



INSTITUTO  
UNIVERSITÁRIO  
DE LISBOA

---

As redes sociais *online* como instrumento de aproximação dos jovens às instituições europeias

Maria Beatriz Cerqueira

Mestrado em Gestão de Novos Media

Orientadora:

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

Setembro, 2024



SOCIOLOGIA  
E POLÍTICAS PÚBLICAS

---

Departamento de Sociologia

As redes sociais *online* como instrumento de aproximação dos jovens às instituições europeias

Maria Beatriz Cerqueira

Mestrado em Gestão de Novos Media

Orientadora:

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

Setembro, 2024

## Resumo

O presente trabalho analisa como podem as redes sociais *online* ser instrumento de aproximação dos jovens às instituições europeias. Para compreender este potencial das redes sociais *online*, foi feito um levantamento das ações e hábitos dos jovens, no que concerne os novos media, as iniciativas levadas a cabo pelas instituições europeias e o que ainda pode ser feito. A par deste levantamento, foi também averiguado como está a evoluir a participação política dos jovens.

A metodologia utilizada foi a análise temática aplicada, visto que ser necessário um tipo de pesquisa exploratório, tendo sido elaborado um questionário, cujas respostas foram codificadas e geraram temas. Os dados tratados foram cruzados com a bibliografia utilizada, que tem como temas a cidadania ativa, os novos *media*, a participação política e o ativismo. Os resultados obtidos revelaram alguma inércia e desconhecimento por parte dos jovens no que toca a ações relacionadas com a União Europeia. Já as instituições europeias devem repensar a sua abordagem direcionada a esta geração, de modo que estes entrem em contacto com o projeto europeu mais cedo. Foram também apontadas vantagens e limitações das redes sociais *online* como intermediário dos protagonistas da questão de investigação.

Palavras-chave: União Europeia; jovens; redes sociais *online*, participação política

## Abstract

This study analyzes how online social networks can serve as a tool for bringing young people closer to European institutions. To understand the potential of online social networks, an investigation was conducted into the actions and habits of young people regarding new media, the initiatives carried out by European institutions, and what can still be done. Alongside this investigation, the evolution of young people's political participation was also examined. The methodology used was thematic analysis, as an exploratory type of research was required. A questionnaire was created, and the responses were coded, generating themes. The data collected were cross-referenced with the literature used, which covers topics such as active citizenship, new media, political participation, and activism.

The results revealed a certain inertia and lack of knowledge among young people when it comes to actions related to the European Union. Meanwhile, European institutions should rethink their approach to this generation, so that young people engage with the European project earlier. The advantages and limitations of online social networks as intermediaries between the protagonists of the research question were also highlighted.

Keywords: European Union; young people; social media, political participation

## Índice

Índice de Figuras .....	6
Introdução: O apelo ao voto.....	7
Participação Política .....	8
Cidadania ativa.....	9
Novas formas de participação política.....	10
Ativismo Online .....	10
Identidade Europeia.....	12
Novos media e a disseminação da cidadania ativa.....	13
Metodologia .....	17
Diagnóstico de Partida & Análise SWOT .....	19
Questionário .....	21
Resultados .....	22
Discussão de resultados.....	39
Conclusão .....	47
Bibliografia.....	49

# Índice de Figuras

Figura 1 - Eleitores nas Eleições para a Assembleia da República: votantes e abstenção ...	7
Figura 2 - Eurobarómetro - Evolução da Abstenção .....	8
Figura 3 - Nuvem de Palavras .....	22
Figura 4 - Instituições Europeias Seguidas nas Redes Sociais <i>Online</i> .....	23
Figura 5 - Perceção do esforço vindo das instituições europeias .....	23
Figura 6 - Intenção de ter um papel mais ativo no projeto europeu .....	24
Figura 7 - Mapa Mental - Papel ativo no projeto europeu .....	25
Figura 8 - Reconhecimento de programas europeus direcionados para jovens .....	26
Figura 9 - Inquiridos que estudaram ou não o projeto europeu .....	27
Figura 10 - Estudo do projeto europeu em diferentes ciclos de ensino .....	28
Figura 11 - Opiniões sobre a frase "o projeto europeu tem futuro" .....	28
Figura 12 - Mapa Mental - Cidadania Ativa .....	29
Figura 13 - A escola, enquanto instituição, despertou-te para uma cidadania ativa? .....	30
Figura 14 - Formas de exercer cidadania ativa .....	30
Figura 15 - Contexto que influenciou a sua orientação política .....	32
Figura 16 - Interpretação do voto .....	32
Figura 17 - O seu voto faz a diferença? .....	33
Figura 18 - Onde os inquiridos obtêm informação sobre política .....	33
Figura 19 - Influência dos media tradicionais nas opiniões dos inquiridos .....	34
Figura 20 - Contribuição das redes sociais online para o conhecimento político dos inquiridos .....	35
Figura 21 - Perceção de uma geração politicamente ativa - 1 .....	37
Figura 22 - Perceção de uma geração politicamente ativa- 2 .....	37
Figura 23 - Promoção Eleições Europeias – X - Instagram - Spotify .....	42
Figura 24 - Limitação de Conteúdo Político no Instagram .....	43
Figura 25 - Apelo ao Voto – Conteúdo - @catarinafpb	Figura 26 - Apelo ao Voto @atripeirinha .....
Figura 27 - Apelo ao Voto - @catarinafpb .....	
Figura 28 - Apelo ao Voto - @infranciscoaraujo .....	45
Figura 29 - Comissão Europeia - Tânia Graça .....	45
Figura 30 - DigitalEU Ambassadors .....	46

# Introdução: O apelo ao voto

“O direito de voto é um direito pessoal e constitui um dever cívico assente numa responsabilidade de cidadania, ao qual não se encontra ligada nenhuma sanção em caso de incumprimento.” (Fundação Francisco Manuel dos Santos, n.d).

Em Portugal, a história do voto passou por várias fases, sendo que a 25 de Abril de 1976 tiveram lugar as primeiras eleições legislativas livres para a Assembleia da República. Deste modo, é legítimo afirmar que a democracia portuguesa é ainda jovem, completando 50 anos no corrente ano, 2024.

Este tema da maturidade da democracia é explorado por Nový & Katrňák (2015) que analisaram a influência da mesma na propensão dos cidadãos para votar, em vinte e sete países, concluindo que os indivíduos que vivem em democracias estabelecidas há mais tempo, têm maior probabilidade de votar.

Segundo Kitanova (2020), é mais provável que a falta de atividade política se manifeste em países recentemente democratizados, seguindo o mesmo raciocínio que Nový & Katrňák. A maturidade democrática apresenta aos indivíduos condições que determinam a sua opção de participar, ou não, na política e a forma como participam. Kitanova (2020) defende ainda que a idade da democracia tem impacto direto na propensão dos jovens para se envolverem na política, atuando ainda como um amplificador.

No caso de Portugal, os mais recentes dados da SGMAI & PORDATA (2024) corroboram em parte esta informação. A abstenção nas eleições legislativas, entre 1975 e 2024, foi aumentando gradualmente, com ligeiras descidas em momentos pontuais, ao longo das últimas cinco décadas, sendo que a diminuição mais acentuada da abstenção ocorreu nos últimos cinco anos.

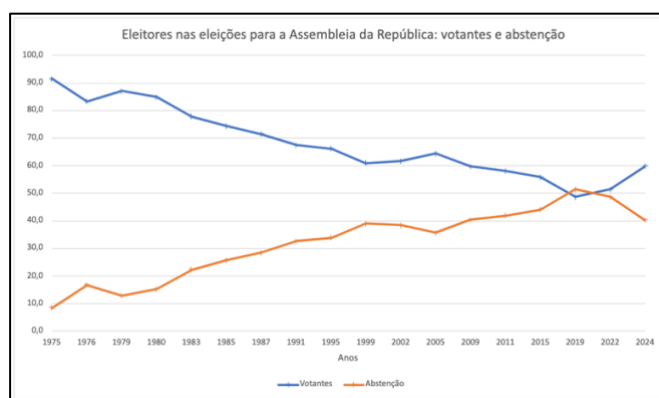


Figura 1 - Eleitores nas Eleições para a Assembleia da República: votantes e abstenção

Este trabalho irá analisar tanto os contextos nacional, como europeu no que diz respeito às eleições parlamentares europeias, distanciando-se de um foco estritamente interno, incidindo sobre um qualquer estado-membro.

Segundo o *Eurobarometer Survey 91.5* (2019), pela primeira vez desde 1994, mais de metade dos europeus votou nas Eleições Europeias de 2019 (50,6%). Trata-se de um aumento substancial em relação à participação registada em 2014 (42,6%) e a maior participação em mais de 20 anos, sendo que Portugal participou pela primeira vez nas Eleições Europeias em 1984. Neste relatório supracitado lê-se também que o aumento da participação é impulsionado por um aumento da participação dos jovens, estando ligado a um sentimento cada vez mais pró-europeu e um maior sentimento de envolvimento e capacitação entre os europeus.

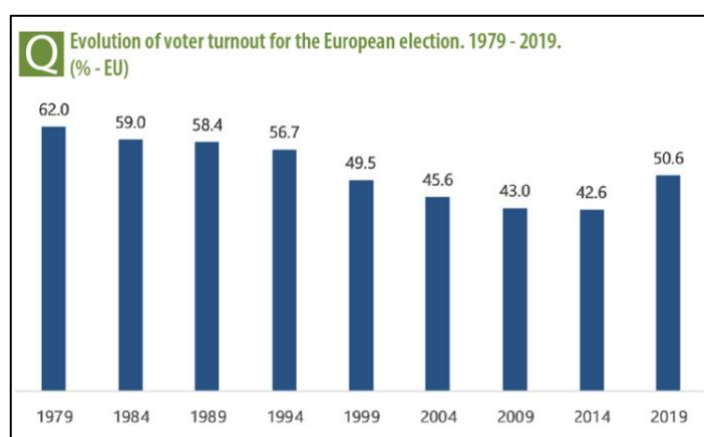


Figura 2 - Eurobarometro - Evolução da Abstenção

No *Eurobarometer Survey 91.5* (2019) verificou-se que, embora os mais velhos continuem a ser mais propensos a votar, o aumento entre 2014 e 2019 é maior entre os jovens com menos de 25 anos (42%, +14 pp) e entre os 25-39 anos (47%, +12pp), em comparação com os que têm 55 anos ou mais (54%, +3 pp).

## Participação Política

Alguma da bibliografia internacional recolhida procede a uma abordagem algo negativa em relação à participação política das gerações mais novas. Por exemplo, “a juventude atual é a geração menos empenhada politicamente no que respeita à participação política formal e informal” (Grasso, 2014 in Kitanova, 2020, p.821). No entanto, esta afirmação não corresponde às evidências recolhidas neste trabalho.

No que concerne ao contexto nacional, no relatório *A Participação Política da Juventude em Portugal*, redigido por Costa e Magalhães (2020), reconhece que a participação eleitoral dos jovens tem vindo a diminuir, sendo hoje bastante inferior à das mesmas coortes na generalidade das democracias consolidadas da Europa Ocidental. No entanto, segundo estes autores, “não foi sequer entre os mais jovens que essa participação mais se reduziu em



Portugal nos últimos anos” (Costa et al., 2020, p.2).

Apesar desta diminuição, segundo Kitanova (2020), alguns estudos recentes defendem que os jovens não estão apáticos nem desinteressados. O conceito de participação política tomou novas formas, passando agora por critérios como o ser membro de diferentes organizações, participar em eventos ou atividades culturais, assinar petições, entrar em contacto com políticos, manifestar-se, etc. Estas novas formas de participação política irão ser abordadas ao longo deste trabalho.

“Não há dúvida de que muitos jovens cidadãos se desencantaram com os partidos políticos tradicionais e com aqueles que dizem falar em seu nome. Mas isto não deve ser mal interpretado como uma falta de interesse da parte dos jovens, pelas questões políticas que influenciam a sua experiência quotidiana e as suas preocupações normativas para com o planeta e os seus habitantes.” (Loader et al., 2014, p.1)

Mais uma vez, a ideia preconcebida de que existe um decréscimo na participação política dos jovens em Portugal não corresponde ao que foi verificado por Costa et al. (2020).

## Cidadania ativa

A cidadania ativa pode ter várias abordagens e significados, dependendo do contexto. Os autores Hvinden & Johansson (2007) mencionam várias abordagens a este conceito, destaco a que é apresentada como sendo de conceção republicana. Esta tem como foco o envolvimento direto de cidadãos individuais, não só na sua comunidade, mas também trabalhando com os órgãos oficiais. Este envolvimento tanto pode ser feito de forma individual ou em grupo. Exemplos desta cidadania ativa são discutir e criar iniciativas que possam escalar e ter impacto na comunidade ou a consulta direta de cidadãos na elaboração de novas políticas.

