* dá para o fazer publicando uma fotografia – testemunhando um momento “There has been much attention to the use of blogs as an emergence public relations tool” (Sweerser, Etzgar, 2007: 01), fazendo com que as publicações mostrem um testemunho humano e pessoal, criando assim uma maior relação com as pessoas. O *Instagram* é, por isso, uma rede social complexa, servindo como um centro de arquivos que permite chegar a um evento específico e perceber que fotografias foram publicadas ou partilhadas aquando daquela situação, utilizando no motor de buscar as *hashtags* ou localizações geográficas. O *Instagram* é mais do que uma aplicação, pode ser considerado um diário digital público, tendo em consideração o formato diário ou até mesmo agenda – por ser possível ver em que data a publicação foi feita.

Esta dissertação intitulada “Como é que os ataques terroristas na Europa são representados no *Instagram*?” baseou-se num estudo referente à rede social Twitter – “Reactions of Dutch Twitter users to terrorist attacks happening psychologically close by or far away”, em que Steffi Menten quis perceber a influência geográfica de um ataque terrorista na população holandesa. Com base neste trabalho de investigação, no capítulo seguinte será realizada a análise empírica deste estudo.

Afirma-se no estudo “Determinants of customers' intentions to use hedonic networks: The case of Instagram” que na era digital em que se vive atualmente, cerca de metade da população mundial com 3.6 mil milhões são utilizadores da Internet e que correspondem a dados de 2016, sabendo que usam esta plataforma para comunicar e partilhar informação (Hadhri, Mezrani, Nedra, 2018: 01). As redes sociais são como uma

revolução tecnológica, uma vez que criaram uma maior oportunidade para as pessoas terem o poder de expressarem as suas opiniões, podem partilhar as suas visões, pensamentos/ideias imediatos e experiências com os que os seguem no *Instagram* e outras plataformas *online*. As redes sociais fizeram com que os utilizadores da Internet tivessem o poder de participar nas comunidades digitais, assim como a oportunidade de representar, documentar e explorar os comportamentos sociais, e teve um efeito disruptivo no modo como os indivíduos consomem a Internet. A sociedade representa uma dimensão da identificação individual com um grupo, em que a pessoa sente que as suas características individuais fazem-na parte pertencente de uma comunidade (Hadhri, Mezrani, Nedra, 2018: 23). Os utilizadores do *Instagram* usam as fotografias e vídeos, para apresentarem os seus ideais assim como manter as suas relações sociais. As redes sociais permitem que os indivíduos se apresentem e se relacionem de uma forma diferente no *online* do que fariam num contexto social público (Choi, Moon, Eunji Lee, Jung-Al Lee, Sung, 2016: 01). Existem indivíduos que são muito ativos no SNS (Social Networking Sites), sendo que muitos são os narcisistas, ou seja, têm personalidades que refletem grandiosidade, uma visão de si próprios positiva e irrealista. Para além disso, têm uma maior probabilidade de criar conteúdos de autopromoção nas suas redes sociais (Choi, Moon, Eunji Lee, Jung-Al Lee, Sung, 2016: 01) e, assim, tornarem-se mais apelativos para novos recrutas.

**Parte II**  
**Componente Empírica**

# **Capítulo 3.**

## **Metodología**

Por esta altura torna-se importante recordar que o tema e os objetivos deste trabalho de investigação passam pelo entendimento e compreensão das fotografias que são publicadas no *Instagram*, após um ataque terrorista cometido na Europa. Perceber que género de fotografias são publicadas, qual é o tipo de interação que existe por parte dos seguidores e, por fim, analisar outras características destas mesmas publicações que ajudem a entender as semelhanças que as publicações têm entre si.

Esta dissertação tem como *corpus* de análise as fotografias publicadas no *Instagram* após os ataques terroristas ocorridos na Europa, a partir da data de 13 de novembro de 2015. As publicações que serão analisadas, foram dos ataques terroristas cometidos nas seguintes datas:

- 13 de novembro de 2015
- 22 de março de 2016
- 14 de julho de 2016
- 19 de dezembro de 2016
- 7 de abril de 2017
- 22 de maio de 2017
- 17 de agosto de 2017
- 15 de setembro de 2017

Na totalidade foram analisadas 106 publicações referentes às datas supramencionadas. Mais à frente, vai ser detalhado o número de publicações feito por ataque terrorista, de maneira a compreender a profundidade e relevância de cada ataque ao longo dos anos.

Optou-se por escolher apenas a rede social *Instagram* por ser uma plataforma mais focada para a publicação de imagens, e para um melhor entendimento do objetivo e compreensão da dissertação, vai-se procurar responder a duas questões de investigação:

3. Como é que as pessoas usam o *Instagram* para falarem acerca do terrorismo?
4. Que características têm as fotografias partilhadas no *Instagram* acerca dos ataques terroristas analisados?

Com estas questões de investigação procura-se perceber que género de *hashtags* usam e o porquê; qual a legenda que escolhem para descrever a fotografia; quantos *likes* a publicação teve como forma de compreender o interesse pelo registo; se houve comentários e que tipo de comentários foram feitos e, por fim, o que cada imagem selecionada e as próprias publicações representam relativamente ao contexto em que estão inseridas.

Esta investigação foi elaborada a partir da adaptação da metodologia usada por Steffi Menten num estudo realizado na Holanda em 2017, intitulado “Reactions of Dutch Twitter users to terrorist attacks happening psychologically close by or far away”. Segundo este trabalho, considera-se que é possível fazer a pesquisa de imagens utilizando dois caracteres para mais facilmente chegar às publicações: as *hashtags* (#) e arrobas (@). Menten estudou as reações psicológicas dos utilizadores holandeses no *Twitter* sobre os ataques terroristas que aconteciam geograficamente mais perto e mais longe da Holanda. A investigadora detetou que havia mais preocupação com os ataques terroristas dentro do território europeu, dando menos importância a países fora da Europa. Também procurou saber quantas fotografias foram publicadas, em que datas, quais e quantas *hashtags* foram utilizadas, para além de procurar pelas atitudes demonstradas pelos proprietários das contas no *Twitter*, classificando-as como positivo, neutro ou negativo.

Usou-se o mesmo desenho de pesquisa de Steffi Menten nesta dissertação, ainda que se tenha adaptado de maneira a adequar ao estudo em questão, que passa por entender as semelhanças que as publicações têm entre si. Assim reforça-se a importância de recolher uma boa amostra das publicações, ver em que datas foram divulgadas, as suas *hashtags*, se houve comentários e qual a atitude da publicação – neutra, positiva, negativa.

O terrorismo é um ato de violência que tem atingido a Europa de forma mais intensa nos últimos anos, ainda que seja relativamente recente, ninguém fica indiferente a este tipo de acontecimento. Como Menten também refere no seu estudo, e que ajuda a

compreender este crescimento, os europeus sentem maiores níveis de medo e uma maior relação com ataques concretizados na Europa, por existirem aproximações culturais, geográficas e de valores.

Nesse sentido, a metodologia de análise que vai ser usada neste estudo é a quantitativa. Nesta sequência, a investigação desta dissertação pretende compreender a evolução da partilha de fotografias após ataques terroristas na Europa a partir da data de 13 de novembro de 2015, encaminhando assim a uma análise de conteúdo mais próxima do nosso quotidiano e perceber cada publicação feita na conta do *Instagram*, através das seguintes linhas orientadoras para analisar cada uma das publicações:

1. Quem partilhou a imagem (*media* ou conta pessoal)?
2. As fotos foram publicadas em que datas?
3. Que *hashtags* foram usadas? 3. (1) E quantas *hashtags* foram usadas numa só publicação?
4. Que atitudes tinham na partilha da fotografia (positivo, neutro ou negativo)?
5. Os seguidores comentaram a fotografia?
6. Quantos *likes* teve?

Através destas perguntas e das leituras previamente concretizadas para a estruturação e pesquisa deste tema, poderá ser feita uma análise da imagem – ao nível de cores e objetos - e sobre a publicação em si – sobre as reações à imagem. Desta forma perceber-se-á se existem semelhanças entre as diferentes publicações.

As *hashtags* têm como função principal agrupar publicações que tenham usado essa mesma palavra-chave ou expressão. Em palestras, revoluções e outros movimentos, normalmente é usada uma *hashtag* que representa o evento, tornando mais fácil encontrar conteúdos correlacionados. Ao colocar a *hashtag*, todas as imagens que tenham usado a mesma identificação, irão aparecer conjuntamente numa lista (Piza, 2012: 12).

Aquando de ataques terroristas é habitual ver uma onda de solidariedade nas redes sociais, em que tudo começa quando alguém publica um texto ou uma imagem e coloca uma *hashtag*, e em seguida outras pessoas fazem o mesmo. Deste modo, ao criar uma *hashtag*, inicia-se uma espécie de movimento no *Instagram*, como aconteceu com os casos *#jesuischarlie* e *#prayforparis*, pois através destas *hashtags*, a memória remete para o ataque terrorista contra o jornal satírico Charlie Hebdo. De certa forma, pode ser visto como um memorial *online*, onde as pessoas não deixam de expressar os seus sentimentos e emoções, especialmente quando o fazem através da internet.

Com este memorial *online* é possível acompanhar as *hashtags* usadas e assim chegar a diferentes publicações. Geralmente usam as palavras *#pray* ou *#jesuis* sempre seguidas do nome do espaço ou cidade onde aconteceu o ataque terrorista, sendo por isso possível acompanhar este acontecimento durante dias, seja de maneira a partilhar mais sobre o ataque, mostrar solidariedade com os sobreviventes, ou até expor que são contra estes ataques.

Esta investigação vai procurar compreender como é que os ataques terroristas na Europa são representados nas redes sociais, focando-se unicamente no *Instagram*, com o intuito de perceber se tem havido alguma diferenciação das publicações desde o ataque realizado na sala de espetáculos do Bataclan (Paris – França), até ao mais recente ataque à estação de metro de Parsons Green (Londres – Reino Unido). Para além disso, procura-se compreender se houve alguma evolução na interpretação, ou seja, se as imagens são mais agressivas para o olhar do espectador, e se as mensagens partilhadas nas redes sociais têm uma condução mais agressiva ou pacífica.

As motivações que levam ao uso da Internet têm evoluído ao longo dos anos, sabendo-se que é usado cada vez mais para as pessoas se expressarem, e quando ocorrem ataques terroristas não é exceção, não só porque querem mostrar que estiveram ali, que sentiram alguma coisa sobre esta situação, que têm uma ligação com o acontecimento e, principalmente, que apoiam e estão solidários por um mundo melhor, ou neste caso, por uma Europa melhor.

## **1. Período temporal de análise**

De maneira a permitir um estudo mais focado, optou-se por analisar os ataques terroristas realizados na Europa a partir da data de 13 de novembro de 2015, dia que ficou lembrado com o ataque na sala de espetáculos do Bataclan, na noite do concerto dos *Eagles of Death Metal*. Devido à falta de publicações no *Instagram* de datas de ataques anteriores, o 13 de novembro de 2015 foi escolhido para ser a primeira data de um ato terrorista a ser analisada, no entanto, devido às muitas partilhas feitas após a noite do ataque, só foi possível iniciar a análise relativa a este a partir da data de 21 de novembro de 2015, utilizando as *hashtags*, #prayforparis, #bataclan, #jesuisparis e #13novembre2015 para filtrar melhor os conteúdos deste acontecimento. Antes dessa data é possível encontrar fotografias de concertos, desenhos, entre outros, mas por não estarem relacionados com o tema não foram considerados nesta análise, nomeadamente por ser a primeira data (21 de novembro de 2015) em que é possível encontrar imagens diretamente associadas ao ataque terrorista.

Para a investigação foram analisadas 106 publicações feitas na rede social *Instagram*. No entanto, faz sentido deixar indicado que os ataques em análise não foram os únicos ataques terroristas efetuados na Europa durante este período temporal. Durante este tempo, há registos de mais seis ataques, que não estão referidos nem serão analisados neste estudo, uma vez que não foram encontradas quaisquer publicações no *Instagram*. No entanto, considera-se fundamental e pertinente deixar uma breve explicação de cada um desses ataques terroristas:

- A 28 de junho de 2016 na Turquia, três bombistas suicidas invadiram o aeroporto de Istambul, em que dois deles fizeram-se explodir na área de controlo de segurança. O terceiro fez-se explodir no parque de estacionamento do aeroporto.<sup>13</sup>
- Na Alemanha a 18 de julho de 2016, um rapaz afegão de 18 anos atacou os passageiros que estavam num comboio com um machado e uma faca, gritando “Deus é grande”. O jovem estava na Alemanha sem família.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Diário de Notícias, 28 de junho de 2016, “O testemunho da sobrevivente do Bataclan. ‘Fingi estar morta durante mais de uma hora’”, 21 de março de 2018, <https://www.dn.pt/mundo/interior/duas-explosoes-em-aeroporto-turco-varias-pessoas-ficaram-feridas-5254849.html>

- A 27 de julho de 2016 um padre foi degolado em França, dois homens armados entraram numa igreja durante a hora da missa. Um dos terroristas usava pulseira eletrónica, depois de ter saído da prisão em liberdade condicional por tentar entrar na Síria e estar associado ao terrorismo.<sup>15</sup>
- Em França, a 3 de fevereiro de 2017, uma tentativa de ataque terrorista no Museu do Louvre realizada por um egípcio com duas facas de mato, feriu sem gravidade um militar, não houve registos de outros feridos ou fatalidades.<sup>16</sup>
- A 18 de março de 2017, novamente em França, no aeroporto de Orly um homem roubou a arma a um militar, mas rapidamente a situação ficou controlada. Antes de se dirigir para o aeroporto, o homem parisiense já tinha matado um polícia quando este o mandou parar numa operação STOP.<sup>17</sup>
- Em Inglaterra a 22 de março de 2017, um ataque foi realizado desde a ponte de Westminster até ao Parlamento britânico. Na ponte o terrorista atropelou diversas pessoas com uma viatura ligeira e junto ao Palácio atacou um polícia.<sup>18</sup>

Olhando para estes ataques, e aqueles que vamos analisar profundamente no próximo capítulo, é possível verificar que foram anos difíceis em relação ao terrorismo na Europa. Por esse motivo, a vontade em estudar e compreender as imagens que são partilhadas pelos utilizadores do *Instagram*, com o intuito de apreender quais as características que estes registos visuais têm, e as eventuais razões que possam ter levado as pessoas a publicá-las nesta rede social.

---

<sup>14</sup> Público, 25 de julho de 2016, “Segundo ataque com o cunho do Estado Islâmico alarma a Alemanha”, 21 de março de 2018, <https://www.publico.pt/2016/07/25/mundo/noticia/sirio-fazse-explodir-e-fere-12-pessoas-numa-cidade-da-baviera-1739317>

<sup>15</sup> Diário de Notícias, 27 de julho de 2016, “Estado Islâmico ataca dentro de uma igreja. França ameaça ripostar”, 21 de março de 2018, <https://www.dn.pt/mundo/interior/estado-islamico-ataca-dentro-de-uma-igreja-franca-ameaca-ripostar-5307267.html>

<sup>16</sup> Diário de Notícias, 03 de fevereiro de 2017, “Sangue-frio de quatro militares evitou ataque terrorista no Louvre, 2017”, 21 de março de 2018, <https://www.dn.pt/mundo/interior/sangue-frio-de-quatro-militares-evitou-ataque-terrorista-no-louvre-5647411.html>

<sup>17</sup> Público, 18 de março de 2017, “Ataque em Orly traz ameaça terrorista de novo para a campanha francesa”, 21 de março de 2018, <https://www.publico.pt/2017/03/18/mundo/noticia/ataque-em-orly-traz-terrorismo-de-novo-para-a-campanha-francesa-1765711>

<sup>18</sup> Diário de Notícias, 22 de março de 2017, “Atentado em Londres: número de mortos sobe para cinco. 40 feridos”, 21 de março de 2018, <https://www.dn.pt/mundo/interior/tiroteio-dezenas-de-feridos-em-parlamento-ingles-5741744.html>

## **Capítulo 4.**

### **Análise das imagens compartilhadas no *Instagram***

Neste capítulo trabalhou-se na análise de diversas publicações recolhidas no *Instagram*, feitas no dia do ataque e dos dias que se seguiram. Para uma melhor organização da análise e do estudo empírico, vai-se optar por associar uma palavra-chave a cada ataque terrorista, utilizando o nome do local onde ocorreu, a título de exemplo, os ataques do dia 13 de novembro de 2015 são lembrados como “Bataclan”. A estruturação desta análise vai passar pela desfragmentação de todas as imagens selecionadas relativamente ao ataque terrorista correspondente, e será colocada a data do ataque terrorista junto ao local para ajudar a posicionar este ataque no tempo, por exemplo “13 de novembro de 2015 – Bataclan”.

Tendo em conta as linhas de pesquisa e para uma melhor leitura das mesmas, foi criada uma tabela relativa a cada ataque terrorista que resume todas as publicações encontradas no *Instagram*, para mais detalhe é possível encontrar nos anexos (a partir do anexo da Figura 46) tabelas mais completas referentes a cada publicação e das imagens. Seguiu-se uma organização baseada pela ordem cronológica, sendo que o ataque terrorista mais antigo, aqui analisado, aconteceu a 13 de novembro de 2015 ao mais recente que ocorreu a 15 de setembro de 2017. Logo de seguida estão as fotografias do mesmo ataque identificadas como “Partilha” e, as tabelas correspondentes com a identificação de cada publicação como “Tabela”. Este processo repete-se em todos os ataques terroristas em análise. Ao organizar os ataques e as publicações correspondentes em tabelas-resumo ou tabelas mais completas, vai permitir compreender os comportamentos, motivações e conteúdos publicados pelos autores dos registos, nomeadamente através da forma como divulgam as imagens e a sua eventual edição, bem como o tipo de legendas e *hashtags* utilizados.

Para além disso, e como forma de enquadrar o que se vai analisar, torna-se importante explicar os sentimentos e como vão ser interpretados neste estudo, em que o “Positivo” é considerado aquele em que o utilizador demonstra esperança; o “Neutro” é aquele que comenta ou descreve os factos e que não demonstra sentimentos de ódio ou de adoração; já o “Negativo” é aquele que apresenta na sua legenda sentimentos de ódio independentemente de quem seja.

- **13 de novembro de 2015 – Bataclan**

A 13 de novembro de 2015 aconteceram uma série de atentados levados a cabo em Paris, onde ocorreram três explosões distintas e seis fuzilamentos em massa, em cafés, restaurantes, no exterior do estádio de França e no Bataclan, contabilizando um total de 130 mortos e ferindo mais de 350 pessoas<sup>19</sup> – sabendo que este último foi o local onde morreram mais pessoas, o que motivou que fosse a referência mais utilizada e lembrada.

1. Quem partilhou a imagem?								
Media	Individual							
3	27							

2. As fotos foram publicadas em que datas?			
Novembro	Dezembro	2016	2017
3	3	18	6

3. Que hashtags foram usadas?	
#paris #prayforparis #bataclan	#jesuisparis #13novembre2015

3. (1) Quantas hashtags foram usadas numa só publicação?								
Partilha 1	Partilha 2	Partilha 3	Partilha 4	Partilha 5	Partilha 6	Partilha 7	Partilha 8	Partilha 9
15	7	3	3	5	5	8	18	17
Partilha 10	Partilha 11	Partilha 12	Partilha 13	Partilha 14	Partilha 15	Partilha 16	Partilha 17	Partilha 18
8	3	2	2	5	5	3	14	4
Partilha 19	Partilha 20	Partilha 21	Partilha 22	Partilha 23	Partilha 24	Partilha 25	Partilha 26	Partilha 27
27	8	13	23	3	12	4	17	21
Partilha 28	Partilha 29	Partilha 30						
6	29	5						

4. Que atitudes tinham na partilha da fotografia?		
Positivo	Neutro	Negativo
6	21	3

5. Os seguidores comentaram a fotografia?	
Sim	Não
8	12

6. Quantos likes teve?								
Partilha 1	Partilha 2	Partilha 3	Partilha 4	Partilha 5	Partilha 6	Partilha 7	Partilha 8	Partilha 9
92	50	7	10	11	46	14	27	21
Partilha 10	Partilha 11	Partilha 12	Partilha 13	Partilha 14	Partilha 15	Partilha 16	Partilha 17	Partilha 18
33	22	54	49	47	27	11	25	36
Partilha 19	Partilha 20	Partilha 21	Partilha 22	Partilha 23	Partilha 24	Partilha 25	Partilha 26	Partilha 27
56	36	22	75	7	16	40	100	53
Partilha 28	Partilha 29	Partilha 30						
77	285	19						

**Figura 1 - Tabela Bataclan**

<sup>19</sup> Observador, 21 de outubro de 2019, “Terminou investigação judicial aos atentados de 2015 em Paris”, 3 de fevereiro de 2020, <https://observador.pt/2019/10/21/terminou-investigacao-judicial-aos-atentados-de-2015-em-paris/>



*#13novembre2015*. Na segunda parte da mesma questão é possível verificar a quantidade de *hashtags* que foram usadas numa só publicação, onde se verifica que a Partilha 19 (publicada a 14 de novembro de 2016) fez a identificação de 27 *hashtags*.

Quanto à quarta questão, foi feita uma análise relativamente ao sentimento do conteúdo, em que se teve em consideração a legenda e não as *hashtags* que o próprio proprietário da conta tenha utilizado. Com base nas considerações para a análise do sentimento das publicações, e no caso destas publicações encontradas no *Instagram*, houve 6 positivos, 21 neutros e 3 negativos.

Em relação à reação das pessoas aos conteúdos, percebe-se que num universo de 30 partilhas sobre o ataque feito a 13 de novembro de 2015, só 8 imagens foram comentadas pelos seguidores. Relativamente aos *likes*, acabou por ter uma maior adesão, provavelmente pela facilidade desta interação, contanto com valores como 22, 92 ou 285 *likes*, sabendo que o valor mais baixo foi de 7 *likes*.

Relativamente ao tipo de conteúdos das imagens, houve muita variedade destacando-se memoriais na sua maioria (Partilha 5), edifícios (Partilha 8), caricaturas (Partilha 17), eventos (Partilha 19), sangue (Partilha 21), emoções (Partilha 25) e morte (Partilha 26).

- **22 de março de 2016 – Aeroporto de Bruxelas**

A 22 de março de 2016 o aeroporto de Bruxelas sofreu dois ataques terroristas, um no aeroporto e outro na estação de metro do mesmo, causando a morte a 32 pessoas.<sup>20</sup> Relacionado com este evento, contaram-se 11 publicações no *Instagram*.

1. Quem partilhou a imagem?	
Media	Individual
0	11

2. As fotos foram publicadas em que datas?			
No mês	Mês seguinte	Maio	2017
1	6	3	1

3. Que hashtags foram usadas?
#prayforbruxelles
#bruxelles
#brussels

3. (1) Quantas hashtags foram usadas numa só publicação?								
Partilha 1	Partilha 2	Partilha 3	Partilha 4	Partilha 5	Partilha 6	Partilha 7	Partilha 8	Partilha 9
6	22	3	1	13	6	1	1	18
Partilha 10	Partilha 11							
20	4							

4. Que atitudes tinham na partilha da fotografia?		
Positivo	Neutro	Negativo
3	8	0

5. Os seguidores comentaram a fotografia?	
Sim	Não
0	11

6. Quantos likes teve?								
Partilha 1	Partilha 2	Partilha 3	Partilha 4	Partilha 5	Partilha 6	Partilha 7	Partilha 8	Partilha 9
123	121	9	12	27	11	12	51	11
Partilha 10	Partilha 11							
12	83							

**Figura 3 – Tabela Aeroporto Bruxelas**

<sup>20</sup> Observador, 16 de abril de 2016, “Aeroporto de Bruxelas 100% operacional a partir de junho”, 3 de fevereiro de 2020, <https://observador.pt/2016/04/16/aeroporto-bruxelas-100-operacional-partir-junho/>



- **14 de julho de 2016 – Nice**

Por volta das 22h30, hora local, um camião entrou na Promenade des Anglais onde se encontravam várias pessoas para assistirem ao fogo-de-artifício do Dia da Bastilha. Deste ataque morreram 86 pessoas e outras 206 ficaram feridas<sup>21</sup>. Em relação às publicações, foram recolhidas 13 partilhas sobre este ataque.

1. Quem partilhou a imagem?									
Media	Individual								
0	13								

2. As fotos foram publicadas em que datas?		
1º mês	2016	2017
11	1	1

3. Que hashtags foram usadas?
#jesuisnice
#prayfornice

3. (1) Quantas hashtags foram usadas numa só publicação?									
Partilha 1	Partilha 2	Partilha 3	Partilha 4	Partilha 5	Partilha 6	Partilha 7	Partilha 8	Partilha 9	Partilha 10
6	4	1	1	7	6	1	2	13	
Partilha 10	Partilha 11	Partilha 12	Partilha 13						
2	22	3	9						

4. Que atitudes tinham na partilha da fotografia?			
Positivo	Neutro	Negativo	
2	9	2	

5. Os seguidores comentaram a fotografia?	
Sim	Não
3	10

6. Quantos likes teve?									
Partilha 1	Partilha 2	Partilha 3	Partilha 4	Partilha 5	Partilha 6	Partilha 7	Partilha 8	Partilha 9	Partilha 10
20	92	62	27	14	6	24	13	17	
Partilha 10	Partilha 11	Partilha 12	Partilha 13						
49	273	37	29						

**Figura 5 - Tabela Nice**

<sup>21</sup> Jornal de Notícias, 14 de julho de 2017, “Nice homenageia 86 mortos do atentado terrorista de 2016”, 3 de fevereiro de 2020, <https://www.jn.pt/mundo/nice-homenageia-86-mortos-do-atentado-terrorista-de-2016-9594185.html>

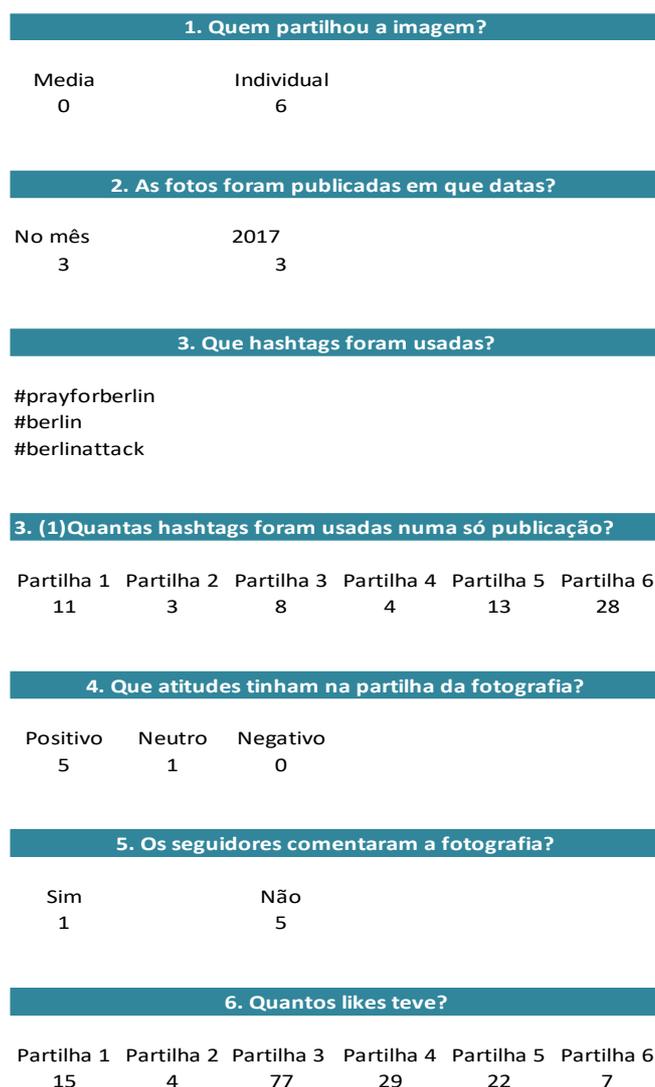
Neste ataque terrorista há uma amostra de 13 partilhas em que todas elas são originárias de contas pessoais. Durante o mês do ato terrorista, tem-se uma amostra de 11 publicações, sendo que nos anos de 2016 e 2017 também houve publicações referentes ao mesmo ataque terrorista.

Destacam-se duas *hashtags* como as mais usadas nestas publicações: *#jesuisnice* e *#prayfornice*. Quanto à quantificação de *hashtags* usadas, o mínimo foi 1 e o máximo 22. Em resumo, nas publicações representativas não foram muitas as *hashtags* usadas.

Quanto às atitudes apresentadas na partilha da fotografia, existem 2 positivas, 9 neutras e 2 negativas, houve um total de 3 comentários. Sobre os *likes*, o número mínimo foi 6 e o máximo foi 273. Nas imagens partilhadas, denotam-se vários tipos de interpretações, passando da captação da imagem do veículo usado no ataque terrorista (Partilha 1), uma caricatura que apresenta a *hashtag* usada para exprimir os sentimentos e emoções causados pelo ataque terrorista (Partilha 2), a humanidade e sinceridade em uma criança a entregar um papel à agente da polícia (Partilha 3), a morte (Partilha 4) e o memorial (Partilha 6).

- **19 de dezembro de 2016 – Alemanha**

A Feira de Natal de Berlim foi alvo de um ataque terrorista a 19 de dezembro de 2016. Um camião foi usado como arma do ataque entrando no espaço onde estava a decorrer o evento, onde resultaram 12 mortes.<sup>22</sup> No total, e relacionados com este acontecimento, foram recolhidas 6 publicações.



**Figura 6 - Tabela Alemanha**

<sup>22</sup> Jornal de Notícias, 7 de abril de 2017, “Os atentados na Europa desde 2004”, 3 de fevereiro de 2020, <https://www.jn.pt/mundo/cronologia-atentados-na-europa-atribuidos-aos-movimentos-islamitas-5089588.html>

De todas as publicações, houve 3 partilhas durante o mês em que o ataque foi realizado e, outras 3 publicações aconteceram em 2017. Estes números são representativos da recolha feita. Sobre as *hashtags* mais usadas nestas publicações foram: *#prayforberlin*, *#berlin*, *#berlinattack*. O número de *hashtags* usadas em cada uma destas publicações é maioritariamente baixo: 3, 4, 8, 11, 13 e o número mais elevado é de 28.

Quanto às atitudes na partilha da fotografia, houve 5 positivas, 1 neutra e nenhuma negativa. No universo de 6 publicações, apenas uma obteve comentários. Quanto ao número de *likes*, vai desde os 4 aos 77, mas mais uma vez, pode-se considerar que não obtiveram muitos *likes*. Nestas publicações é possível ver, mais uma vez, o veículo usado como arma no ataque (Partilha 1), a morte (Partilha 2), o memorial (Partilha 3) e, as equipas de socorro (Partilha 6).

- **22 de março de 2017 – Westminster e Parlamento**

Um ataque terrorista foi efetuado junto ao Parlamento em Londres, a 22 de março de 2017, de onde resultaram 6 vítimas mortais<sup>23</sup>, incluindo o próprio atacante.

1. Quem partilhou a imagem?		
Media	Individual	
0	2	

2. As fotos foram publicadas em que datas?	
No dia	
2	

3. Que hashtags foram usadas?
#prayforwestminstter

3. (1) Quantas hashtags foram usadas numa só publicação?	
Partilha 1	Partilha 2
2	3

4. Que atitudes tinham na partilha da fotografia?		
Positivo	Neutro	Negativo
0	2	0

5. Os seguidores comentaram a fotografia?	
Sim	Não
0	2

6. Quantos likes teve?	
Partilha 1	Partilha 2
351	16

**Figura 7 - Tabela Westminster e Parlamento**

<sup>23</sup> Jornal de Notícias, 7 de abril de 2017, “Os atentados na Europa desde 2004”, 3 de fevereiro de 2020, <https://www.jn.pt/mundo/cronologia-atentados-na-europa-atribuidos-aos-movimentos-islamitas-5089588.html>

No total contou-se com 2 publicações, ambas de contas pessoais e partilhadas no *Instagram* no próprio dia. A *hashtag* principal que foi usada foi, *#prayforwestminster*. Na primeira Partilha, duas *hashtags* foram usadas e, na Partilha 2, outras 3 foram usadas. Nenhuma das publicações obteve comentários. Quanto aos *likes*, 351 na Partilha 1 e, 16 na Partilha 2. Nestas duas fotografias, na Partilha 1 é possível observar a força da autoridade no perímetro reservado; na Partilha 2, é a captação do momento em que conseguiram imobilizar o terrorista. Só neste ataque terrorista é que foi possível ver este comportamento da captura do terrorista.

- **7 de abril de 2017 – Estocolmo**

Numa rua pedonal em Estocolmo a 7 de abril de 2017, um homem avançou com um camião, causando a morte a 4 pessoas<sup>24</sup>. Relacionado com este ataque terrorista, foram recolhidas 17 publicações, todas de contas pessoais.

1. Quem partilhou a imagem?	
Media	Individual
0	17

2. As fotos foram publicadas em que datas?	
1º mês	2º mês
15	2

3. Que hashtags foram usadas?
#PrayforSweden
#Prayfotheworld
#PrayForStockolm

3. (1) Quantas <i>hashtags</i> foram usadas numa só publicação?									
Partilha 1	Partilha 2	Partilha 3	Partilha 4	Partilha 5	Partilha 6	Partilha 7	Partilha 8	Partilha 9	
2	3	2	9	1	6	4	6	3	
Partilha 10	Partilha 11	Partilha 12	Partilha 13	Partilha 14	Partilha 15	Partilha 16	Partilha 17		
13	13	3	15	10	1	2	4		

4. Que atitudes tinham na partilha da fotografia?		
Positivo	Neutro	Negativo
5	12	0

5. Os seguidores comentaram a fotografia?	
Sim	Não
7	10

6. Quantos <i>likes</i> teve?								
Partilha 1	Partilha 2	Partilha 3	Partilha 4	Partilha 5	Partilha 6	Partilha 7	Partilha 8	Partilha 9
34	14	96	21	18	43	8	73	110
Partilha 10	Partilha 11	Partilha 12	Partilha 13	Partilha 14	Partilha 15	Partilha 16	Partilha 17	
41	17	30	288	105	13	38	25	

**Figura 8 - Tabela Estocolmo**

No mês do ataque terrorista foram publicadas 15 imagens e 2 no mês seguinte. Na recolha das publicações, confirmou-se a utilização de três *hashtags*: #PrayforSweden,

<sup>24</sup> Jornal de Notícias, 7 de abril de 2017, “Os atentados na Europa desde 2004”, 3 de fevereiro de 2020, <https://www.jn.pt/mundo/cronologia-atentados-na-europa-atribuidos-aos-movimentos-islamitas-5089588.html>

#Prayfortheworld e #PrayForStockolm. Quanto ao número de *hashtags*, o mínimo foi 1 e o máximo foi 15.

As atitudes recolhidas na partilha das fotografias passam por 0 no círculo negativo, 5 positivas e 12 no neutro. A maioria dos seguidores nesta recolha de publicações não comentou a fotografia, contrariamente às outras 7 publicações que tiveram comentários dos seguidores. Quanto aos *likes* obtidos, todas as Partilhas aqui representadas tiveram *likes*, desde 8 a 288.

Nas publicações feitas em relação a este ataque terrorista, são na sua maioria relativas à morte, como são os casos: Partilha 3, Partilha 4, Partilha 7, Partilha 11. Em nenhum dos outros casos – de recolha de imagens referentes aos ataques terroristas - existem tantas imagens que evidenciem a morte. Com a

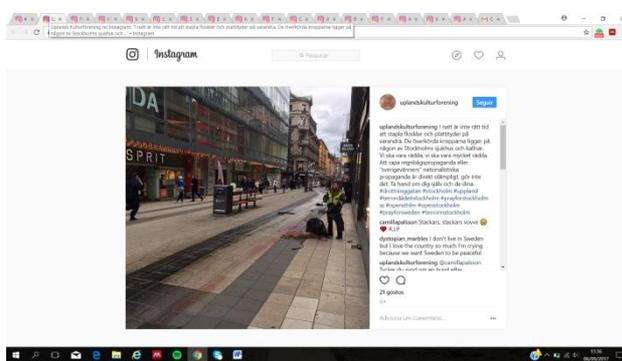


Figura 9 - Partilha 1

frequência e incidência dos ataques terroristas na União Europeia, as suas sociedades estão mais expostas a imagens que representem a morte. No entanto, na Partilha 1, representada em cima, é uma morte diferente, pois é possível ver um cão deitado ao lado de uma mancha de sangue, em que a parte da frente do seu corpo está tapada. Normalmente o que se vê são pessoas tapadas, em que às vezes se veem os pés ou as mãos, neste caso, devido ao ângulo da fotografia consegue-se ver o cão pela totalidade, o que choca é ver a morte assim tão evidente. Nestas publicações é possível ver a rua do atentado (Partilha 1), memorial (Partilha 2), a morte (Partilha 3), viaturas de emergência (Partilha 5), ruas fechadas (Partilha 9) medo e entreatajuda (Partilha 10).

- **22 de maio de 2017 – Ariana Grande**

Um homem fez-se explodir no pavilhão onde a cantora Ariana Grande atuava em Manchester, causando a morte a 22 pessoas<sup>25</sup>. Não foram encontradas publicações durante esse concerto, mas sim do concerto de angariação de fundos que contou com a presença de vários artistas musicais.

1. Quem partilhou a imagem?		
Media	Individual	
0	3	

2. As fotos foram publicadas em que datas?	
Julho	Agosto
1	2

3. Que hashtags foram usadas?
#prayformanchester

3. (1) Quantas hashtags foram usadas numa só publicação?		
Partilha 1	Partilha 2	Partilha 3
5	3	4

4. Que atitudes tinham na partilha da fotografia?		
Positivo	Neutro	Negativo
1	2	0

5. Os seguidores comentaram a fotografia?	
Sim	Não
1	2

6. Quantos likes teve?		
Partilha 1	Partilha 2	Partilha 3
6	28	29

**Figura 10 - Tabela Ariana Grande**

Foram

recolhidas

3

<sup>25</sup> Observador, 22 de maio de 2017, “Os atentados na Europa desde 2004”, 3 de fevereiro de 2020, <https://observador.pt/2017/05/22/explosoes-num-concerto-de-ariana-grande-levam-a-evacuacao-na-manchester-arena/>

Partilhas, em que a *hashtag* mais usada foi *#prayformanchester*. O número de *hashtags* usadas em cada uma das três publicações é equilibrada, 5 na Partilha 1, 3 na Partilha 2 e 4 na Partilha 3. Em duas das publicações o utilizador teve uma atitude mais neutra quanto à imagem e 1 foi positivo. Só uma publicação teve comentários, quanto aos *likes*, há uma discrepância em que a Partilha 1 teve apenas 6 *likes* e as Partilhas 2 e 3 tiveram 28 e 29 *likes* respetivamente.

É interessante reparar que estas publicações referem-se a um memorial e a um concerto solidário em homenagem às vítimas do atentado terrorista. Os que publicaram estas imagens tiveram a preocupação de mostrar como as pessoas se unem em momentos como estes, que algo mais pode ser feito para além do memorial físico.

- **17 de agosto de 2017 – Las Ramblas**

Foi nas Ramblas, no centro de Barcelona a 17 de agosto de 2017, que um camião atropelou diversas pessoas, causando a morte a 13 delas<sup>26</sup>. No total, foram contabilizadas 17 Partilhas recolhidas, todas de contas pessoais. Deste conjunto, confirmou-se que 10 delas foram publicadas no dia seguinte ao ataque terrorista, e as outras 7 foram durante os três dias seguintes.

