

Crise habitacional em Portugal: Um Estudo Comparativo Entre Governo e Movimentos Sociais no Instagram¹

Júlia Weber²;
Júlia Gonsalo de Carvalho³;
Jordana Casarin⁴
Lana Campanella⁵

Universidade Federal de Santa Maria - UFSM
Universidade do Porto (Porto, Portugal)

RESUMO

Este trabalho de abordagem qualitativa e uso de Análise de Conteúdo (MORAES, 1999), analisa como os movimentos sociais portugueses: “Casa para Viver” e “Stop Despejos”, têm atuado como agentes de pressão sobre o Governo Português, diante da crise habitacional no país. O período de análise contemplou dois contextos distintos: as manifestações populares (março e abril de 2023) e as eleições legislativas (fevereiro e março de 2024), a fim de comparar as estratégias discursivas desses atores com a comunicação oficial do Governo Português. O recorte de pesquisa revelou disputas narrativas que permeiam denúncias de práticas imobiliárias especulativas e reivindicações por políticas públicas mais inclusivas.

PALAVRAS-CHAVE: Movimentos Sociais; Crise Habitacional; Comunicação Pública; Comunicação Institucional; Ativismo Digital.

INTRODUÇÃO

Desde o início de novembro de 2022, Portugal tem enfrentado uma crise habitacional sem precedentes, marcada pelo aumento exponencial dos preços dos aluguéis, escassez de moradias acessíveis e intensificação de despejos, fenômenos impulsionados por políticas de austeridade, especulação imobiliária e turismo em massa. Segundo o Instituto Nacional de Estatística (INE) em 2024, o Índice de Preços da Habitação (IPHab) aumentou 9,1% em relação ao ano anterior, com os preços das

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação e Relações Internacionais, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciência da Comunicação na Região Sul, realizado de 3 a 5 de julho de 2025.

² Estudante de Graduação do 5º semestre do Curso de Relações Públicas UFSM, pesquisadora de iniciação científica no grupo CNPq COMINTER, E-mail: weber.julia@acad.ufsm.br.

³ Estudante de Graduação do 5º. semestre do Curso de Relações Públicas da UFSM, pesquisadora de iniciação científica no grupo CNPq COMINTER, E-mail: julia.gonsalo@acad.ufsm.br.

⁴ Doutoranda na Universidade do Porto (Porto, Portugal), pesquisadora de iniciação científica no grupo CNPq COMINTER, E-mail: jordanacasarin@gmail.com.

⁵ Orientadora do trabalho, Doutora e com Pós-doutorado em Comunicação Social (PPGCom PUCRS), líder do grupo CNPq COMINTER e Professora do Curso de Relações Públicas da UFSM. E-mail: lane.campanella@ufsm.br

habitações existentes subindo 9,7% e os das novas 7,5% . O valor mediano das rendas por metro quadrado de novos contratos de arrendamento atingiu 8,43 euros no quarto trimestre de 2024, representando um aumento de 9,3% em relação ao mesmo período de 2023. Além disso, o número de transações de alojamentos familiares aumentou 14,5% em 2024, totalizando 156.325 vendas, com um valor global de 33,8 bilhões de euros, 20,8% superior ao ano anterior. Esse cenário de valorização imobiliária tem dificultado o acesso à habitação para grande parte da população, especialmente em áreas urbanas como Lisboa e o Porto.

Esse cenário foi agravado pela crescente financeirização do setor habitacional, incentivada por programas como o “*Golden Visa*”⁶ e o crescimento das plataformas de alojamento local, como o Airbnb, que retiraram milhares de imóveis do mercado de arrendamento de longa duração. A falta de políticas públicas estruturantes gerou insatisfação popular, especialmente entre jovens, imigrantes e famílias de baixa renda, levando ao surgimento de novos movimentos sociais organizados em torno do direito à habitação.

Diante disso, o Governo Português⁷ recorreu a estratégias de comunicação institucional para apresentar medidas de resposta, como o programa “*Mais Habitação*”⁸, concomitante, movimentos sociais como “*Casa para Viver*”⁹ e “*Stop Despejos*”¹⁰ têm usado de sua influência em redes sociais, para intensificar suas ações e pressionar o Governo Português a adotar políticas públicas eficazes, que garantam o direito à habitação.

Segundo Peruzzo (2013), às redes sociais digitais contribuem para o surgimento de novas formas de mobilização social, marcadas pela organização horizontal, pela agilidade na disseminação de informações e pela capacidade de promover ações coletivas presenciais de maneira articulada. Nesse caso, esses movimentos utilizam plataformas digitais, mais especificamente o Instagram, para mobilizar a sociedade e denunciar as consequências da especulação imobiliária, buscando influenciar a agenda política e promover mudanças estruturais no setor habitacional.

⁶ É um programa que permite a estrangeiros obter um visto de residência em Portugal através de investimento.