A autora Kitanova, (2020) assinala também a importância das características contextuais, ainda que noutro sentido, para além das individuais uma vez que as diferenças dos contextos podem ter um impacto direto e diverso na participação política. No seu artigo, a autora indica que a “classe social e o historial educativo parecem ser preditores cruciais do envolvimento político” (Kitanova, 2020, p. 822).

Outros fatores a assinalar são, “especialmente no que diz respeito à participação dos jovens na política, a educação e a classe social que têm maior influência nos níveis de envolvimento político dos jovens” (Kitanova, 2020, p. 822).

Para corroborar esta informação, o *Eurobarometer Survey 91.5* (2019) verificou que as pessoas que concluíram a sua formação académica com 20 anos ou mais (59%) tinham mais probabilidades de votar do que as que acabaram com 16-19 anos (47%) ou com 15 anos ou

menos (46%). De facto, este padrão tornou-se mais pronunciado, uma vez que se registou um pequeno aumento entre os que abandonaram o ensino aos 15 anos (+3 pp).

## Novas formas de participação política

Assim sendo, de que formas participam os jovens na política? Norris (2002, 2003 in Kitanova, 2020) salienta a cidadania ativa dos jovens, no que diz respeito a formas alternativas de participação política, apoiando a ideia de que os jovens não estão perdidos para a apatia, mas antes tendem a escolher outras formas de política, que não as tradicionais, por lhes parecerem mais impactantes.

Antes de aprofundar as outras formas de política referidas anteriormente, será importante definir então a participação política formal. Esta é definida como atividades “orientadas para o sistema partidário (o voto, comícios de partidos, participação noutras atividades partidárias.)” (Costa et al., 2020, p. 2).

De facto, como comprovaram Costa et al. (2020), as formas de participação “mais convencionais”, como votar, comícios partidários, entre outras, são as que têm menos adesão por parte dos jovens, face aos mais velhos. Efetivamente, “a participação é hoje um fenómeno simultaneamente mais “líquido” e mais “alargado” nas suas modalidades” (Costa et al., 2020, p.5).

Este fenómeno das novas formas de participação política implica uma maior orientação para a participação cívica na sociedade: “Os jovens têm mesmo sido os protagonistas mais destacados desse aumento da mobilização social e política não-eleitoral” (Costa et al., 2020, p. 5).

Atualmente a participação política não-eleitoral tem aumentado, em grande parte, graças a um meio fundamental, as redes sociais *online*. Segundo Costa et al. (2020), este aumento tem sido longitudinal e não circunscrito apenas à juventude, mas aos portugueses em geral. No entanto, no relatório ‘A Participação Política da Juventude em Portugal (Costa et al., 2020), salienta-se que “um domínio em que os jovens têm um protagonismo especialmente destacado e distintivo no que toca à participação política é a ... participação *online*” (Costa et al., 2020, p.3). Os autores referem que esta participação *online* se materializa ao participar num fórum ou grupo de discussão na *internet* e publicar, comentar ou partilhar conteúdos de natureza política e social nas redes sociais *online*.

## Ativismo Online

A participação *online* pode enquadrar-se no ativismo *online*. De acordo com Greijdanus et al., (2020) ativismo *online* é facilitado pelas redes sociais *online* das seguintes maneiras. Em primeiro lugar, permite que os indivíduos expressem experiências e opiniões, relacionando-as com causas coletivas. Em segundo lugar, permite que o membro de uma comunidade

*online* dê apoio, organize atividades e conteste as reações negativas às suas atividades. Em terceiro lugar, as redes sociais *online* possibilitam que o círculo de utilizadores alargue para o exterior da sua comunidade *online*, para negociar coletivamente novas realidades partilhadas e divulgá-las.

Aqui seria interessante introduzir o termo *networked young citizens* de Loader et al. (2014), referindo-se ao tipo de jovens cidadãos que têm, atualmente, muito menos probabilidades de se tornarem membros de organizações políticas ou cívicas, como partidos ou sindicatos. Em Portugal, o relatório de Costa et al. (2020) corrobora a perspetiva de Loader et al. (2014). Neste relatório, verifica-se que “os comparativamente baixos níveis de participação política ‘convencional’ da juventude têm o seu reflexo nas representações prevaletentes, mesmo entre a ínfima minoria dos que têm militância partidária.” (Costa et al., 2020, p.3). Os poucos que estão ligados à militância partidária acabam por estar alinhados com “os temas ligados à juventude que os partidos valorizam nos seus programas políticos: a educação, a formação e o emprego” (Costa et al., 2020, p.3). No que concerne às associações cívicas, estas distinguem-se por um ênfase mais acentuado sobre temas como cidadania e igualdade. É também mais provável que estes *networked young citizens* participem em redes horizontais, ou não hierárquicas, e sejam mais orientados para projetos. Exemplos deste tipo projetos são contemplados na atribuição anual, pelo Parlamento Europeu, do Prémio Carlos Magno da Juventude.

Conforme a análise de Loader et al. (2014), os jovens envolvem-se reflexivamente em políticas de estilo de vida; não são obedientes, mas sim “autorrealizadores”. Os recentes movimentos estudantis pelo clima têm sido um grande exemplo deste ponto. Este movimento cívico, em particular, teve origem nos protestos de Greta Thunberg, a então adolescente sueca, que fazia greve em frente ao parlamento sueco todas as sextas-feiras, partilhando fotos nas suas redes sociais *online*. A mensagem foi-se espalhando e o mesmo protesto/manifestação foi escalando por diversas cidades ao nível mundial. Com base neste exemplo, vê-se como o ativismo *online* passa para o *offline*: “O ativismo *online* e *offline* são instrumentos sócio-psicológicos inseparáveis e complementares de politização, debate, mobilização e conflito.” (Greijdanus et al., 2020, p.52). Estes jovens conseguiram assim construir uma identificação emocional, que mobilizou as suas reivindicações para os espaços públicos, tanto *online* como *offline*, como explica Costa et al. (2020).

Este tipo de movimentos e associações cívicas, como apontam Loader et al. (2014), pode conduzir a uma possível deslocação/transformação dos modelos tradicionais de democracia representativa, com a participação em movimentos sociais, manifestações e boicotes de consumidores. Para Costa et al. (2020), a participação cívica é vista como uma forma mais direta e imediata de obter resultados e de maior proximidade social e territorial. Tais comportamentos reforçam o conceito de *networked young citizens* de Loader et al. (2014).

Os autores expõem o decréscimo da forma culturalmente dominante de envolvimento, em favorecimento de abordagens alternativas, cada vez mais caracterizadas por práticas de envolvimento em rede. Como salientam Machado & Tijiboy, 2003, em Cardoso & Lamy (2011), existem nas redes sociais *online* agentes estratégicos, *influencers*, ativistas e outras figuras relevantes, que dinamizam troca de informações e conexões, estimulando o debate, muitas vezes marcando a agenda, apelando à participação, e gerando ou aliviando tensões.

## Identidade Europeia

Os conceitos até agora abordados como a participação cívica, ativismo *online* e as novas formas de participação política têm certamente um grande impacto na visão da identidade europeia dos cidadãos. No inquérito pós-eleitoral das Eleições Europeias de 2019, verificou-se que

“o apoio à adesão à UE (União Europeia) varia, consideravelmente, consoante a idade e o nível de educação. Numa perspetiva etária, o grupo etário mais jovem (menos de 25 anos) é o mais suscetível de apoiar a adesão à UE: 70% dos jovens cidadãos a nível da UE manifestam uma opinião positiva, em comparação com apenas 56% dos cidadãos com 55 anos ou mais.” (Zalc et al., 2019, p.95).

Checkel & Katzenstein (2009), na sua obra *European Identity*, argumentam que o conceito de identidade europeia pode referir-se a processos de diferentes dimensões, passando pela mediação social e trocas sociais, deliberação, comunicação e negociação ao nível político. Estes vários processos têm sido influenciados pelos novos media e a forma como estes têm sido utilizados para mobilizar os cidadãos, tanto *online* como *offline*.

Adotando um ponto de vista mais lato,

“enquanto projeto político, a identidade europeia é uma preocupação importante para as elites políticas, económicas e académicas e para parte da classe média, que se sentem atraídas por uma construção europeia que complementa a primazia da identidade nacional. No entanto, ao nível da sociedade globalizada, "europeu" significa, frequentemente, pouco mais do que a expansão geográfica de uma identidade nacional específica.” (Checkel & Katzenstein, 2009, p.214)

É ao nível da sociedade globalizada que tanto os velhos como os novos *media* intervêm. Contextualizando a relação dos “velhos” media versus novos media, de acordo com Jenkins (2009), os “velhos” media utilizam um modelo de um para muitos, unidirecional. Estes são controlados por decisores, que determinam a sua agenda, privilegiando a agregação e distribuição de informação e conteúdos. Já os novos *media* obedecem a um modelo de muitos para muitos, privilegiando produção de conteúdos próprios e a sua partilha.

O autor frisa ainda que os novos *media* não substituíram os velhos media, tratando-se antes da cultura de convergência em que os *media* tradicionais e os novos, colaboram, multiplicando o número de agentes produtores de conteúdos, utilizando as mais variadas plataformas *online*. Isto resulta numa cultura mediática mais interativa e participativa que se adequa à identidade europeia.

No que toca à produção de conteúdos audiovisuais, esta tem um papel consideravelmente significativo na identidade europeia. Gripsrud (2007) pondera a possibilidade de que

“produção audiovisual, mais ou menos explicitamente, sobre a Europa pode ser mais importante ou útil para o objetivo de construir uma identidade europeia e, especialmente, uma *European public sphere*. Mas um sentimento de identidade, de pertença a um lugar, é sobretudo criado pelo hábito, a experiência do habitual e do conhecido ao longo do tempo, a experiência partilhada por algumas pessoas.” (Gripsrud, 2007, p.491)

Gripsrud (2007) afirma até que nenhum outro meio é mais adequado para informar milhões de europeus sobre os cidadãos de outros estados-membro do que a televisão. Neste sentido, o serviço público português tem feito, também, a sua contribuição. Ao consultar a programação da RTP2, por exemplo, verificamos a existência de programas provenientes de vários países europeus e não só.

## Novos media e a disseminação da cidadania ativa

Antes de abordar os novos *media*, é necessário fazer um enquadramento sobre os “velhos” *media*, nomeadamente a televisão e o seu papel na tentativa de construir a identidade europeia. Gripsrud, explora o conceito de *European public sphere* e de que forma a televisão o afetou. Segundo o autor, a “*European public sphere* é um espaço partilhado verdadeiramente internacional/transnacional, onde os detentores do poder político e burocrático se confrontam com um público bem informado e crítico” (Gripsrud, 2007, p.480). No entanto, existe a possibilidade de afirmar que o público deixou de estar tão bem informado, passando a ser menos crítico devido a fenómenos como a desinformação e informação distorcida. Como é sabido, estas impactam os mais variados tipos de *media*. Quintanilha et al. (2021) explicam que a desinformação corresponde a qualquer conteúdo informativo não factual, ilusório ou não verificável, que é recebido e lido por pelo menos uma pessoa. Esse conteúdo é produzido e distribuído através de diversos canais e *plataformas*, independentemente do seu teor, com um impacto negativo nas esferas social, cultural, económica e política dos países envolvidos: “O proliferar sem limites da informação corre o

risco de, em vez de informar, criar o caos informativo” (Cardoso & Lamy, 2011). Apesar de fenómenos como este, ainda se assume que

“os *media* em geral e a televisão em particular, contribuíram consideravelmente para a produção da identidade nacional, o que fomenta uma forte inclinação para participar em processos políticos nos estados da Europa.” (Gripsrud, 2007, p.480)

Contudo, antes do surgimento da televisão, esta esfera pública, materializou-se em livros, jornais e eventualmente na rádio.

“Por consequência, o funcionamento da esfera pública passou a envolver muito mais do que assembleias parlamentares e debates exclusivamente políticos em páginas de jornais de grande tiragem.” (Gripsrud, 2007, p.481)

Por outras palavras, quando se trata da esfera pública, tanto a parte cultural, como política têm uma importância fundamental, conclui Gripsrud (2007). Exemplos desta importância são o Festival da Canção e o Festival da Eurovisão. Nestes dois eventos, juntam-se as partes culturais e políticas numa “política audiovisual, fundamental na criação da Europa enquanto narrativa popular dominante, e a televisão foi capitalizada enquanto campo poderoso para a invenção de novos símbolos” (Tragaki, 2013, como em Lopes, 2016). Neste contexto, este último autor nota que na performance musical as subjetividades europeias são espelhadas de várias formas. Salienta-se assim a importância do Festival RTP da Canção como meio musical e veículo simbólico e discursivo devido à sua longevidade, abrangência social e geográfica de acordo com Lopes (2016).