1. Quem partilhou a imagem?	
Media	Individual
0	17

2. As fotos foram publicadas em que datas?	
No dia seguinte	Durante os três dias seguintes
10	7

3. Que hashtags foram usadas?
#barcelona
#prayforbarcelona
#lasramblas

3. (1) Quantas hashtags foram usadas numa só publicação?								
Partilha 1	Partilha 2	Partilha 3	Partilha 4	Partilha 5	Partilha 6	Partilha 7	Partilha 8	Partilha 9
2	11	9	7	3	8	3	4	8
Partilha 9	Partilha 10	Partilha 11	Partilha 12	Partilha 13	Partilha 14	Partilha 15	Partilha 16	Partilha 17
8	10	5	3	7	6	4	4	9

4. Que atitudes tinham na partilha da fotografia?		
Positivo	Neutro	Negativo
6	11	0

5. Os seguidores comentaram a fotografia?	
Sim	Não
8	9

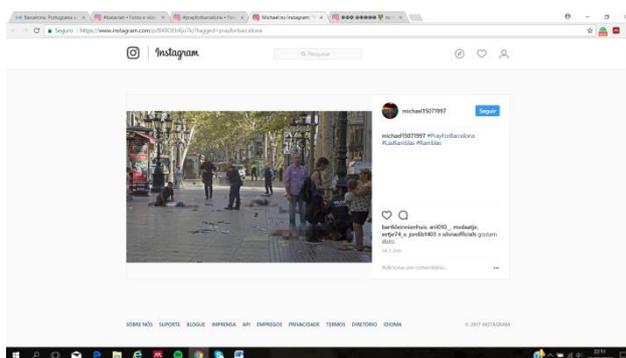
6. Quantos likes teve?								
Partilha 1	Partilha 2	Partilha 3	Partilha 4	Partilha 5	Partilha 6	Partilha 7	Partilha 8	Partilha 9
22	13	16	101	6	85	17	17	28
Partilha 10	Partilha 11	Partilha 12	Partilha 13	Partilha 14	Partilha 15	Partilha 16	Partilha 17	
31	7	52	36	143	33	12	19	

**Figura 11 - Tabela Las Ramblas**

<sup>26</sup> TVI24, 17 de agosto de 2017, “Carrinha atropela dezenas de pessoas nas Ramblas, em Barcelona”, 3 de fevereiro de 2020, <https://observador.pt/2017/05/22/explosoes-num-concerto-de-ariana-grande-levam-a-evacuacao-na-manchester-arena/>

As *hashtags* mais usadas foram: *#barcelona*, *#prayforbarcelona* e, *#lasramblas*. Quanto às *hashtags* usadas numa só publicação, vão desde 1 a 11. Relativamente à atitude nas publicações, validou-se que 6 das legendas usadas nas imagens foram neutras, as outras 6 foram consideradas positivas. Em relação à interação dos seguidores através dos comentários, 8 publicações tiveram comentários nas suas Partilhas. Contrariamente, os *likes* tiveram maior adesão, de 7 a 143.

Nas publicações feitas é possível ver imagens referentes a memoriais (Partilha 1), cartaz de protesto (Partilha 4), a morte (Partilha 5) e a revolução pacífica (Partilha 8). Focando na Partilha 5, que se apresenta ao lado, é interessante ver que as pessoas que estão feridas ou mortas no chão,

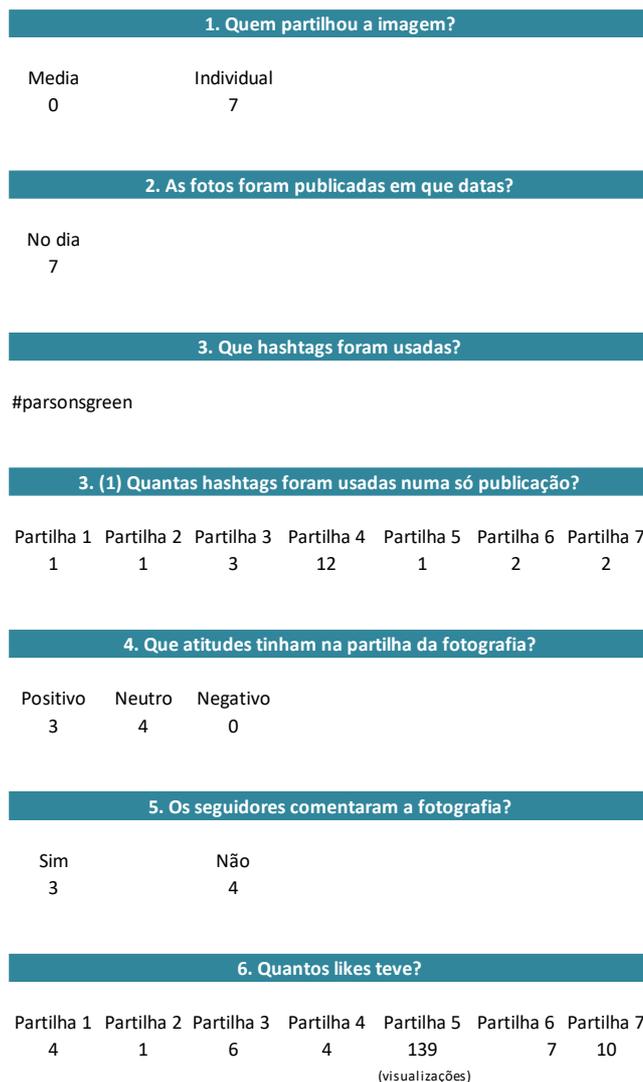


**Figura 12 - Partilha 5**

foram desfocadas – para não ferir suscetibilidades e ocultar a identificação das vítimas. Esta publicação não deixa de ser chocante por os corpos estarem desfocados mas, é interessante perceber que houve esse cuidado pelo utilizador desta conta do *Instagram*.

- **15 de setembro de 2017 – Parsons Green**

Na estação de metro de Parsons Green, a 15 de setembro de 2017, houve uma explosão dentro de uma carruagem, causando 30 feridos.<sup>27</sup> No *Instagram*, foram recolhidas 7 Partilhas, todas elas de contas pessoais e publicadas no próprio dia do ataque terrorista, não houve vítimas mortais.



**Figura 13 - Tabela Parsons Green**

<sup>27</sup> The Sun, 23 de março 2018, “When was the Parsons Green attack in London, what happened during the Tube explosion and who has been convicted?”, 3 de fevereiro de 2020, <https://www.thesun.co.uk/news/4470754/parsons-green-terror-attack-tube/>

A *hashtag* mais usada foi *#parsonsgreen*. Quanto ao número de *hashtags* que foram usadas numa só publicação, foi maioritariamente 1 mas, tem-se o registo de 2, 3 e 12. Quanto às atitudes das Partilhas, 4 foram consideradas neutras e 3 positivas. Em relação aos *likes*, foi desde 1 até 10, sendo que existe um registo de 139 (visualizações) de um vídeo, o que indica que pelo menos 139 pessoas viram essa publicação na conta de *Instagram* do utilizador.

Nas partilhas recolhidas do *Instagram*, é possível verificar que 6 publicações passam por mostrar os meios de segurança no local. A última publicação recolhida é de um dono de uma pizzaria que serviu gratuitamente pizza às equipas de segurança do local – imagem ao lado. Esta foi uma imagem muito partilhada e noticiada pela situação em si, demonstra o cuidado e o sentido humanitário que as pessoas têm nestes momentos.

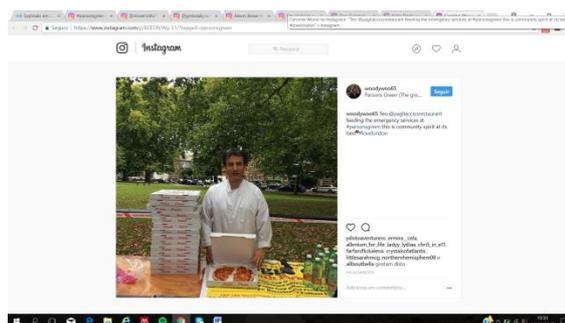


Figura 14 - Partilha 7

- **Análise Geral**

Neste ponto, faz sentido partilhar um quadro geral que permite uma perceção total dos casos analisados, ainda que se torne importante perceber os pontos em comum entre as publicações feitas.

De acordo com a primeira questão, sobre quem publica estas imagens, e considerando a amostra, são as pessoas individuais que o fazem, com um valor de 103 partilhas e 3 dos *media* (contas pessoais de jornalistas).

1. Quem partilhou a imagem?								
<i>Media</i>			Individual					
3			103					

2. As fotos foram publicadas em que datas?			
1º mês	2º mês	2016	2017
59	11	22	14

3. Que hashtags foram usadas?	
#paris	#berlin
#prayforparis	#berlinattack
#bataclan	#prayforwestminster
#jesuisparis	#PrayforSweden
#jesuisparis	#Prayfortheworld
#13novembre2015	#PrayForStockholm
#prayforbruxelles	#prayformanchester
#bruxelles	#barcelona
#brussels	#prayforbarcelona
#jesuisnice	#lasramblas
#prayfornice	#parsonsgreen
#prayforberlin	

3. (1) Quantas <i>hashtags</i> foram usadas numa só publicação?								
Partilha 1	Partilha 2	Partilha 3	Partilha 4	Partilha 5	Partilha 6	Partilha 7	Partilha 8	Partilha 9
50	57	33	37	43	61	19	31	49
Partilha 10	Partilha 11	Partilha 12	Partilha 13	Partilha 14	Partilha 15	Partilha 16	Partilha 17	Partilha 18
53	47	11	33	21	10	9	25	4
Partilha 19	Partilha 20	Partilha 21	Partilha 22	Partilha 23	Partilha 24	Partilha 25	Partilha 26	Partilha 27
27	8	13	23	3	12	4	17	21
Partilha 28	Partilha 29	Partilha 30						
6	29	5						

4. Que atitudes tinham na partilha da fotografia?		
Positivo	Neutro	Negativo
31	70	5

5. Os seguidores comentaram a fotografia?	
Sim	Não
98	65

6. Quantos <i>likes</i> teve?								
Partilha 1	Partilha 2	Partilha 3	Partilha 4	Partilha 5	Partilha 6	Partilha 7	Partilha 8	Partilha 9
667	339	302	204	237	205	85	181	187
Partilha 10	Partilha 11	Partilha 12	Partilha 13	Partilha 14	Partilha 15	Partilha 16	Partilha 17	Partilha 18
166	319	173	402	295	73	61	69	36
Partilha 19	Partilha 20	Partilha 21	Partilha 22	Partilha 23	Partilha 24	Partilha 25	Partilha 26	Partilha 27
56	36	22	75	7	16	40	100	53
Partilha 28	Partilha 29	Partilha 30						
77	285	19						

**Figura 15 - Tabela Geral**

As fotografias foram publicadas, na sua maioria, durante o primeiro mês após o ataque terrorista. No entanto, repara-se que meses depois, continuam a existir publicações referentes a esses mesmos ataques terroristas, a título de exemplo é o “13 de novembro de 2016”, em que é lembrada a data anualmente.

Quanto às *hashtags* conforme foi anunciado ao longo deste estudo, estas são identificadas pelo local onde ocorreu o ataque; a utilização de *#jesuis* e de *#prayfor*, como exemplo só no caso do ataque ao Bataclan é que é utilizada a data como *hashtag* *#13novembre2015*. Em relação à quantidade de *hashtags* utilizadas em cada publicação no seu total, assim como a quantidade de *likes*, estes acabam por ser medidores relativos, visto que não existe um crescimento ou diminuição, existem picos de volume, mas sem nenhuma razão aparente.

Sobre as atitudes serem positivas, neutras ou negativas, depende-se que a neutralidade foi o sentimento mais utilizado, estando com um valor de 70; a seguir a positividade com 31; e a negatividade com 5 em relação às 106 publicações. Desta maneira, é possível perceber que as pessoas preferem estar neutras do que numa posição que as comprometa perante os seus seguidores.

Do total de publicações consideradas neste estudo, obtivemos 38 imagens com comentários, deixando 65 publicações sem comentários. Quanto aos *likes*, não existe um padrão, pois o valor mais alto corresponde à Partilha 1 que teve um número final de 667, sendo também a partilha mais próxima da data de cada ataque terrorista. No entanto, em todas as outras partilhas, os valores vão sendo baixos, não apresentando uma coerência.

Com esta análise é possível verificar que há interesse em partilhar sobre ataques terroristas e que têm na sua maioria uma presença mais neutral no *Instagram* sobre este assunto. Ao recorrer à análise de comentários e *likes*, para além de provar que os utilizadores viram as publicações, demonstram interesse sobre o assunto. Não se podendo esquecer que aqueles que querem entrar numa facção terrorista também podem ver estas publicações, e galardoar o próprio grupo terrorista, algo que não foi confirmado com esta investigação.

Os terroristas adaptam-se às novas tecnologias com o intuito de estarem em paralelo com o crescimento do Ocidente (Weimann, 2005: 217), as redes sociais, neste caso o *Instagram*, é uma plataforma do qual têm acesso. Quando é partilhada uma memória após o ataque terrorista, não só estão a testemunhar o que aconteceu, como estão a agir consoante a expectativa do grupo terrorista – divulgar o atentado, para além dos meios sociais oficiais de cada país “it does mean that they are continually attempting to manipulate and exploit the free media for their own ends” (Wilkinson, 2007: 55).

## Conclusão

Este trabalho intitulado “Como é que os ataques terroristas na Europa são representados no Instagram?”, teve como objetivo principal compreender o modo como os utilizadores do Instagram se manifestam acerca dos ataques terroristas ocorridos na Europa, entre 2015 e 2017. Para tal, foram analisadas as publicações feitas na referida rede social, dando especial atenção às imagens publicadas sobre o tema. Para identificarmos as imagens referentes aos ataques terroristas usámos várias hashtags, por exemplo: #jesuisnice, #prayforberlin e #13novembre2015. Através desta estratégia de recolha de material constituímos o nosso corpus de análise composto por 106 publicações. Desta forma foi possível perceber o género de fotografias publicadas, a interação entre os utilizadores da rede, e identificar padrões nas publicações através das semelhanças verificadas.

A análise das publicações recolhidas no Instagram visou responder às nossas questões de investigação:

1. Como é que as pessoas usam o *Instagram* para falarem acerca do terrorismo?
2. Que características têm as fotografias partilhadas no *Instagram* acerca dos ataques terroristas analisados?

O *Instagram* é uma plataforma digital e, como tal, oferece aos seus utilizadores o acesso fácil a informações sobre o que está a acontecer no mundo, em tempo real, bem como a possibilidade de esses mesmos publicarem o que é relevante e significativo para si. As imagens contam histórias e influenciam o público de um modo, muitas vezes mais imediatista do que uma mancha extensa de texto, ao permitirem uma fácil leitura e interpretação (Moeller, 2009: 76-77). No contexto de um ataque terrorista - um evento não anunciado e não esperado pelas sociedades - várias imagens relacionadas com os atentados são publicadas no *Instagram*. Estas imagens tendem a estar relacionadas com as vítimas (mortos e feridos), o que resulta em imagens simbólicas que encerram muitas emoções.

Tendo em conta o resultado da análise empírica efetuada, considera-se que estão reunidas as condições para expormos um conjunto de reflexões que pretendem responder

às questões de investigação. Os dados permitem concluir que os utilizadores do *Instagram* publicam maioritariamente imagens fixas (fotografias) e dos memoriais dos ataques terroristas (Figura 51 – Partilha 5), para além de desenhos e/ou caricaturas que se tornaram conhecidas (Figura 32 – Partilha 17). Foram identificados também registos dos locais onde aconteceram os ataques terroristas (Figura 68 – Partilha 10), tais como o camião usado num ataque (Figura 59 – Partilha 1), a fachada de um edifício (Figura 43 – Partilha 28), o metro (Figura 126 – Partilha 4), as forças de segurança (Figura 80 – Partilha 1) ou a própria rua onde o ataque terrorista decorreu (Figura 109 – Partilha 5). Estas são imagens-símbolo ou simbólicas dos ataques. Podem representar a ação violenta ou o que aconteceu a seguir e, por consequência, tornam-se a memória do ataque. Ou seja, quando revemos essas imagens somos remetidos para o ataque terrorista, à semelhança das Torres Gémeas que também se tornaram o símbolo máximo do *11 de Setembro*, ocorrido em 2001.

Nas publicações analisadas foi também possível testemunhar a entreaajuda dos cidadãos. Tal pode ser ilustrado com a Partilha 10 do ataque de Estocolmo, em que duas pessoas conduzem uma das vítimas para um outro local (Figura 92 – Partilha 2). Encontramos outra ilustração, também sobre entreaajuda, no ataque de Parsons Green, em que um senhor de uma pizzeria oferece pizzas às forças de segurança (Figura 129 – Partilha 7). Estes exemplos testemunham o espírito de comunidade e de ajuda, de preocupação com o outro e o espírito de entreaajuda.

A morte é igualmente objeto de atenção nas publicações, centrando-se em particular na morte dos inocentes. Nas publicações especificamente relacionadas com o ataque que o correu no Bataclan, em Paris (13 de novembro de 2015), é possível visualizar duas imagens peculiares: uma de sangue a escorrer no chão de um memorial (Figura 36 – Partilha 21) e outra de peritos ao pé de um corpo tapado (Figura 41 – Partilha 26). No caso dos ataques de Nice (14 de julho de 2016), registámos duas imagens diretamente relacionadas também com a morte: numa vê-se uma pessoa junto a um corpo tapado (Figura 62 – Partilha 4) e na segunda vê-se um corpo de uma criança tapado com brinquedos ao lado (Figura 63 – Partilha 5). No registo do ataque na Alemanha (19 de dezembro de 2016) vê-se uma pessoa ao pé de um corpo tapado, esta é uma imagem também captada em plano fechado (Figura 74 – Partilha 2). Por sua vez, no caso de Estocolmo (7 de abril de 2017) encontrámos três imagens que mostram corpos cobertos

(Figura 85 – Partilha 3, Figura 89 – Partilha 7, Figura 93 – Partilha 11) e uma outra em que é perceptível um rasto de sangue (que se percebe que é de um cão. Figura 86 – Partilha 4). Por último, em Las Ramblas (17 de agosto de 2017) uma imagem de plano aberto mostra várias pessoas sentadas no chão, possivelmente feridas (Figura 109 – Partilha 5). Estas publicações demonstram que não existe receio em mostrar a morte como a consequência mais dramática e emocional dos ataques terroristas. No *Instagram* fazem-no umas vezes de um modo mais explícito do que os meios de comunicação profissionais, que não o podem fazer por razões deontológicas.

As *hashtags* e os *likes* são duas componentes que estão presentes em todas as publicações analisadas, uma vez que foi através das *hashtags* que foi possível chegar a todas as partilhas apresentadas que estavam em perfis públicos. Em relação aos comentários não existe um padrão, mas na maioria os seguidores comentaram a fotografia publicada. Na sua generalidade, as pessoas que publicam fotografias têm uma atitude mais neutra, a seguir a positiva e por fim a negativa. Por aquilo que foi possível analisar, as pessoas usam o *Instagram* para comunicarem acerca de um ataque terrorista através da publicação da imagem em si, da sua descrição, e existe um diálogo não direto pelo facto dos seguidores colocarem *like* na publicação – significa que concordam com o que está escrito na descrição, mas acima disso, que validam que viram a imagem. Após ataques terroristas, o *Instagram* é utilizado para as pessoas saberem o que aconteceu, para partilharem a sua opinião quanto ao sucedido (mesmo que através de *likes*) e demonstrarem as várias perspetivas do pós-ataque terrorista – demonstração direta da morte, memoriais ou esperança.

Susan Moeller afirma que “terrorism consists of acts carried out in a dramatic way to attract publicity and create an atmosphere of alarm that goes far beyond the actual victims” (Moeller, 2009: 4), e para os terroristas é fundamental a publicidade gratuita que conseguem através dos meios sociais e das partilhas dos próprios cidadãos nas redes sociais. Podemos considerar que para os utilizadores do *Instagram*, o uso desta rede no âmbito dos ataques terroristas permite-lhes reforçar os ângulos propostos pelos meios de comunicação profissionais, através da partilha das suas publicações, mas principalmente, permite dar visibilidade àquilo que os cidadãos comuns utilizadores do *Instagram* valorizam e consideram relevante destacar nos ataques. Importa-lhes, também, tal como a

análise empírica revelou, homenagear as vítimas e o sofrimento de todos os que direta e indiretamente foram afetados pelos ataques terroristas, nomeadamente através da partilha de imagens de memoriais. As pessoas colocam objetos, flores, cartazes com dizeres de esperança e de lamento pelo que sucedeu. Não se pode deixar de concluir que essas homenagens também revelam que, através do *Instagram*, as pessoas pretendem demonstrar que não querem deixar de continuar a sair e viver, em pleno, nas suas cidades. Deste modo, sugere-se que a partir do *Instagram* as pessoas representam o que de mais significativo os ataques representam para elas: em termos das ocorrências e das suas expectativas para o futuro.

## Referências Bibliográficas

### Referências de Livros

- ❖ BARNETT, Brooke, REYNOLDS, Amy (2009), *Terrorism and the Press: an uneasy relationship*, Peter Lang
- ❖ BIERNATZKI, William E. (2002), *Terrorism and Mass Media*, Communication Research Trends
- ❖ BODY-GENDROT, Sophie, SPIERENBURG, Pieter (2009), *Violence in Europe*, Springer
- ❖ DELILLO, Don (2007), *O homem em queda*, Sextante Editora
- ❖ COMMUNICATION RESEARCH TRENDS (2002), *Terrorism and Mass Media*, consultado a 8 de Agosto de 2017
- ❖ GREENBERG, Karen J. (2007), *Al-Qaeda*, Editorial Estampa
- ❖ HADHRI, Walid, NEDRA, Bahir-Ammari, MEZRANI, Mariem (2019), *Determinants of customers' intentions to use hedonic networks: The case of Instagram*, Journal of Retailing and Consumer Services
- ❖ HASSAN, Hassan, WEISS, Michael (2016), *ISIS Por Dentro do Estado Islâmico*, Texto Editores
- ❖ HORGAN, John G. (2017), *Psychology of Terrorism: Introduction of the Special Issue*, American Psychological Association
- ❖ JANBEK, Dna M., SEIB, Philip (2010), *Global Terrorism and New Media: The post – Al Qaeda Generation*, Routledge
- ❖ LAW, Randall D. (2009), *Terrorism A History*, Polity Press
- ❖ MENTEN, Steffi (2017), *Reactions of Dutch Twitter users to terrorist attacks happening psychologically close by or far away*, dissertação de Bachelrado, Radboud University
- ❖ MOELLER, Susan D. (2009), *Packing Terrorism co-opting the news for politics and profit*, Wiley – Blackwell
- ❖ NACOS, Brigitte L. (2007), *Mass-Mediated Terrorism the Central Role of the Media in Terrorism and Counterterrorism*, Rownan and Littlefield

- ❖ NAZALA, Rochdi M. (2018), *New Terrorism: What Can te History of Terrorism Contribute?*, Center Study for Terrorism and Political Violence University of St. Andrews
- ❖ O'BRIEN, Peter (2016), *Counter-terrorism in Europe: the elusive search for order*, Routledge
- ❖ PIZA, Mariana Vassallo (2012), *O fenômeno Instagram: considerações sob a perspectiva tecnológica*, Instituto de Ciências Sociais Universidade de Brasília
- ❖ PRIMO, Alex (2007), *O aspecto relacional das interações na Web 2.0*, Universidade Federal do Rio Grande do Sul
- ❖ ROSE, Gillian (2001), *Visual Methodologies an Introduction of Visual Materials*, Sage Publications
- ❖ ROSE, Gillian (2012), *Methodologies an Introduction to Researching with Visual Materials*, 3ed., Sage Publications
- ❖ ROSE, Gillian (2012), *Visual Methodologies: An Introduction to the Interpretation of Visual Materials*, 3ed., Sage Publications
- ❖ ROSENFELD, Jean E. (2011), *Terrorism, Identity and Legitimacy*, Routledge
- ❖ RUBY, Charles L. (2002), *Analyses of Social Issues and Public Policy*, Wiley
- ❖ SALOMON, Danielle (2013), *Moving on from Facebook*, Association of College and Research Libraries
- ❖ SEIB, Philip (2001), *Going Live: Getting the News Right in a Real-Time, Online World*, Rowman and Littlefield
- ❖ SHAFFER, Ryan (2016), *Jihad and Counter-Jihad in Europe: IslamicRadicals, Right-Wing Extremists, and Counter-Terrorism Responses*, Routledge
- ❖ WEIMANN, Gabriel (2005), *Mass-Mediated Terrorism The Center Role Of The Media In Terrorism and Counterterrorism*, Studies in Conflict and Terrorism
- ❖ WILKINSON, Paul (2007), *The media and terrorism: A reassessment*, Routledge
- ❖ ZELIZER, Barbie (2009), *The Changing Faces of Journalism: Tabloidization, Technology and Truthiness*, Routledge
- ❖ ZELIZER, Barbie (2010), *About to die: How Images Move the Public*, Nova Iorque, Oxford University Press

## Referências de Sites

- ❖ AAI TECHNICAL REPORT (2012), *Visualizing Instagram Tracing Cultural Visual Rhythms*, <https://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM12/paper/viewFile/4782/5091>, consultado a 13 de Novembro
- ❖ CFR Backgrounders (2016), *The Islamic State*, [http://lionelgram.com/403W\\_Islamic%20State%20\(ISIS\)%20-%20Council%20on%20Foreign%20Relations.pdf](http://lionelgram.com/403W_Islamic%20State%20(ISIS)%20-%20Council%20on%20Foreign%20Relations.pdf), consultado a 17 de outubro de 2017.
- ❖ COLLEGE AND RESEARCH LIBRARIES NEWS (2013), *Moving on from Facebook: Using Instagram to Connect with Undergraduates and Engage Inteaching and Learning*, <http://crln.acrl.org/index.php/crlnews/article/view/8991/9770>, consultado a 18 de Outubro
- ❖ DIÁRIO DE NOTÍCIAS (2016), *Atentado terrorista em aeroporto de Istambul mata pelo menos 36 pessoas*, <https://www.dn.pt/mundo/interior/duas-explooes-em-aeroporto-turco-varias-pessoas-feridas-5254849.html>, consultado a 21 de Março de 2018
- ❖ DIÁRIO DE NOTÍCIAS (2016), *Atentados na Europa Ocidental: dos anos 70 até agora*, <https://www.dn.pt/mundo/interior/ataques-terroristas-na-europa-ocidental-dos-anos-70-ate-agora-5093935.html>, consultado a 1 de Agosto de 2017
- ❖ DIÁRIO DE NOTÍCIAS (2016), *Estado Islâmico ataca dentro de uma igreja. França ameaça ripostar*, <https://www.dn.pt/mundo/interior/estado-islamico-ataca-dentro-de-uma-igreja-franca-ameaca-ripostar-5307267.html>, consultado a 21 de Março de 2018
- ❖ DIÁRIO DE NOTÍCIAS (2017), *Atentado em Londres: número de mortos sobe para cinco. 40 feridos*, <https://www.dn.pt/mundo/interior/tiroteio-dezenas-de-feridos-em-parlamento-ingles-5741744.html>, consultado a 21 de Março de 2018
- ❖ DIÁRIO DE NOTÍCIAS (2017), *Atentados na Europa desde 2004*, <https://www.dn.pt/mundo/interior/cronologia-atentados-na-europa-desde-2004-8534384.html>, consultado a 10 de Novembro
- ❖ DIÁRIO DE NOTÍCIAS (2017), *Sangue-frio de quatro militares evitou ataque terrorista no Louvre*, <https://www.dn.pt/mundo/interior/sangue-frio-de-quatro-militares-evitou-ataque-terrorista-no-louvre-5647411.html>, consultado a 21 de Março de 2018.

- ❖ DIÁRIO DE NOTÍCIAS (2017), *Sangue-frio de quatro militares evitou ataque terrorista no Louvre*, <https://www.dn.pt/mundo/interior/sangue-frio-de-quatro-militares-evitou-ataque-terrorista-no-louvre-5647411.html>, consultado a 21 de março de 2018.
- ❖ DIÁRIO DE NOTÍCIAS (2017), *Atentado em Londres: número de mortos sobe para cinco. 40 feridos*, <https://www.dn.pt/mundo/interior/tiroteio-dezenas-de-feridos-em-parlamento-ingles-5741744.html>, consultado a 21 de março de 2018.
- ❖ DIÁRIO DE NOTÍCIAS (2016), *Estado Islâmico ataca dentro de uma igreja. França ameaça ripostar*, <https://www.dn.pt/mundo/interior/estado-islamico-ataca-dentro-de-uma-igreja-franca-ameaca-ripostar-5307267.html>, consultado a 21 de março de 2018.
- ❖ DIÁRIO DE NOTÍCIAS (2016), *O testemunho da sobrevivente do Bataclan. 'Fingi estar morta durante mais de uma hora'*, <https://www.dn.pt/mundo/interior/duas-explosoes-em-aeroporto-turco-varias-pessoas-ficaram-feridas-5254849.html>, consultado a 21 de março de 2018.
- ❖ FRIEDMAN, Thomas L. (2002), *No more terrorist*, *New York Times*, <http://www.nytimes.com/2002/03/24/opinion/no-mere-terrorist.html>, consultado a 12 de Dezembro
- ❖ IEEE (2013), *A Picture of Instagram is worth more than a thousand words: Workload Characterization and application*, <http://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?arnumber=6569417&tag=1>, consultado a 5 de Novembro de 2017
- ❖ JORNAL DE NOTÍCIAS (2017), *Os atentados na Europa desde 2004*, <https://www.jn.pt/mundo/interior/cronologia-atentados-na-europa-atribuidos-aos-movimentos-islamitas-5089588.html>, consultado a 1 de Agosto de 2017
- ❖ JORNAL DE NOTÍCIAS (2017), *Nice homenageia 86 mortos do atentado terrorista de 2016*, <https://www.jn.pt/mundo/nice-homenageia-86-mortos-do-atentado-terrorista-de-2016-9594185.html>, consultado a 3 de fevereiro de 2020.
- ❖ JORNAL DE NOTÍCIAS (2017), *Os atentados na Europa desde 2004*, <https://www.jn.pt/mundo/interior/cronologia-atentados-na-europa-atribuidos-aos-movimentos-islamitas-5089588.html>, consultado a 1 de Agosto de 2017.
- ❖ OBSERVADOR (2017), *Barcelona. Jovem portuguesa desaparecida pode estar entre as vítimas mortais – como aconteceu*, <http://observador.pt/2017/08/18/novo-ataque-evitado-na-catalunha-5-homens-abatidos-pela-policia/>, consultado a 18 de Agosto de 2017

- ❖ OBSERVADOR (2015), *O testemunho da sobrevivente do Bataclan. 'Fingi estar morta durante mais de uma hora'*, <https://observador.pt/2015/11/15/testemunho-sobrevivente-do-bataclan-fingi-estar-morta-hora/>, consultado a 08 de Abril de 2018.
- ❖ OBSERVADOR (2016), *Aeroporto de Bruxelas 100% operacional a partir de junho*, <https://observador.pt/2016/04/16/aeroporto-bruxelas-100-operacional-partir-junho/>, consultado a 3 de fevereiro de 2020.
- ❖ OBSERVADOR (2019), *Terminou investigação judicial aos atentados de 2015 em Paris*, <https://observador.pt/2019/10/21/terminou-investigacao-judicial-aos-atentados-de-2015-em-paris/>, consultado a 3 de fevereiro de 2020.
- ❖ OBSERVADOR (2017), *Os atentados na Europa desde 2004*, <https://observador.pt/2017/05/22/explosoes-num-concerto-de-ariana-grande-levam-a-evacuacao-na-manchester-arena/>, consultado a 3 de fevereiro de 2020.
- ❖ OBSERVADOR (2015), *O testemunho da sobrevivente do Bataclan. 'Fingi estar morta durante mais de uma hora'*, <https://observador.pt/2015/11/15/testemunho-sobrevivente-do-bataclan-fingi-estar-morta-hora/>, consultado a 08 de Abril de 2018.
- ❖ PEW RESEARCH CENTER (2018), *Social Media Use in 2018*, <https://www.pewresearch.org/internet/2018/03/01/social-media-use-in-2018/>, consultado a 15 de dezembro de 2019
- ❖ PEW RESEARCH CENTER (2017), *Which social media platforms are most popular*, <https://www.pewresearch.org/internet/chart/which-social-media-platforms-are-most-popular/>, consultado a 13 de dezembro de 2019.
- ❖ PEW RESEARCH CENTER (2019), *Social Media Fact Sheet*, <https://www.pewresearch.org/internet/fact-sheet/social-media/>, consultado a 15 de dezembro de 2019
- ❖ PEW RESEARCH CENTER (2013), *Instagram, Vine and the Evolution of Social Media*, <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2013/06/20/instagram-vine-and-the-evolution-of-social-media/>, consultado a 13 de dezembro de 2019
- ❖ PEW RESEARCH CENTER (2019), *In Emerging Economies, Smartphone and Social Media Users Have Broader Social Networks*, <https://www.pewresearch.org/internet/2019/08/22/in-emerging-economies-smartphone-and-social-media-users-have-broader-social-networks/>, consultado a 13 de dezembro de 2019.

- ❖ PEW RESEARCH CENTER (2018), 2. *The negatives of digital life*, <https://www.pewresearch.org/internet/2018/07/03/the-negatives-of-digital-life/>, consultado a 13 de dezembro de 2019.
- ❖ PEW RESEARCH CENTER (2017), *News Use Across Social Media Platforms 2017*, <http://www.journalism.org/2017/09/07/news-use-across-social-media-platforms-2017/>, consultado a 20 de abril de 2018.
- ❖ PÚBLICO (2016), *Segundo ataque com o cunho do Estado Islâmico alarma a Alemanha*, <https://www.publico.pt/2016/07/25/mundo/noticia/sirio-fazse-explodir-e-fere-12-pessoas-numa-cidade-da-baviera-1739317>, consultado a 21 de Março de 2018.
- ❖ PÚBLICO (2017), *Ataque em Orly traz ameaça terrorista de novo para a campanha francesa*, <https://www.publico.pt/2017/03/18/mundo/noticia/ataque-em-orly-traz-terrorismo-de-novo-para-a-campanha-francesa-1765711>, consultado a 21 de Março de 2018.
- ❖ PÚBLICO (2012), *Portugueses são os que mais usam as redes sociais*, <https://www.publico.pt/2012/12/18/sociedade/noticia/portugueses-sao-os-europeus-mais-usam-as-redes-sociais-1577842>, consultado a 16 de abril de 2018.
- ❖ RÁDIO RENASCENÇA (2017), *O terrorismo mata hoje menos na Europa do que nos anos 70. Porque nos parece o contrário?*, <http://rr.sapo.pt/especial/84375/o-terrorismo-mata-hoje-menos-na-europa-do-que-e-nos-anos-70-porque-nos-parece-o-contrario>, consultado a 1 de agosto de 2017.
- ❖ STATISTA (sem informação), *Social media usage in Europe – Statistics & Facts*, <https://www.statista.com/topics/4106/social-media-usage-in-europe/>, consultado a 16 de abril de 2018.
- ❖ THE SUN (2018), *When was the Parsons Green attack in London, what happened during the Tube explosion and who has been convicted?*, <https://www.thesun.co.uk/news/4470754/parsons-green-terror-attack-tube/>, consultado a 3 de fevereiro de 2020.
- ❖ TVI24 (2017), *Carrinha atropela dezenas de pessoas nas Ramblas, em Barcelona*, <https://observador.pt/2017/05/22/explosoes-num-concerto-de-ariana-grande-levam-a-evacuacao-na-manchester-arena/>, consultado a 3 de fevereiro de 2020.