⁷ Acesso ao perfil do Instagram através do link:

https://www.instagram.com/gov_pt?igsh=MWtxYTF5bjAyYmJsMw==

⁸ Programa anunciado pelo Governo Português em 2023 com o objetivo de mitigar a crise habitacional.

⁹ Movimento social fundado em 2023 por jovens, moradores e ativistas urbanos em Portugal.

¹⁰ Coletivo ativista que atua na defesa do direito à habitação e contra os despejos forçados em Portugal.

ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS E DISPUTAS NARRATIVAS

Ancorado na abordagem qualitativa, esse estudo utiliza pesquisa bibliográfica e faz a análise do objeto: a comunicação institucional dos movimentos sociais, sob a ótica de Moraes (1999), que diferente de Bardin, não requer tabular e calcular a porcentagem das categorias, podendo a amostra ser diminuta desde que haja profundidade na análise. O recorte temporal compreende os períodos de março a abril de 2023 (manifestações nacionais) e fevereiro a março de 2024 (eleições legislativas), tendo como filtro para análise, os três *posts* mais curtidos de cada perfil nesses dois períodos, totalizando 18 publicações. As categorias de análise incluíram: manchete, o tipo da linguagem, o estilo visual, a mensagem central, e métricas de engajamento.

No perfil “Casa para Viver”, as postagens mais curtidas em março de 2023 utilizaram carrosséis no feed com boa visibilidade e linguagem acessível e crítica. A publicação de 31 de março de 2023, intitulada “Manifestação casa para viver repudia aproveitamento do governo”, teve 956 curtidas e 6 comentários, criticando a tentativa do governo de se associar à manifestação organizada pelo próprio movimento, reforçando a autonomia das demandas sociais. Já o post do dia 29 de março de 2023, “Como resolver a crise de habitação?”, com 657 curtidas e 8 comentários, apresenta medidas concretas para enfrentar a crise, como parar despejos, regular aluguéis e utilizar casas vazias. A linguagem dessas postagens é majoritariamente combativa, com convites explícitos para ações coletivas, como as manifestações no dia 1º de abril. A reação do público foi predominantemente de apoio, com alto número de curtidas e comentários engajados na causa.

As postagens referentes a fevereiro e março de 2024 mantêm o caráter mobilizador, com destaque para a publicação de 7 de fevereiro de 2024, com a manchete “Há famílias inteiras, novos e velhos, portugueses e imigrantes a viver na gare do oriente”, que recebeu 4 comentários e propõe uma reflexão sobre a necessidade de manter a luta viva mesmo após as mudanças políticas. A parte visual das postagens explora o simbolismo e reforça a dimensão coletiva da mobilização, com forte presença de elementos gráficos como mãos erguidas e cartazes com frases de resistência.

O perfil “*Stop Despejos*”, por sua vez, evidencia forte atuação nas redes a partir da denúncia direta de abusos estatais. Em 02 de abril de 2023, o *post* mais curtido incluiu denúncias de repressão policial contra manifestantes, com imagens de noticiários e vídeos de manifestações, gerando 337 curtidas e 19 comentários. A linguagem é solidária, acusatória e combativa, destacando a violência contra ativistas e a criminalização da resistência. No período de 2024, as postagens seguem essa linha crítica, com publicações colaborativas que promovem ações de ocupação simbólica e de resistência cultural. Um exemplo disso é a publicação de 29 de março de 2024, intitulada “Somos a Vizinhança somos a Resistência somos a Sirigaita”, que alcançou 774 curtidas, 7 comentários e 104 compartilhamentos. A estética é vibrante, com cartazes e vídeos que articulam afetividade, identidade coletiva e enfrentamento político e, o alto número de compartilhamentos e curtidas demonstra o poder mobilizador dessas publicações.

A análise dos dois perfis mostram uma comunicação centrada em narrativas de urgência, denúncia e mobilização coletiva. Como aponta Ferrari (2016), as redes sociais permitem que os movimentos sociais desenvolvam uma comunicação de mão dupla com seus públicos, criando vínculos de pertencimento e engajamento cívico. Como imagens de protestos, faixas com frases de impacto, vídeos de ocupações, denúncias policiais e depoimentos de famílias despejadas compõem um repertório que gera proximidade com o público. As chamadas para ação são frequentes e diretas com convites para manifestações.

Enquanto no perfil oficial do Governo Português, a comunicação sobre a crise habitacional segue um estilo técnico e institucionalizado, com predominância de uma estética limpa, linguagem formal e foco na apresentação de medidas públicas. Durante os períodos analisados percebe-se uma tentativa de reafirmar a ação estatal diante da pressão social crescente. Em 10 maio de 2024 foi feito o *post*, com a manchete “Governo vai pôr no terreno 30 medidas para enfrentar a crise de habitação” o qual teve o maior número de curtidas sendo 4.489 *likes* e o maior número de engajamentos entre os analisados, com 188 comentários e 162 compartilhamentos. A publicação em estilo carrossel apresenta elementos visuais típicos da comunicação institucional: tipografia clara, paleta azul, fotos de prédios e guias que remetem à construção civil, e o selo oficial do Governo: Construir Portugal. A linguagem combina formalidade com

tentativa de demonstrar agilidade política, destacando prazos de execução concretos e resposta urgente à crise.