Posto isto, é possível concordar com Gripsrud (2007) quando este afirma que a televisão foi uma das principais instituições a constituir a esfera pública nacional (excluindo as instituições governamentais) dos últimos 50 anos. Ora, passados estes 50 anos, surge, então, algo que coloca em causa a supremacia da televisão, a *Internet*. Cardoso & Lamy (2011) indicam várias causas para a *internet* (novo media) ter feito frente à televisão (*legacy media*), passando pela sua vasta oferta de informação, entretenimento (atualmente também o *infotainment*), comunicação interativa e espaço comercial. É de salientar ainda que, nas últimas duas décadas, a *internet* evoluiu de forma considerável, comparando com o período homólogo de evolução da televisão. Desta forma, “acabou por se tornar um instrumento formidável de comunicação e mudança” (Cardoso & Lamy, 2011).

No que toca à cidadania e aos novos media, Gripsrud (2007) salienta um ponto importante,

“uma cidadania plena e efetiva requer o acesso a uma série de informações, ideias, argumentos e explicações ... sem estes recursos, as pessoas são excluídas de uma participação efetiva ... tornam-se vítimas e não sujeitos da mudança, incapazes de defender os seus direitos e de exercer pressão para que sejam alargados.” (Gripsrud, 2007, p. 482 e 483)

Os novos *media* vieram exponenciar o acesso a estes recursos. Por outro lado, não basta apenas que recursos como os previamente mencionados estejam acessíveis, é necessário que estes sejam devidamente divulgados. No livro *Outside the Bubble: Social Media and Political Participation in Western Democracies*, Vaccari & Valeriani (2021) realçam a facilidade com que as redes sociais *online* proliferam, por exemplo, conteúdo noticioso e apelam à mobilização eleitoral dos eleitores. Nesta obra, Vaccari & Valeriani (2021) debruçam-se sobre duas proposições: a primeira explora de que formas cidadãos das mais variadas proveniências, e que são utilizadores das redes sociais *online*, podem viver as “experiências políticas”; a segunda proposição elabora o modo como estas “experiências políticas” podem beneficiar a participação política, mesmo em cidadãos menos envolvidos com estes temas.

Tendo em conta estas proposições, constata-se que os comportamentos sociais inatos utilizados *offline*, tais como cumprimentos e interações que temos com terceiros, transpõem-se para o *online*. As condutas sociais *offline* são adaptadas para o *online*, acontecendo o mesmo com a validação social. Vaccari & Valeriani (2021) exploram a forma como a validação social, sob a forma de *social endorsements*, impacta o modo como nos comportamos nas redes sociais *online*. Na sua obra, explicam que

“a validação social fornece, aos utilizadores das redes sociais *online*, pistas que podem utilizar para ativar outro tipo de veículo de informação - a heurística do consenso, com base na qual indivíduos atribuem valor às opiniões de terceiros e orientam o seu comportamento em conformidade.” (Messing & Westwood in Vaccari & Valeriani, 2021, p.21)

No seguimento desta ideia, poder-se-á afirmar que existem dois tipos de utilizadores nas redes sociais *online*, os utilizadores com fortes opiniões políticas e os que não se interessam por política. Vaccari & Valeriani (2021) exemplificam os seus comportamentos: os primeiros, utilizadores com fortes opiniões políticas, estão dispostos a consumir conteúdo que não está de acordo com as suas opiniões, tendo este sido “validado” por outros; algo semelhante acontece com utilizadores que não se interessam por política, podendo vir a consumir conteúdos políticos se estes tiverem sido “validados” por várias pessoas. Ainda assim, estas pistas e validações sociais terão sempre efeitos distintos em cada cidadão.

Por esta razão, são necessárias diferentes estratégias de comunicação por parte de quem pretende comunicar política. Deste modo, valida-se a estratégia de comunicação política levada a cabo, neste caso, pelo Parlamento Europeu, que será aprofundada no capítulo Discussão de Resultados.

Regressando aos comportamentos inatos supramencionados, estes podem até passar despercebidos aos próprios utilizadores. No entanto,

“a influência percebida das plataformas nunca foi tão grande quanto hoje, pois as pessoas preocupam-se com um conjunto de fenómenos em que aquelas desempenham um papel central, como sejam a desinformação, a polarização, as bolhas de filtragem, as câmaras de eco ou a erosão da agenda de notícias partilhadas.” (Berry e Sobieraj, 2011, 2014; Hameleers, M., e van der Meer, 2020, como citados em Cardoso, 2023, p.40).

Estas preocupações vão ao encontro dos resultados de Dutton et al, (2019), como citados em Vaccari & Valeriani (2021), investigadores que realizaram um

“inquérito a utilizadores da *internet*, em sete países, e concluíram que grandes percentagens de inquiridos relataram ter comportamentos que reduzem a probabilidade de serem autossegregados em câmaras de eco, aumentando o número de fontes de informação a que estão expostos.” (Vaccari & Valeriani, 2021, p. 26)

Chegado ao fim deste capítulo, constata-se que

“embora as redes sociais *online* possam ser parte de muitos problemas sociais, estas podem contribuir para a solução de, pelo menos, dois importantes males democráticos - o afastamento dos cidadãos da política e as desigualdades entre os que optam por exercer a sua voz, e os que permanecem em silêncio.” (Vaccari & Valeriani, 2021, p. 231)

Desta forma, podem ser consideradas uma ferramenta útil na disseminação da cidadania ativa.

Nos próximos capítulos, será demonstrado o papel dos cidadãos no que diz respeito à cidadania ativa, quais os limites das redes sociais *online*, de que formas estas ferramentas estão a ser utilizadas por parte das instituições europeias e como as usam para se aproximarem dos cidadãos.



# Metodologia

Com o enquadramento teórico supramencionado, procurei responder à seguinte questão de investigação: como aproximar os jovens das instituições europeias, através das redes sociais *online*? Ora, segundo Guest et al. (2012), as questões de investigação são mais adequadas a um tipo de pesquisa exploratória. Esta pesquisa envolve identificar códigos, padrões e temas não predeterminados, retirados dos dados recolhidos. A codificação envolve categorizar e rotular de forma sistemática, segmentos dos dados em análise, permitindo identificar padrões e temas recorrentes. Visto que “os estudos exploratórios se baseiam geralmente em amostras não probabilísticas de participantes na investigação e geram dados primários” (Guest et al., 2012, p.8), este tipo de pesquisa pareceu-me a mais indicada para o trabalho em questão.

Ao debruçar-me sobre este método, deparei-me com várias abordagens para o colocar em prática. Após análise cuidada, foi escolhido o seguinte processo de seis etapas mencionado por Caulfield, (2023): familiarização; codificação; geração de temas; revisão dos mesmos; nomeação de temas e redação. Esta abordagem foi usada, principalmente, na análise das respostas ao questionário criado no âmbito deste trabalho. Este foi realizado através do *software Qualtrics*, tendo sido analisados os dados recolhidos de 304 respostas válidas, num total de 448 respostas submetidas. As restantes 144 não foram tidas em conta, visto que não respeitavam a amostra de idades, entre os 18 e os 30 anos. O questionário esteve em circulação entre 5 e 31 de Maio de 2024, sendo composto por cinco questões relacionadas com o consentimento e demografia dos inquiridos e 24 questões de várias tipologias, desde escolha múltipla, entrada de texto e tabelas matriz. O *link* do mesmo poderá ser encontrado nos anexos. Inicialmente foram realizados dois questionários iguais, um em português e um segundo em inglês. O objetivo seria comparar as perspetivas sobre o projeto europeu vindas de inquiridos de diferentes origens. No entanto, foram apenas obtidas seis respostas ao questionário em inglês, pelo que não é uma amostra significativa. Assim, sendo as respostas ao questionário em inglês, não foram tidas em conta. Esta é a razão pela qual é apenas questionado o país de nascimento e não outras questões demográficas.

Recorreu-se às seguintes formas de divulgação: na minha rede social familiar e de amigos; no meu local de trabalho; através da Comunicação ESPP ISCTE; no domínio *online*, tanto nas minhas redes sociais *online* como também através da criadora de conteúdos Sofia Manuel (@atripeirinha), visto que trabalhou sobre este tema com o Parlamento Europeu, contando milhares de seguidores que se enquadrariam na amostra pretendida.

Para além da pesquisa exploratória acima mencionada, foi também usado o método de análise temática aplicada para o desenvolvimento deste trabalho. Como a “análise temática aplicada é um tipo de análise indutiva de dados qualitativos que pode envolver múltiplas técnicas de análise” (Guest et al., 2012, p.4), chegou-se à conclusão de que este método seria o mais indicado para ser posto em prática. Seguindo o conselho de Guest et al. (2021, p. 10), de acordo com os quais “as técnicas baseadas em palavras são valorizadas pela sua eficiência e fiabilidade”, recorreu-se à técnica da contagem de palavras, principalmente nas perguntas do questionário onde era permitido introdução de texto. Click or tap here to enter text.. Segundo Ryan & Bernard (2003), esta técnica é particularmente eficiente numa etapa inicial da pesquisa.

Outro dos motivos que fundamenta a escolha do método de análise temática aplicada é a sua flexibilidade, visto que permite explorar várias questões de investigação e analisar tanto dados de investigação recolhidos, como texto de fontes secundárias. Este foi ainda utilizado para analisar o conteúdo visual recolhido de várias redes sociais *online* e outras plataformas *online*, conteúdo esse que será detalhado nos próximos capítulos. Guest et al. (2012) salienta a utilidade deste tipo de recolha de dados qualitativos vindos de outro tipo de atividades, tais como, perguntas abertas em questionários e também recolha de dados visuais. Alguns dos dados visuais estão relacionados com a campanha de apelo ao voto levada a cabo pelo Parlamento Europeu e vários criadores de conteúdos. A análise destes dados envolveu encontrar repetições, semelhanças e diferenças, além de realizar uma triagem inicial dos dados mais relevantes, conforme recomendado por Ryan e Bernard (2003).

# Diagnóstico de Partida & Análise SWOT

Antes da elaboração do questionário, foi feito um diagnóstico de partida através do guião prático Planeamento e Avaliação de Projectos, de Capucha L, (2008). Tendo em conta a aparente falta de envolvimento de uma grande parte da população, o tipo de problemática a analisar será focado no apelo ao voto. Este é a maior materialização da relação entre a população e as instituições europeias, nomeadamente, o Parlamento Europeu. É de salientar também que durante a elaboração deste trabalho, decorreram as Eleições Europeias do ano 2024.

<b>Tipo de problema</b>	O apelo ao voto
<b>Nível</b>	Europeu
<b>Processo</b>	A cada 5 anos este problema ressurgue com novas preocupações (a evolução pode ser vista nos capítulos anteriores)
<b>Contexto</b>	Eleições Europeias a cada cinco anos
<b>Atores</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Parlamento Europeu (instituições)</li><li>• Estados-membros</li><li>• Cidadãos</li></ul>
<b>Disposições e Motivações</b>	(são respondidas pela análise SWOT)

*Tabela 1 - Elementos de diagnóstico (Elaboração Própria)*

Com estes elementos de diagnóstico foi possível desenhar uma análise SWOT, como se pode verificar na tabela seguinte. Visto que o nível do problema é europeu, pode criar algumas dificuldades na transposição da realidade europeia para as realidades nacionais. Ou seja, para o público, em geral, pode ser difícil compreender de que forma é que a União Europeia afeta o seu dia a dia, no seu país. Por outro lado, por ser ao nível europeu, estas eleições são o maior exercício democrático do mundo e todas as suas informações estão disponibilizadas nas 24 línguas oficiais da União Europeia. É também uma oportunidade para vários partidos europeus juntarem forças para um objetivo comum, em prol da democracia. Outra das oportunidades identificadas tem como protagonista um dos atores envolvidos no problema, os cidadãos. Frequentemente estes fazem parte de projetos independentes com presença nas redes sociais *online*, dedicados à divulgação da democracia e promoção da cidadania ativa. Um dos outros protagonistas, o Parlamento Europeu, também é muito proativo nas suas redes sociais *online*, trabalhando para se aproximar dos cidadãos.