## **Anexos**

- 13 de novembro de 2015 – Bataclan

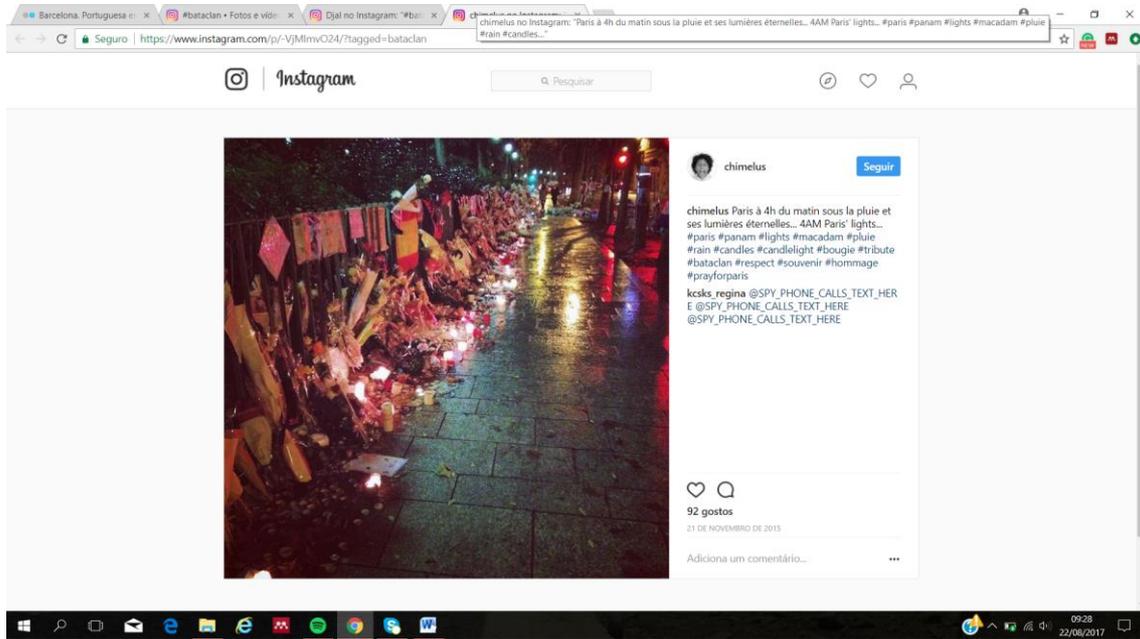


Figura 16 - Partilha 1

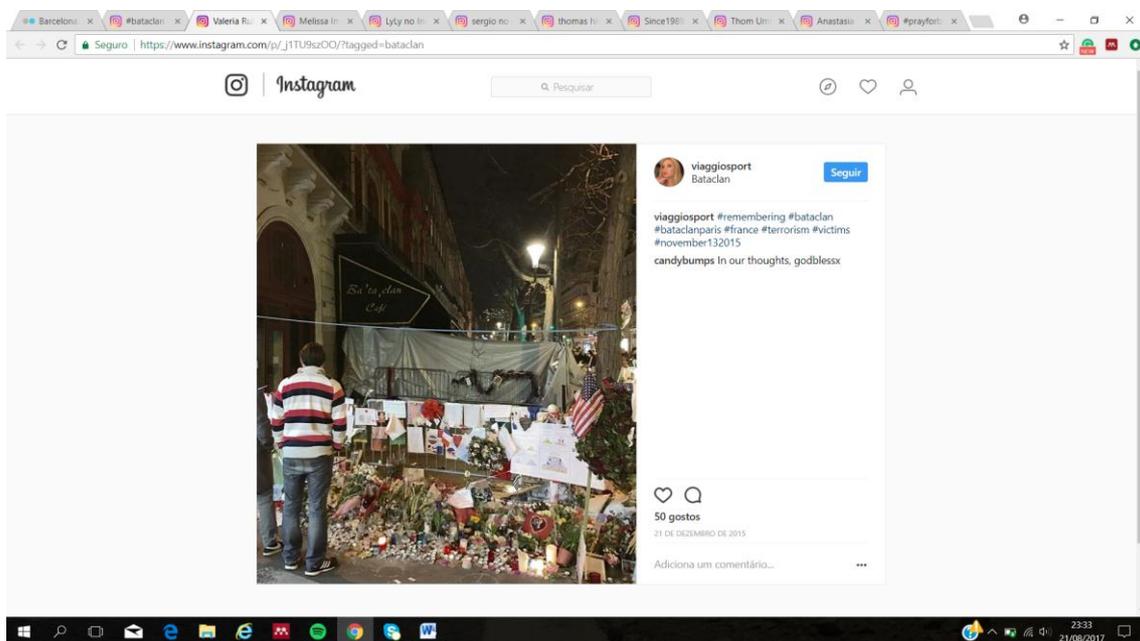


Figura 17 - Partilha 2

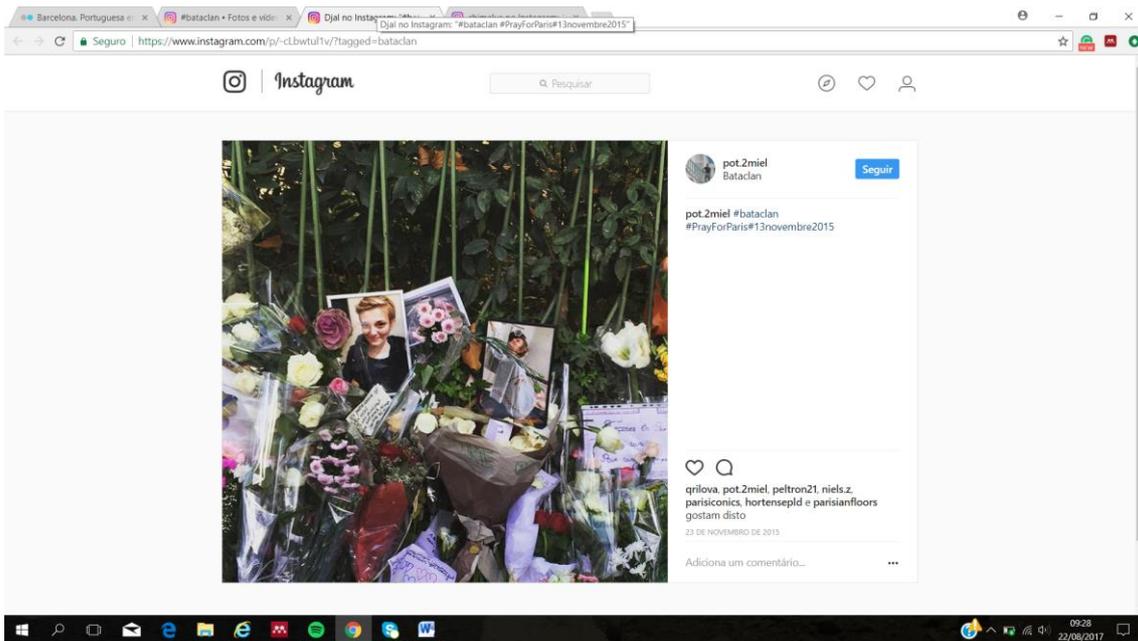


Figura 18 - Partilha 3

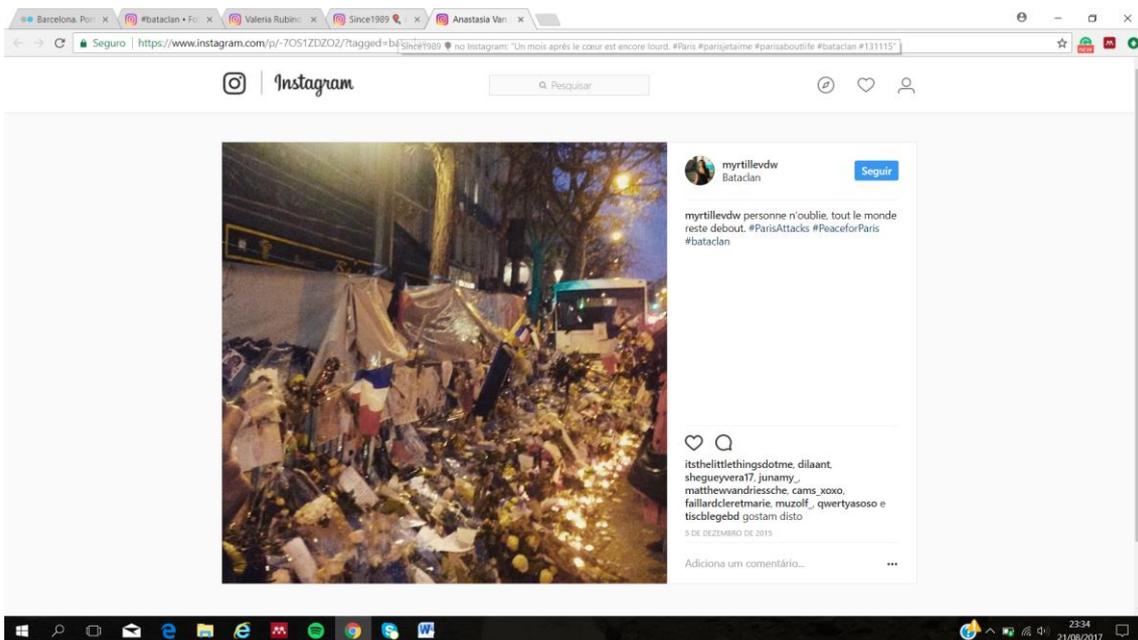


Figura 19 - Partilha 4

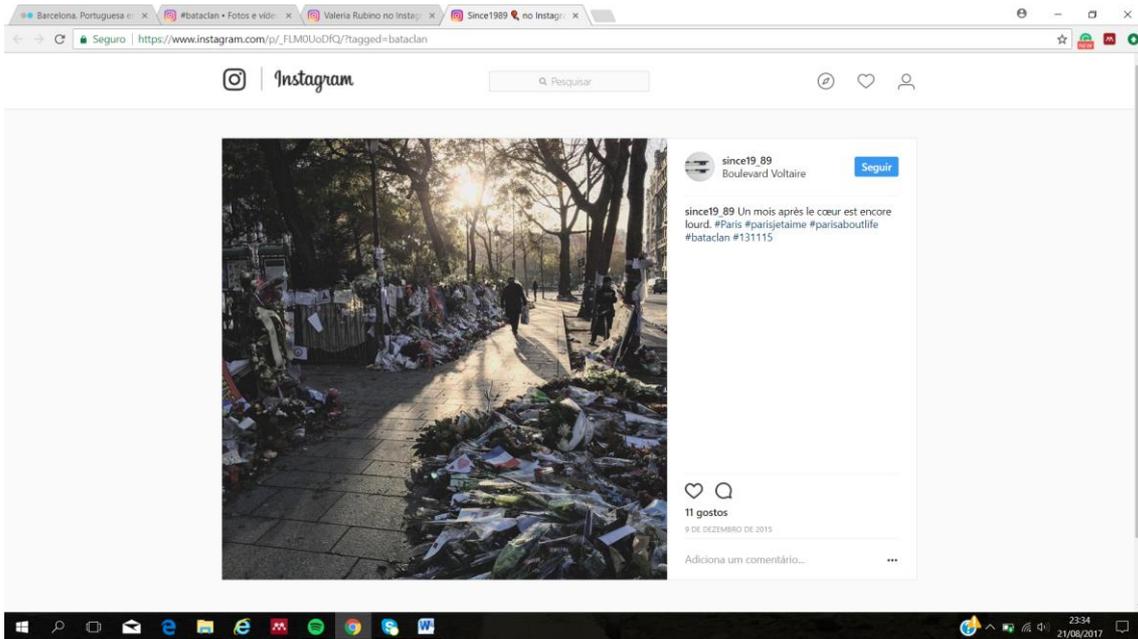


Figura 20 - Partilha 5

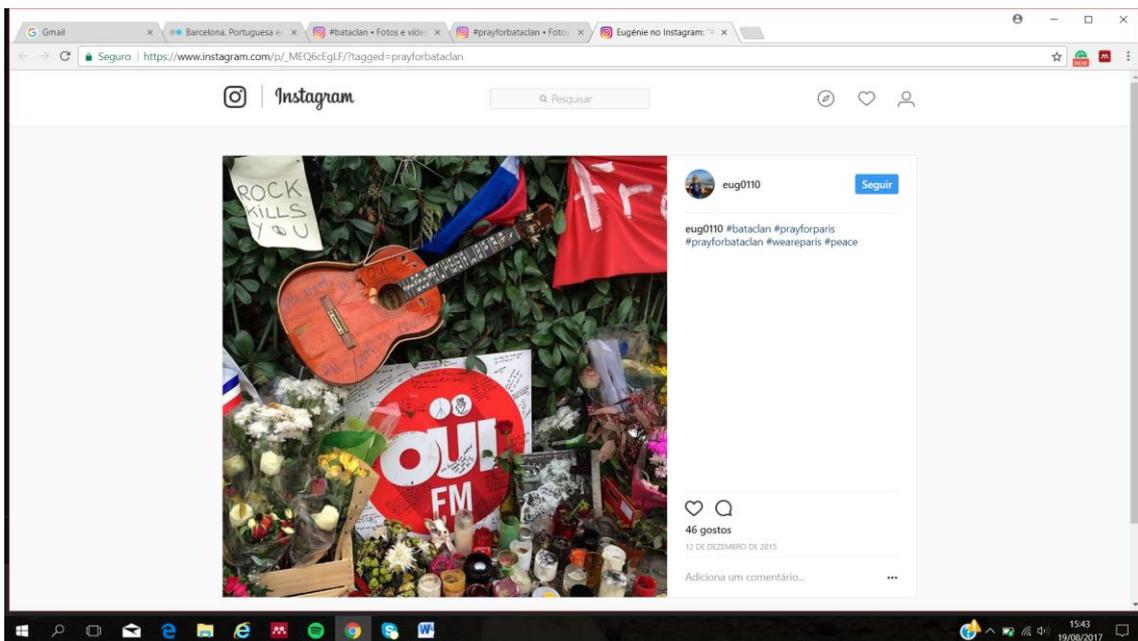


Figura 21 - Partilha 6

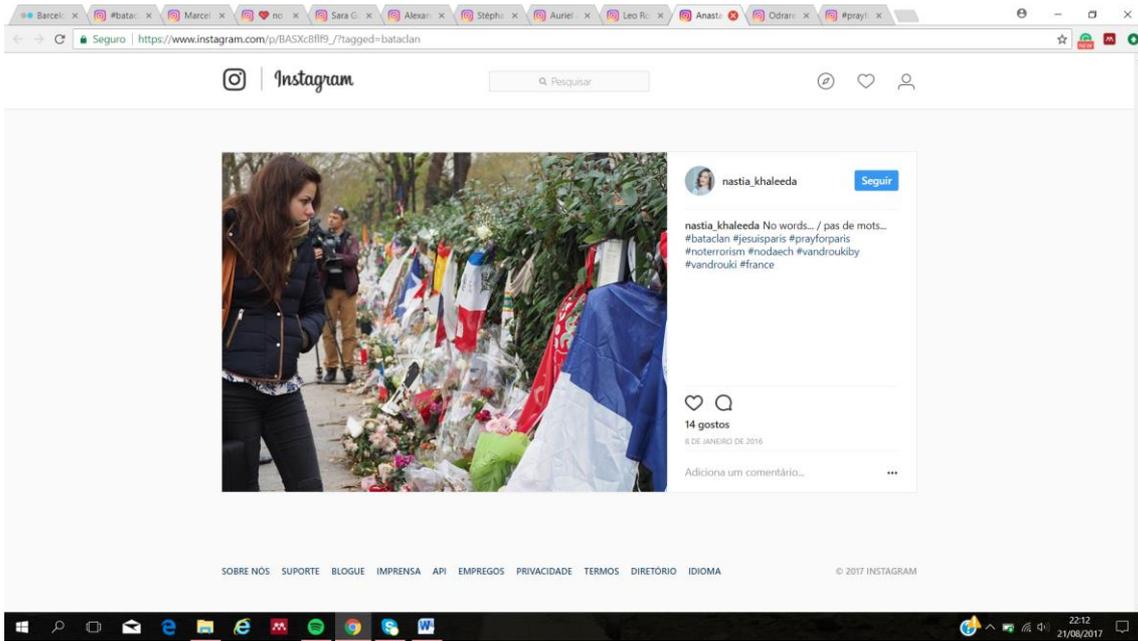


Figura 22 - Partilha 7

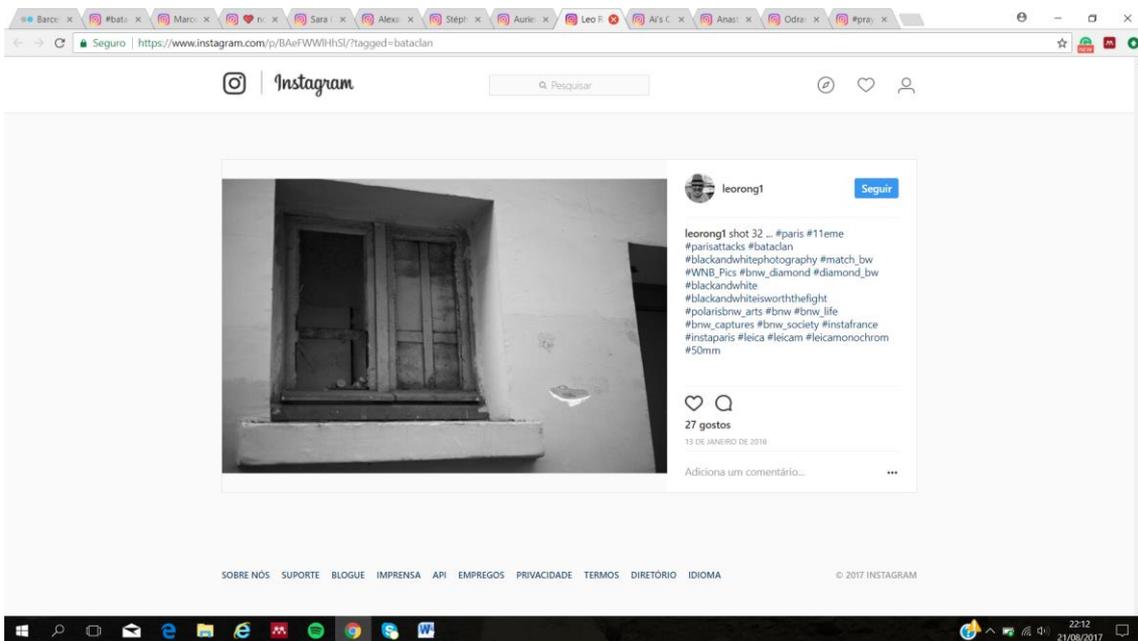


Figura 23 - Partilha 8

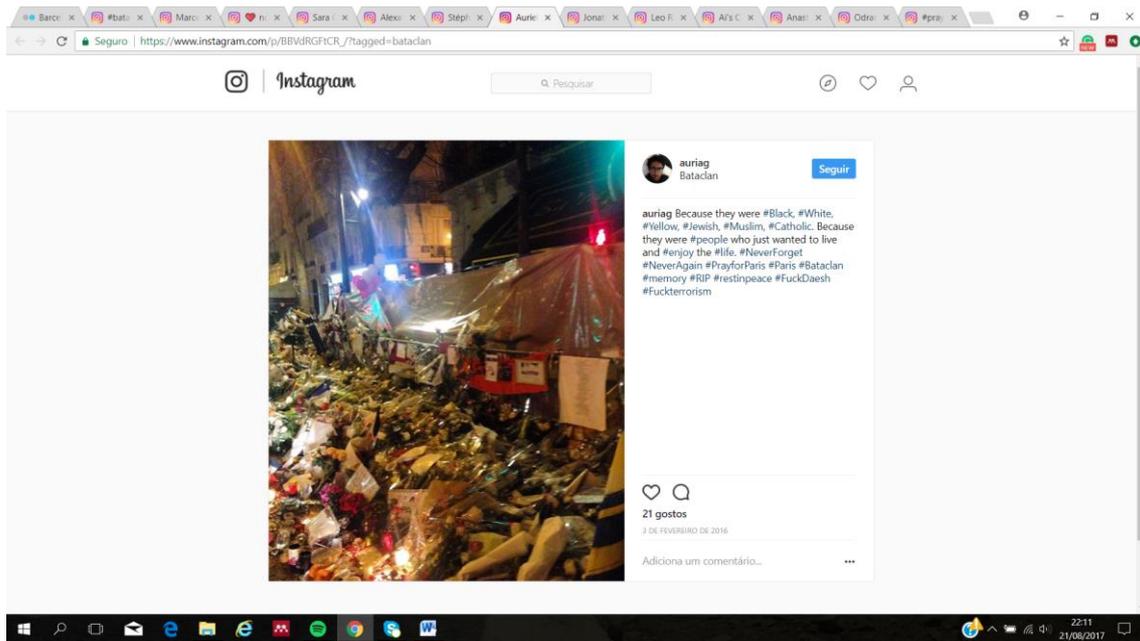


Figura 24 - Partilha 9

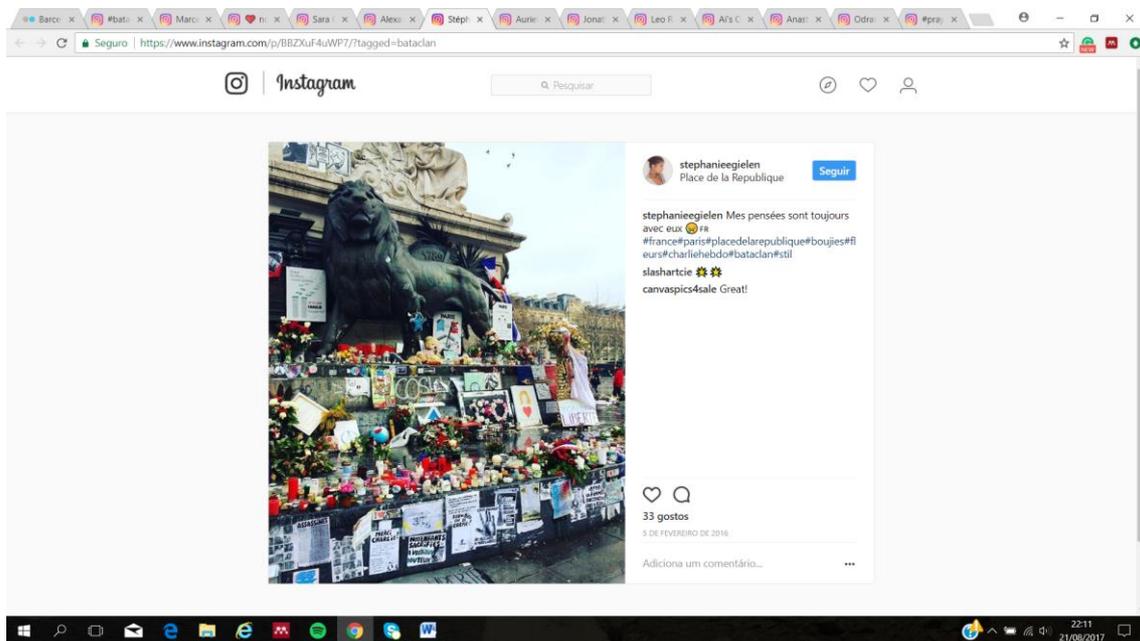


Figura 25 - Partilha 10

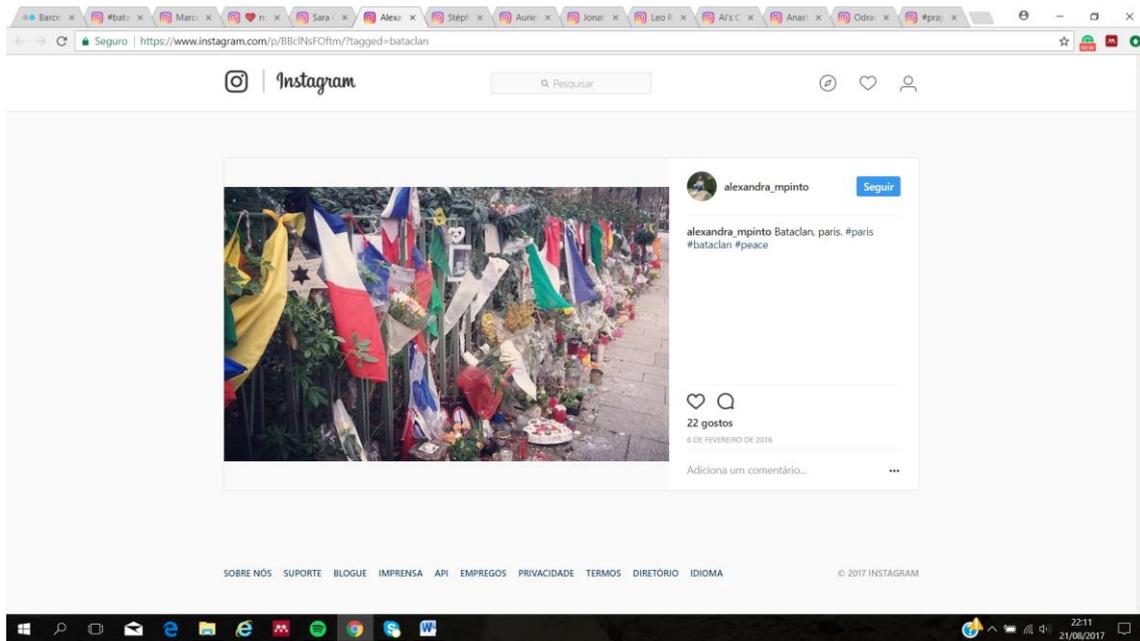


Figura - 26 - Partilha 11

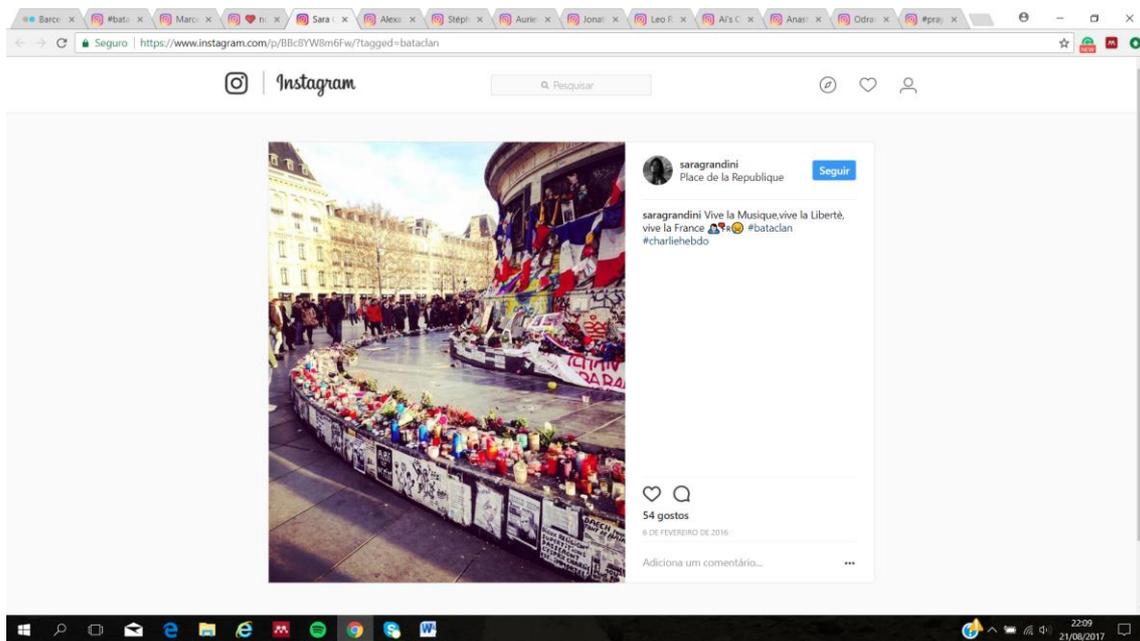


Figura 27 - Partilha 12

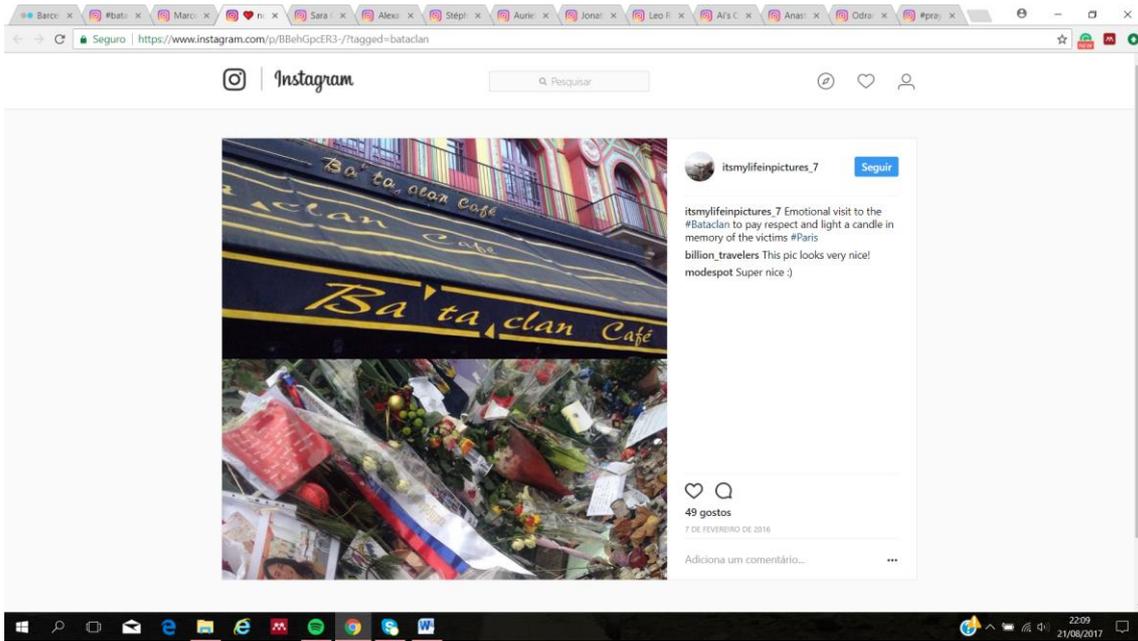


Figura 28 - Partilha 13

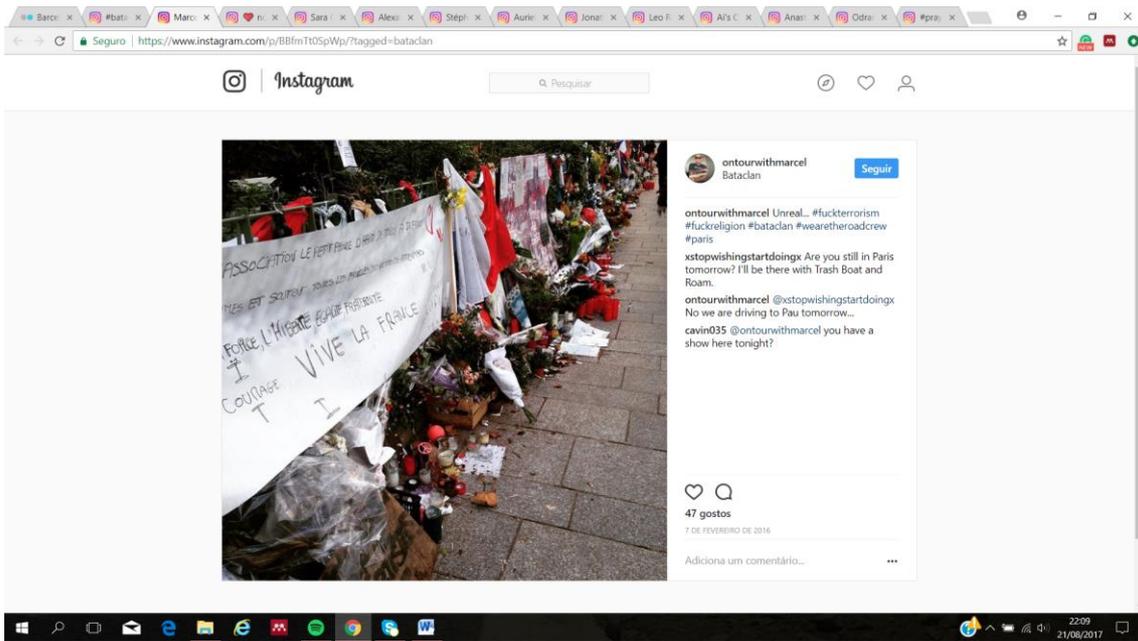


Figura 29 - Partilha 14

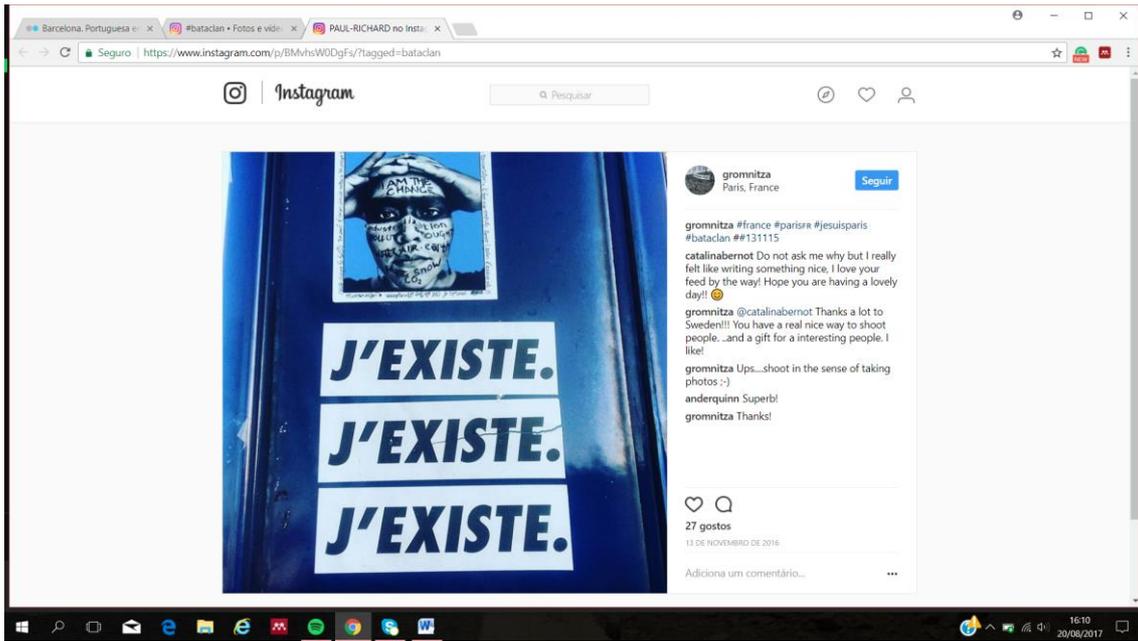


Figura 30 - Partilha 15

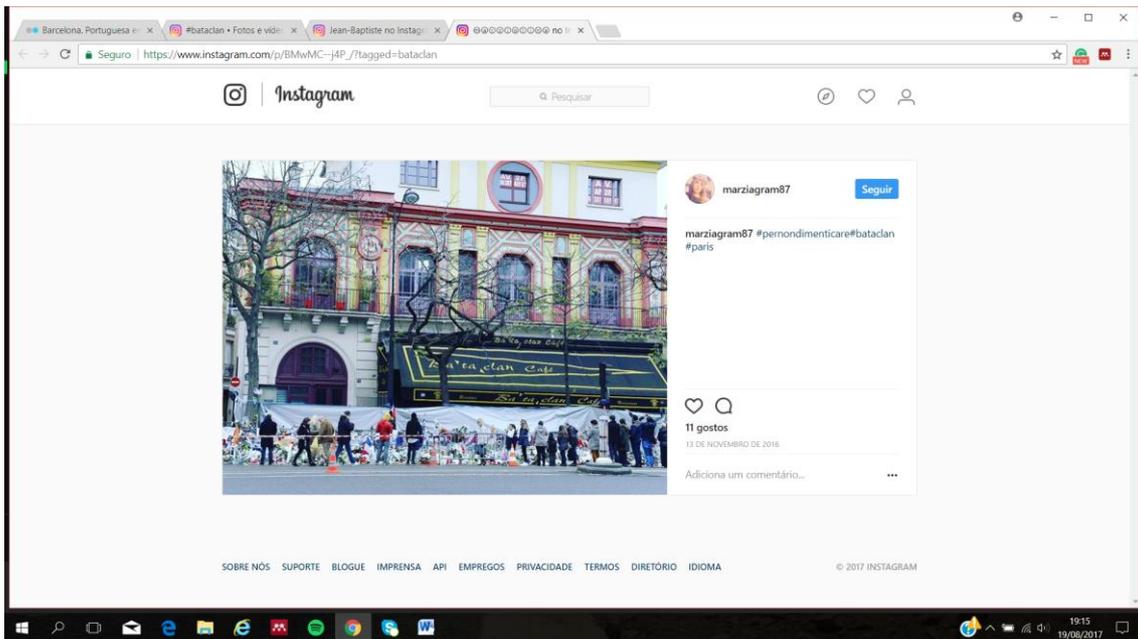


Figura 31 - Partilha 16

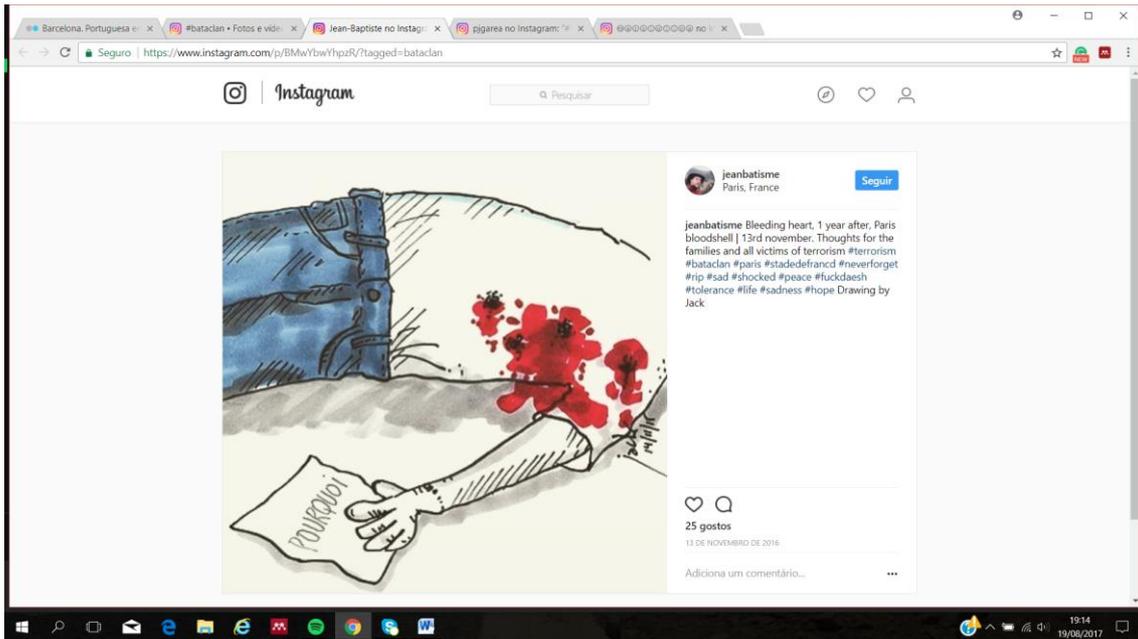


Figura 32 - Partilha 17

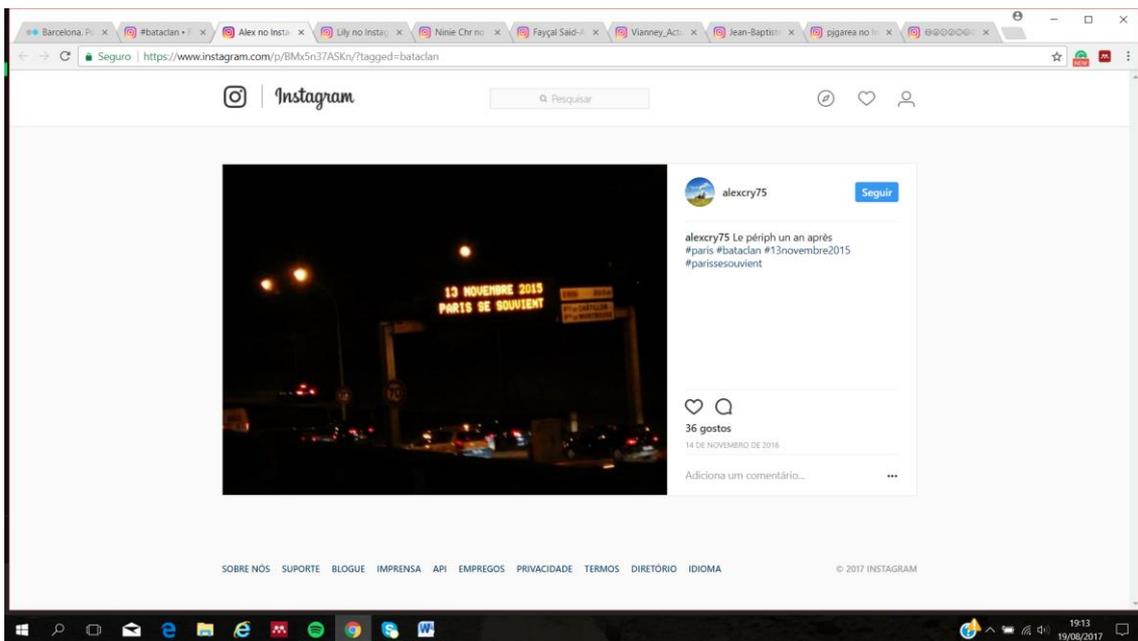


Figura 33 - Partilha 18

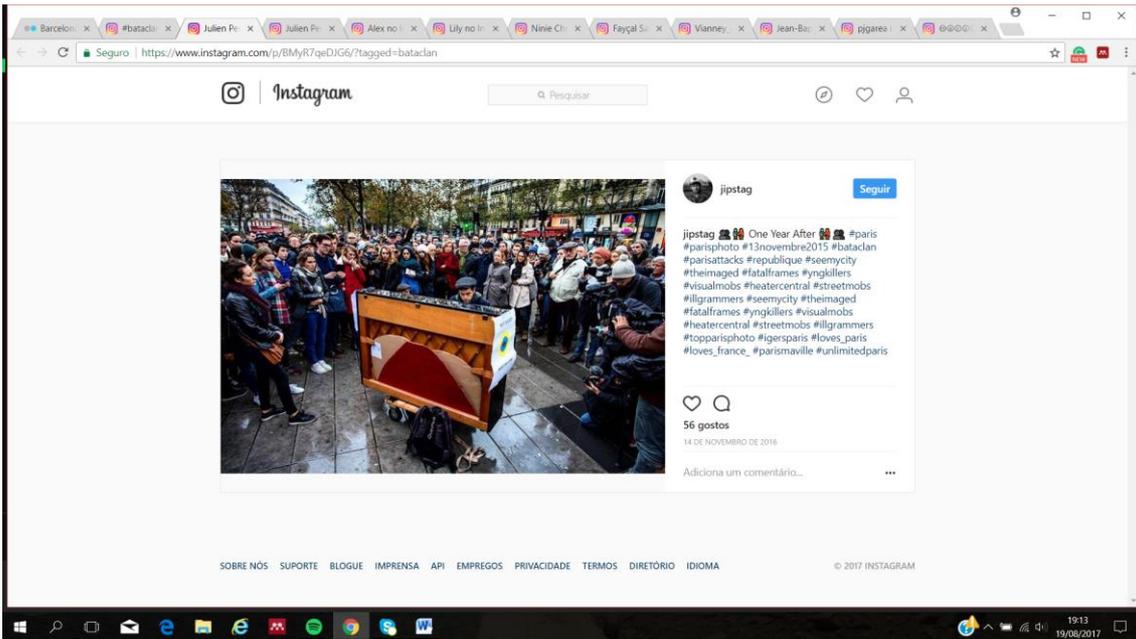


Figura 34 - Partilha 19

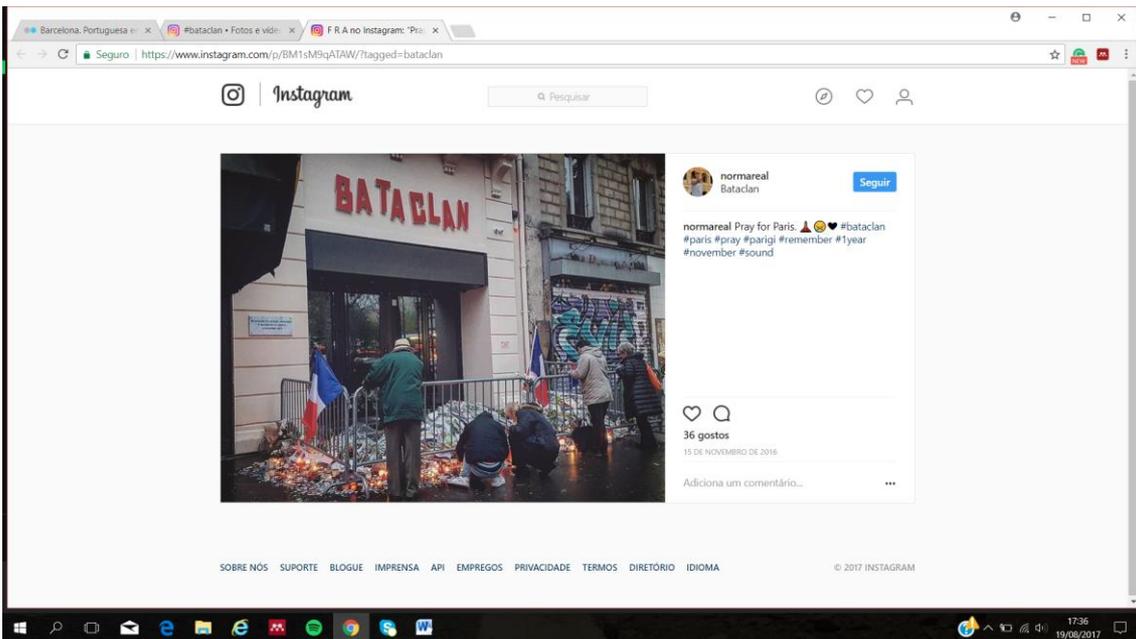


Figura 35 - Partilha 20

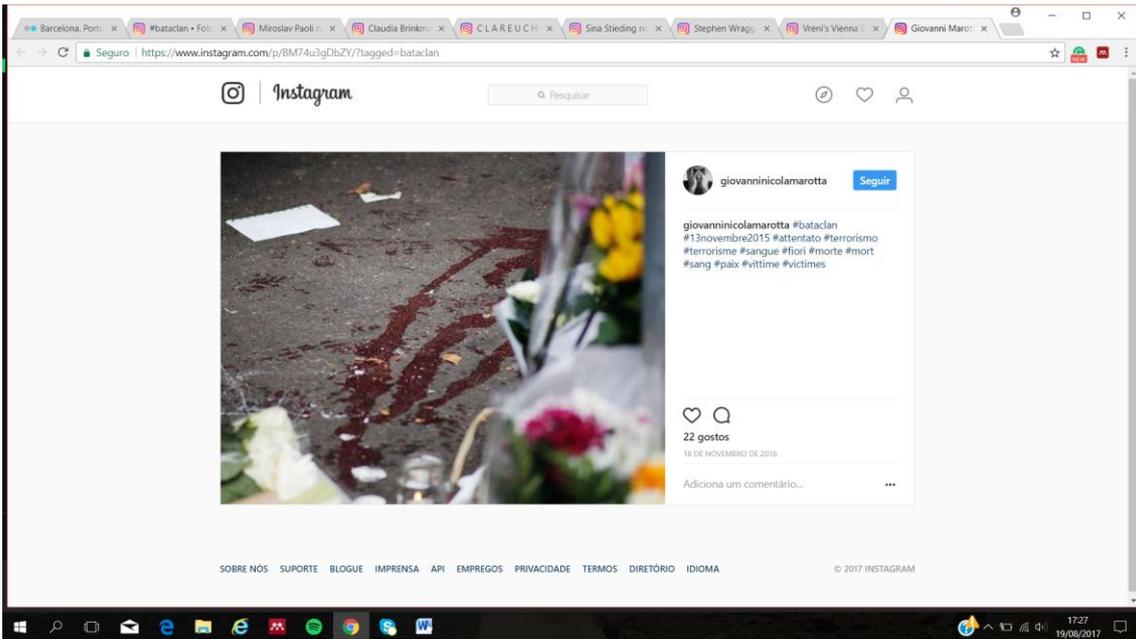


Figura 36 - Partilha 21

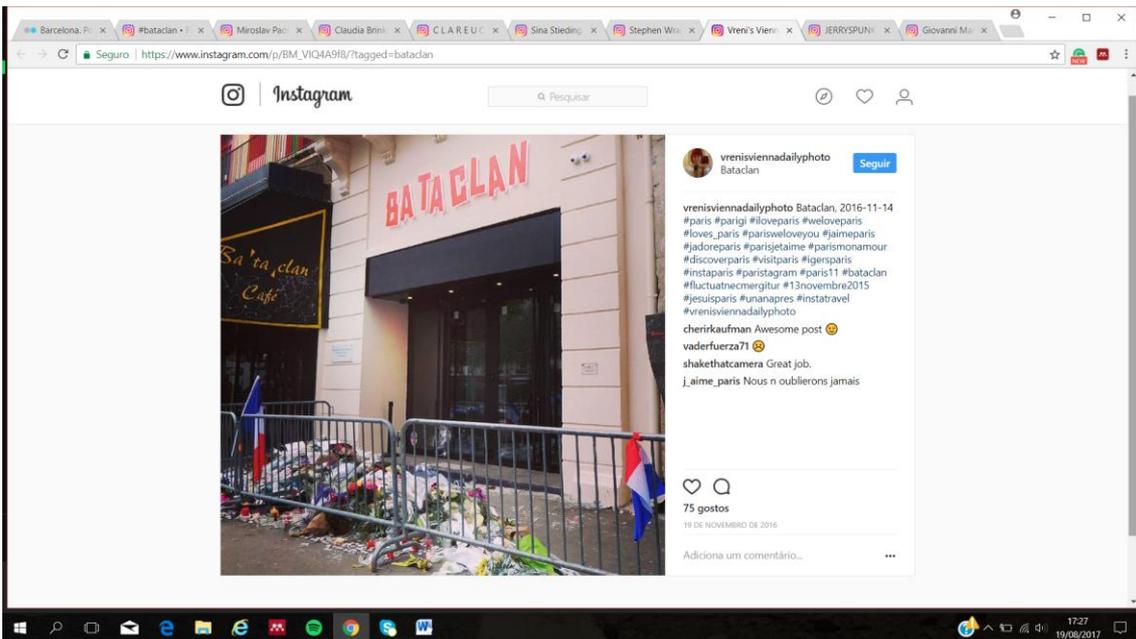


Figura 37 - Partilha 22

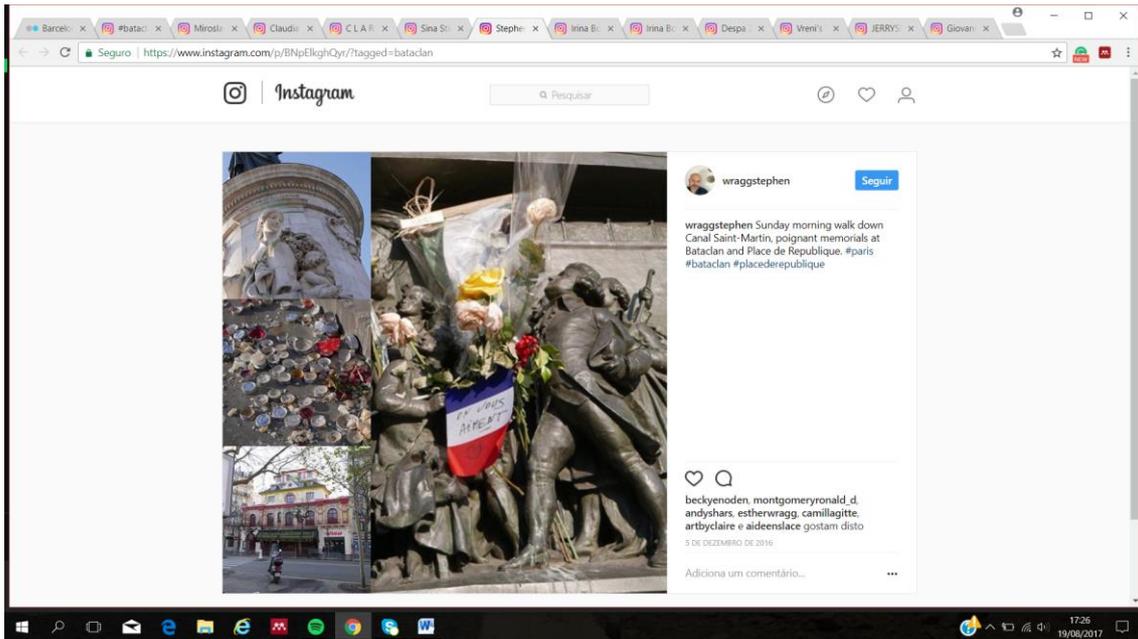


Figura 38 - Partilha 23

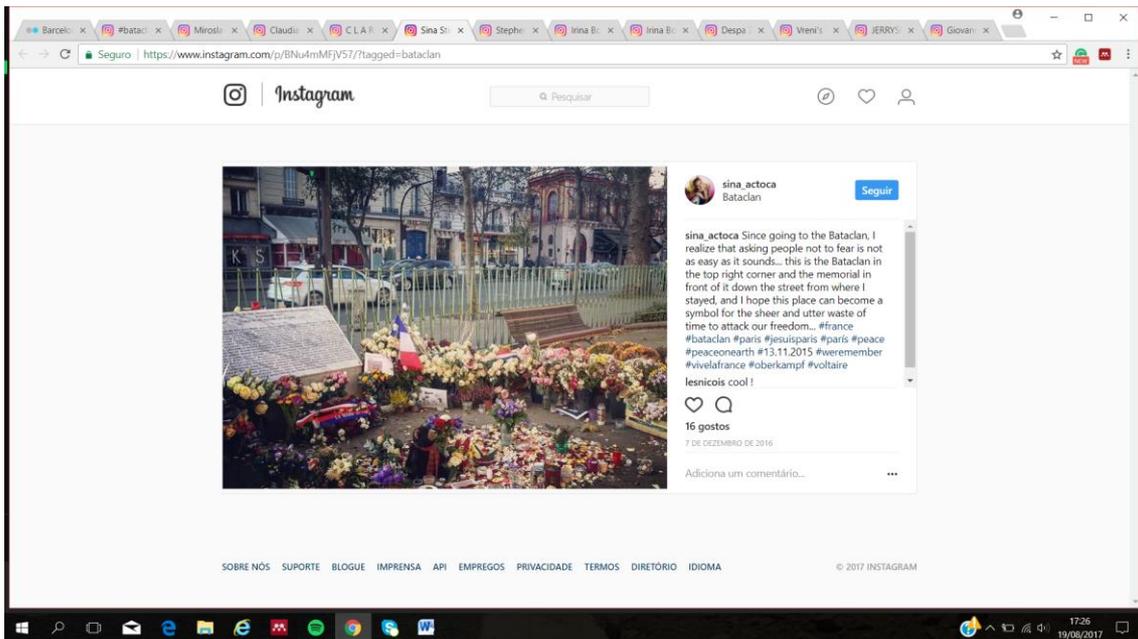


Figura 39 - Partilha 24

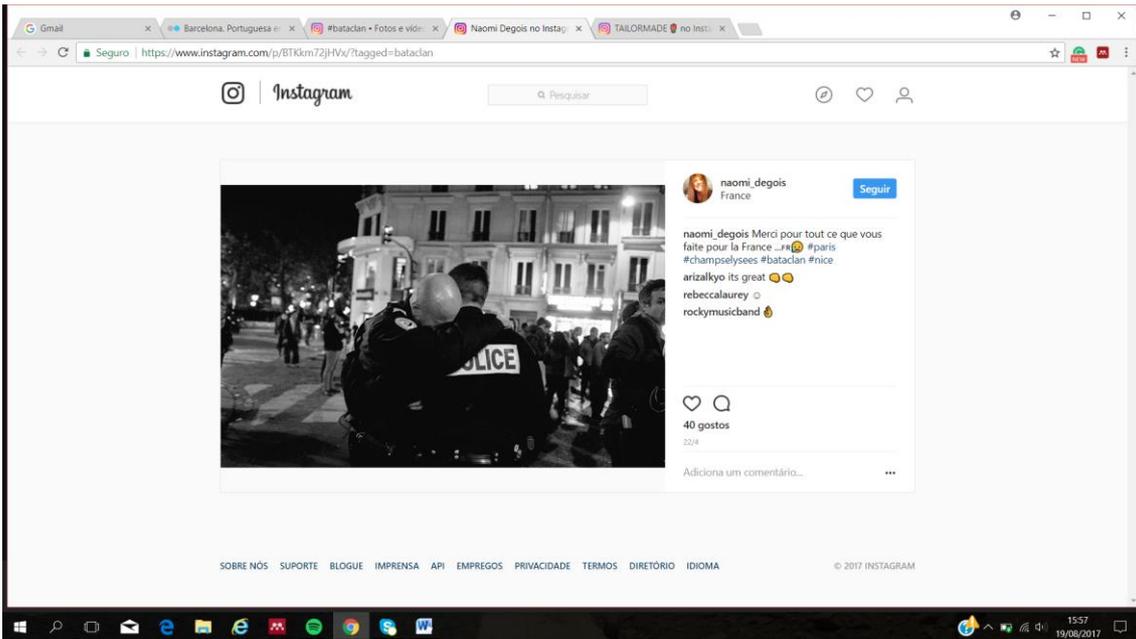


Figura 40 - Partilha 25

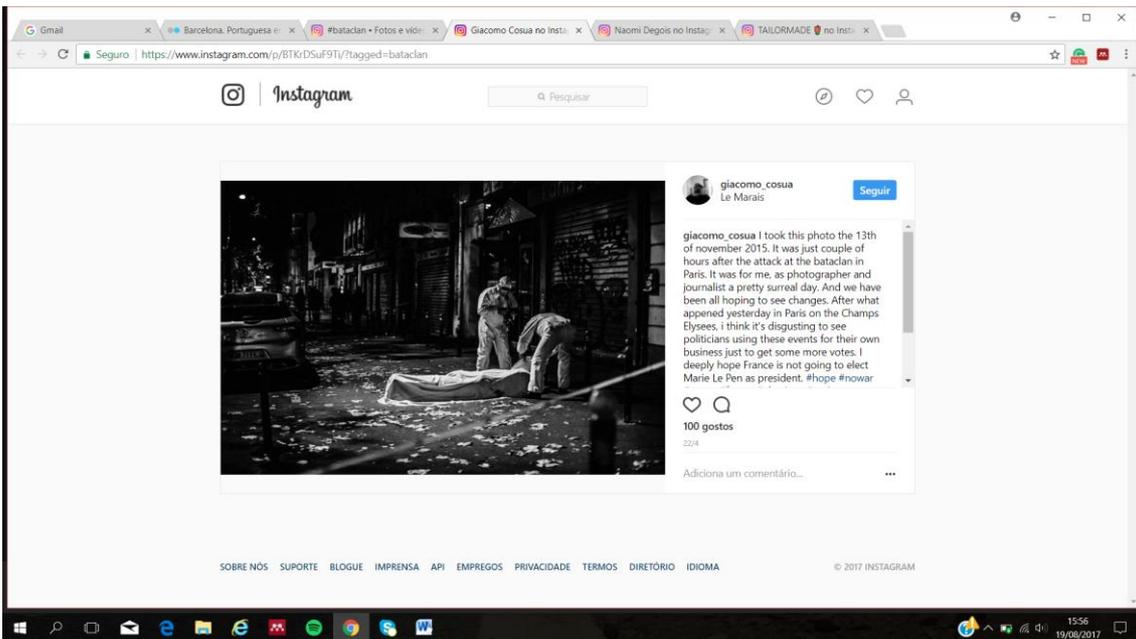


Figura 41 - Partilha 26

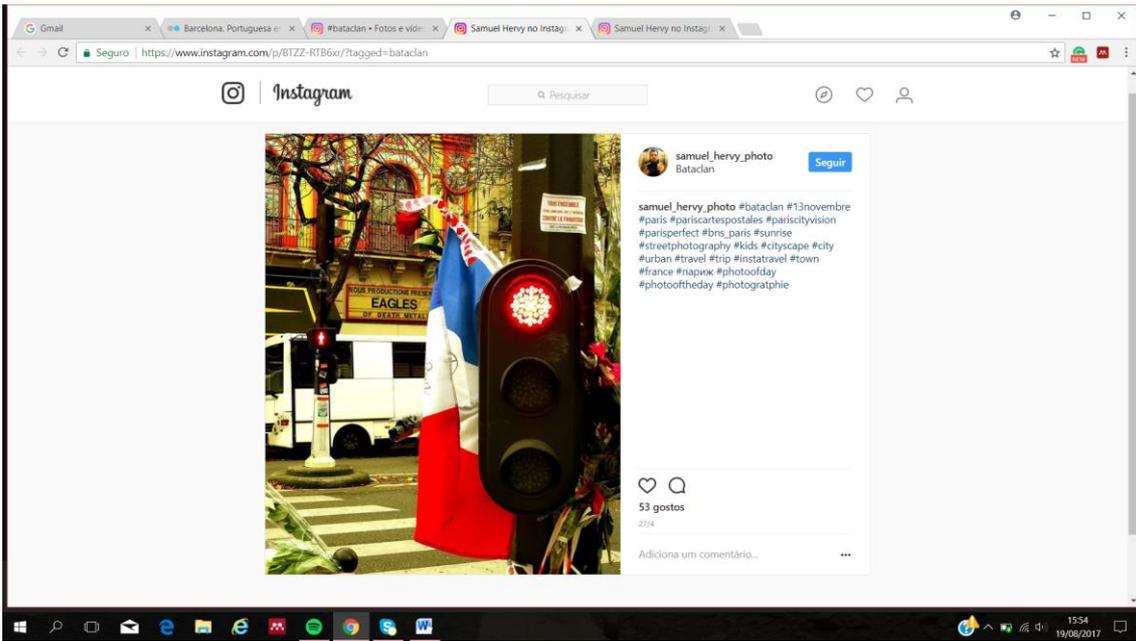


Figura 42 - Partilha 27

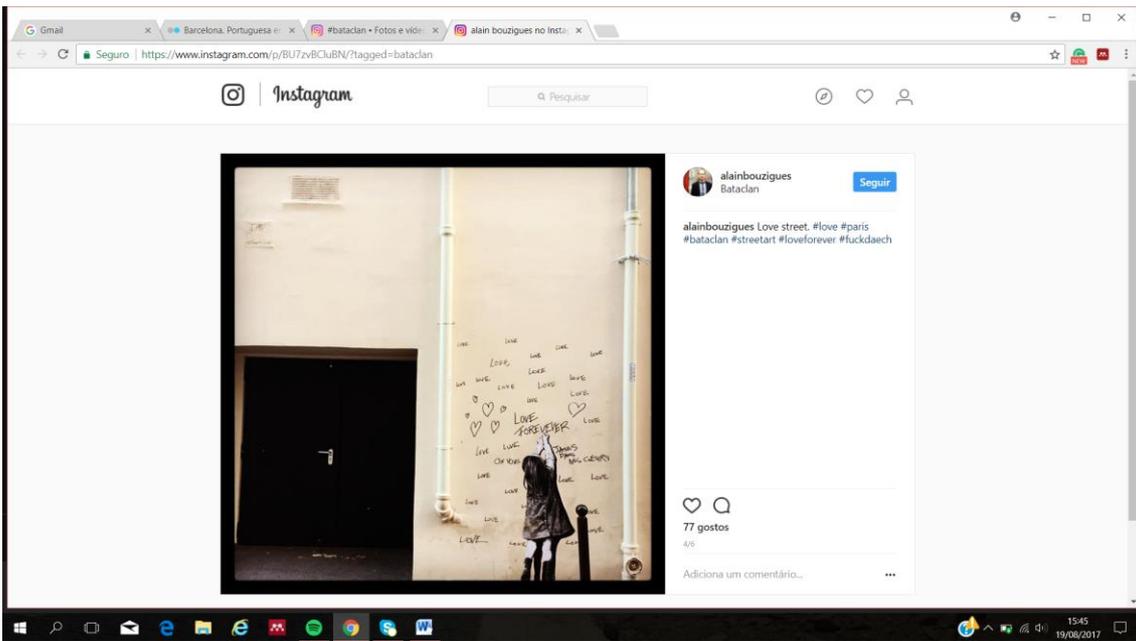


Figura 43 - Partilha 28

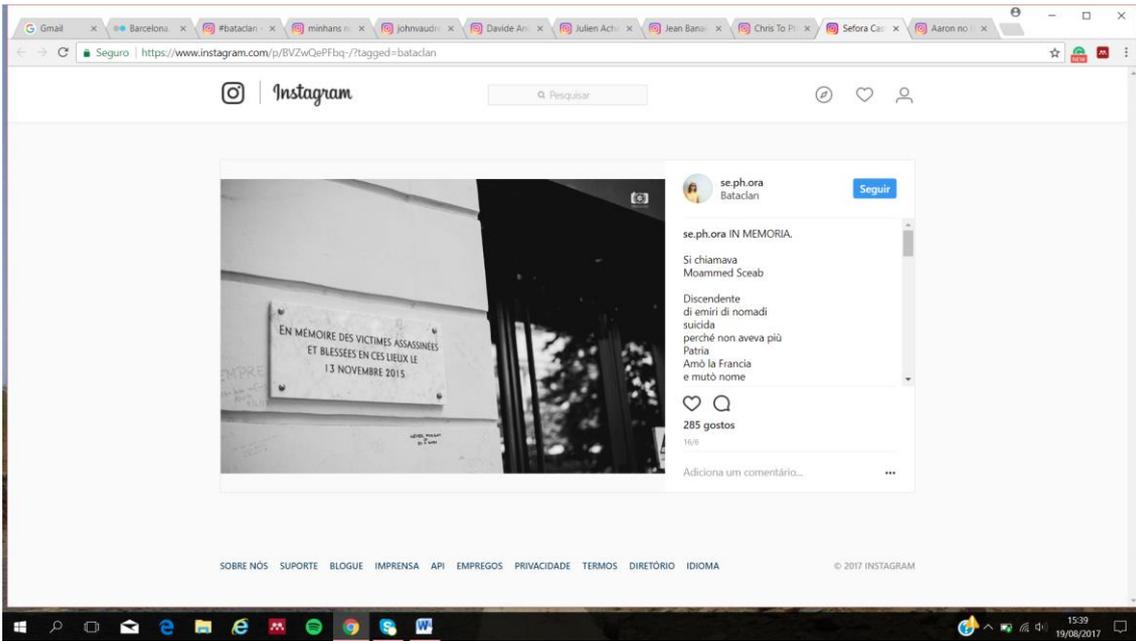


Figura 44 - Partilha 29



Figura 45 - Partilha 30

	Partilha 1	Partilha 2	Partilha 3	Partilha 4	Partilha 5	Partilha 6	Partilha 7
1- Quem partilhou a imagem (media ou conta pessoal)?	Pessoal	Media	Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal
2- As fotos foram publicadas em que datas?	21 de Novembro de 2015	21 de Novembro de 2015	23 de Novembro de 2015	5 de Dezembro de 2015	9 de Dezembro de 2015	12 de Dezembro de 2015	8 de Janeiro de 2016
3- Que hashtags foram usadas? Quantas hashtags foram usadas numa só publicação?	#paris; #panam; #lights; #macadam; #pluie; #rain; #candles; #candlelight; #bougie; #tribute; #bataclan; #respect; #souvenir; #hommage; #prayforparis	#remembering; #bataclan; #bataclanparis; #france; #terrorism; #victims; #november132015	#bataclan; PrayForParis; #13novembre2015	#ParisAttacks; #PeaceforParis; #bataclan	#Paris; #parisjetaime; #parisaboutlife; #bataclan; #131115	#bataclan; #prayforparis; #prayforbataclan; #weareparis; #peace	#bataclan; #jesusparis; #prayforparis; #noterrorism; #nodaesh; #vandroukiby; #vandrouki; #france
4- Que atitudes tinham na partilha da fotografia (positivo, neutro ou negativo)?	Neutro	Neutro	Neutro	Positivo	Positivo	Neutro	Neutro
5 - Os seguidores comentaram a fotografia?	Sim, mas com páginas	Sim	Não	Não	Não	Não	Não
6- Quantos likes teve?	92	50	7	10	11	46	14

Partilha 8	Partilha 9	Partilha 10	Partilha 11	Partilha 12	Partilha 13	Partilha 14
Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal
13 de Janeiro de 2016	3 de Fevereiro de 2016	5 de Fevereiro de 2016	6 de Fevereiro de 2016	6 de Fevereiro de 2016	7 de Fevereiro de 2016	7 de Fevereiro de 2016