A análise das publicações mostra abordagens comunicacionais distintas frente à crise habitacional em Portugal, refletindo diferentes posições sociais e estratégias discursivas. Os perfis dos movimentos sociais, adotam predominantemente um discurso crítico e mobilizador, ancorado em uma linguagem acessível e visualmente marcante, com forte apelo à ação coletiva. Neles, a crise é apresentada como resultado direto da especulação imobiliária, da ausência de regulação estatal eficaz e da repressão a manifestações populares, o que confere às suas postagens um caráter de denúncia e convocação à resistência. Por outro lado, o perfil oficial do Governo Português adota uma linguagem técnico-institucional, priorizando a formalidade, a clareza visual e a ênfase em medidas administrativas como resposta à crise. Ainda que recorra a termos como “urgência” e “execução concreta”, o conteúdo é estruturado de forma a reforçar a legitimidade e a atuação do Estado frente à crescente pressão social. Nesse sentido, as redes sociais funcionam como espaços de disputa comunicacional, nos quais diferentes atores moldam e utilizam narrativas a seu favor.

Ao criarmos uma linha do tempo (*timeline*) das publicações no Instagram, conseguimos obter padrões estratégicos distintos entre os atores analisados. Observa-se uma concentração de postagens da conta @casaparaviver.pt entre os dias 27 de fevereiro e 31 de março de 2023, período imediatamente anterior à primeira manifestação nacional pelo direito à habitação, indicando uma campanha intensa de mobilização digital. Em 2024, os perfis voltam a se movimentar de forma estratégica: @casaparaviver.pt e @stopdespejos retomam a atividade entre fevereiro e março, coincidindo com o calendário eleitoral, enquanto @gov_pt volta a publicar sobre habitação entre abril e maio somente após a eleição.

CONSIDERAÇÕES

A análise realizada demonstra que os movimentos sociais “Casa para Viver” e “Stop Despejos” têm utilizado o Instagram como uma plataforma estratégica para pressionar o poder público e mobilizar a sociedade em torno da crise habitacional portuguesa. Este estudo evidencia que esses coletivos atuam como atores relevantes da

comunicação pública, construindo narrativas alternativas às oficiais, e orientadas por políticas habitacionais mais justas e inclusivas.

É importante ressaltar que a comunicação de interesse público bem-sucedida depende da capacidade de construir relacionamentos dialógicos e simétricos entre organizações da sociedade civil e seus públicos, fortalecendo a participação cidadã nos processos decisórios. O ativismo digital desses movimentos representa, portanto, uma importante forma de exercício da cidadania comunicativa no contexto da sociedade em rede.

Assim, a crise habitacional, nesse contexto, deixa de ser apenas uma questão de políticas públicas e torna-se um campo de tensão comunicacional, em que reputações são disputadas e legitimidades são construídas ou questionadas em tempo real nas redes sociais. Em contextos de exclusão social, a comunicação pública precisa ser mais do que institucional: precisa ser sensível, responsiva e aberta ao diálogo social.

REFERÊNCIAS

CASA PARA VIVER. *Perfil oficial no Instagram*. Disponível em: <https://www.instagram.com/casaparaviver.pt/>. Acesso em: 02 de maio 2025.

FERRARI, Maria Aparecida. **Relações Públicas: função estratégica e responsabilidade social**. São Paulo: Cengage Learning, 2016.

GOVERNO DE PORTUGAL. *Perfil oficial no Instagram*. Disponível em: https://www.instagram.com/gov_pt/. Acesso em: 28 abril 2025.

GRUNIG, James E. **Teoria geral de excelência em Relações Públicas**. In: GRUNIG, James E.; FERRARI, Maria Aparecida; FRANÇA, Fábio. *Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos*. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2011.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA (Portugal). **Estatísticas de Preços da Habitação ao nível local - 4.º trimestre de 2023**. Lisboa: INE, 2024. Disponível em: https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaques&DESTAQUESdest_boui=593987651&DESTAQUEStema=55534&DESTAQUESmodo=2. Data de acesso: 26 de abril 2025.

MORAES, Roque. **Análise de conteúdo**. Educação-PUCRS, Porto Alegre, ano XXII (37): 7-32, março 1999.

PERUZZO, Cicília M. Krohling. **Movimentos sociais, redes virtuais e mídias alternativas no junho em que "o gigante acordou"**. Matrizes, São Paulo, v. 2, pág. 73-93, jul./dez. 2013.

STOP DESPEJOS. *Perfil oficial no Instagram*. Disponível em: <https://www.instagram.com/stopdespejos/>. Data de acesso em: 2 maio 2025.