Estes dois protagonistas estão a reunir esforços, tanto paralelamente, como em conjunto para o mesmo objetivo, a democracia. Estes esforços serão detalhados no capítulo Discussão de resultados.

Ainda assim, tendo em conta elementos deste diagnóstico, como os atores e o contexto, poder-se-á concluir que estamos perante um tópico de nicho. Por norma, estas eleições não geram tanto interesse, quanto outras eleições nacionais. Weber, 2007 em Alvares et al. (2022) frisa a tendência dos eleitores demonstrarem o seu desagrado em relação aos governos nacionais através do voto nas Eleições Europeias. Para além de se poder considerar um tópico de nicho, o problema é cíclico, sendo que, a cada cinco anos, o apelo ao voto é retomado, com todos os desafios associados. Por exemplo, são frequentemente consideradas eleições de segunda ordem, visto que muitas vezes antecedem ou precedem eleições a nível nacional, podendo ser também ofuscadas por outros eventos geopolíticos. Algumas das perguntas do questionário foram pensadas de forma que respondessem às fraquezas e ameaças identificadas na análise SWOT. Ora, uma das críticas identificadas pelos inquiridos foi a fraqueza relativa ao número de Membros do Parlamento Europeu estipulado por país. Alguns dos inquiridos também referiram que não se sentiam representados através deste sistema eleitoral.

No próximo capítulo serão detalhadas as perguntas e respetivas respostas.

Strengths	Weaknesses
<ul style="list-style-type: none"> <li>• O voto mantém o projeto europeu em marcha</li> <li>• As Eleições Europeias são o maior exercício democrático do mundo</li> <li>• Todas as informações necessárias estão disponibilizadas nas 24 línguas oficiais da União Europeia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• É um tópico de nicho</li> <li>• Existe complexidade na transposição da realidade europeia para as realidades nacionais</li> <li>• Nº estipulado de MPEs por país</li> </ul>
Opportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Os cidadãos podem fazer-se ouvir</li> <li>• Vários partidos europeus juntam forças para um objetivo comum</li> <li>• A sociedade civil tem projetos independentes dedicados à divulgação da democracia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eleições Europeias são consideradas eleições de segunda ordem</li> <li>• Falta de participação</li> <li>• Descrença no projeto europeu</li> <li>• Desinformação</li> <li>• Falta de conhecimento do impacto que o Parlamento Europeu tem no seu dia-a-dia</li> </ul>

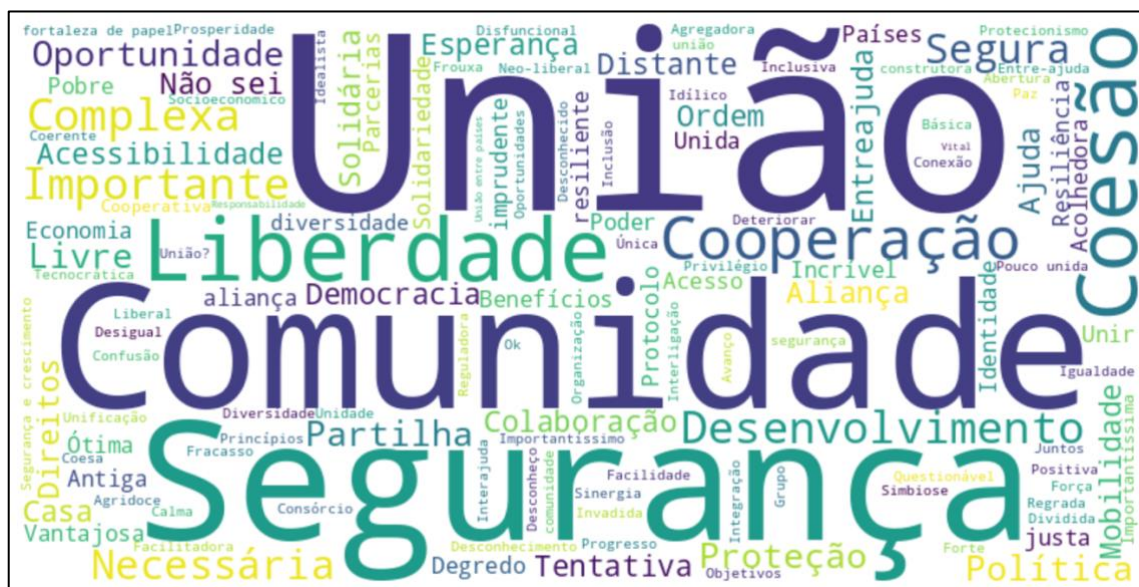
Tabela 2 - Análise SWOT (Elaboração Própria)

# Questionário

O questionário começa por anunciar o propósito do mesmo, frisa o anonimato das respostas, pede aos inquiridos o seu consentimento e pede também para confirmarem que são maiores de idade. Apenas é permitido prosseguir se confirmarem estas informações. De seguida, são pedidas algumas informações demográficas tais como idade, género, país de nascimento e nível de escolaridade/ habilitações literárias. As perguntas do questionário foram elaboradas em dois blocos, o primeiro chamado Europa e segundo Cidadania. Dado o tema deste trabalho, seria imprescindível existir uma parte do questionário dedicada exclusivamente à Europa. Já a escolha de uma segunda parte dedicada à cidadania recai sobre o facto deste conceito ser intrínseco aos próprios ideais da União Europeia. Em ambos os blocos, existem perguntas de várias tipologias, de modo a estimular o inquirido, evitando a repetição. No bloco Europa, procurou-se perceber qual a perceção dos inquiridos sobre a União Europeia, que proximidade sentem face às suas instituições e se sentem que têm ou não um papel ativo nesta comunidade. Pretende-se, neste bloco, compreender de que forma os inquiridos foram ganhando conhecimento sobre a União Europeia e sobre os seus projetos direcionados para a população mais jovem.

No bloco Cidadania, procurou-se perceber como interpretam este conceito, de que forma a exercem, ou não, e como foram adquirindo consciência política. São também abordados os novos e os velhos media, em particular a influência que estes podem ter sobre as opiniões e crenças dos inquiridos. O questionário termina ao perguntar se o inquirido considera a sua geração politicamente ativa e se gostaria de partilhar a sua opinião sobre o tema abordado no questionário. Ao longo do próximo capítulo as perguntas e respostas deste questionário serão analisadas ao detalhe, sendo que as respostas em branco não serão tidas em conta.

Ao iniciar o inquérito, foi pedido que os inquiridos, com idades compreendidas entre os 18 e os 30 anos, descrevessem a União Europeia numa palavra, seguindo-se abaixo os termos que se destacaram:



De forma geral, existe um padrão positivo nas respostas dadas, sendo as mais frequentes União, Comunidade e Segurança, com as respostas consideradas negativas a apontar para a degradação da UE.

22

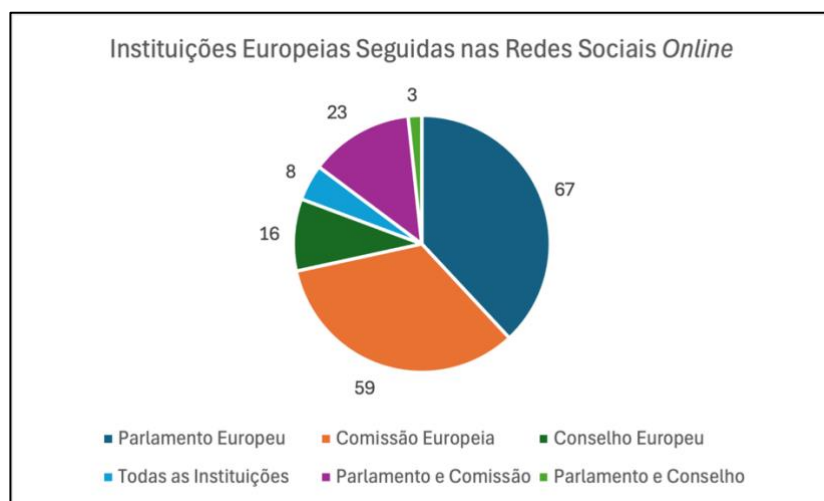


Figura 4 - Instituições Europeias Seguidas nas Redes Sociais *Online*

A pergunta seguinte pretendia compreender qual a porção de inquiridos que perceciona o esforço das instituições europeias para se aproximar, ou não, dos jovens. Como se pode verificar abaixo, as respostas são bastante próximas.



Figura 5 - Perceção do esforço vindo das instituições europeias para se aproximarem dos jovens

Colocando a questão do lado dos inquiridos, foi perguntado se gostariam de ter um papel mais ativo no projeto europeu, visto que esta relação de proximidade é recíproca. A maioria dos inquiridos, correspondendo a 190, respondeu de forma afirmativa, face a 76 que respondeu de forma negativa.

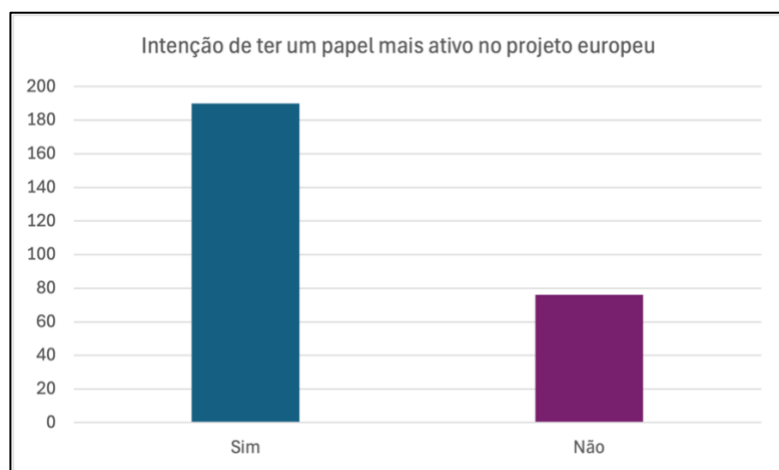


Figura 6 - Intenção de ter um papel mais ativo no projeto europeu

Caso respondessem 'sim', a pergunta seguinte pedia para indicar de que forma os inquiridos gostariam de ter um papel mais ativo no projeto europeu. Como se trata de uma pergunta de resposta aberta, foram procurados temas e padrões nas respostas submetidas.

Para uma melhor compreensão, foi criado o mapa mental disponível na próxima figura onde estão ilustrados os temas que derivam da vontade de ter um papel mais ativo no projeto europeu. O grau de incidência está representado pelo tamanho dos círculos (do maior para o menor, lendo da esquerda para a direita), sendo que o mais recorrente foi "participação direta e maior influência"; seguido de "oportunidades de voluntariado e emprego"; "desejo de maior conhecimento"; "envolvimento nos processos de votação e tomada de decisão" e, por último, "incerteza quanto à forma de contribuir".

No que toca ao tema "participação direta e maior influência", as repostas tanto mencionam dinamizar atividades ao nível local, nas suas freguesias, como a nível internacional, participando em projetos europeus, por exemplo. Algumas respostas também fazem referência à participação através das suas áreas de formação, como investigação científica e o ensino. Bastantes inquiridos mencionaram que gostariam de participar em fóruns, *workshops*, atividades que promovam o debate de ideias e convívio com um propósito. As respostas relativas a "oportunidades de voluntariado e emprego" são bastante diversas, desde ser Eurodeputado a ser voluntário. Foi também mencionado trabalhar adquirir experiência profissional no estrangeiro e trabalhar na área social, trazendo mais inclusão. Diversas respostas convergiam na geração de ideias, debates e propostas com o objetivo de escalabilidade internacional. Pode-se dizer que várias respostas iam ao encontro de promover a literacia europeia, ou seja dar a conhecer a União Europeia, o seu funcionamento, os seus projetos independentemente da sua dimensão, dando continuidade à comunidade europeia.



O conjunto de respostas que abordam o tema “desejo de maior conhecimento” revelam que os inquiridos não sabem que está disponível, precisamente, a informação de que sentem falta, não só na sua língua mãe, como nas restantes 23 línguas oficiais na União Europeia. Os inquiridos referem que gostariam de saber de facto o que está a acontecer na comunidade, sem intermédio dos media. Querem saber o que está a ser debatido, o que está a ser legislado, como é que isso afeta o país onde vivem e qual o papel do seu país, enquanto Estado-membro. Foi também mencionado que gostariam de estar envolvidos nos debates e discussões sobre temas que lhes são próximos, que têm impacto na sua comunidade. No tema “envolvimento nos processos de votação e tomada de decisão”, as respostas dos inquiridos revelam um desejo de participação direta na votação de iniciativas, projetos-lei e outros mecanismos semelhantes.