#paris; #11eme; #parisattacks; #bataclan; #blackandwhitephotography; #match_bw; #WNB_Pics; #bnw_diamond; #diamond_bw; #backandwhite; #blackandwhiteisworththefight; #bnw_life; #bnw_captures; #bnw_society; #instafrance; #instaparis; #leica; #leicam; #leicamnochrom; #50mm	#Black; #White; #Yellow; #Muslim; #Catholic; #enjoy; #life; #NeverForget; #NeverAgain; #PrayforParis; #Paris; #bataclan; #memory; #RIP; #restinpeace; #FuckDaesh; #Fuckterrorism	#france; #paris; #placedelarepublique; #boujies; #fleurs; #charliehebdo; #bataclan; #stil	#paris; #bataclan; #peace	#bataclan; #charliehebdo	#Bataclan; #Paris	#fuckterrorism; #fucrlreigio; #bataclan; #wearetheroadcrew; #paris
Neutro	Negativo	Neutro	Neutro	Positivo	Positivo	Negativo
Não	Não	Não	Não	Não	Sim	Sim
27	21	33	22	54	49	47

Partilha 15	Partilha 16	Partilha 17	Partilha 18	Partilha 19	Partilha 20	Partilha 21
Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal	Media	Pessoal	Media
13 de Novembro de 2016	13 de Novembro de 2016	13 de Novembro de 2016	14 de Novembro de 2016	14 de Novembro de 2016	15 de Novembro de 2016	18 de Novembro de 2016
#france; #parisfr; #jesuisparis; #bataclan; #131115	#pernondimenticare; #bataclan; #paris	#terrorism; #bataclan; #paris; #stadefrancd; #neverforget; #rip; #sad; #shocked; #peace; #fuckdaesh; #tolerance; #life; #sadness; #hope	#paris; #bataclan; #13novembre2015; #parissesouvient	#paris; #parisphoto; #13novembre2016; #bataclan; #parisattacks; #republique; #seemcity; #theimaged; #fatalframes; #yngkillers; #visualmobs; #heatercentral; #streetmobs; #illgrammers; #seemcity; #theimaged; #fatalframes; #yngkillers; #visualmobs; #heatercentral; #streetmobs; #illgrammers; #topparisphoto; #igerparis; #loves_paris; #loves_france_; #parismaville; #unlimitedparis	#bataclan; #paris; #pray; #parigi; #remember; #1year; #november; #sound	#bataclan; #13novembre2015; #attentato; #terrorismo; #terrorisme; #sangue; #fiori; #morte; #mort; #sang; #paix; #vittime; #victimes
Neutro	Neutro	Neutro	Neutro	Neutro	Neutro	Neutro
Sim	Não	Não	Não	Não	Não	Não
27	11	25	36	56	36	22

Partilha 22	Partilha 23	Partilha 24	Partilha 25	Partilha 26	Partilha 27	Partilha 28	Partilha 29	Partilha 30
Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal	Media (jornalista)	Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal
19 de Novembro de 2016	5 de Dezembro de 2016	7 de Dezembro de 2016	22 de Abril de 2017	22 de Abril de 2017	27 de Abril de 2017	4 de Junho de 2017	16 de Junho de 2017	22 de Julho de 2017
#paris; #parigi; #iloveparis; #weloveparis; #loves_paris; #parisweloveyou; #jaimeparis; #jadoreparis; #parisjetaime; #parismonamour; #discoverparis; #visitparis; #igerparis; #instaparis; #paristagram; #paris11; #bataclan; #fluctuatnecmergitur; #13novembre2015; #jesuisparis; #unanapres; #instatravel; #virensiennadailyphoto	#paris; #bataclan; #placederepublique	#france; #bataclan; #paris; #jesuisparis; #paris; #peace; #peaceonearth; #13; #weremember; #vivefrance; #oberkampf; #voltaire	#paris; #champelysees; #bataclan; #nice	#hope; #nowar; #peace; #france; #elections; #paris; #blackandwhite; #stopviolence; #marielepen; #lepen; #police; #bataclan; #marais; #isis; #reportage; #photojournalism; #election2017	#bataclan; #13novembre; #paris; #pariscartespostales; #pariscitycision; #parisperfect; #bns_paris; #sunrise; #streetphotography; #kids; #cityscape; #city; #urban; #travel; #trip; #instatravel; #town; #france; #photoofday; #photoogtheday; #photographie	#love; #paris; #bataclan; #streetart; #loveforever; #fuckdaesh	#Parismyway; #bataclan; #paris; #inmemory; #bnw_planet; #capture; #ph; #photooftheday; #photography; #photo; #photographer; #igerparis; #igerseurope; #mynikeonline; #girlife; #travel; #traveler; #traveling; #streetphotography; #nikonartists; #likes; #followme; #spotashoot; #shotsfeurope; #nikontop; #instagram; #intagrammers; #bestphoto; #cityscape; #followme; #visitparis	#bataclan; #Parigi; #Paris; #noterrorism; #nofilter
Neutro	Neutro	Positivo	Positivo	Negativo	Neutro	Neutro	Neutro	Neutro
Sim	Não	Sim	Não	Não	Não	Não	Sim	Não
75	7	16	40	100	53	77	285	19

Figura 46 - Tabela 13 de novembro de 2015

- 22 de março de 2016 – Aeroporto de Bruxelas

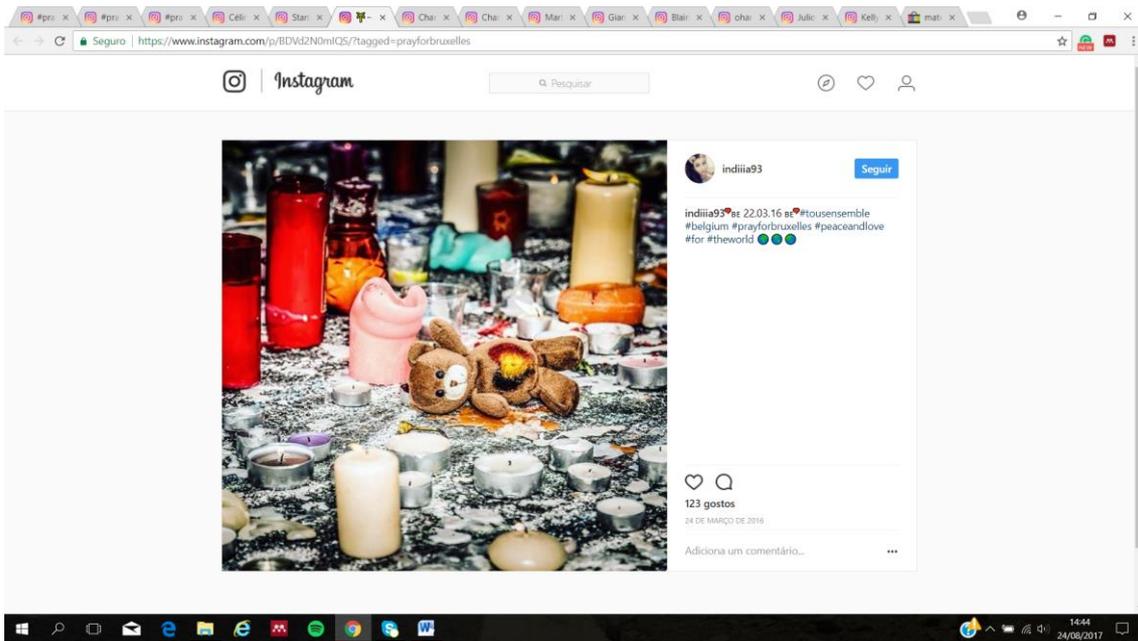


Figura 47 - Partilha 1

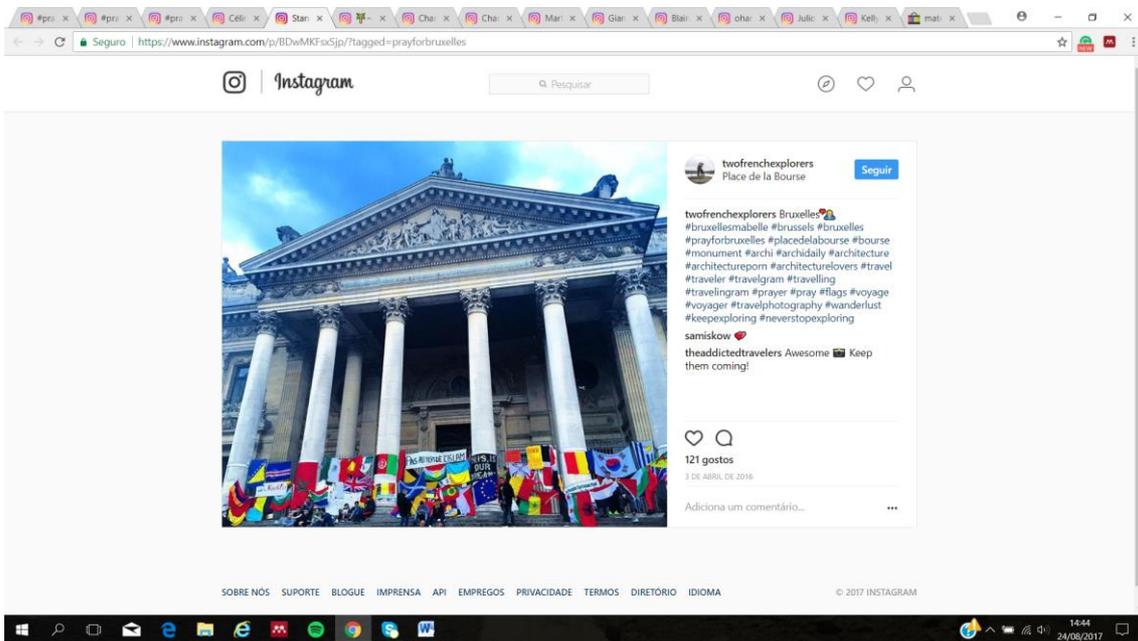


Figura 48 - Partilha 2

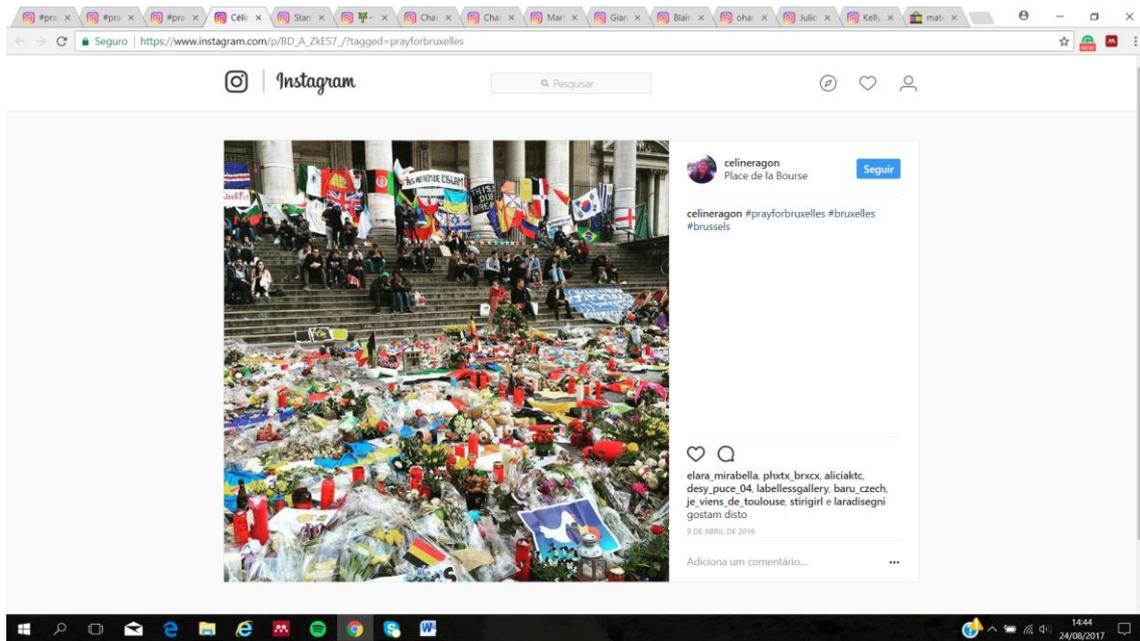


Figura 49 - Partilha 3

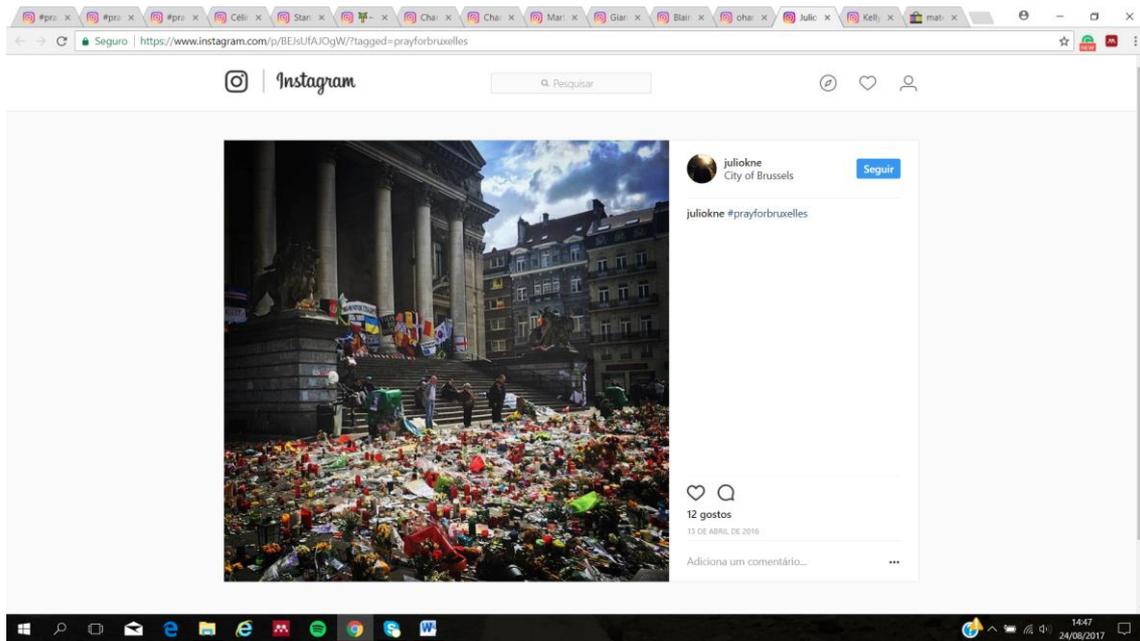


Figura 50 - Partilha 4

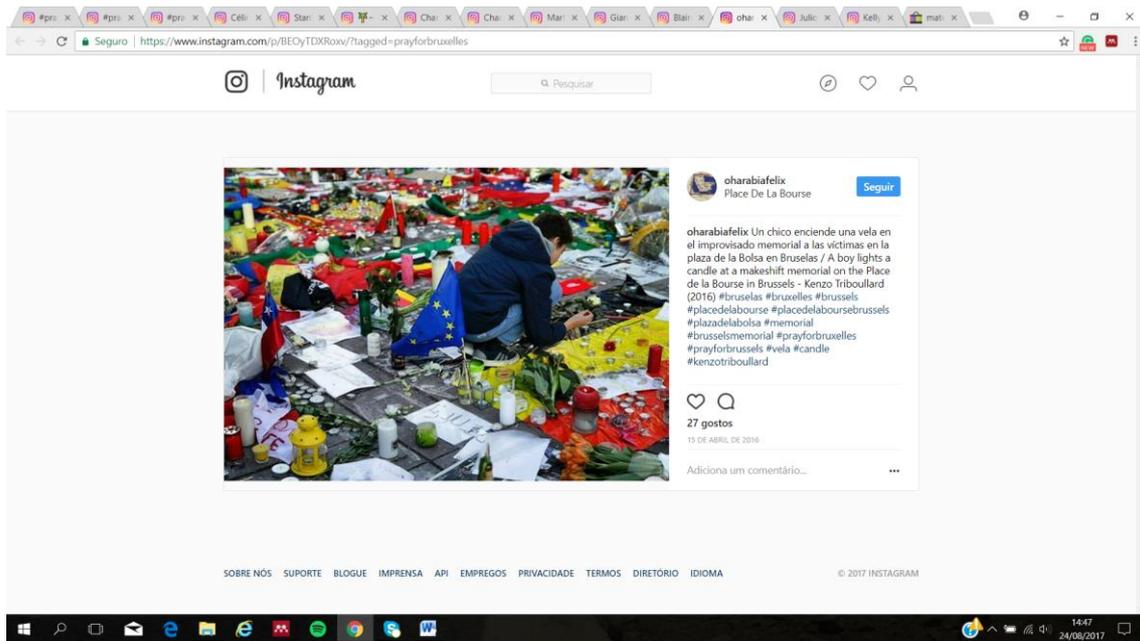


Figura 51 - Partilha 5

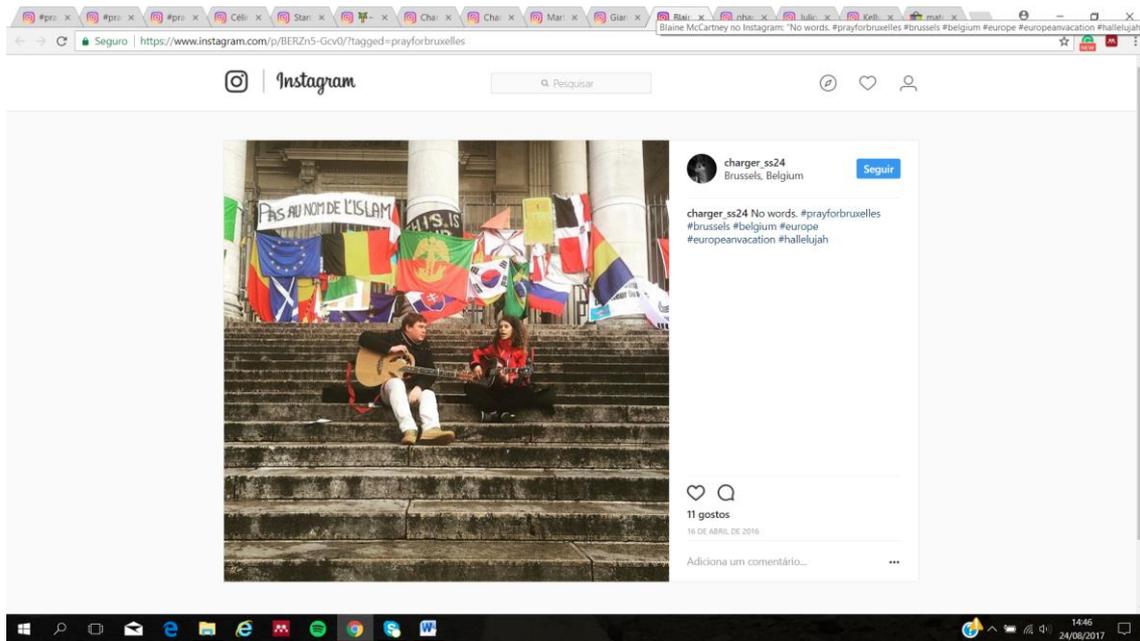


Figura 52 - Partilha 6

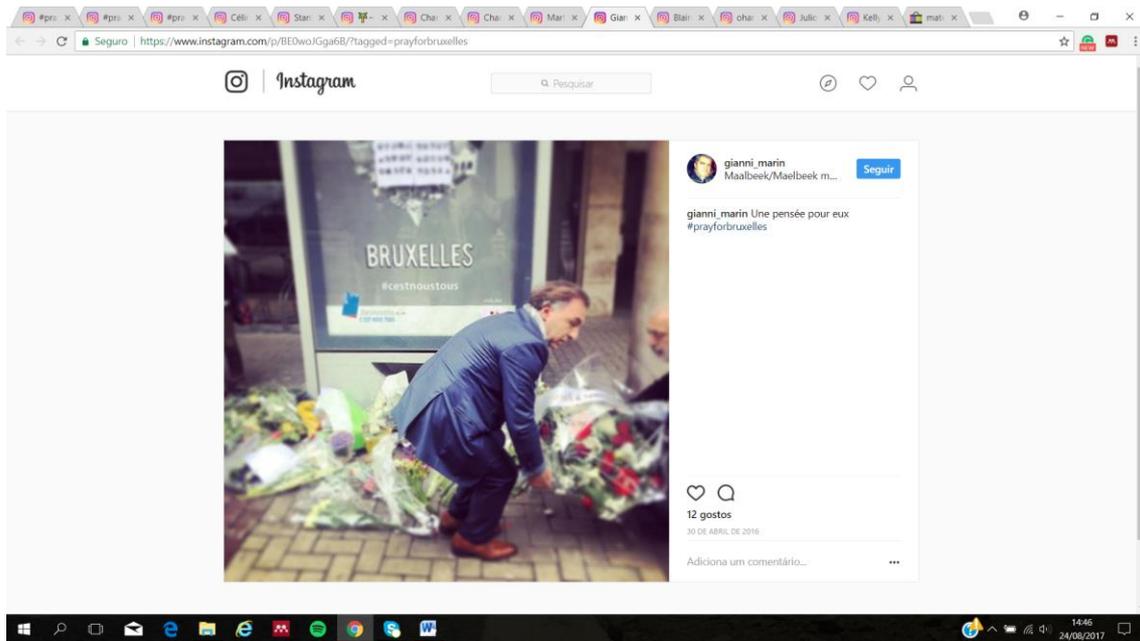


Figura 53 - Partilha 7

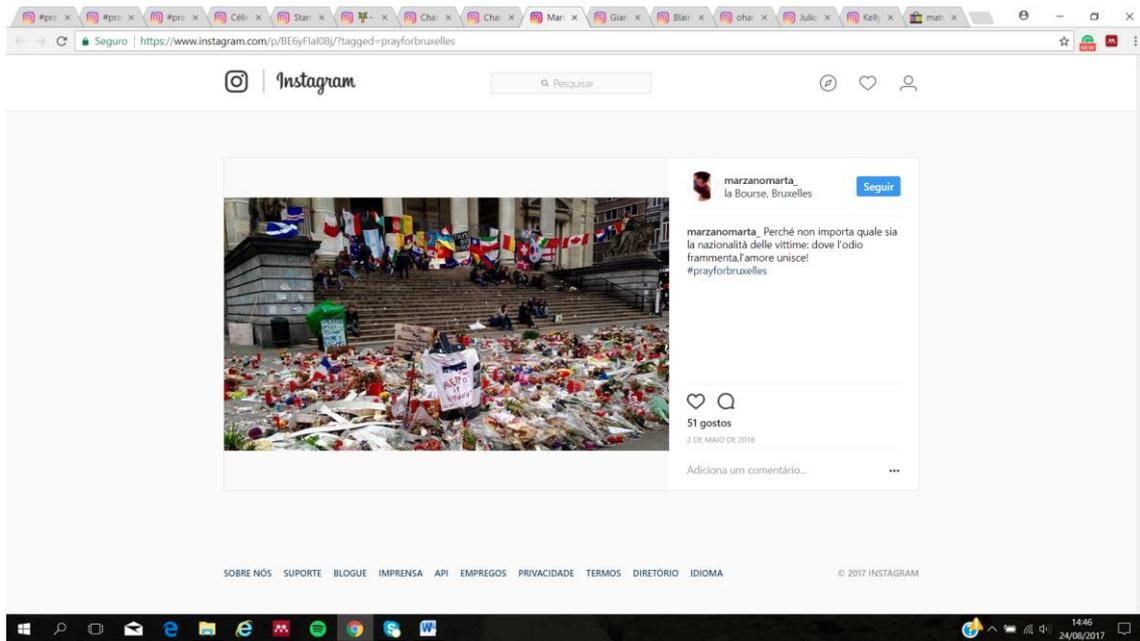


Figura 54 - Partilha 8

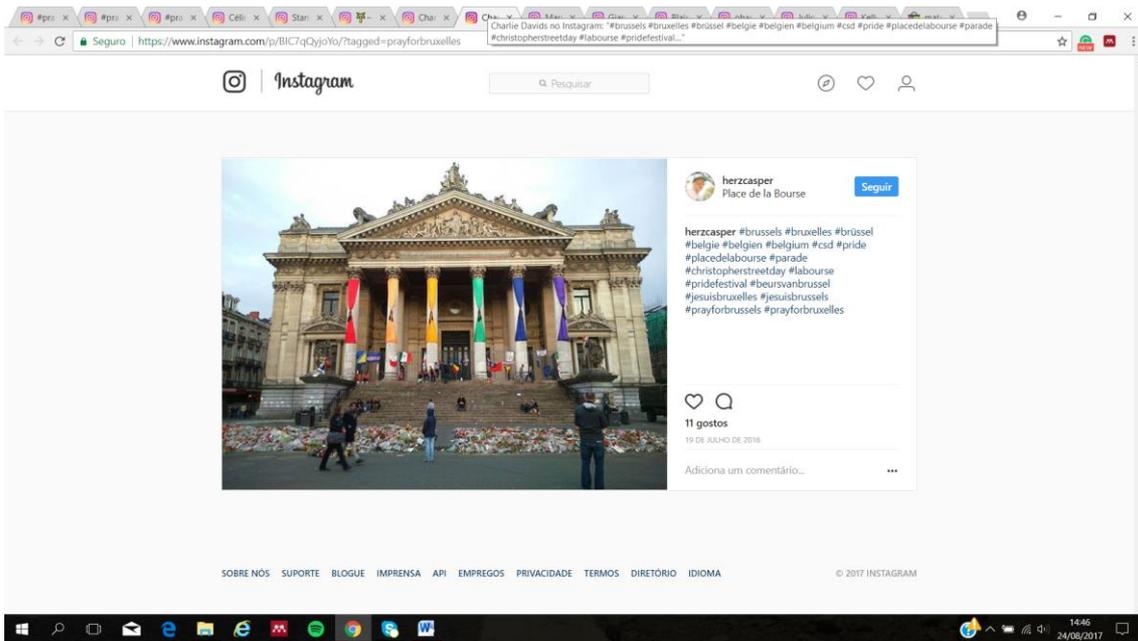
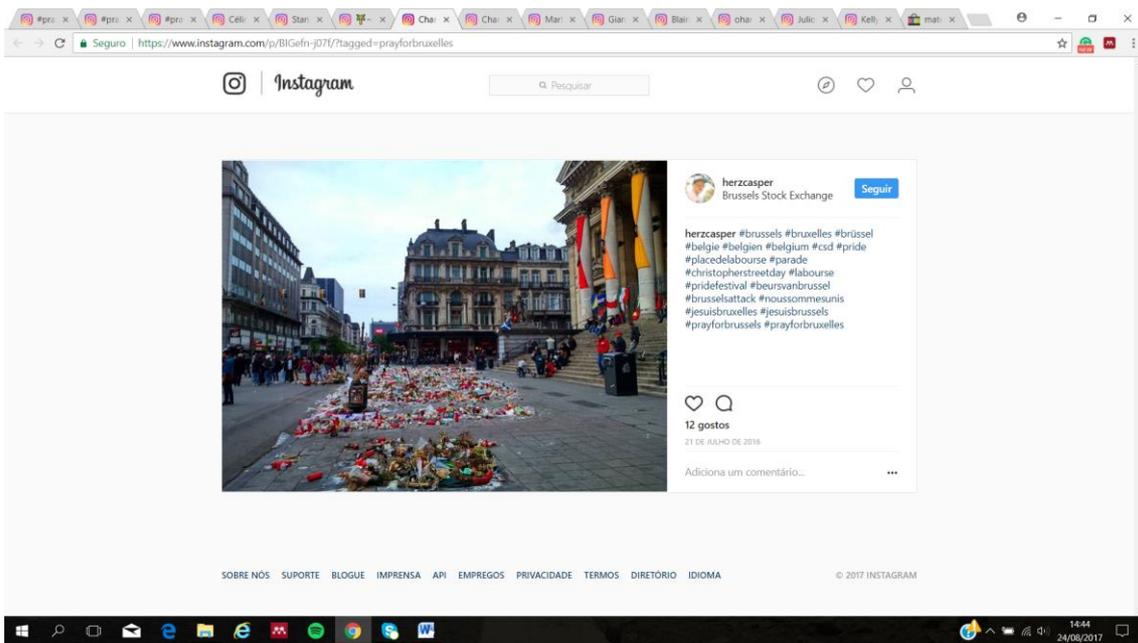


Figura 55 - Partilha 9



Figurar 56 - Partilha 10

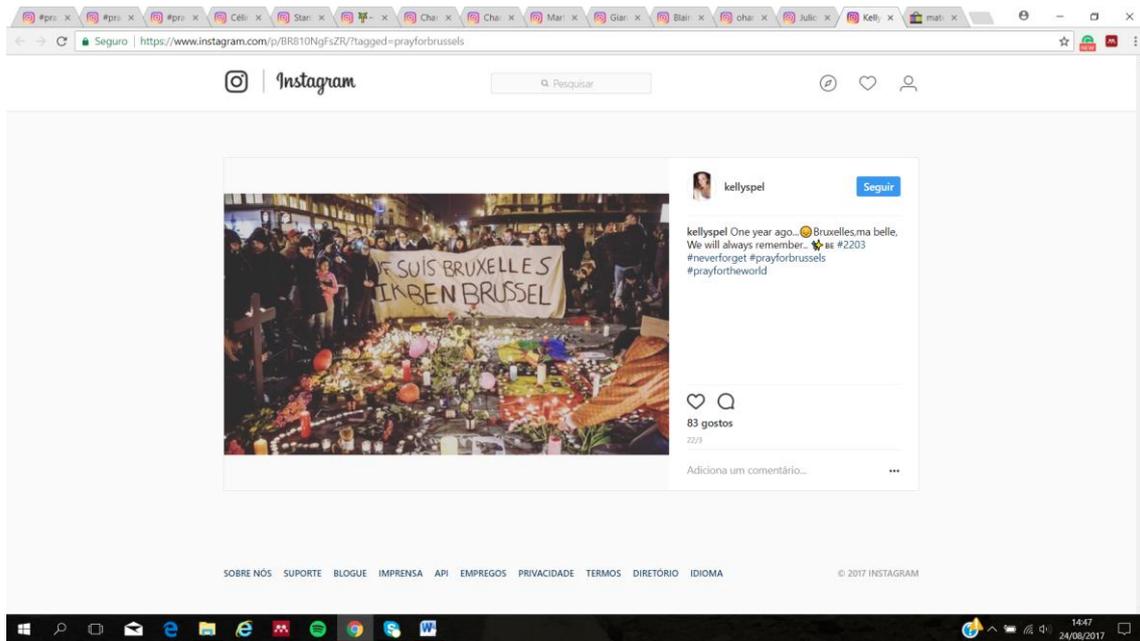


Figura 57 - Partilha 11

	Partilha 1	Partilha 2	Partilha 3	Partilha 4	Partilha 5	Partilha 6	Partilha 7
1- Quem partilhou a imagem (media ou conta pessoal)?	Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal
2- As fotos foram publicadas em que datas?	24 de Março de 2016	3 de Abril de 2016	9 de Abril de 2016	13 de Abril de 2016	15 de Abril de 2016	16 de Abril de 2016	30 de Abril de 2016
3- Que hashtags foram usadas? Quantas hashtags foram usadas numa só publicação?	#tousensemble; #belgium; #prayforbruxelles; #peaceandlove; #for; #theworld	#bruxellesmabelle; #brussels; #bruxelles; #prayforbruxelles; #placedelabourse; #bourse; #monument; #archi; #archidaily; #architecture; #architectureporn; #architecturelovers; #travel; #travelel; #travelgram; #traveling; #travelingram; #prayer; #travelphotography; #wanderlust; #keepexploring; #neverstopexploring	#prayforbruxelles; #bruxelles; #brussels	#prayforbruxelles	#bruselas; #bruxelles; #brussels; #placedelabourse; #placedelaboursebrussels; #plazadelabolsa; #memorial; #brusselsmemorial; #prayforbruxelles; #vela; #candle; #kenzotribouillard	#prayforbruxelles; #brussels; #belgium; #europe; #europeanvacation; #hallelujah	#prayforbruxelles
4- Que atitudes tinham na partilha da fotografia (positivo, neutro ou negativo)?	Positivo	Positivo	Neutro	Neutro	Neutro	Neutro	Neutro
5 - Os seguidores comentaram a fotografia?	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não
6- Quantos likes teve?	123	121	9	12	27	11	12

Partilha 8	Partilha 9	Partilha 10	Partilha 11
Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal
2 de Maio de 2016	19 de Abril de 2016	21 de Julho de 2016	22 de Março de 2017
#prayforbruxelles	#brussels; #bruxelles; #brussel; #belgie; #belgien; #belgium; #csd; #pride; #placedelabourse; #parade; #christopherstreetday; #labourse; #pridefestival; #beursvanbrussel; #jesuisbruxelles; #jesuisbrussels; #prayforbrussels; #prayforbruxelles	#brussels; #bruxelles; #brussel; #belgie; #belgien; #belgium; #csd; #pride; #placedelabourse; #parade; #christopherstreetday; #labourse; #pridefestival; #beursvanbrussel; #brusselsattack; #nousommesunis; #jesuisbruxelles; #jesuisbrussels; #prayforbrussels; #prayforbruxelles	#2203; #neverforget; #prayforbrussels; #prayfortheworld
Positivo	Neutro	Neutro	Neutro
Não	Não	Não	Não
51	11	12	83