O tema com menor incidência, a “incerteza quanto à forma de contribuir” revela um desejo de fazer mais do que apenas o uso do voto no ato eleitoral, tal como nas eleições europeias, e também querer usar as suas competências, mas não saber como tirar proveito das mesmas para o projeto europeu.

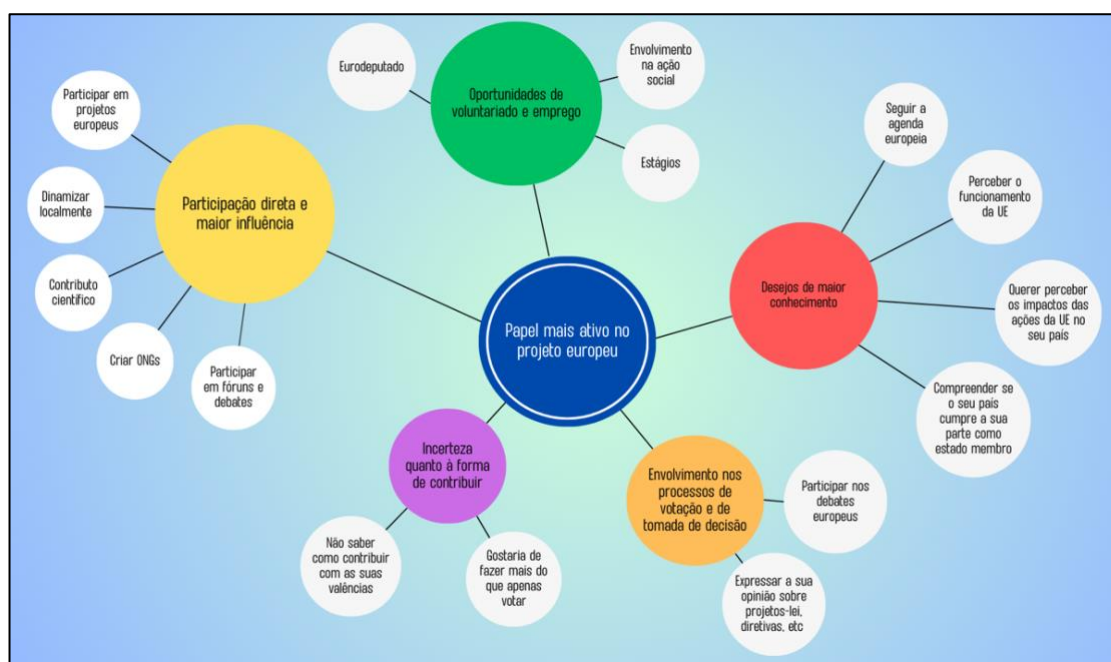


Figura 7 - Mapa Mental - Papel ativo no projeto europeu

Para dar seguimento ao questionário, partiu-se excecionalmente de um pressuposto, que uma parte considerável dos inquiridos não teriam um conhecimento vasto sobre o funcionamento da União Europeia e das suas dinâmicas, tanto internas como externas. Este pressuposto acabou por ser validado pelas respostas às perguntas anteriormente mencionadas. Tendo isto em consideração, a pergunta seguinte pretendia avaliar o conhecimento dos inquiridos relativamente a iniciativas já consolidadas, algumas delas com uma forte presença por toda a comunidade europeia e identificar ainda aquelas menos

difundidas. Todas as sete opções disponibilizadas são direcionadas a jovens tais como: Erasmus+; DiscoverEU, Summer CEmp; Estágio Schuman; Estágio Bluebook; YEY – European Youth Event e EURES – EUROpean Employment Services.

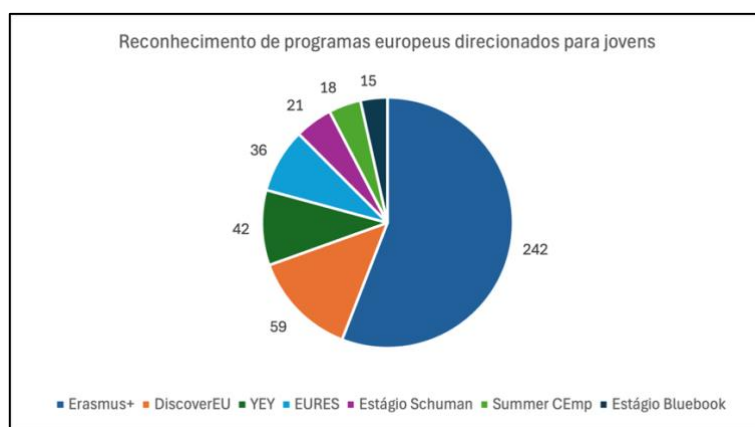


Figura 8 - Reconhecimento de programas europeus direcionados para jovens

Os inquiridos podiam escolher entre nenhuma ou todas as opções, pelo que o número total não contabiliza o número de inquiridos que responderam a esta questão em particular. O Erasmus+ é sem dúvida o mais reconhecido e bem-sucedido de todos os programas europeus dirigidos a jovens. É o programa europeu por excelência nas áreas da educação, formação e desporto. Este “apoia as prioridades e as atividades estabelecidas no quadro do Espaço Europeu da Educação, no Plano de Ação para a Educação Digital e na Agenda de Competências para a Europa” (European Commission et al., 2021, p. 2).

A segunda opção mais reconhecida é o *DiscoverEU*, integrado no programa *Erasmus+*, direcionado especificamente a jovens de 18 anos. Este consiste na oferta limitada de passes de viagem, maioritariamente de comboio, oferecendo a oportunidade de viajar pela Europa. Para além do passe, é ainda oferecido um Cartão Jovem Europeu associado ao programa, que possibilita o acesso a descontos em alojamento, alimentação, diversas atividades e outros meios de transporte complementares.

A opção que ficou em terceiro lugar foi o *EYE (European Youth Event)*, um evento realizado anualmente no Parlamento Europeu, em Estrasburgo, direcionado a cidadãos entre os 16 e os 30 anos. Aqui realizam-se atividades, tanto presencialmente como *online*, com o objetivo de socializar, trocar ideias entre si, mas também com especialistas, ativistas e criadores de conteúdo. O conteúdo produzido durante o evento é posteriormente reunido num *Youth Ideas Report* que é distribuído por cada eurodeputado. Esta é uma maneira de dar voz aos cidadãos deste grupo etário.

O programa *EURES (EUROpean Employment Services)*, uma rede de serviços facilitadora entre candidatos a empregos e empregadores na União Europeia e outros países parceiros, foi assinalado por 36 inquiridos. Fornece também informações necessárias sobre os países, tais como condições de trabalho, qualidade de vida, notícias e eventos dinamizados pela rede.

O programa de estágios Schuman do Parlamento Europeu obteve 21 respostas. Estes podem ser realizados num dos locais de trabalho oficiais do parlamento, nomeadamente Bruxelas, Estrasburgo, Luxemburgo, ou nos Gabinetes de Ligação nos respetivos Estados-membros, são remunerados e têm a duração de cinco meses.

O programa que ficou em penúltimo lugar foi o *Summer CEmp*, uma escola de verão de quatro dias organizada pela Representação da Comissão Europeia em Portugal. Esta iniciativa é dirigida a estudantes do ensino superior, que tenham até 30 anos, e tem como objetivo promover o diálogo entre os mesmos e especialistas nacionais e internacionais de várias áreas. Este evento anual tem sido realizado em várias localidades, fora dos grandes centros urbanos de Portugal.

O programa menos conhecido foi o Estágio *Bluebook* da Comissão Europeia. Este programa é composto por dois tipos de estágio, administrativo e de tradução, ambos remunerados. Independentemente do tipo, ambos têm lugar maioritariamente em Bruxelas, mas também no Luxemburgo.

Prosseguindo com o tema da educação, as questões seguintes do questionário pretendiam perceber se, enquanto estudantes, os inquiridos aprenderam sobre o projeto europeu e, em caso afirmativo, em que ciclo de ensino. Refira-se aqui, a propósito, que 127 dos inquiridos são licenciados, 126 têm o grau de mestre, 59 têm o ensino secundário e cinco são doutorados.

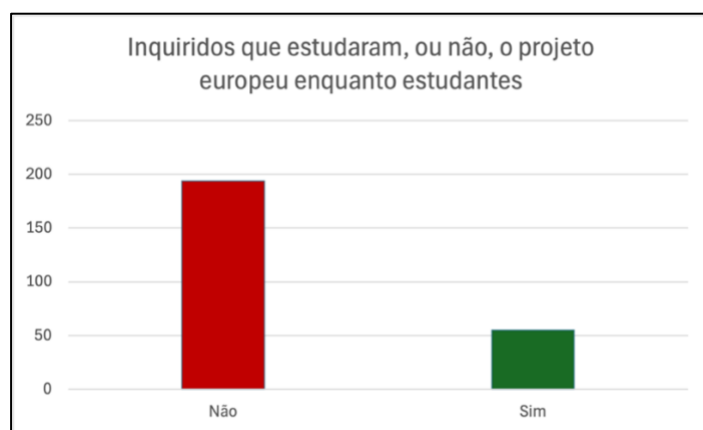


Figura 9 - Inquiridos que estudaram ou não o projeto europeu

Apenas 55 inquiridos afirmaram ter aprendido sobre o projeto europeu enquanto estudantes, face a 194 que responderam “Não”. Ao responderem “Sim”, a pergunta seguinte pedia para seleccionarem os ciclos de ensino nos quais o estudaram, sendo as opções o ensino básico, secundário e superior.

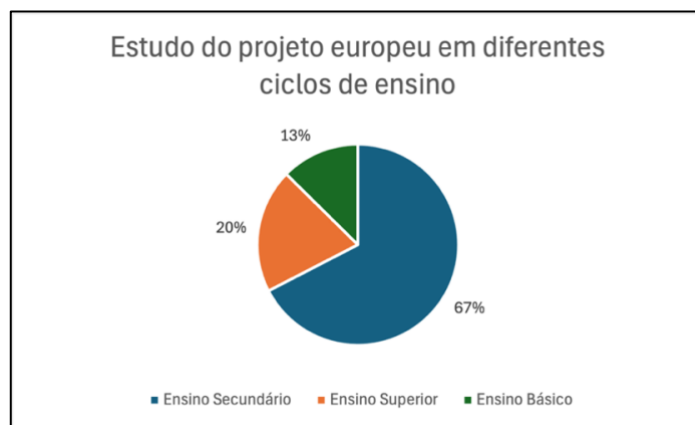


Figura 10 - Estudo do projeto europeu em diferentes ciclos de ensino

O ciclo de ensino que obteve mais respostas foi o ensino secundário, seguido do ensino superior e, por fim, do ensino básico. Estas respostas acabaram por ser surpreendentes na medida em que é no ensino superior que os estudantes acabam por ter um contacto mais direto com o projeto europeu, seja através do *Erasmus+*, cursos superiores especializados ou unidades curriculares específicas. Ainda assim, foi no ensino secundário onde a maioria aprendeu mais sobre o projeto europeu.

Para concluir este bloco do questionário, foi apresentada a afirmação, “O projeto europeu tem futuro” aos inquiridos. A tipologia de pergunta consistia numa tabela matriz onde era perguntado o que achavam desta afirmação, com as opções “Discordo”, “Tenho Dúvidas” e “Concordo”.

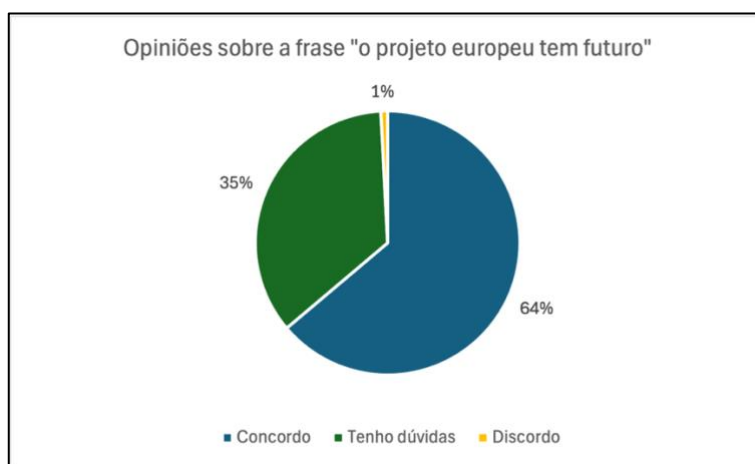


Figura 11 - Opiniões sobre a frase "o projeto europeu tem futuro"

Pode concluir-se que existem poucos eurocéticos entre os inquiridos. A maioria (64%) está otimista quanto ao futuro do projeto europeu. Ainda assim, é de notar alguma incerteza (35%) quanto ao seu futuro.