Figura 58- Tabela 22 de março de 2016

- 14 de julho de 2016 – Nice

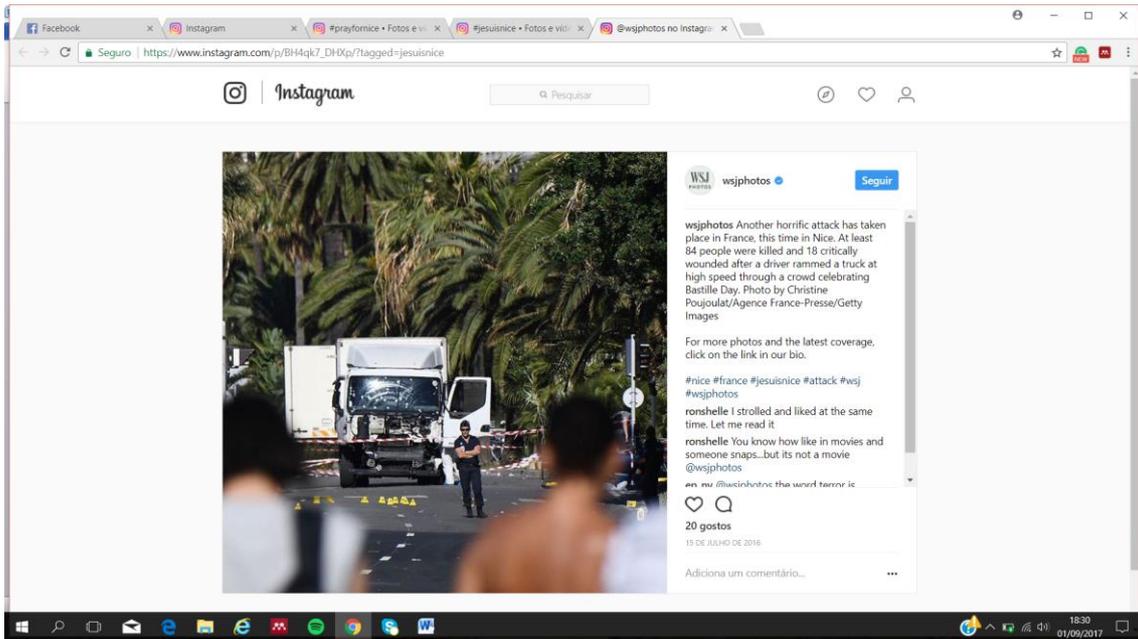


Figura 59 - Partilha 1

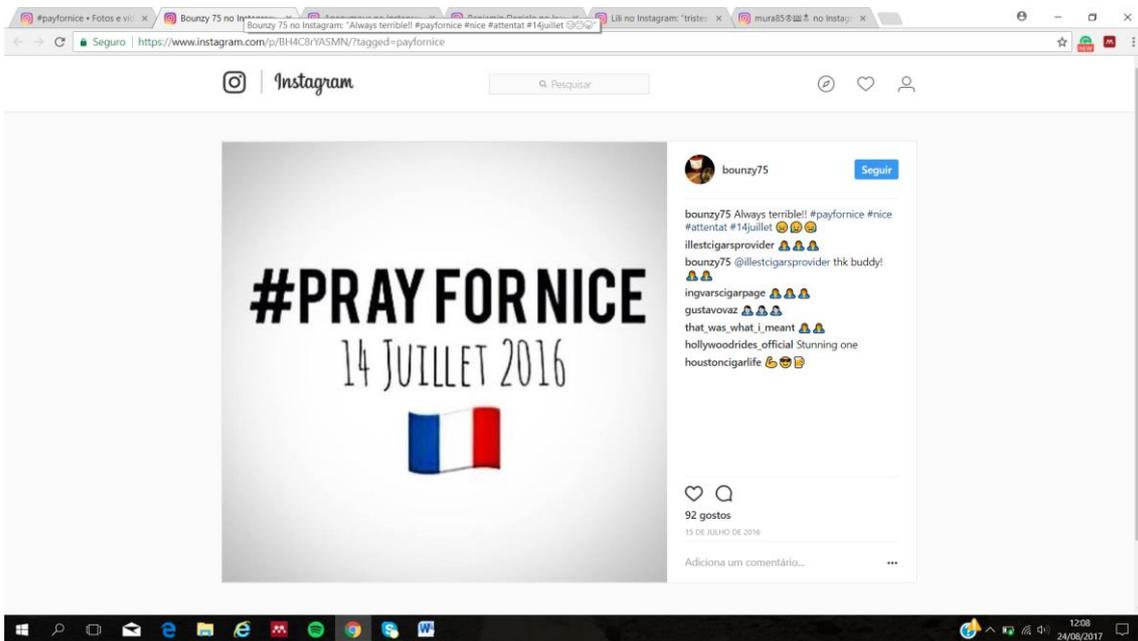


Figura 60 - Partilha 2

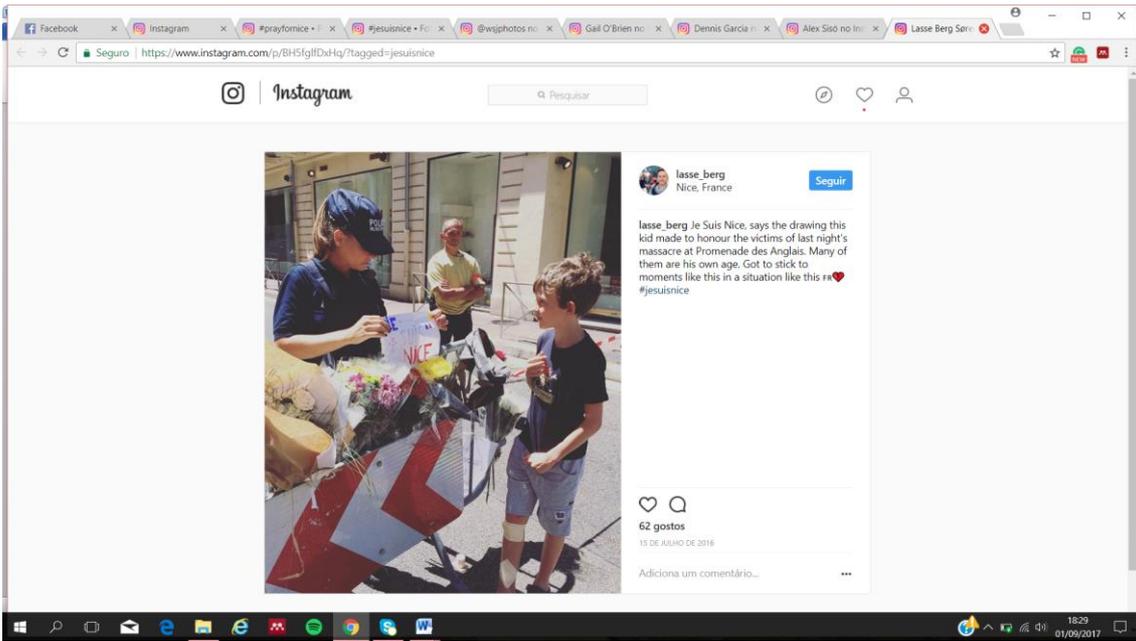


Figura 61 - Partilha 3

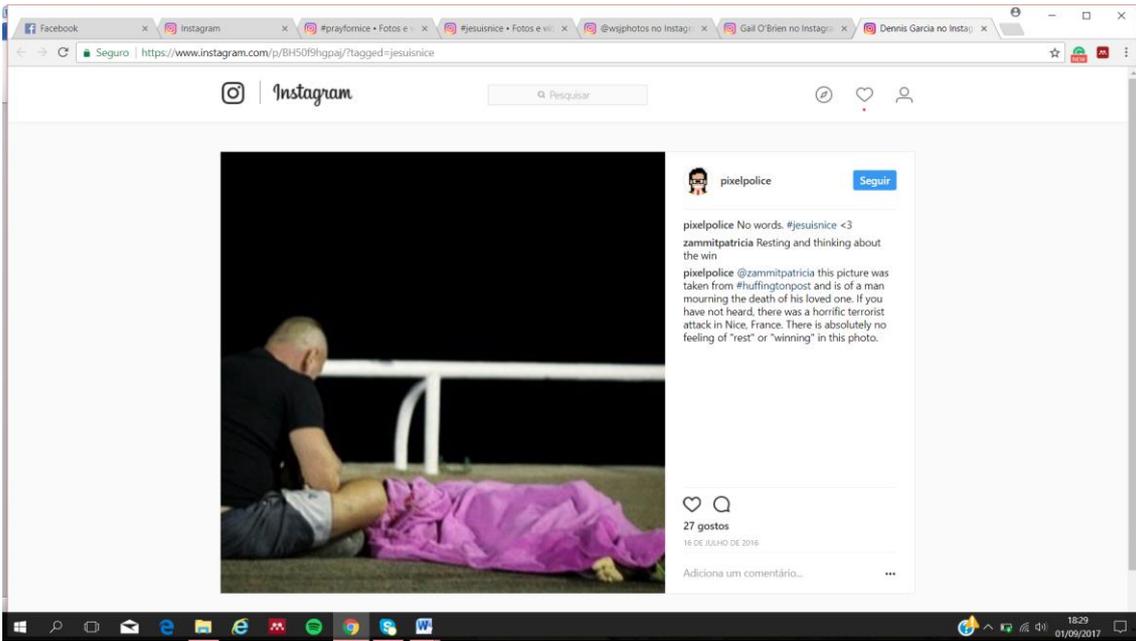


Figura 62 - Partilha 4

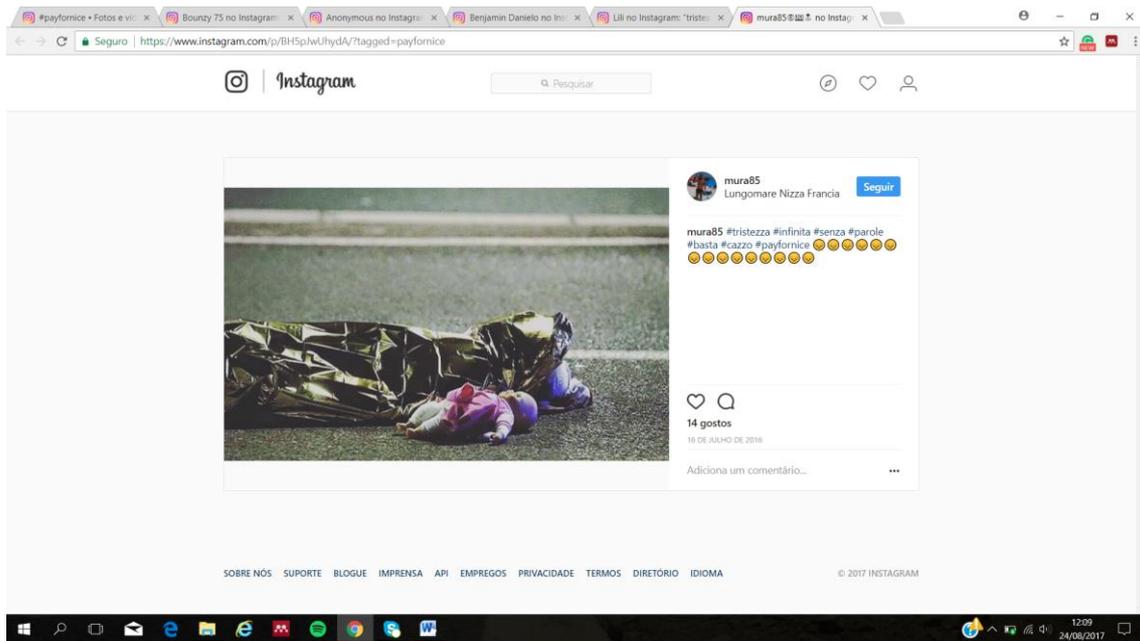


Figura 63 - Partilha 5

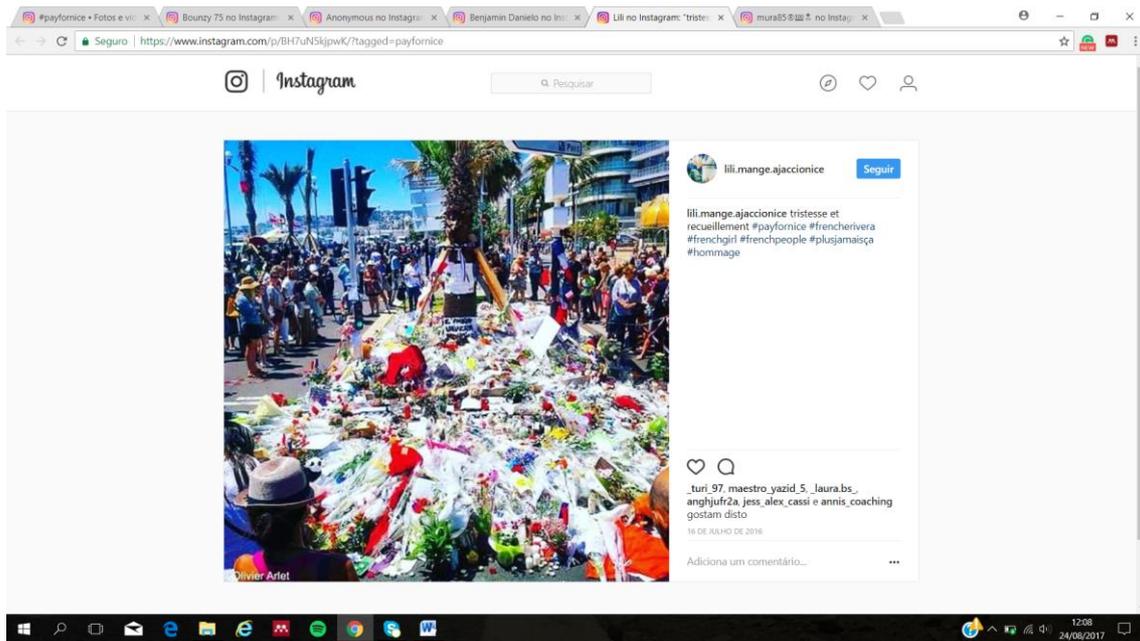


Figura 64 - Partilha 6

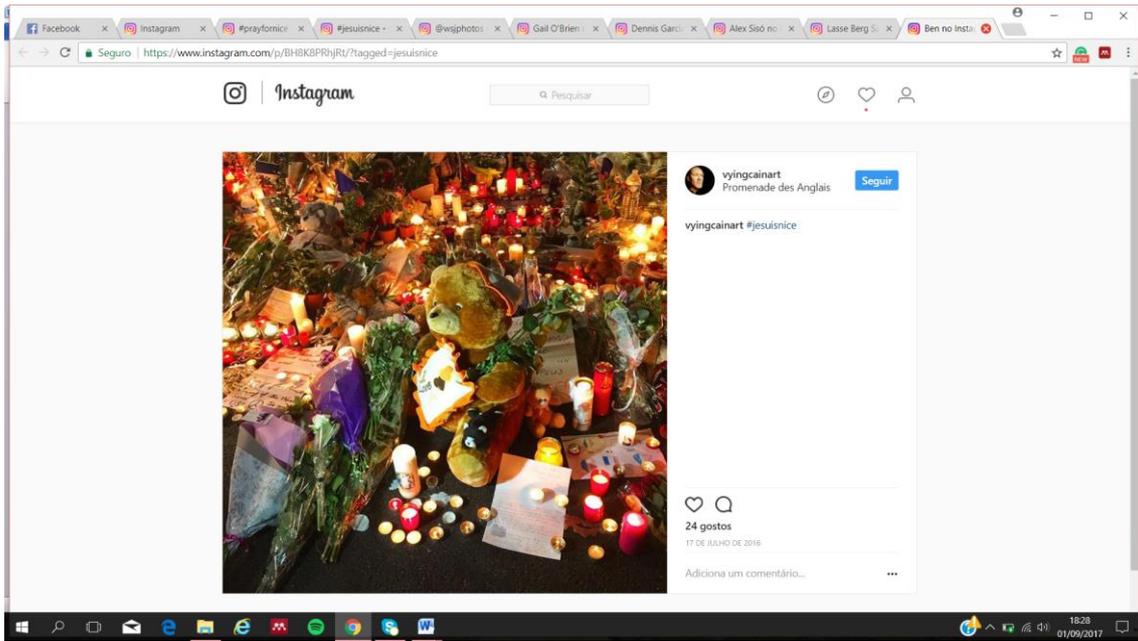


Figura 65 - Partilha 7

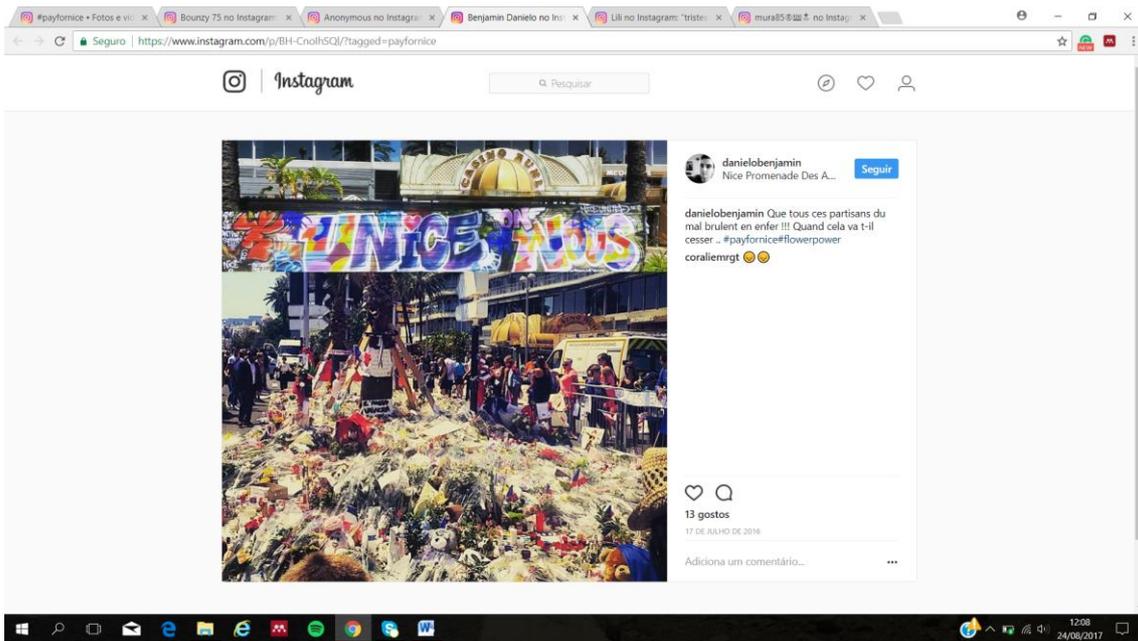


Figura 66- Partilha 8

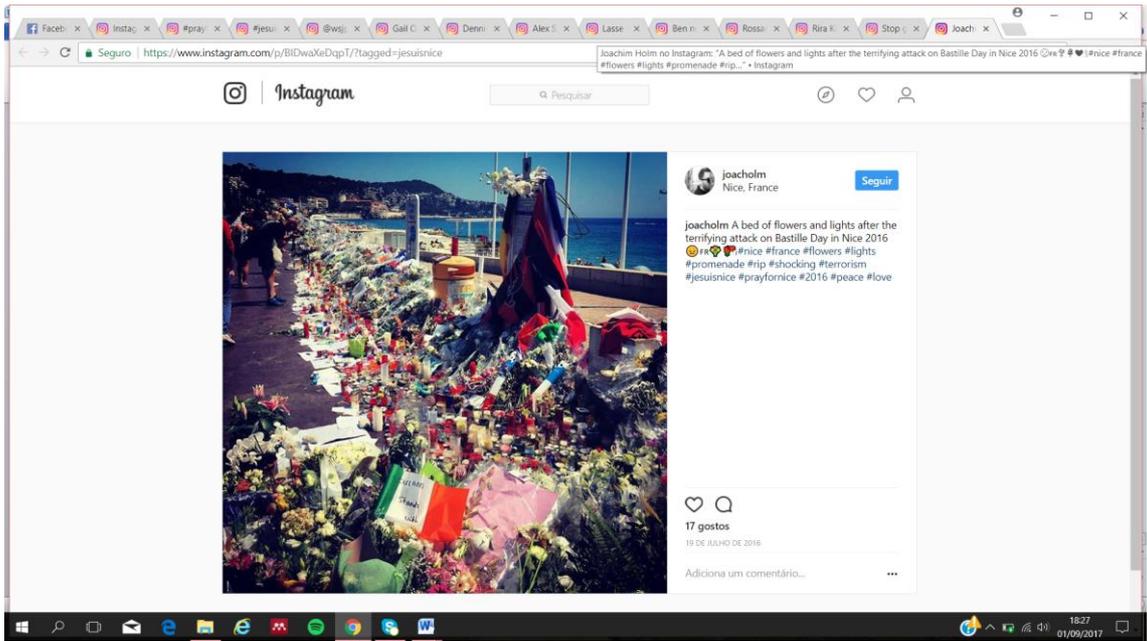


Figura 67 - Partilha 9

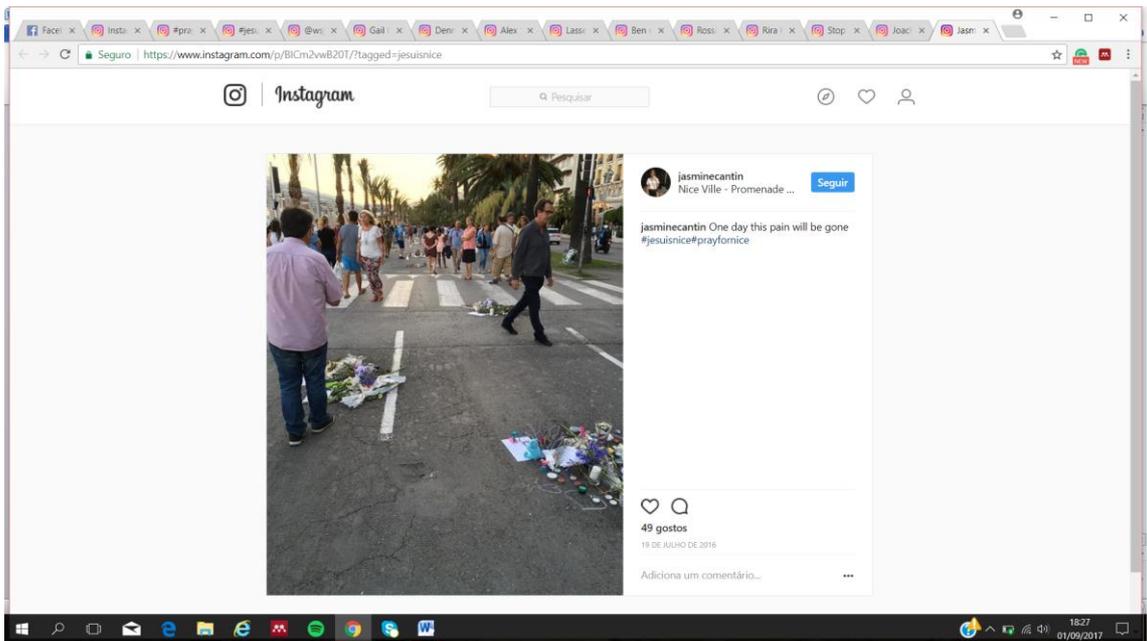


Figura 68- Partilha 10

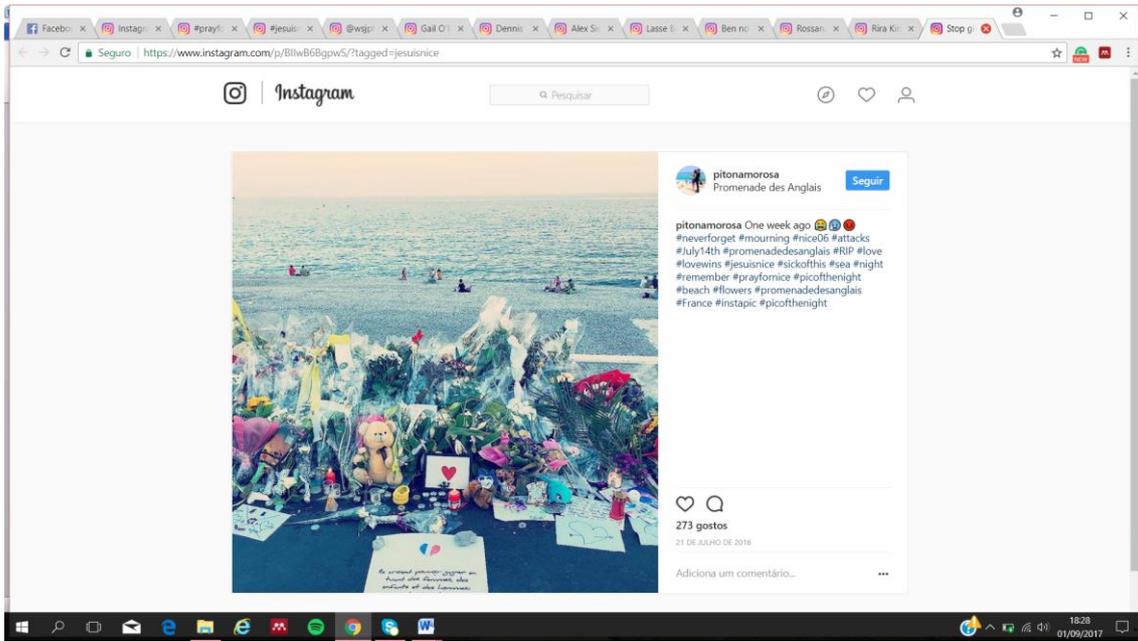


Figura 69 - Partilha 11

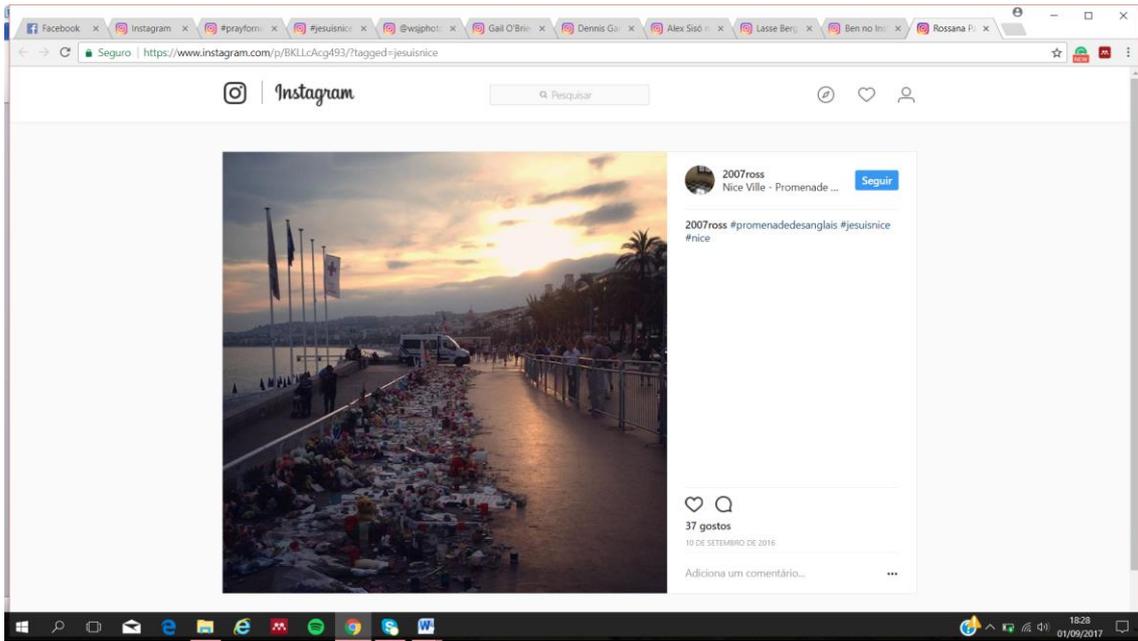


Figura 70 - Partilha 12

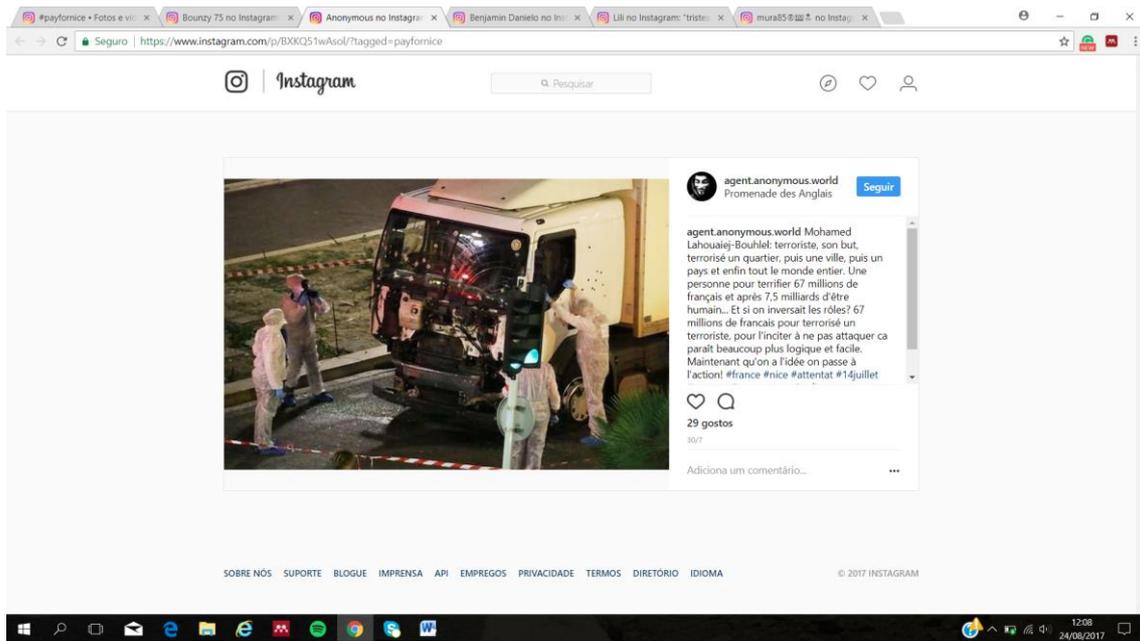


Figura 71 - Partilha 13

	Partilha 1	Partilha 2	Partilha 3	Partilha 4	Partilha 5	Partilha 6	Partilha 7
1- Quem partilhou a imagem (media ou conta pessoal)?	Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal
2- As fotos foram publicadas em que datas?	15 de Julho de 2016	15 de Julho de 2016	15 de Julho de 2016	16 de Julho de 2016	16 de Julho de 2016	16 de Julho de 2016	17 de Julho de 2016
3- Que hashtags foram usadas? Quantas hashtags foram usadas numa só publicação?	#nice; #france; #jesuisnice; #attack; #wsj; #wsjphotos	#prayfornice; #nice; #attentat; #14juillet	#jesuisnice	#jesuisnice	#tristezza; #infinita; #senza; #parole; #basta; #cazzo; #payfornice	#payfornice; #frenchrivera; #frenchgirl; #frenchpeople; #plusjamaisça; #hommage	#jesuisnice
4- Que atitudes tinham na partilha da fotografia (positivo, neutro ou negativo)?	Neutro	Neutro	Positivo	Neutro	Neutro	Neutro	Neutro
5 - Os seguidores comentaram a fotografia?	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Não	Não
6- Quantos likes teve?	20	92	62	27	14	6	24

Partilha 8	Partilha 9	Partilha 10	Partilha 11	Partilha 12	Partilha 13	Partilha 14
Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal
17 de Julho de 2016	19 de Julho de 2016	19 de Julho de 2016	21 de Julho de 2016	10 de Setembro de 2016	30 de Julho de 2017	7 de Fevereiro de 2016
#prayfornice; #flowerpower	#nice; #france; #flowers; #lights; #promenade; #rip; #shocking; #terrorism; #jesuisnice; #prayfornice; #2016; #peace; #love	#jesuisnice; #prayfornice	#neverforget; #mourning; #nice06; #attacks; #july14th; #promenadedesanglais; #RIP; #love; #lovewins; #jesuisnice; #sickofthis; #sea; #night; #remember; #prayfornice; #picofthenight; #beach; #flowers; #promenade desanglais; #France; #instapic; #pic of the night	#promenadedesanglais; #jesuisnice; #nice	#france; #nice; #attentat; #14juillet; #attaque; #anonymous; #police; #gendarmarie; #payfornice	#fuckterrorism; #fucreligious; #bataclan; #weartheroadcrew; #paris
Negativo	Neutro	Positivo	Neutro	Neutro	Negativo	Negativo
Não	Não	Não	Não	Não	Não	Sim
13	17	49	273	37	29	47

Figura 72 - Tabela 14 de julho de 2016

- 19 de dezembro de 2016 – Alemanha



Figura 73 - Partilha 1

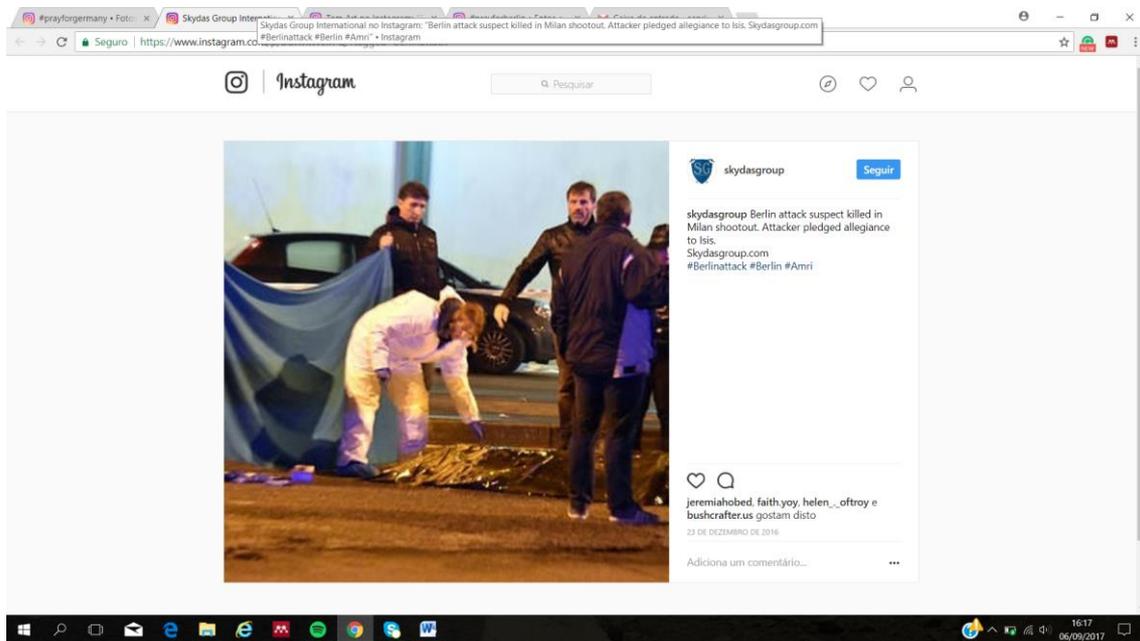


Figura 74 - Partilha 2

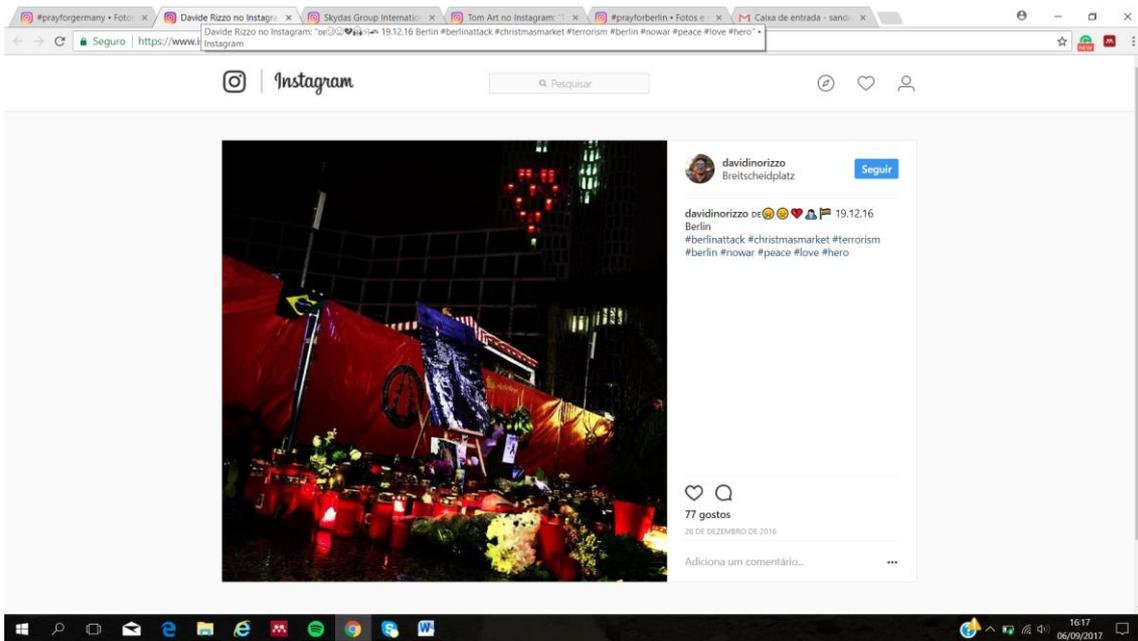


Figura 75 - Partilha 3

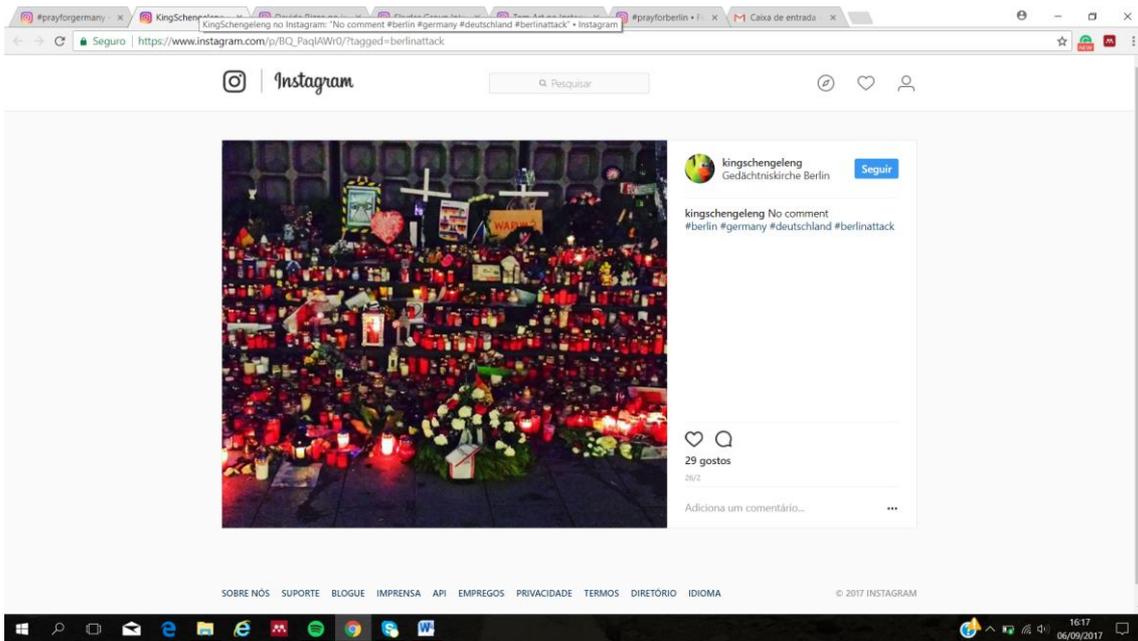


Figura 76 - Partilha 4

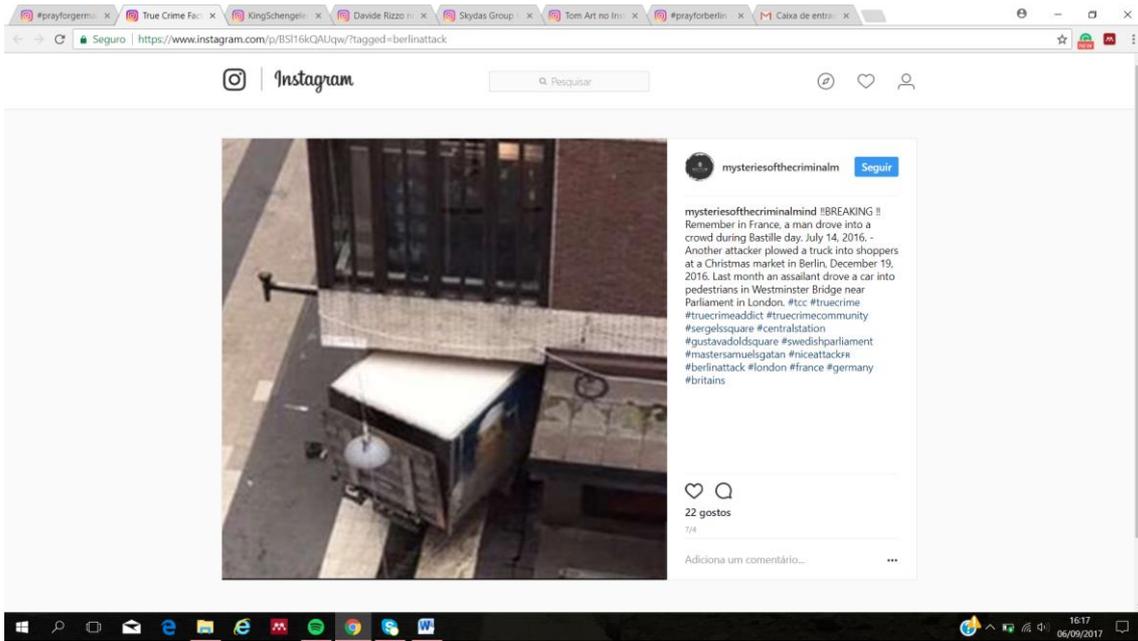


Figura 77 - Partilha 5

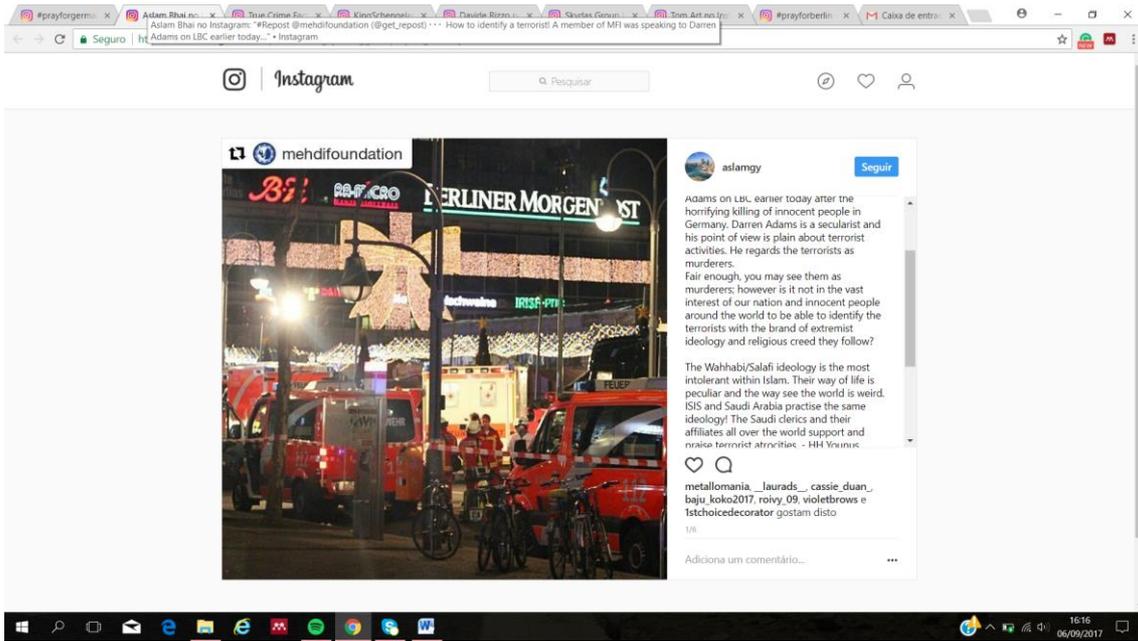


Figura 78 - Partilha 6

	Partilha 1	Partilha 2	Partilha 3	Partilha 4	Partilha 5	Partilha 6
1- Quem partilhou a imagem (media ou conta pessoal)?	Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal
2- As fotos foram publicadas em que datas?	21 de Dezembro de 2016	23 de Dezembro de 2016	28 de Dezembro de 2016	26 de Fevereiro de 2017	7 de Maio de 2017	1 de Junho de 2017
3- Que hashtags foram usadas? Quantas hashtags foram usadas numa só publicação?	#zurawski; #Zurawskihero; #prayforberlin; #berlinattack; #berlin; #Tagesschau; #rtlaktuell; #Nypd; #lapd; #lukaszurbanhero; #poliziamilano	#Berlinattack; #Berlin; #Amri	#berlinattack; #christmasmarket; #terrorism; #berlin; #nowar; #peace; #love; #hero	#berlin; #germany; #deutschland; #berlinattack	#truecrimeaddict; #truecrimecommunity; #sergelssquare; #centralstation; #gustavadoldsquare; #swedishparliament; #mastersamuelsgatan; #niceattack; #berlinattack; #london; #france; #germany; #britains	#YounusAlGohar; #Berlin #BerlinAttack; #Germany; #Europe; #ISIS; #ISIL; #Wahhabism; #Wahhabi; #Salafism; #Salafi; #terrorism; #terrorist; #terrorists; #extremism; #fanaticism; #Daesh; #SaudiArabia; #Saudi; #attack; #tragic; #horrible; #prayforberlin; #prayforgermany; #religion; #religions; #Islam; #Muslims;
4- Que atitudes tinham na partilha da fotografia (positivo, neutro ou negativo)?	Positivo	Neutro	Neutro	Neutro	Neutro	Neutro
5- Os seguidores comentaram a fotografia?	Sim	Não	Não	Não	Não	Não
6- Quantos likes teve?	15	4	77	29	22	7

Figura 79 - Tabela 19 de dezembro de 2016

- 22 de março de 2017 – Westminster e Parlamento

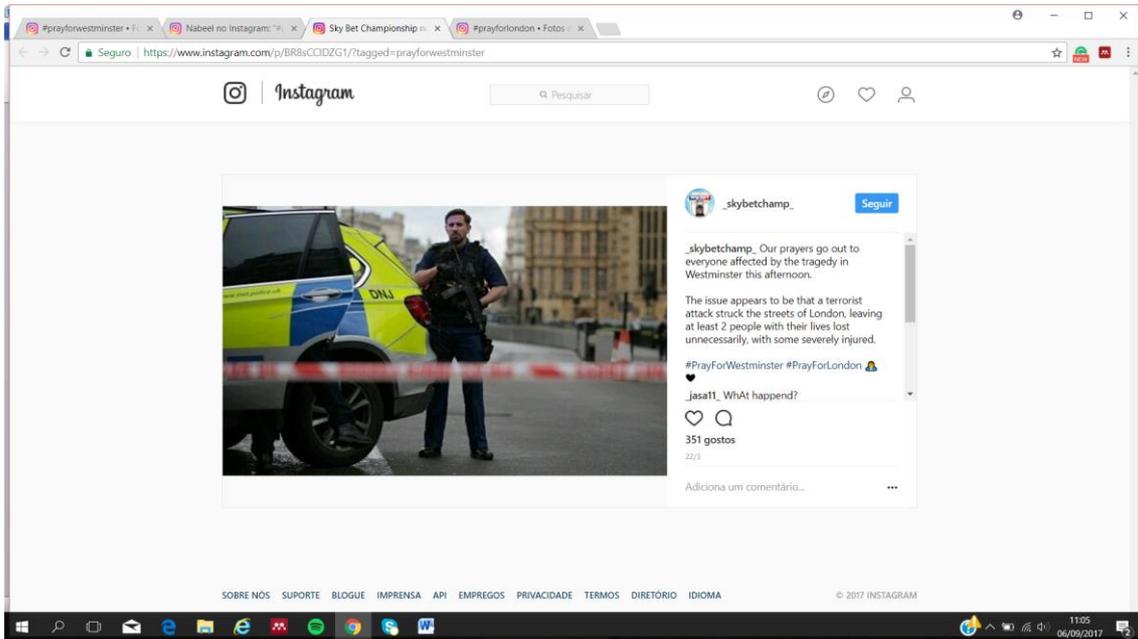


Figura 80 - Partilha 1

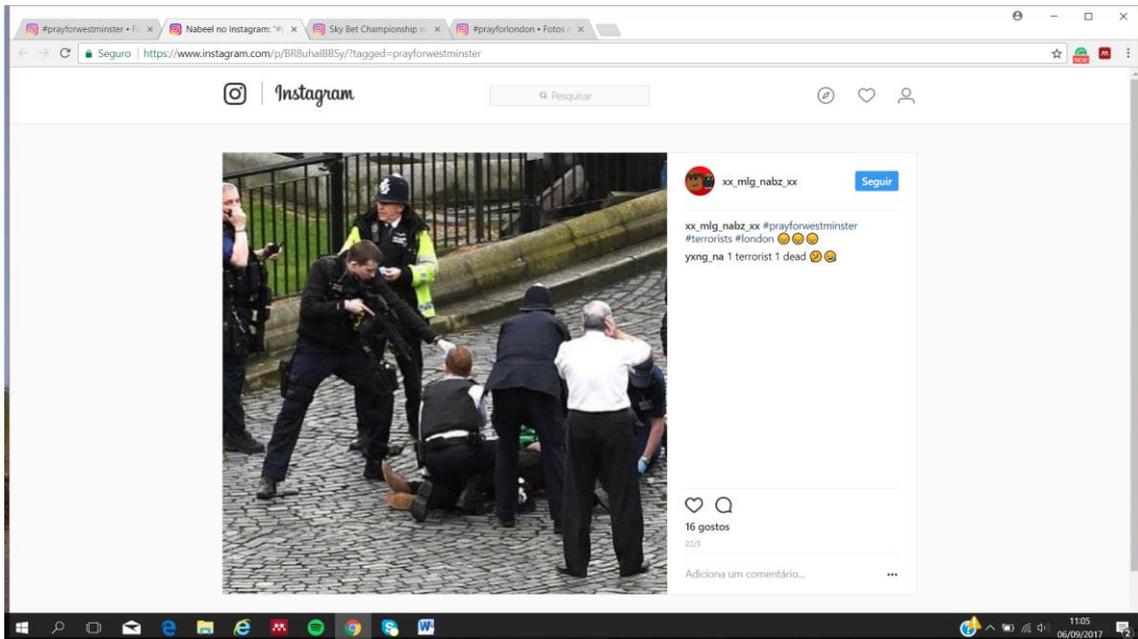


Figura 81 - Partilha 2

	Partilha 1	Partilha 2
1- Quem partilhou a imagem (media ou conta pessoal)?	Pessoal	Pessoal
2- As fotos foram publicadas em que datas?	22 de Março de 2017	22 de Março de 2017
3- Que hashtags foram usadas? Quantas hashtags foram usadas numa só publicação?	#PrayForWestminster; #PrayForLondon	#prayforwestminstter; #terrorists; #london
4- Que atitudes tinham na partilha da fotografia (positivo, neutro ou negativo)?	Neutro	Neutro
5 - Os seguidores comentaram a fotografia?	Sim	Sim
6- Quantos <i>likes</i> teve?	351	16