Passando a analisar as respostas ao bloco “Cidadania” do questionário, este começa com uma pergunta de resposta aberta “O que entendes por cidadania ativa?”. Em capítulos anteriores, foram mencionadas definições académicas do conceito cidadania ativa. Pretende-se agora, no âmbito da pesquisa empírica deste trabalho, recolher as opiniões dos inquiridos sobre esse conceito. Para analisar as respostas dadas, foram procurados padrões e temas que pudessem constituir outras possíveis definições para este conceito. Muitas respostas mencionam o tema “Participação ativa” relacionada com questões sociais e políticas, tais como votar, participar em protestos ou envolver-se em projetos na comunidade local. Foi também muitas vezes mencionada pelos inquiridos a expressão “Cidadania informada”, no sentido de estarem informados sobre a atualidade ao nível político e social, tanto à escala nacional como internacional.

Outro tema muito recorrente foi a “Contribuição para a comunidade” através de trabalho voluntário e promovendo iniciativas locais. Vários inquiridos mencionaram a importância da “Advocacia” e fazerem-se ouvir, utilizando a sua voz para expressar publicamente a sua opinião, influenciando os decisores políticos a favor do bem comum. Certos inquiridos frisaram que a cidadania ativa passa por exercer plenamente os seus “Direitos e deveres” como cidadãos. Para alguns inquiridos cidadania ativa é também sinónimo de “Ação coletiva”, o trabalho conjunto com o objetivo de melhorar a sociedade. O último tema a destacar é “Empatia” no que toca à cooperação na criação de uma sociedade justa e coesa.

Segundo os inquiridos, pode concluir-se que o conceito de cidadania é multifacetado, requerendo uma participação informada e empenhada em vários aspetos da vida social. Os temas supramencionados estão ilustrados de igual forma no mapa mental seguinte, conectados com o conceito de Cidadania Ativa, visto que são várias perspetivas sobre o mesmo assunto.

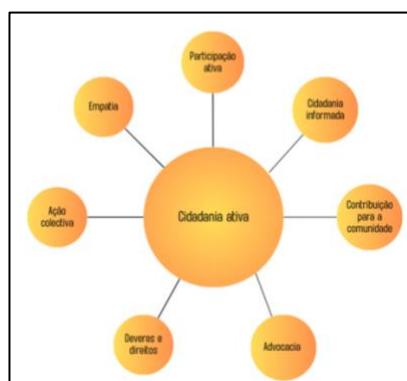


Figura 12 - Mapa Mental - Cidadania Ativa

A pergunta seguinte volta a tocar no tema educação, com os inquiridos a responderem à seguinte questão: “A escola, enquanto instituição, despertou-te para uma cidadania ativa?”. As opções disponíveis eram “Sim, foi fundamental”, “Poderia ter feito mais”, “Não sei”, “Não, de todo”.

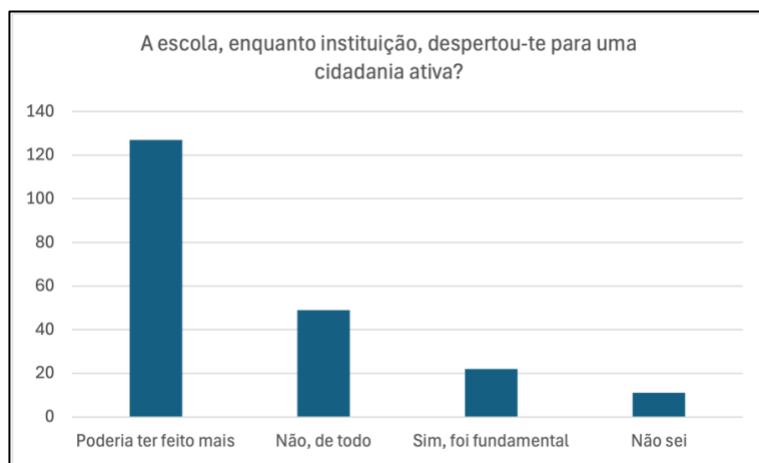


Figura 13 - A escola, enquanto instituição, despertou-te para uma cidadania ativa?

A pergunta seguinte aborda a parte prática deste conceito, através de resposta aberta, pretende saber de que forma os inquiridos exercem a sua cidadania ativa, dando exemplos como voto, manifestações, comícios, filiação num partido político, candidatura a uma organização política, etc.

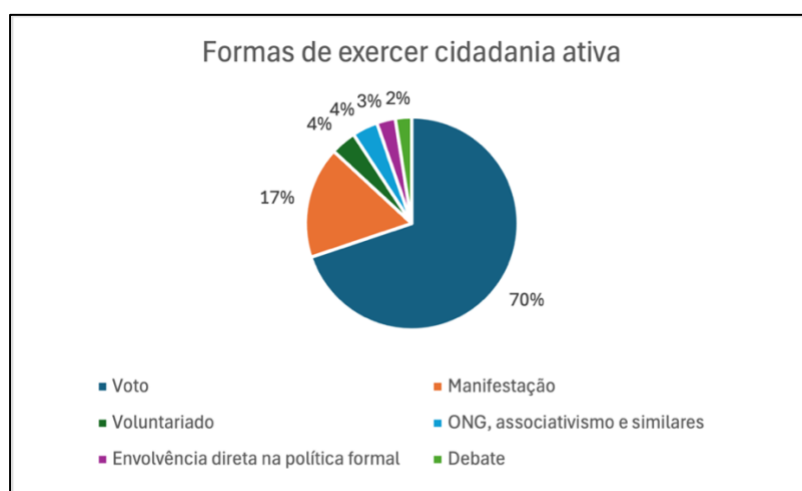


Figura 14 - Formas de exercer cidadania ativa

O voto foi a forma unânime de exercer a cidadania ativa entre os inquiridos. Este será, também, o exercício de cidadania mais regular, uma vez que acontece periodicamente e com o qual os inquiridos sentem que têm mais impacto direto no panorama geral. A segunda forma mais assinalada de exercer a cidadania foi a manifestação, a qual, de entre todas as opções indicadas talvez seja a mais efémera, apesar de, ainda assim, poder surtir impacto mediático significativo. Com resultados iguais seguem-se o voluntariado, associativismo.

Estas são atividades que requerem mais tempo investido e dedicação a longo prazo. Talvez essas sejam algumas das razões que fazem com que sejam menos praticadas por parte dos inquiridos. A envolvimento direta na política formal e debates são as opções que foram menos vezes indicadas. Estes valores seguem a tendência verificada de que os jovens têm participado cada vez menos nas formas tradicionais de envolvimento político.

Neste sentido, a pergunta seguinte perguntava diretamente aos inquiridos se se consideravam pessoas politizadas. Os resultados foram equilibrados, com 107 a negarem-no e 102 a aceitarem essa caracterização.

Independentemente da resposta à pergunta anterior, esta era seguida por “Como desenvolveste o teu interesse pela política?”, visto que ser uma pessoa politizada e ter interesse pela política não são a mesma coisa. Esta noção confirmou-se no relatório, “A Participação Política da Juventude em Portugal” (Costa et al., 2020), onde, nas entrevistas conduzidas, os jovens “fazem uma distinção entre a questão do interesse pela política e o envolvimento na política” (p.7). Neste relatório, apesar de os entrevistados salientarem o seu interesse por questões políticas, não participam da mesma maneira nas formas tradicionais de envolvimento político, como mencionado anteriormente. Efetivamente, alguns dos inquiridos admitem não desenvolverem esse interesse. As restantes repostas podem ser agrupadas em cinco temas, “Meios de comunicação social e outras fontes de informação”; “Formação académica”; “Experiências pessoais”; “Envolvimento político e ativismo”; “Curiosidade geral e crescimento pessoal”.

Algumas das respostas que formaram o tema “Meios de comunicação social e outras fontes de informação” são ver notícias, assistir a debates e ler jornais, pesquisar nas redes sociais *online*, onde seguem contas de partidos políticos. No fundo, receber informação através das redes sociais *online* e dos media tradicionais.

No que concerne o tema “Envolvimento político e ativismo”, as respostas envolvem exemplos práticos tais como participação em debates e envolvimento em ações políticas; envolvimento em movimentos sociais e participação em protestos; intervenção em causas sociais como os direitos LGBTQIA+ e a crise climática.

O último tema identificado “Curiosidade geral e crescimento pessoal” implica proatividade pessoal. Alguns inquiridos demonstraram interesse individual em compreender o funcionamento da sociedade e das políticas públicas, de modo a se tornarem pessoais mais informadas, com o propósito de votar em consciência.

Tendo abordado o interesse pela política, a questão seguinte procurava compreender qual o contexto que mais influenciou a orientação política dos inquiridos.

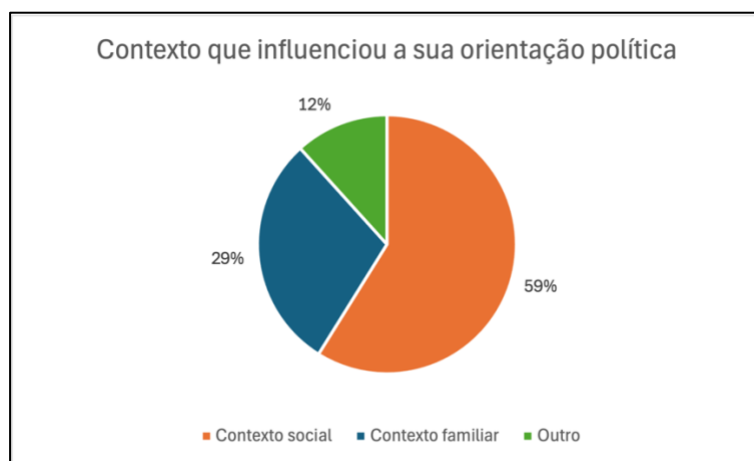


Figura 15 - Contexto que influenciou a sua orientação política

O contexto social revelou ter maior peso entre as três opções, o que vai ao encontro das respostas da questão anterior, dando que nestas o contexto familiar também foi mencionado. Foi ainda colocada uma terceira opção, “Outro”, com caixa de texto, visto que cada inquirido tem uma história pessoal que o molda. As respostas foram variadas, incluindo igual peso entre o contexto social e familiar, motivação pessoal e contexto profissional, sendo que os contextos ambientais e religioso os exemplos mais distintos. Seguindo para a forma mais popular para exercer a cidadania ativa, foi pedido que os inquiridos completassem a frase, “Para mim o voto é”, com as opções “um direito”, “um dever” ou “ambos”. A esmagadora maioria dos inquiridos respondeu “ambos” e, com percentagens aproximadas, ficaram “um direito”, em segundo lugar, e “um dever” por último.

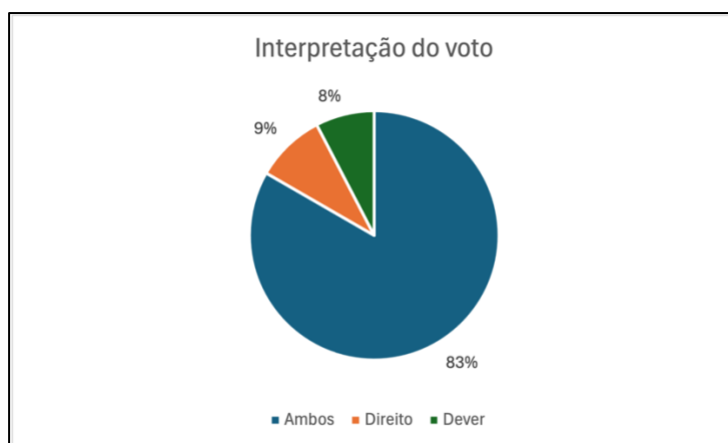


Figura 16 - Interpretação do voto

Neste seguimento, foi colocada a questão, “Consideras que o teu voto faz a diferença?”, à qual a maioria dos inquiridos respondeu afirmativamente.