Figura 82 - Tabela 22 de março de 2017

- 7 de abril de 2017 – Estocolmo

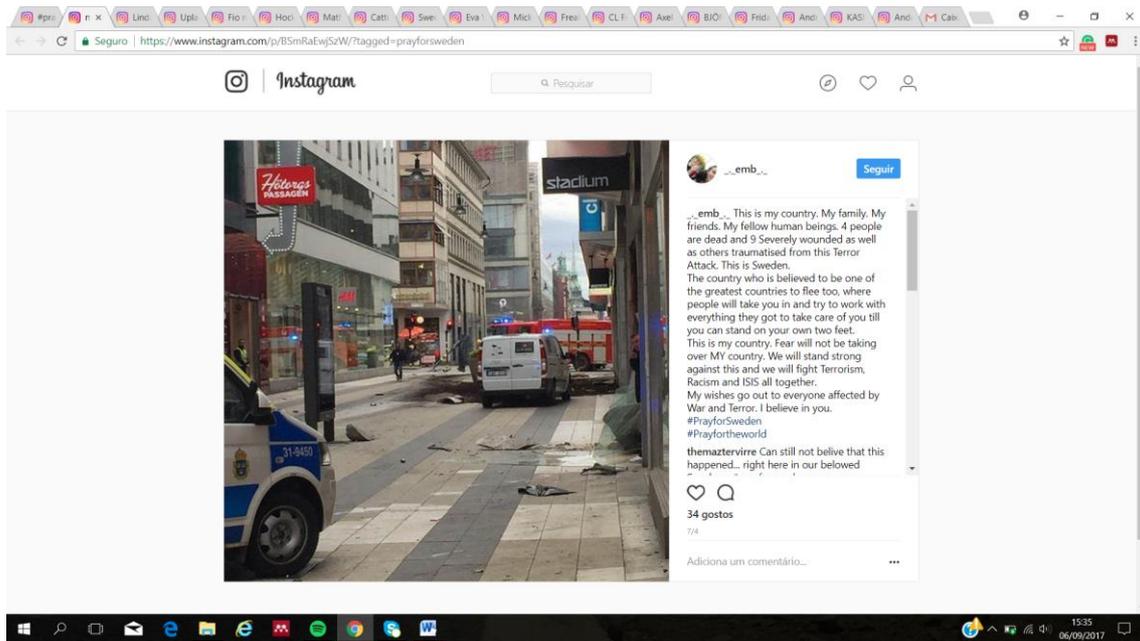


Figura 83 - Partilha 1

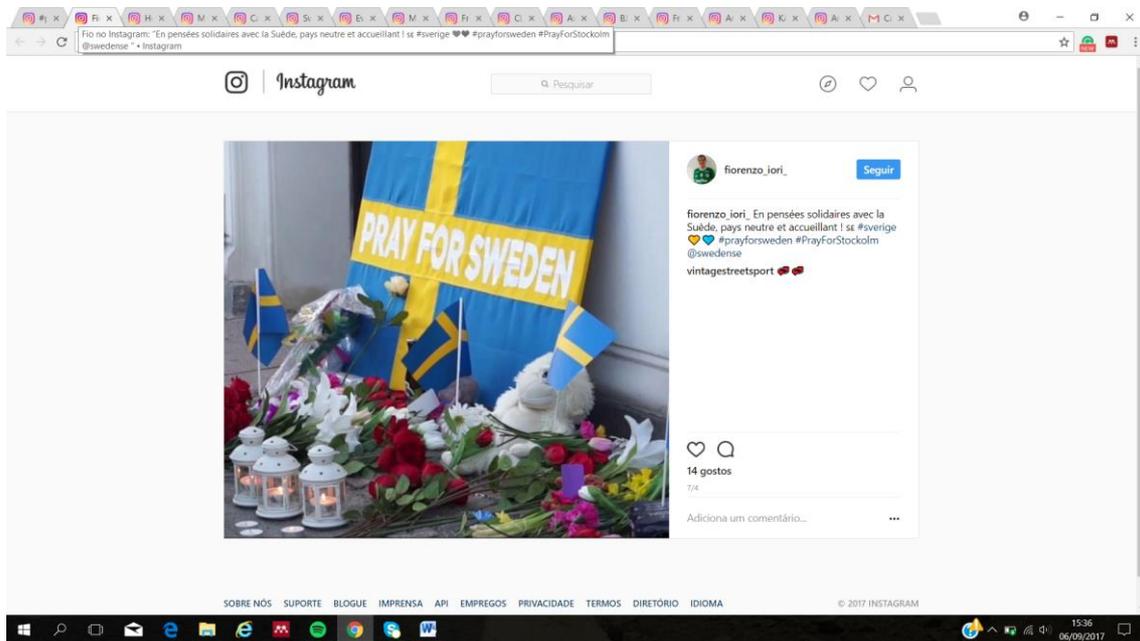


Figura 84 - Partilha 2

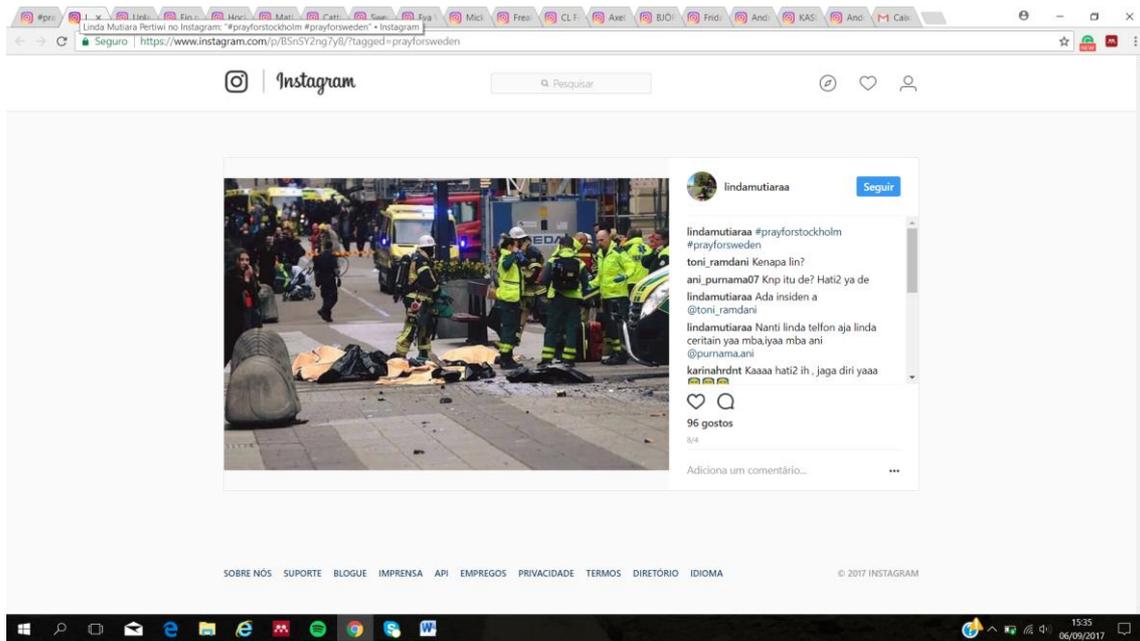


Figura 85 - Partilha 3

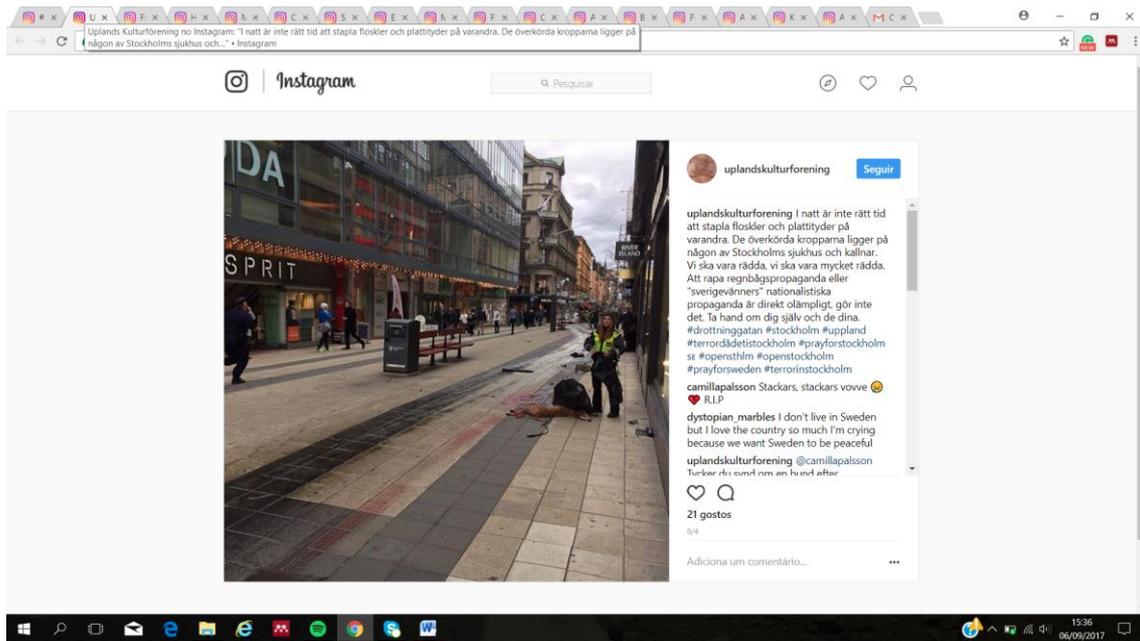


Figura 86 - Partilha 4

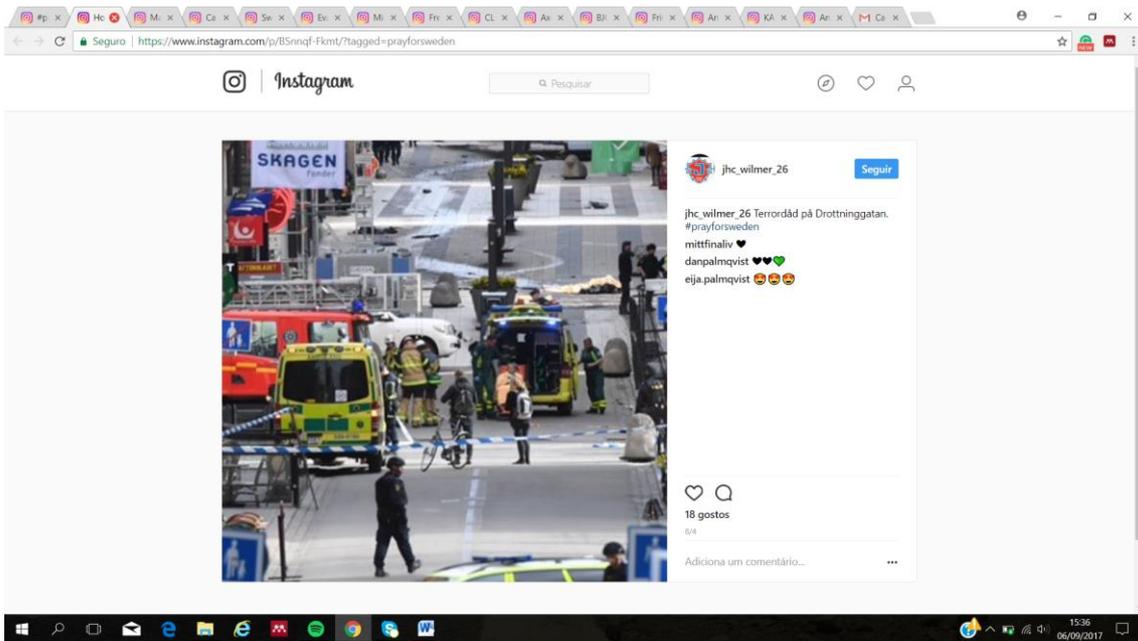


Figura 87 - Partilha 5

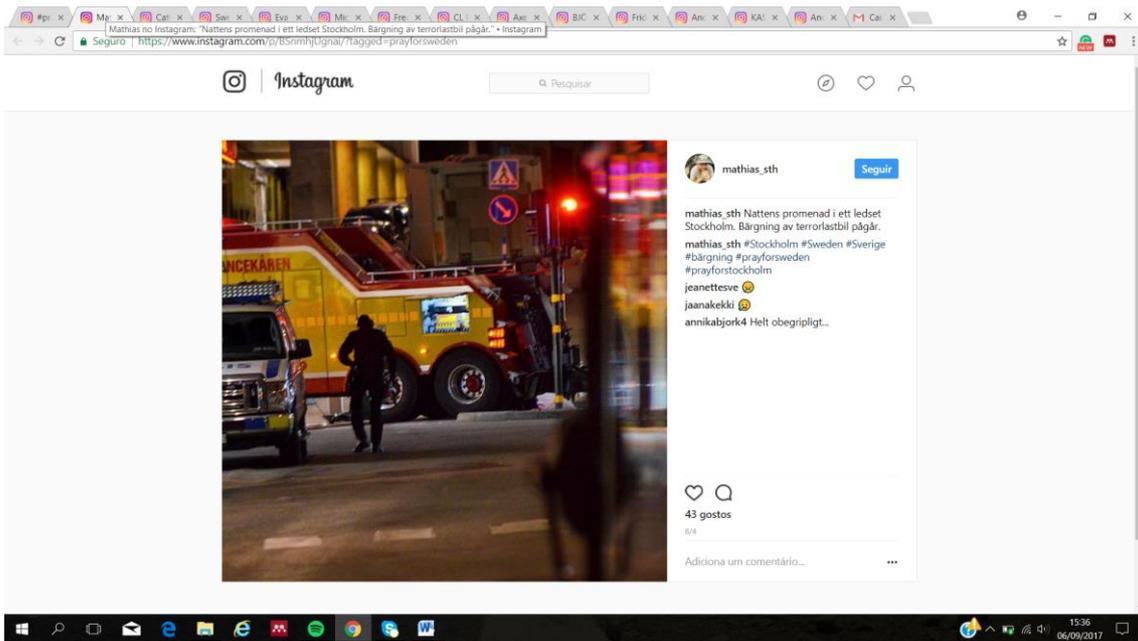


Figura 88 - Partilha 6

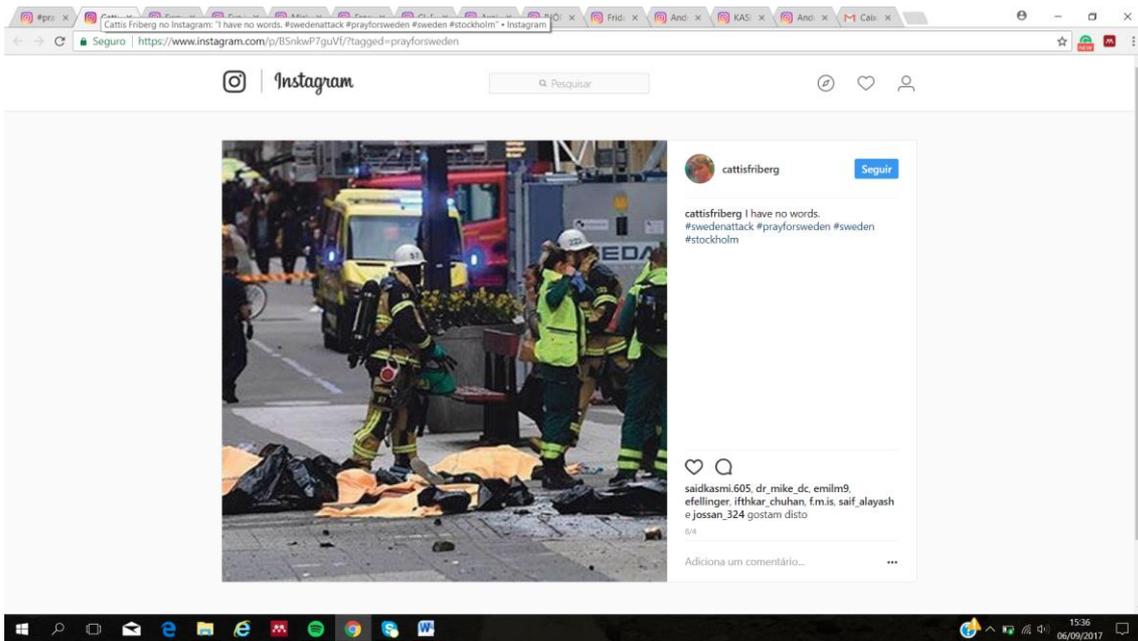


Figura 89 - Partilha 7

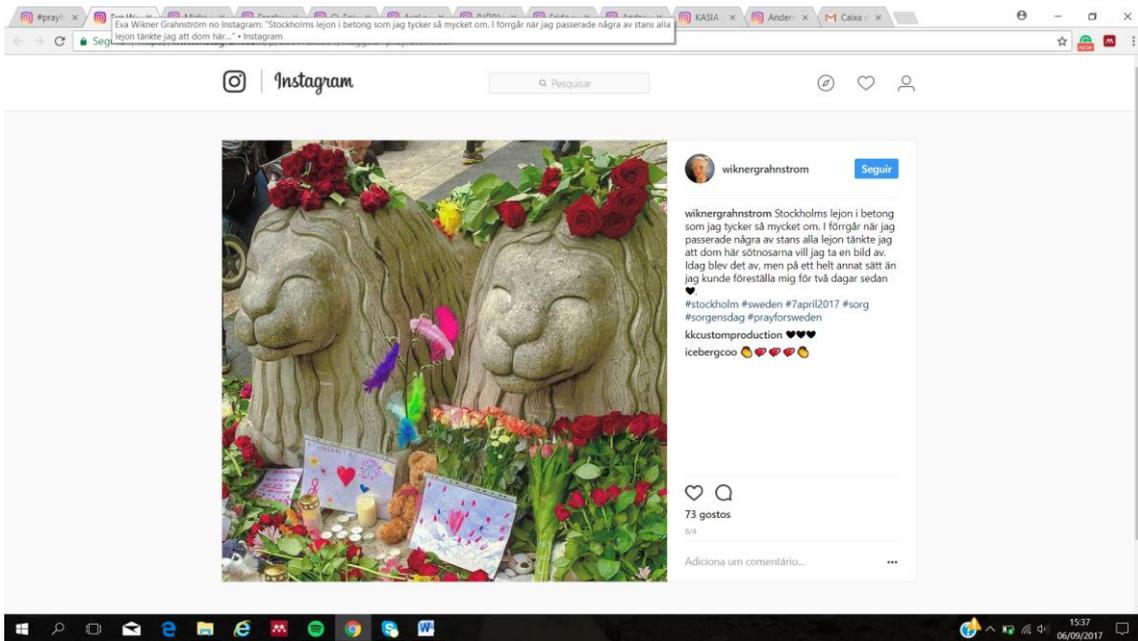


Figura 90 - Partilha 8

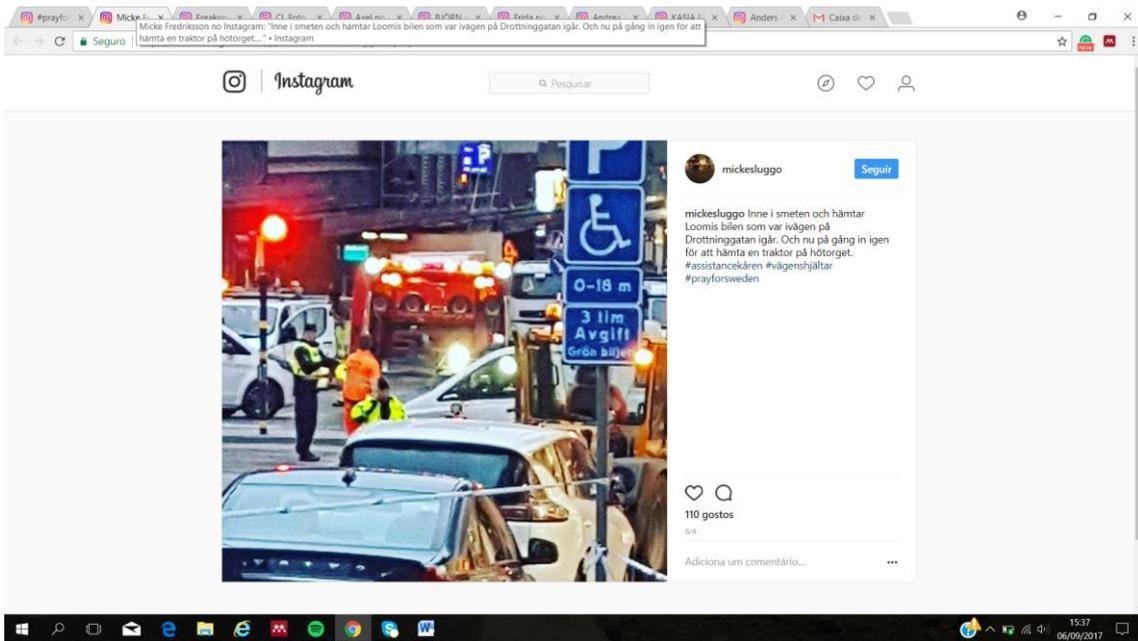


Figura 91 - Partilha 9

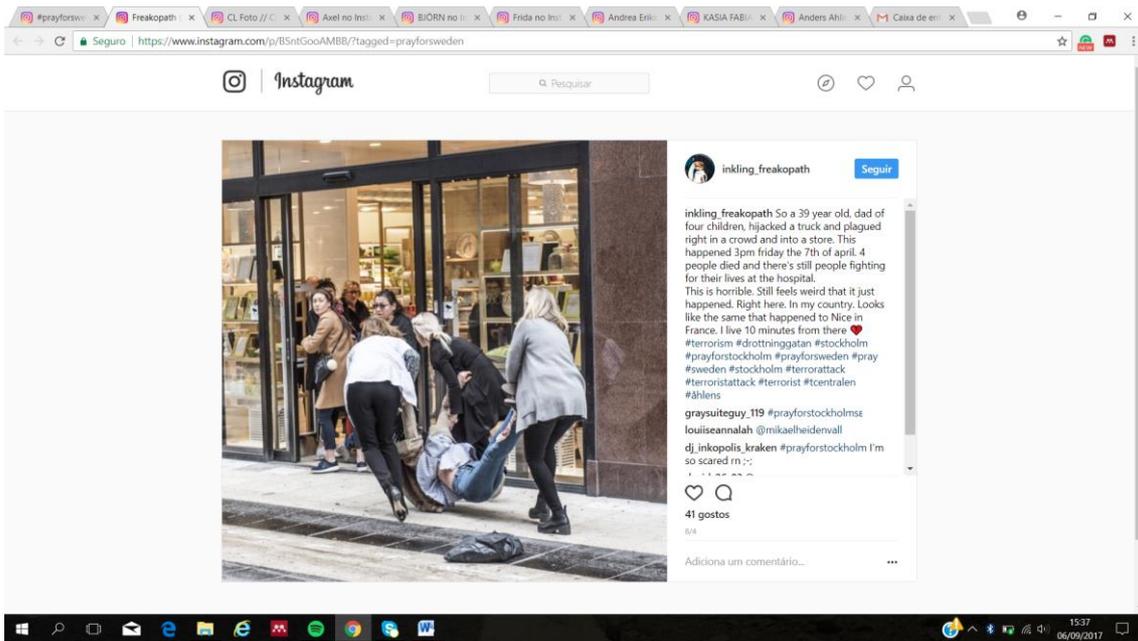


Figura 92 - Partilha 10

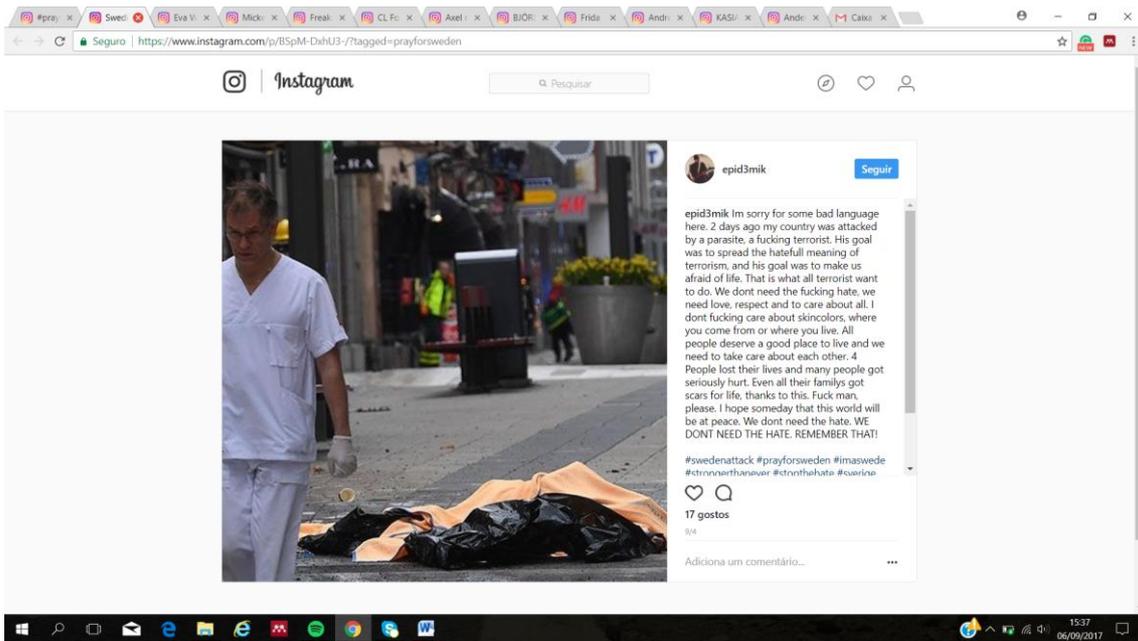


Figura 93 - Partilha 11

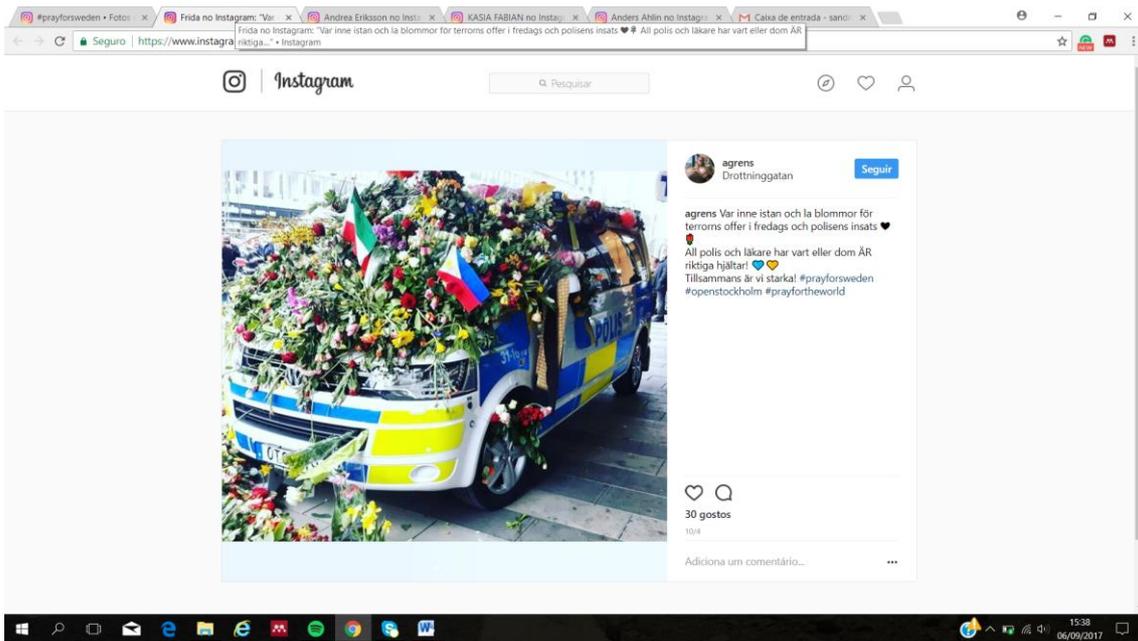


Figura 94 - Partilha 12

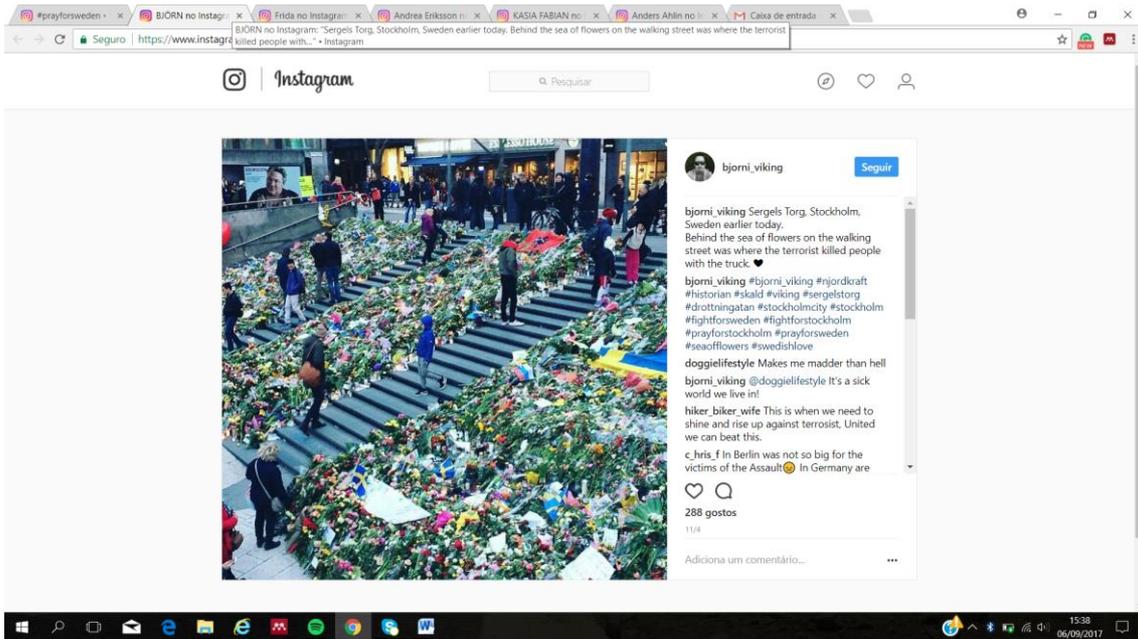


Figura 95 - Partilha 13

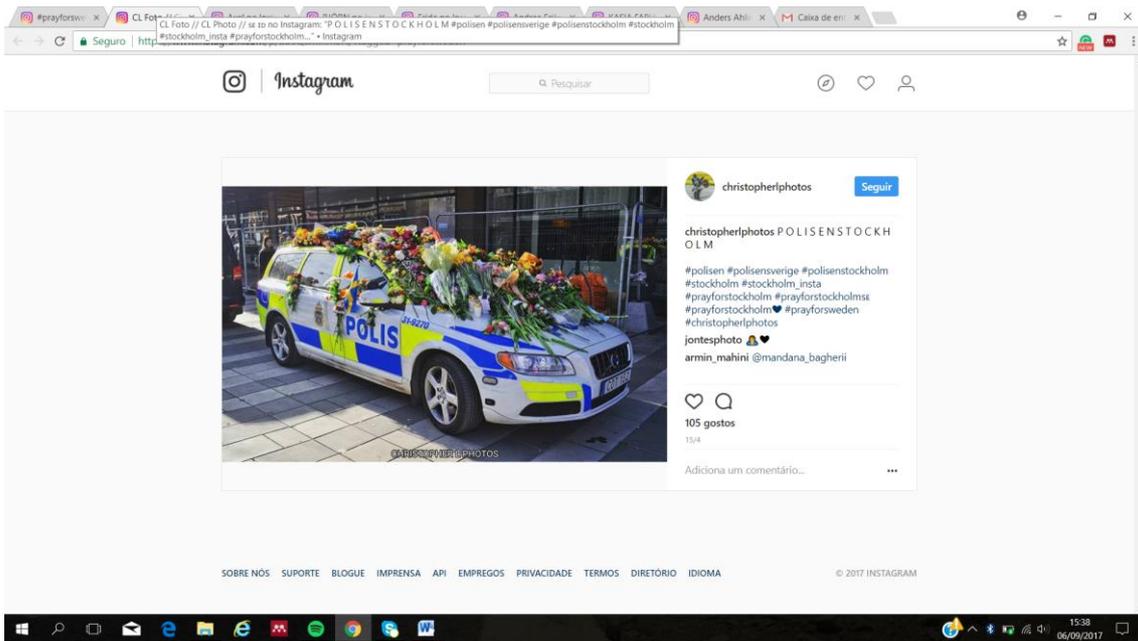


Figura 96- Partilha 14

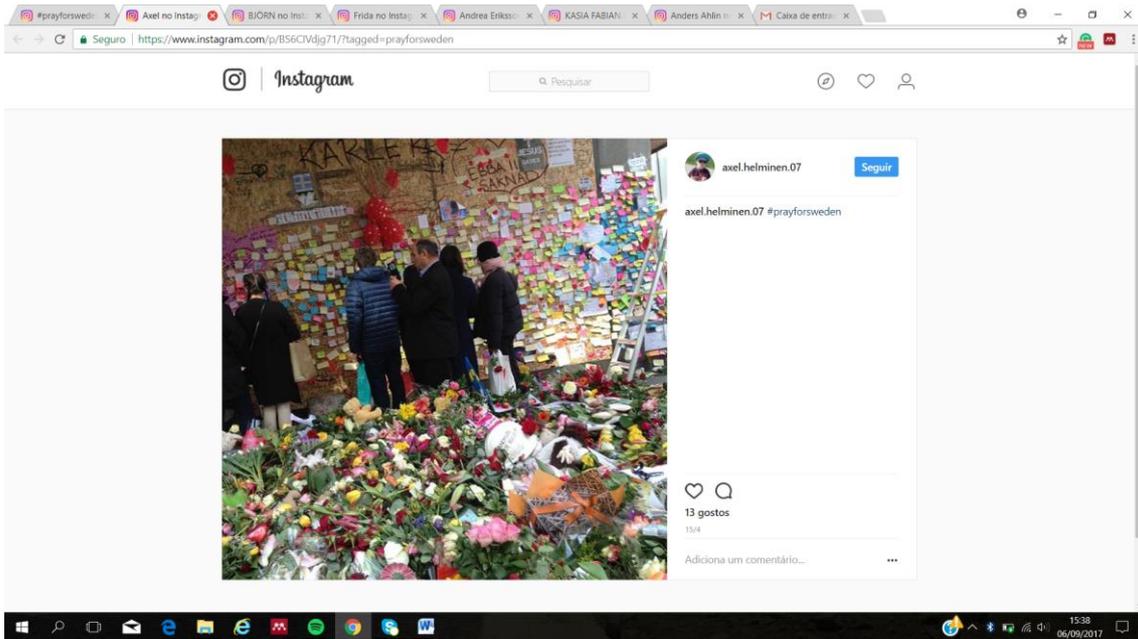


Figura 97 - Partilha 15

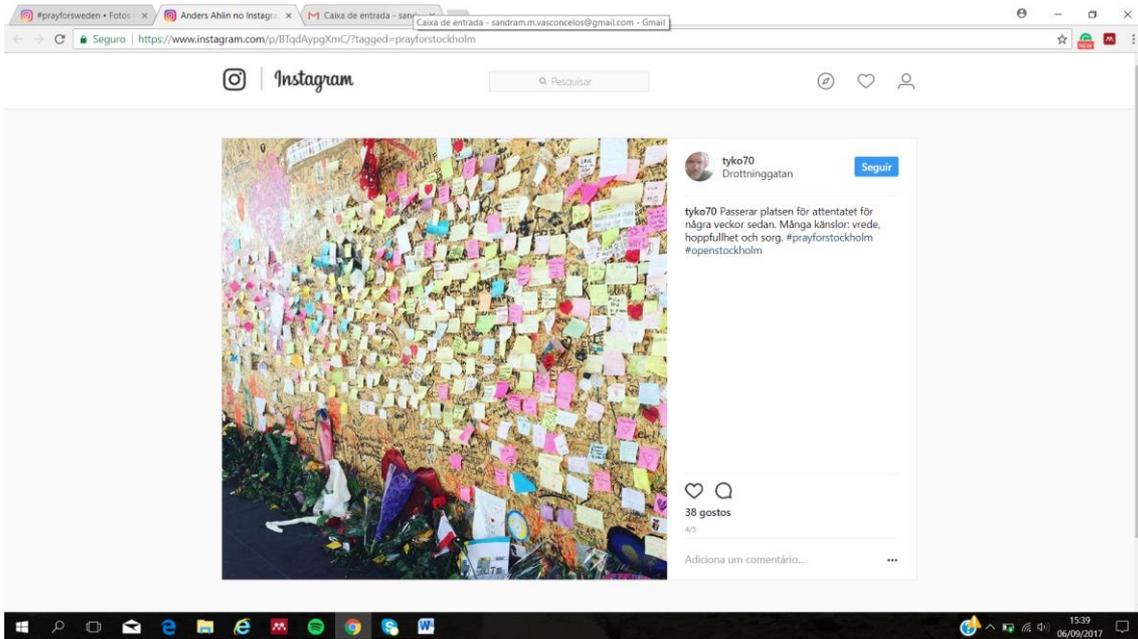


Figura 98 - Partilha 16

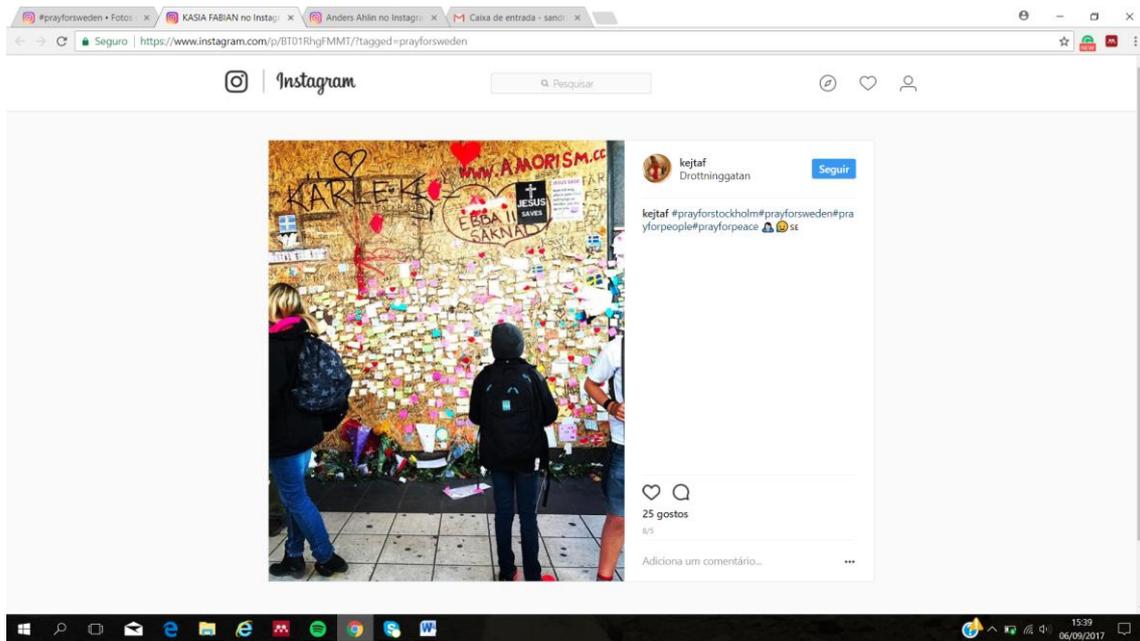


Figura 99 - Partilha 17

	Partilha 1	Partilha 2	Partilha 3	Partilha 4	Partilha 5	Partilha 6	Partilha 7
1- Quem partilhou a imagem (media ou conta pessoal)?	Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal
2- As fotos foram publicadas em que datas?	7 de Abril de 2017	7 de Abril de 2017	8 de Abril de 2017	8 de Abril de 2017	8 de Abril de 2017	8 de Abril de 2017	8 de Abril de 2017
3- Que hashtags foram usadas? Quantas hashtags foram usadas numa só publicação?	#PrayforSweden; #Prayfortheworld	#sverige; #prayforSweden; #PrayForStockolm	#prayforstockholm; #prayforSweden	#drottninggatan; #stockholm; #uppland; #terroradestockholm; #prayforstockholm; #opensthlm; #openstockholm; #prayforSweden; #terrorinstockholm	#prayforSweden	#Stockholm; #Sweden; #Sverige; #bargning; #prayforSweden; #prayforstockholm	#swedenattack; #prayforSweden; #sweden; #stockholm
4- Que atitudes tinham na partilha da fotografia (positivo, neutro ou negativo)?	Positivo	Positivo	Neutro	Neutro	Neutro	Neutro	Neutro
5 - Os seguidores comentaram a fotografia?	Sim	Não	Sim	Sim	Não	Não	Não
6- Quantos <i>likes</i> teve?	34	14	96	21	18	43	8

Partilha 8	Partilha 9	Partilha 10	Partilha 11	Partilha 12	Partilha 13	Partilha 14
Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal
8 de Abril de 2017	8 de Abril de 2017	8 de Abril de 2017	9 de Abril de 2017	10 de Abril de 2017	11 de Abril de 2017	15 de Abril de 2017
#stockholm; #sweden; #7april2017; #sorg; #sorgensdag; #prayforSweden	#assistancelkaren; #vagenshjaltar; #prayforSweden	#terrorism; #drottninggatan; #stockholm; #prayforstockholm; #prayforSweden; #pray; #sweden; #stockholm; #terrorattack; #terroristattack; #terrorist; #tcentralen; #ahlens	#swedenattack; #prayforSweden; #imasede; #strongerthenever; #stopthehate; #sverige; #swede; #blueandyellow; #openstockholm; #photo; #imjustbeingme; #somewords; #thatenough;	#prayforSweden; #openstockholm; #pryfortheworld	#bjorni_viking; #njordkraft; #historian; #skald; #viking; #sergestorg; #drottninggatan; #stockholmcitty; #stockholm; #fightforSweden; #fightforstockholm; #prayforstockholm; #prayforSweden; #seaofflowers; #swedishloe	#polisen; #polisensverige; #polisinstockholm; #stockholm; #stockholm_inta; #prayforstockholm; #prayforstockholmse; #prayforstockholm; #prayforSweden; #christopherlphotos
Neutro	Neutro	Neutro	Positivo	Positivo	Neutro	Neutro
Sim	Não	Sim	Não	Não	Sim	Sim
73	110	41	17	30	288	105

Partilha 15	Partilha 16	Partilha 17
Pessoal	Pessoal	Pessoal
15 de Abril de 2017	4 de Maio de 2017	8 de Maio de 2017
#prayforSweden	#prayforstockholm; #openstockholm	#prayforstockholm; #prayforSweden; #prayforpeople; #prayforpeace
Neutro	Positivo	Neutro
Não	Não	Não
13	38	25

Figura 100 - Tabela 7 de abril de 2017

- 22 de maio de 2017 – Ariana Grande

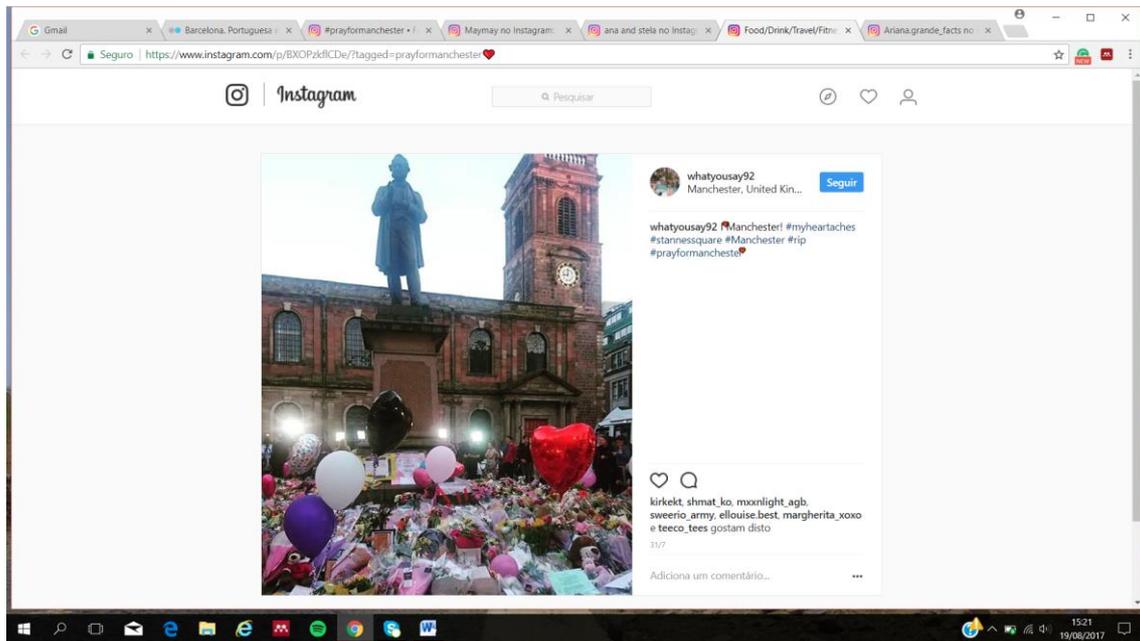


Figura 101 - Partilha 1

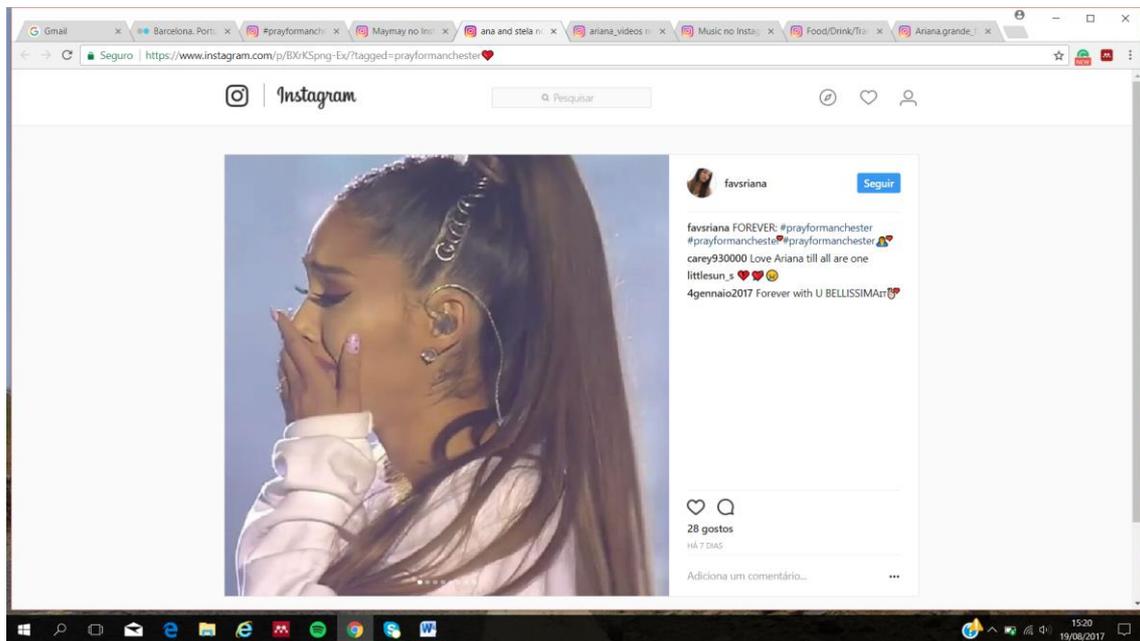


Figura 102 - Partilha 2

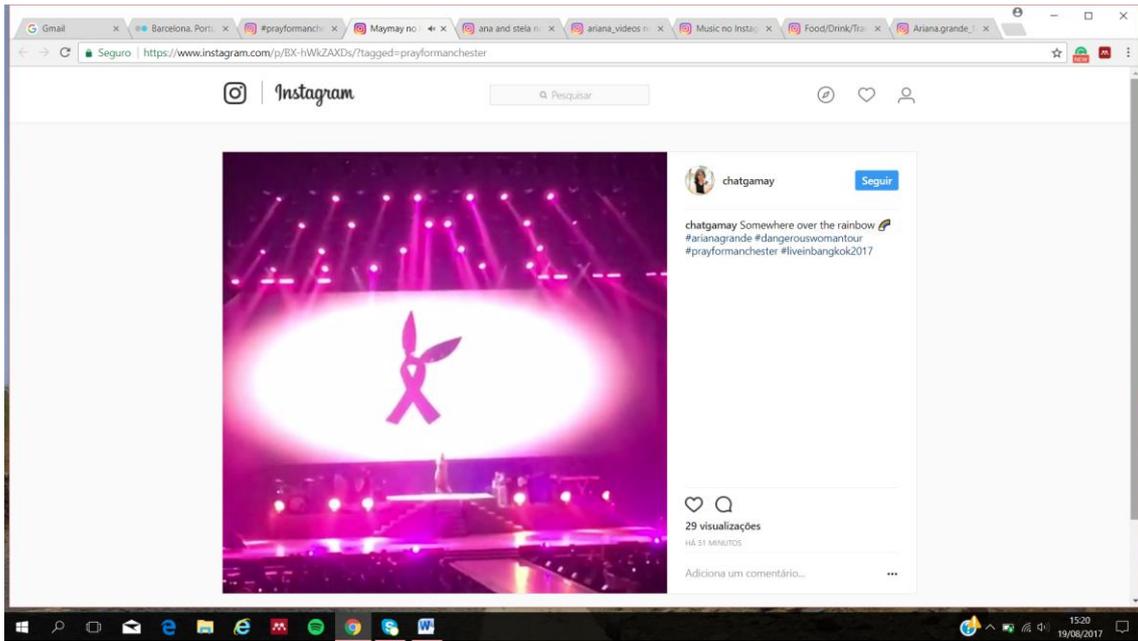


Figura 103 - Partilha 3

	Partilha 1	Partilha 2	Partilha 3
1- Quem partilhou a imagem (media ou conta pessoal)?	Pessoal	Pessoal	Pessoal
2- As fotos foram publicadas em que datas?	31 de Julho de 2017	12 de Agosto de 2017	19 de Agosto de 2017
3- Que hashtags foram usadas? Quantas hashtags foram usadas numa só publicação?	#myheartaches; #stannessquare; #Manchester; #rip; #prayformanchester	#prayformanchester; #prayformanchester; #prayformanchester	#arianagrande; #dangerouswomantour; #prayformanchester; #liveinbangkok2017
4- Que atitudes tinham na partilha da fotografia (positivo, neutro ou negativo)?	Neutro	Neutro	Positivo
5 - Os seguidores comentaram a fotografia?	Não	Sim	Não
6- Quantos <i>likes</i> teve?	6	28	29