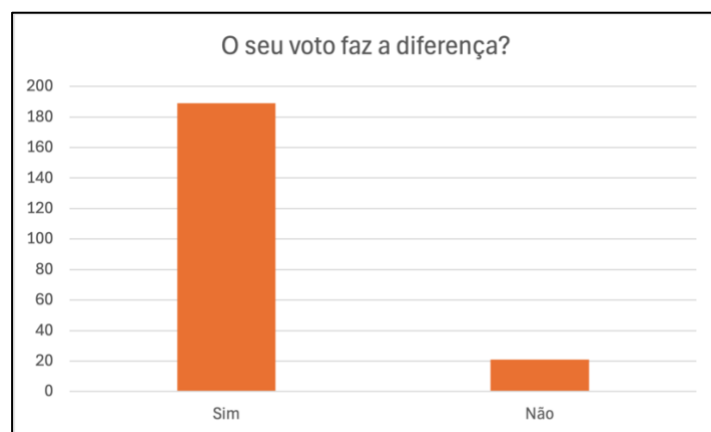


Figura 17 - O seu voto faz a diferença?

Se tivessem escolhido a opção “Não”, a pergunta seguinte pedia que justificassem a sua resposta. As respostas tocavam em vários assuntos tais como eficácia, justiça e integridade do sistema de votação e da representação política. Algumas das respostas dadas mencionavam desilusão com o sistema de votação, em parte pela desvantagem geográfica; desconfiança nos políticos e questões partidárias devido à prevalência dos dois maiores partidos nacionais. Se por um lado mencionam que apenas o seu voto não faz diferença, por outro também foi apontado que é necessária maior participação eleitoral para ter real impacto. As próximas questões do questionário dizem respeito ao ecossistema mediático. Na seguinte pergunta foi pedido aos inquiridos que assinalassem as várias opções onde procuram informar-se sobre política.

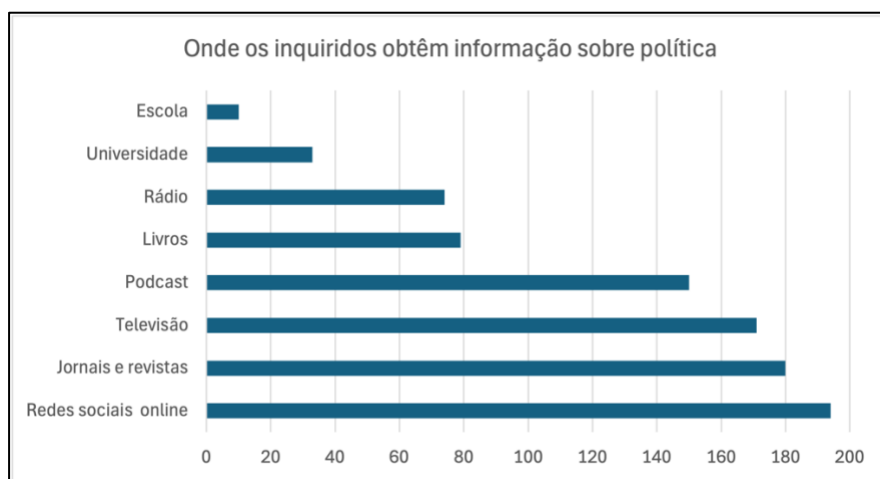


Figura 18 - Onde os inquiridos obtêm informação sobre política

As redes sociais online são o meio privilegiado, no entanto é interessante salientar que existe uma mistura entre media tradicional e novos media no top quatro das opções. Os meios considerados “informais” são complementados com os meios formais. Neste caso, o contexto académico foi o que obteve menos respostas.

No seguimento desta questão, é perguntado aos inquiridos se consideram que os media tradicionais (televisão, rádio, imprensa) influenciam as suas opiniões. As opções estavam formuladas da seguinte maneira “Sim, porque...”, “Não, porque...”, “Não sei”, de forma que os inquiridos justificassem a sua resposta.

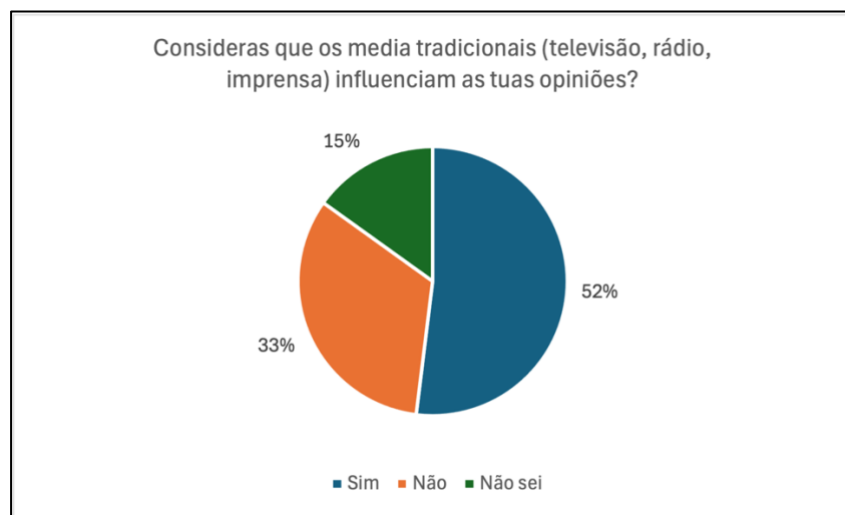


Figura 19 - Influência dos media tradicionais nas opiniões dos inquiridos

De forma geral, as respostas afirmativas demonstram uma relação complexa entre o consumo dos media tradicionais e a formação de opinião, salientando questões de parcialidade, ou falta da mesma, acessibilidade e a necessidade de pensamento crítico face aos conteúdos dos mesmos. Ao analisar as respostas submetidas, a acessibilidade e conveniência foram indicadas como fatores influenciadores, pelo facto de os inquiridos acabarem por consumir informação tanto da sua “bolha”, como fora dela. Um exemplo das respostas dadas foi: “Permitem que eu tenha uma ideia geral do que está a acontecer”. A par desta resposta, alguns inquiridos utilizam os meios de comunicação tradicionais como ponto de partida, procurando depois informações adicionais noutras fontes, integrando os dois tipos de media, como se verificou nas respostas à pergunta anterior.

No entanto, apesar da acessibilidade e da postura crítica referidas, um defeito apontado constantemente foi a falta de imparcialidade por parte dos media. Foi várias vezes mencionado que consideram os media tendenciosos, quer através da sua linha editorial, quer através do seu painel de comentadores. Ainda assim, alguns frisaram que tentam ser críticos face à informação que consomem. Tendenciosos ou não, os inquiridos parecem ter em conta os media nacionais como fontes credíveis.

Por último, foi também mencionada a duração dos programas e o número de espectadores, ou seja, a sua abrangência, por alcançarem vários tipos de público, assim como o efeito do tempo de antena. Atualmente existem canais televisivos durante 24 horas por dia e dedicam muitas horas a determinados assuntos, personalidades, partidos políticos, entre outros, segundo os inquiridos.

Os inquiridos que consideram que os media não influenciam as suas opiniões, demonstram um nível significativo de ceticismo em relação aos media tradicionais, uma forte ênfase no pensamento independente e uma preferência por diversas fontes de informação. Foi realçada a capacidade de pensar de forma crítica e independente, sugerindo que formam as suas próprias opiniões, independentemente dos media.

Alguns inquiridos mencionaram o seu consumo seletivo de media, preferindo outras fontes como as redes sociais *online*, o jornalismo independente, ou mesmo fazendo a sua própria pesquisa, face aos media tradicionais. Sobressaiu também alguma desconfiança na integridade e veracidade dos media, com algumas respostas a indicarem possibilidade de distorção de factos e a acusarem-nos de serem sensacionalistas, superficiais ou carecendo de profundidade e contexto. Por último, é de salientar uma das respostas submetidas: os media "não influenciam, apenas informam".

Pode dizer-se que os inquiridos que responderam, "Não sei", reconhecem o potencial dos media tradicionais para influenciar opiniões; no entanto, há uma incerteza significativa. Esta incerteza tem origem numa combinação de falta de reflexão sobre o assunto; variabilidade contextual; dificuldade em avaliar a credibilidade dos media e a necessidade de integrar múltiplas fontes de informação.

Esta influência dos media é vista como variável, dependendo do tema e do meio noticioso em causa. É de notar alguma dificuldade, admitida por certos inquiridos, em discernir a honestidade e a imparcialidade da informação dos media tradicionais, que contribui para a incerteza quanto à sua influência. Foi também salientada a possibilidade das gerações mais jovens poderem confiar mais em fontes de media alternativas, o que pode influenciar o impacto percebido dos media tradicionais. Por contraponto a esta questão, é perguntado aos inquiridos se as redes sociais *online* contribuem para o seu conhecimento político.

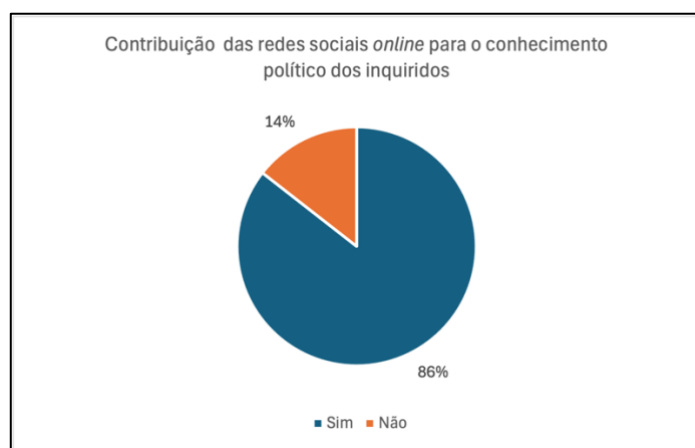


Figura 20 - Contribuição das redes sociais online para o conhecimento político dos inquiridos

Os inquiridos que responderam, “Sim”, salientam a oferta diversa de perspetivas e o acesso à informação em tempo real. No entanto, foi também sublinhado a necessidade de tomar precauções quanto à desinformação e a importância do pensamento crítico ao consumir conteúdos políticos nestas plataformas digitais.

A conveniência das redes sociais *online* foi apontada como uma grande vantagem, visto que são uma forma rápida e eficiente de obter notícias de teor político, em comparação com os media tradicionais. Esta conveniência é complementada pela aparente proximidade de figuras políticas. Os inquiridos apreciam seguir diretamente estas figuras e certos partidos políticos, o que lhes dá uma visão mais próxima e pessoal das atividades políticas. Assim sendo, faz com que seja uma experiência altamente personalizável. Os inquiridos referiram adaptar os seus *feeds* de redes sociais *online* para seguir conteúdos políticos que lhes interessam, permitindo uma experiência mais personalizada.

Outro benefício já conhecido deste meio é o seu sentido de comunidade. Aqui os inquiridos discutem e debatem entre pares sobre este tópico, seguem também criadores de conteúdos que promovem a consciencialização política e o voto informado. Um dos exemplos referidos foi o de seguirem páginas onde encontram informação concisa e simplificada, de forma a compreenderem diferentes ideologias e políticas públicas. Algumas das respostas indicam que as redes sociais *online* incentivam o envolvimento e ajudam os jovens a tornarem-se politicamente mais conscientes.

Apesar destes benefícios assinalados, a necessidade de pensamento crítico foi novamente mencionada tendo em conta a desinformação, que é facilmente propagada nas redes sociais *online*. Neste sentido, os inquiridos alertaram também para presença de conteúdos tendenciosos e o seu potencial para discussões tóxicas. Ainda que tenha sido mencionado que procuram adaptar os seus *feeds*, existe a consciência de que não deixam de estar expostos ao algoritmo, que pode moldar as opiniões, expondo seletivamente utilizadores a determinados tipos de conteúdo.

Independentemente dos meios através dos quais os inquiridos acedem à informação, os dados obtidos apontam para a ausência de pensamento crítico quanto à informação recebida, assim como a importância de complementar esta informação com referências de outras fontes para uma compreensão mais abrangente. Parece existir alguma contradição, pelo que seria interessante investigar mais este tópico.

As principais razões pelas quais os inquiridos consideram que as redes sociais *online* não contribuem para o seu conhecimento político incluem a falta de utilização destas plataformas; novamente, a desinformação; a perceção de conteúdos com baixa qualidade; a desconfiança em relação às motivações das figuras políticas com forte presença digital bem como a perceção de pouco, ou nenhum, impacto.

Efetivamente, certos inquiridos demonstraram não ter interesse em consumir este tipo de conteúdos, daí não ter impacto em si. Contudo, os que têm interesse revelaram preocupação com a desinformação e a perceção de falta de qualidade e credibilidade deste tipo de conteúdos. Foi detetada também, uma desconfiança em relação a figuras políticas que utilizam as redes sociais *online* para obter popularidade, em vez de promoverem uma discussão substantiva. Outros ainda reconhecem que o algoritmo não lhes apresenta conteúdo de teor político. A par destas razões, alguns inquiridos simplesmente não estão interessados em conteúdos políticos nas redes sociais *online*, ou consideram que estas têm pouco impacto no seu conhecimento político.