Figura 104 - Tabela 22 de maio de 2017

- 17 de agosto de 2017 – Las Ramblas

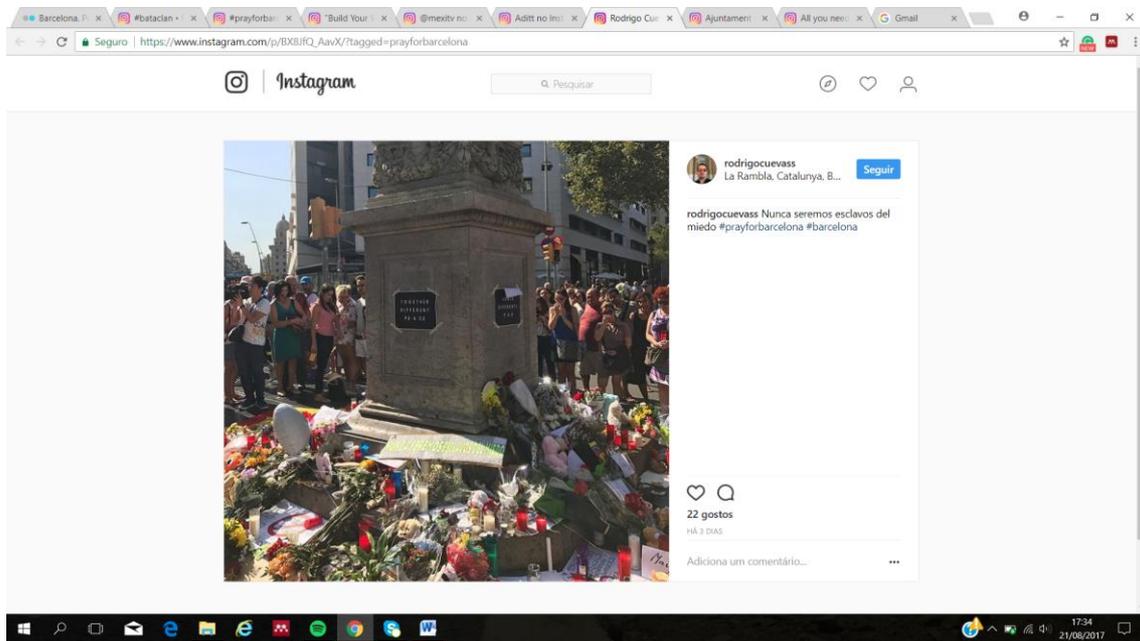


Figura 105 - Partilha 1

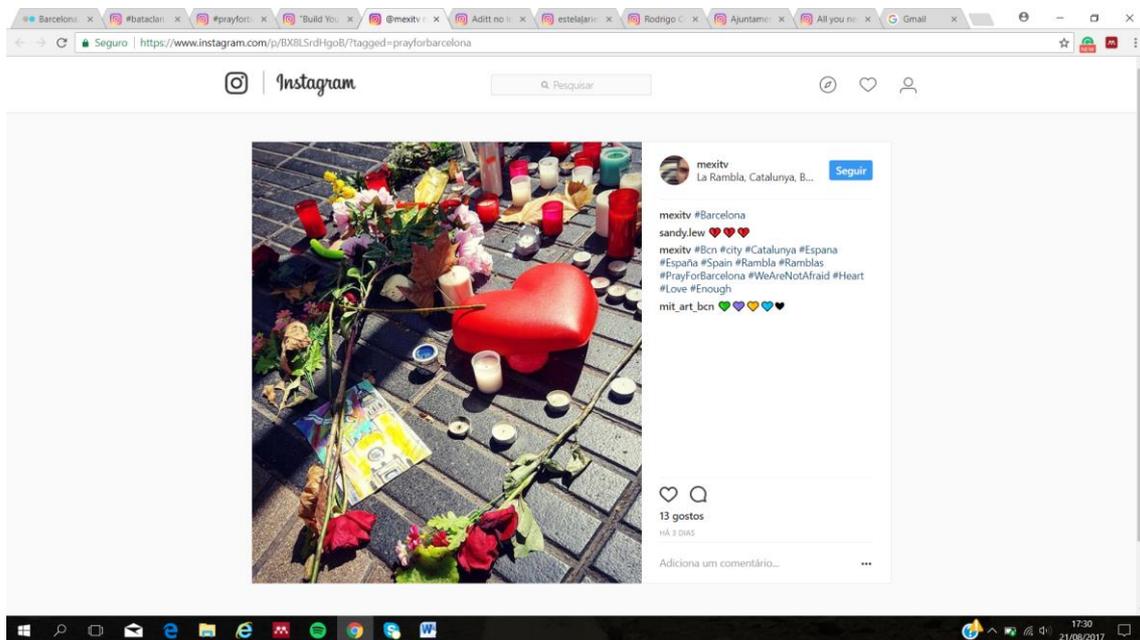


Figura 106 - Partilha 2



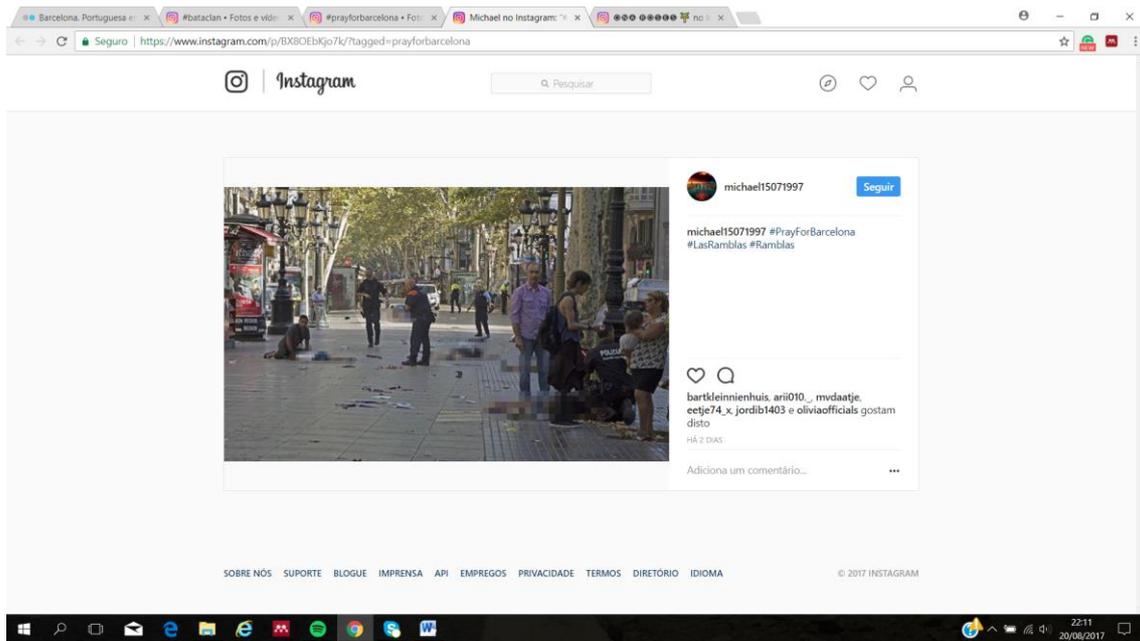


Figura 109 - Partilha 5

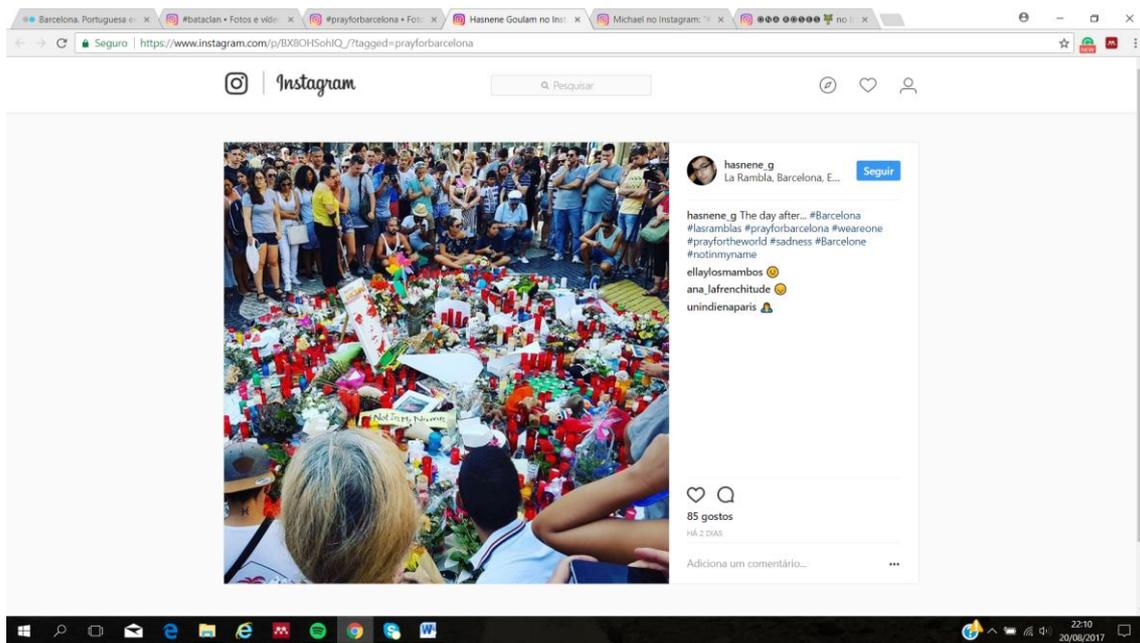


Figura 110 - Partilha 6





Figura 113 - Partilha 9

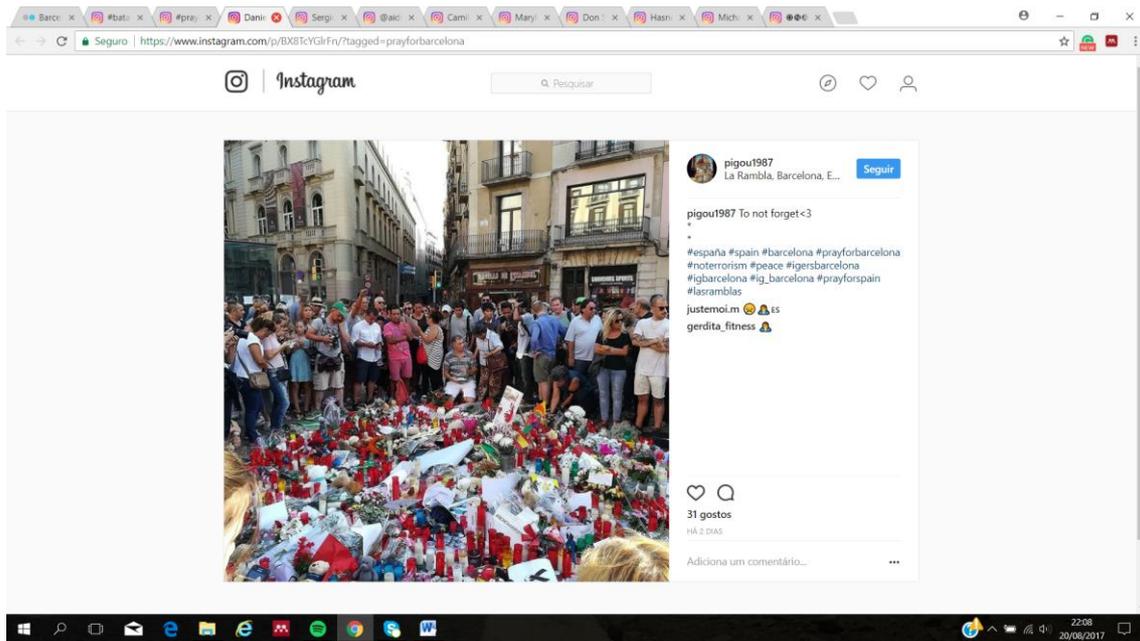


Figura 114 - Partilha 10

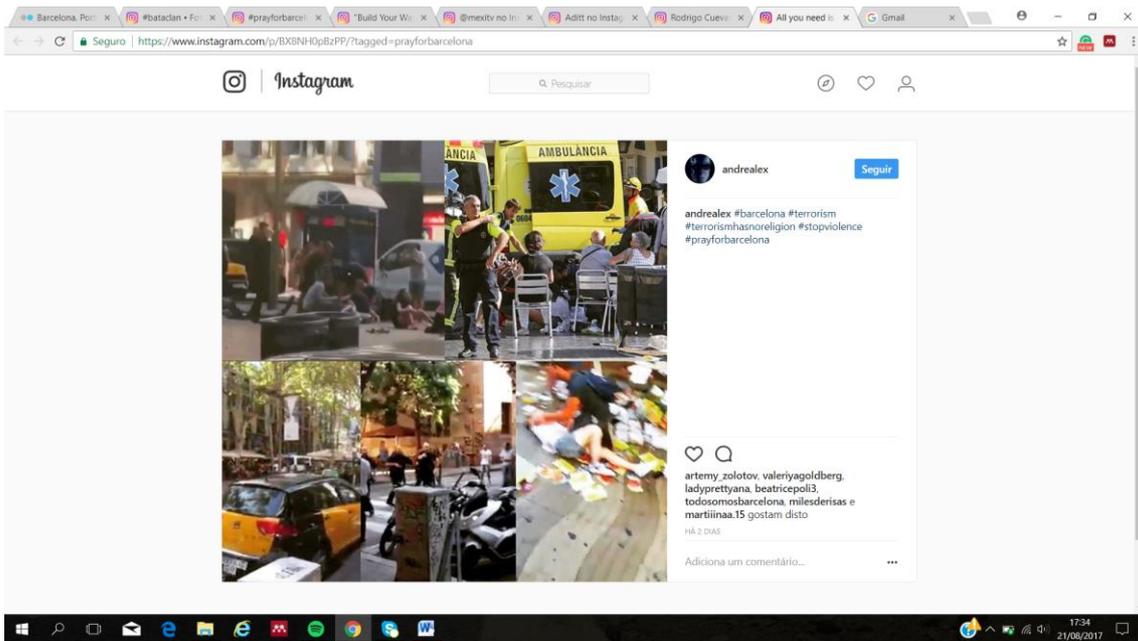


Figura 115 - Partilha 11

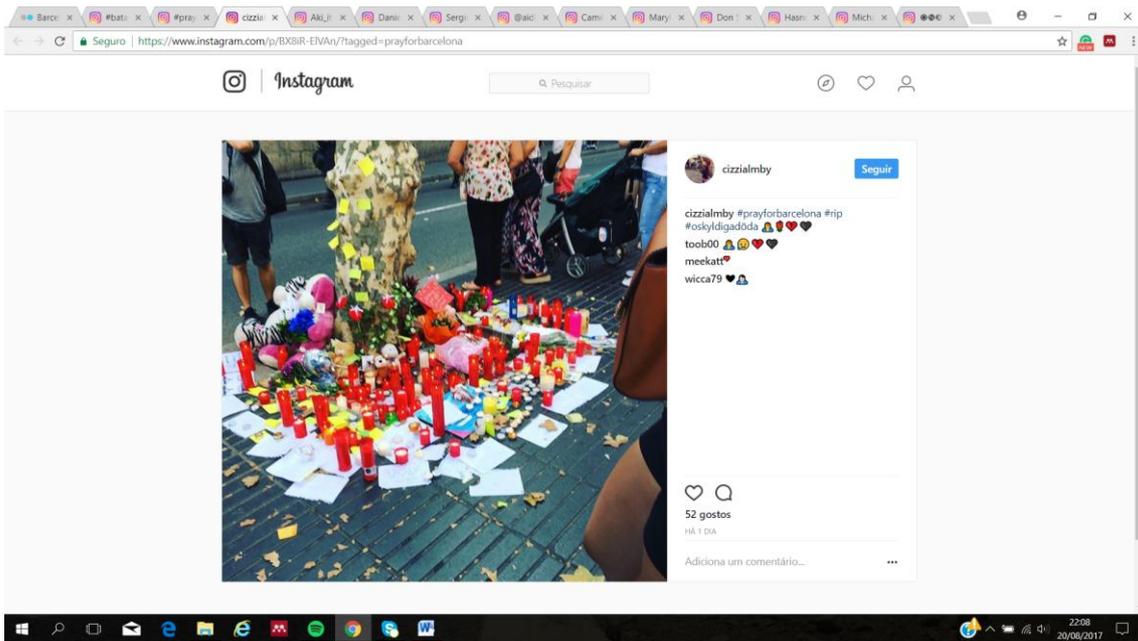


Figura 116 - Partilha 12

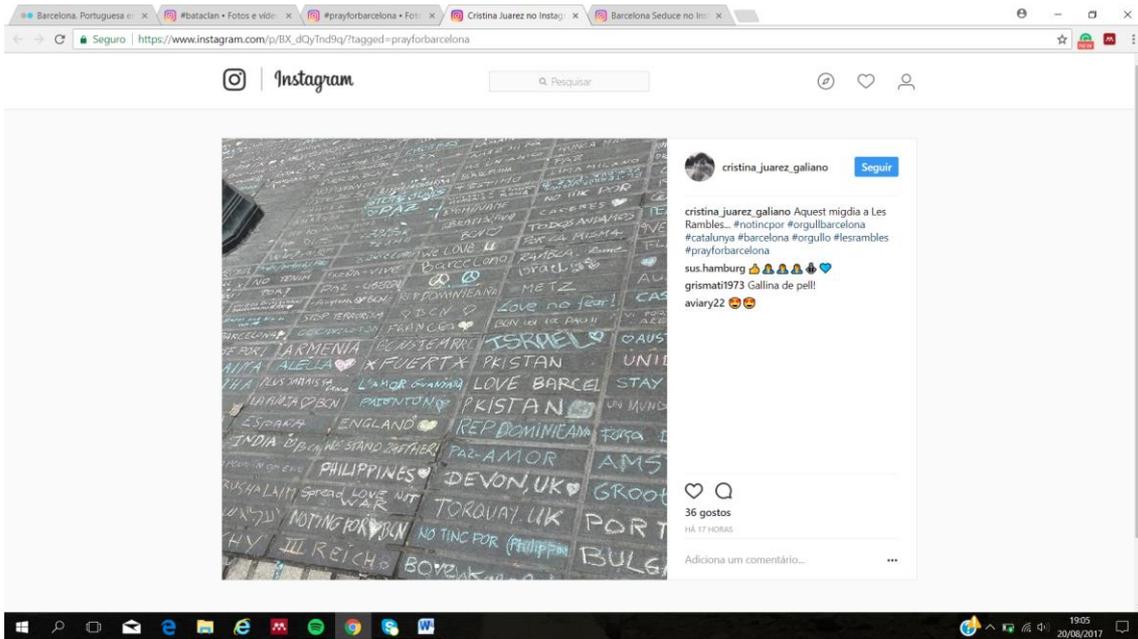


Figura 117 - Partilha 13

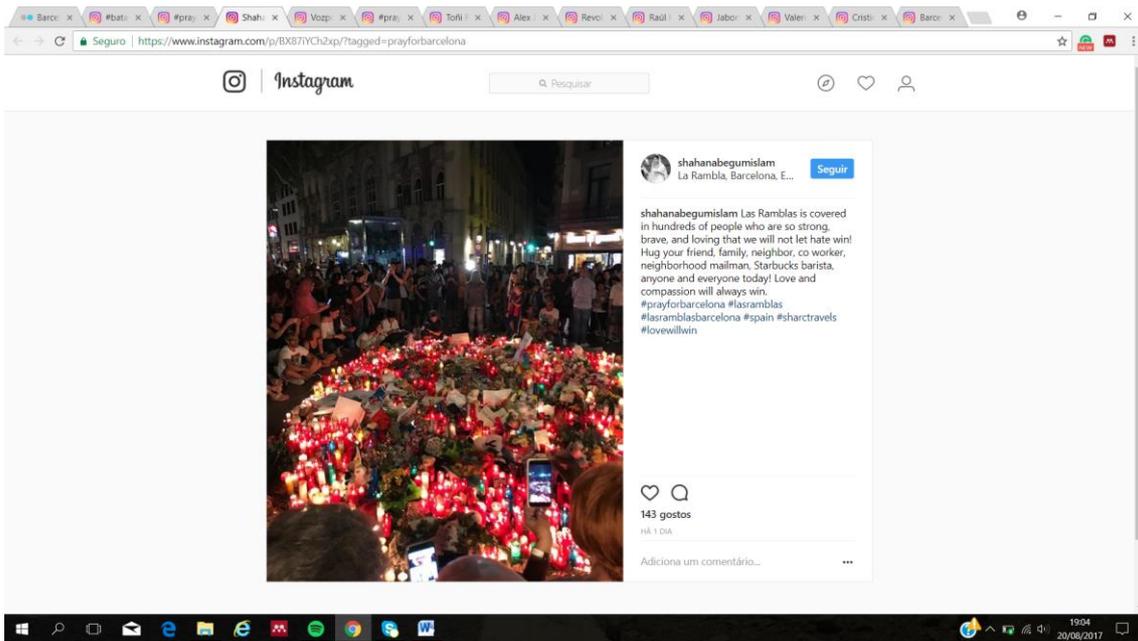


Figura 118 - Partilha 14



Figura 119 - Partilha 15

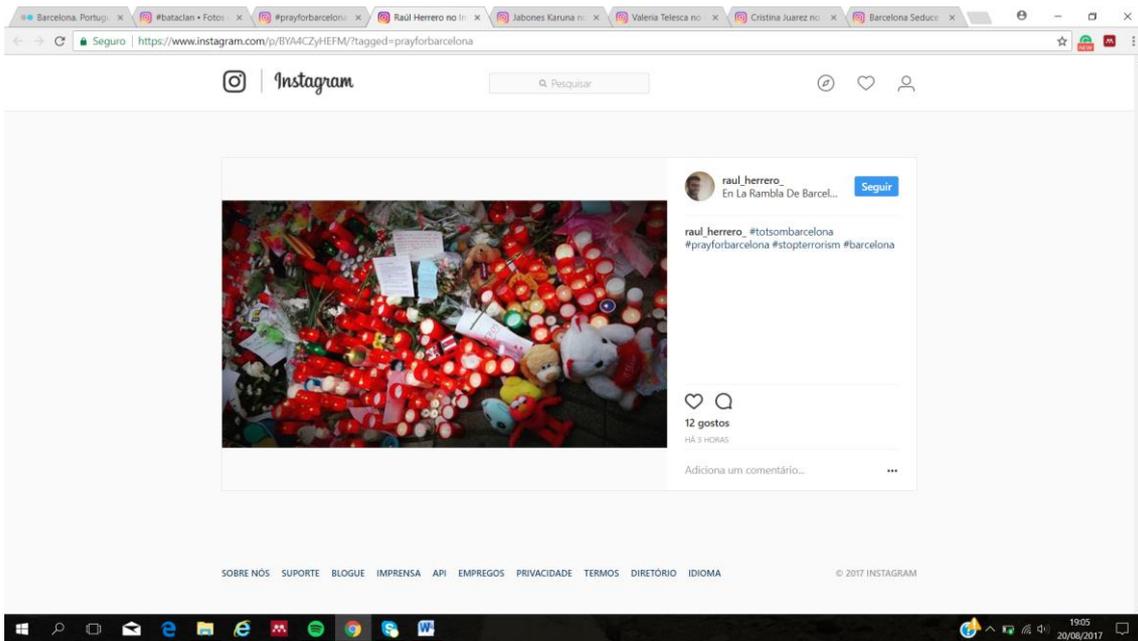


Figura 120 - Partilha 16

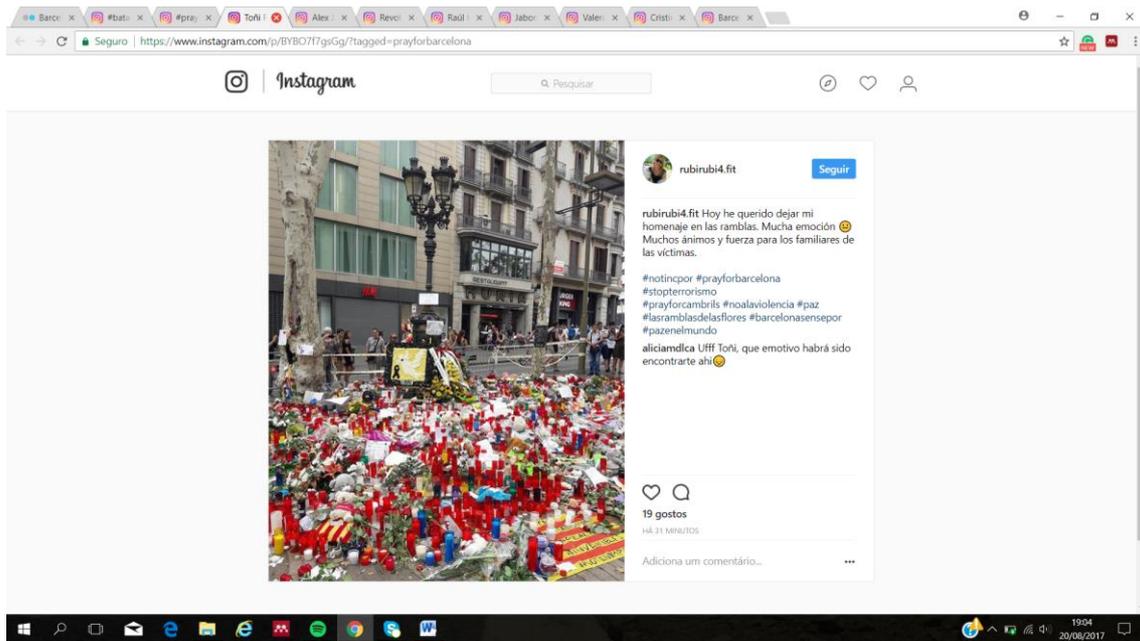


Figura 121 - Partilha 17

	Partilha 1	Partilha 2	Partilha 3	Partilha 4	Partilha 5	Partilha 6	Partilha 7
1- Quem partilhou a imagem (media ou conta pessoal)?	Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal
2- As fotos foram publicadas em que datas?	18 de Agosto de 2017	18 de Agosto de 2017	18 de Agosto de 2017	18 de Agosto de 2017	18 de Agosto de 2017	18 de Agosto de 2017	18 de Agosto de 2017
3- Que hashtags foram usadas? Quantas hashtags foram usadas numa só publicação?	#prayforbarcelona; #barcelona	#Barcelona; #Bcn; #city; #Catalunya; #Espana; #Espana; #Spain; #Ramblas; #PrayForBarcelona; #WeAreNotAfrais; #Heart; #Love; #Enough	#barcelona; #españa; #spain; #prayforbarcelona; #followme; #rambla; #catalunya; #tristeza; #paz	#NOTINCPOR; #NOTengoMiedo; #wearenotafraid; #barcelona; #ramblas; #onaroses; #cambrils	#PrayForBarcelona; #LasRamblas; #Ramblas	#Barcelona; #lasramblas; #prayforbarcelona; #weareone; #prayfortheworld; #sadness; #Barcelone; #notinmyname	#prayforbarcelona; #barcelona; #stopterrorism
4- Que atitudes tinham na partilha da fotografia (positivo, neutro ou negativo)?	Positivo	Neutro	Positivo	Positivo	Neutro	Neutro	Positivo
5 - Os seguidores comentaram a fotografia?	Não	Sim	Sim	Não	Não	Não	Não
6- Quantos likes teve?	22	13	16	101	6	85	17

Partilha 8	Partilha 9	Partilha 10	Partilha 11	Partilha 12	Partilha 13	Partilha 14
Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal
18 de Agosto de 2017	18 de Agosto de 2017	18 de Agosto de 2017	19 de Agosto de 2017	19 de Agosto de 2017	19 de Agosto de 2017	20 de Agosto de 2017
#prayforbarcelona; #notenemosmiedo; #siemprefuertes; #todosunidos	#nomoreterrorism; #barcelona; #larambla; #prayforbarcelona; #homagetovictims; #nofear; #nohate; #peace	#españa; #spain; #barcelona; #prayforbarcelona; #noterrorism; #peace; #igersbarcelona; #igbarcelona; #ig_barcelona; #prayforspain; #lasramblas	#barcelona; #terrorism; #terrorismhasnoreligion; #stopviolence; #prayforbarcelona	#prayforbarcelona; #rip; #oskyldigadoda	#notincpor; #orgulhobarcelona; #catalunya; #barcelona; #orgulho; #lesrambles; #prayforbarcelona	#prayforbarcelona; #lasramblas; #lasramblasbarcelona; #spain; #sharctravels; #lovetwillwin
Neutro	Neutro	Neutro	Neutro	Neutro	Neutro	Positivo
Não	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	Não
17	28	31	7	52	36	143

Partilha 15	Partilha 16	Partilha 17
Pessoal	Pessoal	Pessoal
20 de Agosto de 2017	20 de Agosto de 2017	20 de Agosto de 2017
#stopterrorism; #barcelona; #prayforbarcelona; #prayfortheworld	#totsombarcelona; #prayforbarcelona; #stopterrorism; #barcelona	#notincpor; #prayforbarcelona; #stopterrorismo; #prayforcambriis; #noalaviolencia; #paz; #lasramblasdelasflores; #barcelonasesepor; #paznelmundo
Positivo	Neutro	Neutro
Sim	Não	Sim
33	12	19

Figura 122 - Tabela 17 de agosto de 2017

- 15 de setembro de 2017 – Parsons Green

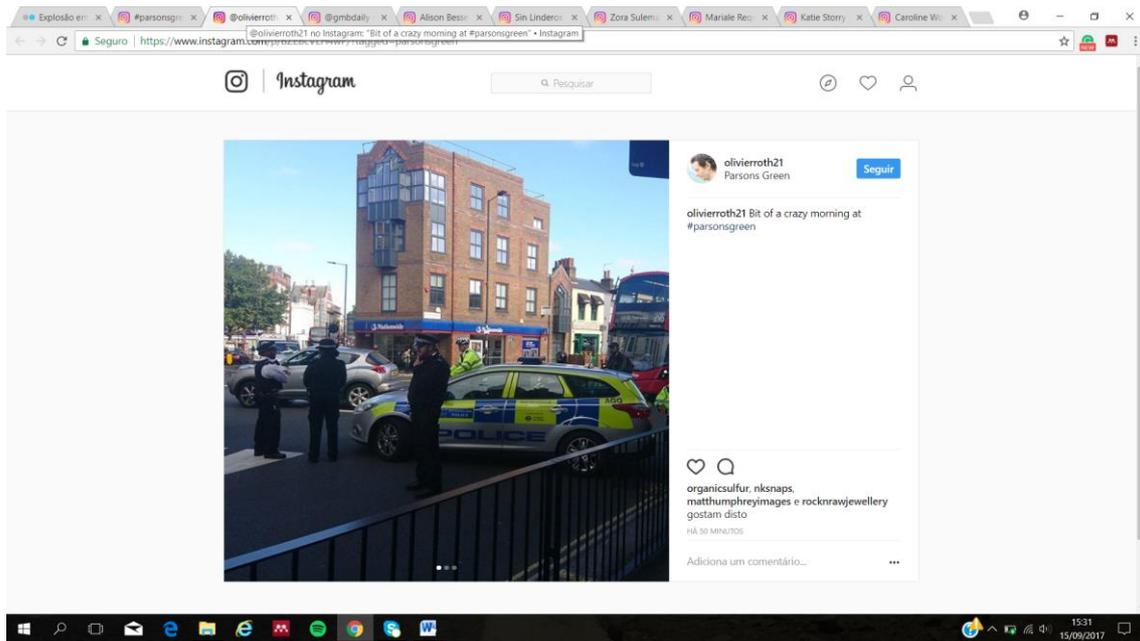


Figura 123 - Partilha 1

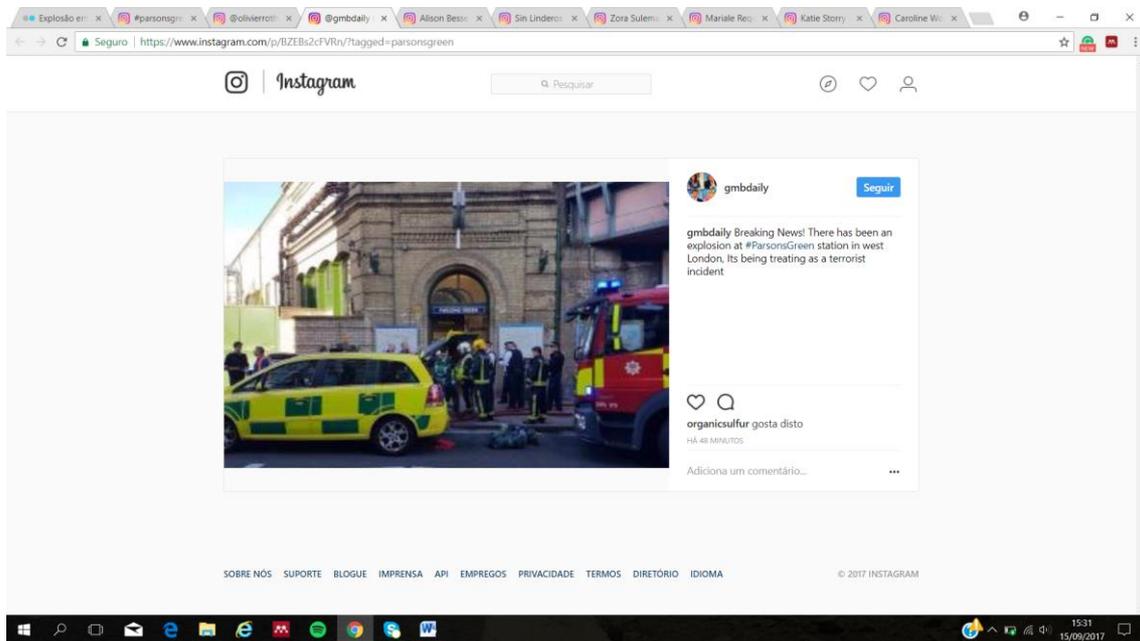


Figura 124 - Partilha 2

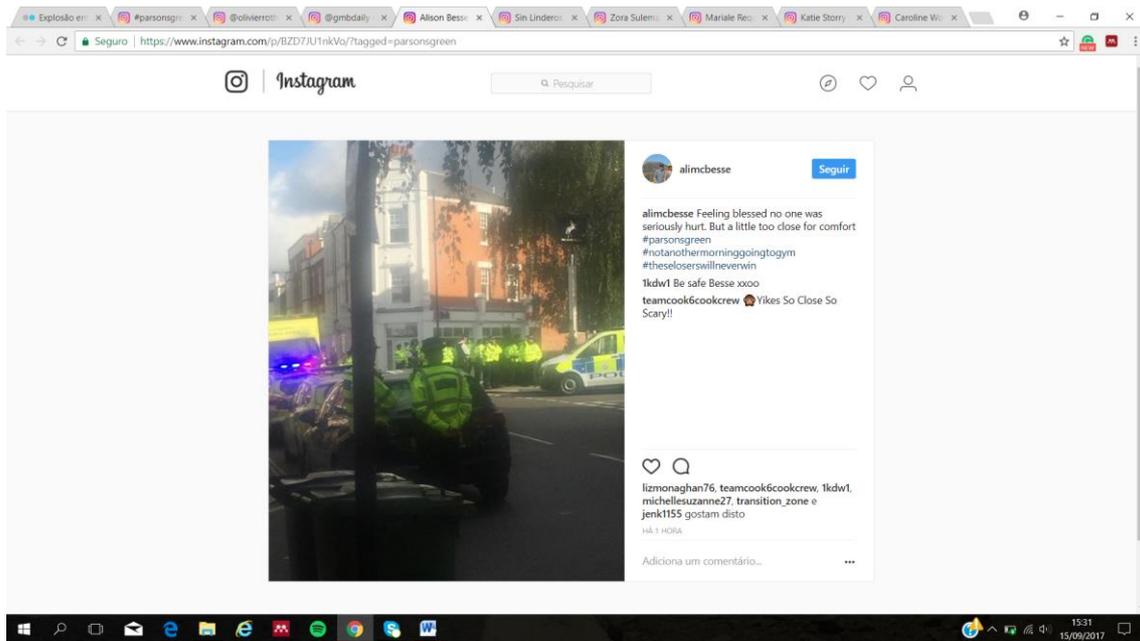


Figura 125 - Partilha 3

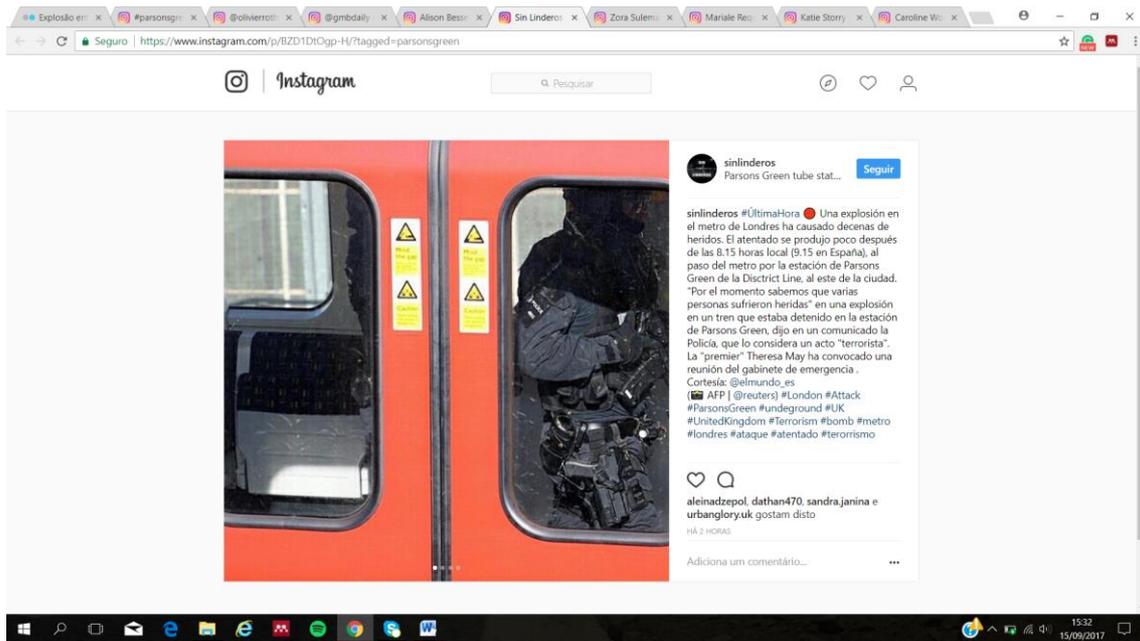


Figura 126 - Partilha 4

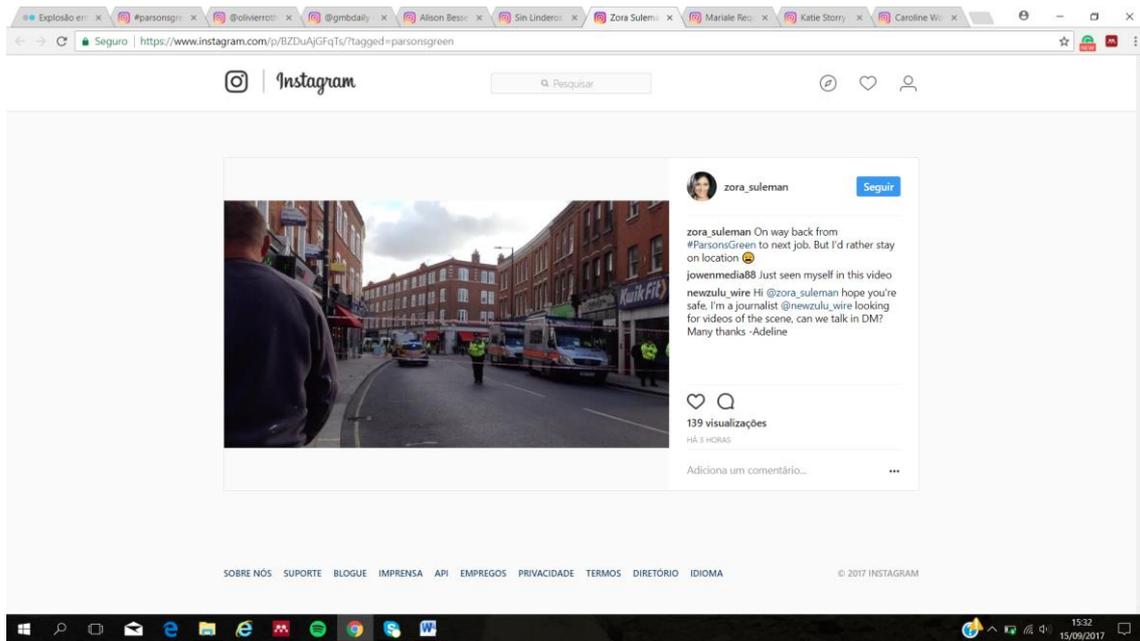


Figura 127 - Partilha 5

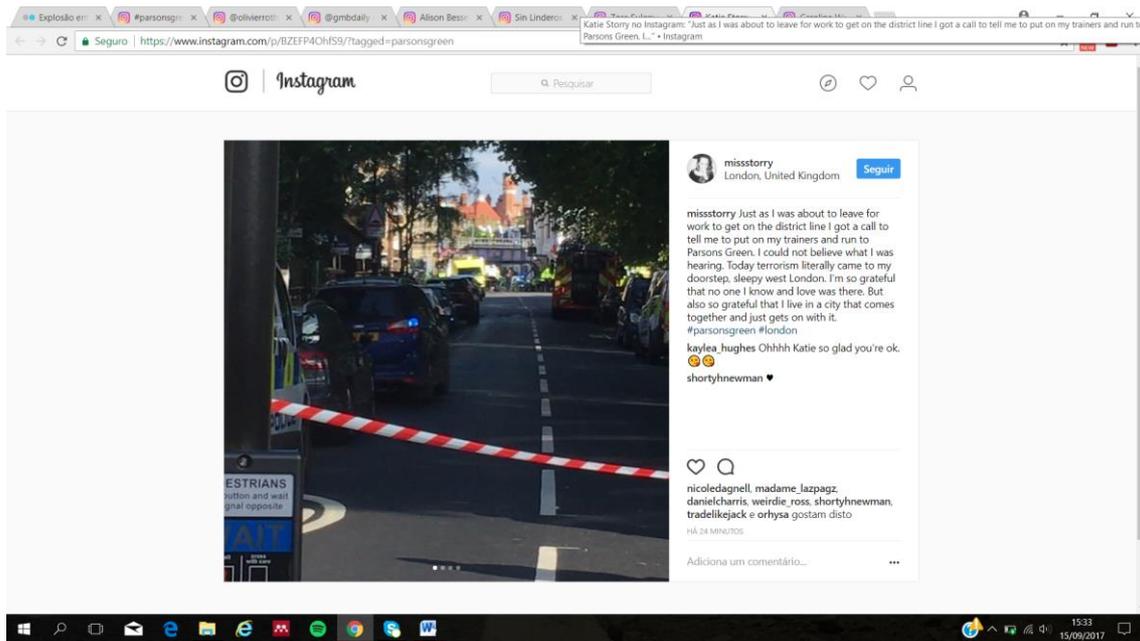


Figura 128 - Partilha 6



Figura 129 - Partilha 7

	Partilha 1	Partilha 2	Partilha 3	Partilha 4	Partilha 5	Partilha 6	Partilha 7
1- Quem partilhou a imagem (media ou conta pessoal)?	Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal	Media	Pessoal
2- As fotos foram publicadas em que datas?	15 de Setembro de 2017	15 de Setembro de 2017	15 de Setembro de 2017	15 de Setembro de 2017	15 de Setembro de 2017	15 de Setembro de 2017	15 de Setembro de 2017
3- Que hashtags foram usadas? Quantas hashtags foram usadas numa só publicação?	#parsonsgreen	#ParsonsGreen	#parsonsgreen; #notanothermorninggoingt ogym; #theseloserwillneverwin	#London; #Attack; #ParsonsGreen; #undeground; #UK; #UnitedKingdom; #Terrorism; #bomb; #metro; #londres; #ataque; #atentado; #terrorismo	#ParsonsGreen	#parsonsgreen; #london	#parsonsgreen; #lovelondon
4- Que atitudes tinham na partilha da fotografia (positivo, neutro ou negativo)?	Neutro	Neutro	Positivo	Neutro	Neutro	Positivo	Positivo
5 - Os seguidores comentaram a fotografia?	Não	Não	Sim	Não	Sim	Sim	Não
6- Quantos likes teve?	4	1	6	4	139 (visualizações)	7	10

Figura 130 - Tabela 15 de setembro de 2017