Para finalizar o questionário, foi perguntado aos inquiridos se consideram a sua geração politicamente ativa. Os resultados “Sim” e “Não” foram exatamente 50% cada.



Figura 21 - Perceção de uma geração politicamente ativa - 1

Para interpretar estas percentagens, pode-se olhar para a amostra alargada, dos 18 aos 30 anos. Esta amostra implica duas gerações, os *Millenials* (1981-1998) e *Generation Z* (1999-), de acordo com Weiss & Zhang, (2020). Ainda assim, os resultados são similares.

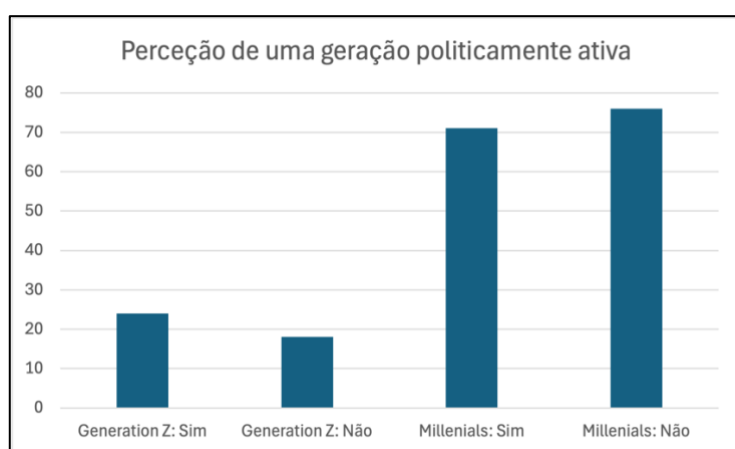


Figura 22 - Perceção de uma geração politicamente ativa- 2

Estará esta percepção relacionada com as redes sociais de cada inquirido? Este poderá ser influenciado pelos exemplos que vê à sua volta, entre família, amigos, no trabalho, e não pelo panorama geral. Por outro lado, estes resultados podem indicar que, de facto, ambas as gerações estão polarizadas no sentido de que uma parte dos indivíduos é politicamente ativa, contrastando com uma outra parte que não o é.

O fator género não poderá ser tido em conta visto que 265 dos inquiridos define-se como pertencendo ao género feminino, 38 ao género masculino e três ao grupo não-binário. Esta diferença entre géneros não permite retirar conclusões relevantes. Seria interessante estudar, de futuro, as interseções entre género e gerações quanto à sua percepção de serem, ou não, politicamente ativas.

No final do questionário, foi colocada uma caixa de texto, caso os inquiridos quisessem contribuir com a sua opinião acerca do mesmo. De um modo geral, as respostas refletem um misto de otimismo quanto ao crescente envolvimento político dos jovens e de preocupação quanto aos obstáculos que enfrentam, como a desinformação, a falta de literacia e a desilusão com o atual sistema político. A necessidade de uma melhor educação política e de processos políticos mais inclusivos é um tema transversal.

Muitos inquiridos sublinham a necessidade de melhorar educação política e financeira no sistema educativo. Várias respostas relacionam o impacto da desinformação e a necessidade de desenvolver competências relacionadas com o pensamento crítico. Desta forma, são salientadas preocupações quanto à disseminação de desinformação e à influência de opiniões sensacionalistas e extremistas. Foi realçado que, embora os jovens possam ser politicamente ativos, o seu envolvimento nem sempre é informado ou construtivo. Assim, um dos temas recorrentes é a desconexão entre os jovens e os partidos políticos estabelecidos, ou os sistemas políticos tradicionais. É notória a percepção de que o sistema político é dominado por gerações mais velhas, tornando-o menos apelativo. Outro ponto relevante a sublinhar é a referência às pressões da vida moderna e a luta pela sobrevivência, sendo estas mencionadas como obstáculos ao envolvimento político.

Numa nota otimista, alguns inquiridos percecionam um aumento da consciência política e do ativismo entre os jovens, reconhecendo o papel das redes sociais *online* e das novas plataformas no envolvimento dos jovens no discurso político. Foram elencadas algumas sugestões para contornar os problemas referidos nas respostas ao questionário, tais como implementar uma educação política mais prática e acessível, começando numa idade mais jovem; desenvolver mais oportunidades para os jovens serem ouvidos e participarem no processo político, de modo a criar um ambiente político mais inclusivo e favorável para esse público-alvo.

## Discussão de resultados

Através dos resultados recolhidos é possível retirar conclusões interessantes sobre como as redes sociais *online* podem ser um instrumento de aproximação dos jovens às instituições europeias. Como se pode verificar no capítulo Resultados, a perceção dos cidadãos sobre a União Europeia, assenta em três palavras-chave, União, Comunidade e Segurança. Estas palavras-chave convergem com uma das perspetivas de Checkel & Katzenstein (2009) sobre a identidade europeia. Os autores mencionam as diferentes dimensões que constituem a mesma, tais como as trocas sociais, a comunicação e a negociação ao nível político, estando estas implícitas à união, comunidade e segurança na União Europeia. Independentemente da sua dimensão, estes processos têm sido influenciados pelos novos media, tanto *online* como *offline*.

Na secção, do questionário relativa aos novos *media*, foi perguntado aos inquiridos se seguiam, nas redes sociais *online*, alguma das instituições europeias, de modo a avaliar a sua proximidade digital com as mesmas. Num total de 317 inquiridos, 101 seguem pelo menos uma das instituições europeias. Cerca de um terço tomou a iniciativa de seguir uma destas contas. Esta proporção poderá ir ao encontro da fraqueza “É um tópico de nicho”, assinalada na análise SWOT. Ainda assim, quando é perguntado aos inquiridos se gostariam de ter um papel mais ativo no projeto europeu, a maioria 190 respondeu que “Sim”, face a 76 que responderam “Não”. Estas respostas estão de acordo com o *Eurobarometer Survey 91.5* (2019), onde era salientado sentimentos por um lado cada vez mais pró-europeu e, por outro lado, de crescente envolvimento e capacitação entre os europeus. Esta predisposição poderá ser a oportunidade para abordar a fraqueza de associar a Europa a um tópico de nicho, conforme acima referido.

A par da análise SWOT, neste trabalho foi utilizado um tipo de pesquisa exploratória, procurando temas nos dados recolhidos do questionário que foram, posteriormente, ilustrados no mapa mental (Figura 7). Um deles, “Desejo de maior conhecimento”, indica a predisposição mencionada anteriormente. No entanto, também revela que os inquiridos não sabem que está disponível a informação de que sentem falta, não só na sua língua materna, como nas restantes 23 línguas oficiais na União Europeia. Esta disponibilidade de informação, foi uma das forças identificadas na análise SWOT. Ou seja, demonstra também alguma falta de proatividade no que toca à procura de informação desejada. Ora, como foi mencionado anteriormente, “uma cidadania plena e efetiva requer o acesso a uma série de informações, ideias, argumentos e explicações ... sem estes recursos, as pessoas são excluídas de uma participação efetiva” (Gripsrud, 2007, p. 482 e 483). Neste caso, não se trata de não existir acesso, mas sim de desconhecimento da sua existência.

Por exemplo, é possível receber uma *newsletter* com a agenda do plenário do Parlamento Europeu ou basta, simplesmente, seguir a sua conta no *Instagram*, onde são feitas publicações, detalhando os assuntos que serão trabalhados.

Esta seria uma oportunidade para o Parlamento Europeu diligenciar ações de promoção deste serviço de subscrição, complementando, deste modo, os novos com os velhos *mídia*. Deste modo, teria a possibilidade de colmatar a fraqueza, “É um tópico de nicho”, e a ameaça, “Falta de conhecimento do impacto que o Parlamento Europeu tem no seu dia-a-dia”.

Se as instituições abordarem estas duas questões, poderiam tomar partido do desejo de uma “Participação direta e maior influência” na União Europeia, exercida por parte dos cidadãos. Ao divulgarem de forma mais eficaz estas informações, encorajariam ainda mais cidadãos, como alguns dos inquiridos, a participar em fóruns e debates, ou mediante criação de organização não governamental, conforme mencionado nas respostas ao questionário. Como foi sugerido pelos autores Hvinden & Johansson (2007), estes seriam apenas dois exemplos de como exercer a cidadania ativa, que tem sido mencionada ao longo deste trabalho. É de salientar ainda que no subcapítulo “Ativismo *online*”, verificou-se que as associações cívicas se distinguem por uma ênfase mais acentuada em temas como cidadania e igualdade. Por conseguinte, a ameaça, “Falta de participação”, também poderia ser colmatada. Para além deste tipo de trabalho não remunerado, os inquiridos demonstraram vontade de se envolverem através de “Oportunidades de voluntariado e emprego”. No entanto, existe a probabilidade de um número elevado de cidadãos não saber que pode adquirir experiência profissional paga, através dos estágios nas instituições europeias. Tal se verificou pelo reduzido número de inquiridos que conheciam os estágios *Schuman* (21 inquiridos) e *Bluebook* (15 inquiridos). O mesmo acontece relativamente a outro tipo de contratos de trabalho: apenas 36 inquiridos tinham conhecimento da plataforma *EURES* (*EUROpean Employment Services*). Neste caso, não se trata de falta de oportunidades, mas sim de desconhecimento.

Outro tema mencionado pelos inquiridos foi o “Envolvimento nos processos de votação e tomada de decisão”. Contudo, para agilizar esse envolvimento, é necessário que a informação certa chegue aos cidadãos. Por exemplo, entre 2021 e 2022 teve lugar a Conferência sobre o Futuro da Europa. Uma iniciativa promovida pela Comissão Europeia, onde cidadãos de toda a Europa puderam debater e partilhar as suas ideias sobre este tópico, no Parlamento Europeu, em Estrasburgo. Isto significa que as respostas a algumas das ambições dos inquiridos, não só existem, como já estão a surtir efeito. Ora estes inquiridos, indicaram como gostariam de contribuir; no entanto, alguns demonstraram “Incerteza quanto à forma de contribuir”.



Talvez esta seja uma oportunidade para as instituições europeias abordarem, de uma forma diferente e pedagógica, como os cidadãos podem contribuir com as suas competências. Neste caso em particular, poderia passar por uma melhor promoção do *EURES*.

Ao refletir sobre os contributos retirados das respostas do questionário, tentei perceber que lacunas existem em ambas as partes, jovens e instituições europeias. Uma das soluções passará pela mudança de abordagem dos dois intervenientes. Como verificaram Costa et al. (2020), os jovens têm sido os protagonistas mais destacados do aumento da mobilização social e política menos tradicional. Ora, se os jovens estão a atuar neste campo, as instituições poderiam acompanhar, através das redes sociais *online*, o trabalho cívico de alguns destes jovens organizados para colaborarem, eventualmente, *offline*, ou mesmo agregando *media* diversos.

Neste caso não se trata de falta de reconhecimento dos projetos levados a cabo pelos jovens, por parte das instituições, mas sim de uma abordagem diferente. Como já foi mencionado, os projetos cívicos dinamizados por jovens são contemplados na atribuição anual, pelo Parlamento Europeu, do Prémio Carlos Magno da Juventude. Neste contexto, seria benéfico se as instituições abordassem também movimentos orgânicos informais de jovens e não apenas os que estão inseridos em organizações não governamentais.

Nesta fase do projeto vem a propósito resumir o que está a ser feito por parte dos protagonistas da nossa questão de investigação. O que fazem os jovens neste momento e o que podem vir a fazer para se aproximarem das instituições europeias? O que é que as instituições europeias estão a pôr em prática e o que ainda podem fazer? É relevante salientar que aquando do desenvolvimento deste projeto, decorria a campanha de apelo ao voto nas eleições europeias de 2024. Esta coincidência temporal demonstrou ser uma ótima oportunidade para verificar de que modo os intervenientes agiam nas redes sociais *online*.

Atualmente, tendo como referência a amostra de inquiridos do questionário, os jovens demonstraram ter uma atitude crítica e um consumo de *media* consciente. Ou seja, são críticos em relação à informação que consomem e complementam os *media* tradicionais com os novos *media*. Estes comportamentos estão em sintonia com os relatados por Vaccari & Valeriani (2021), que concluíram que os seus inquiridos também têm comportamentos que reduzem a probabilidade de estarem isolados em câmaras de eco. Os inquiridos do questionário deste trabalho estão cientes do perigo da desinformação e das opiniões extremistas: “a influência percebida das plataformas nunca foi tão grande quanto hoje...” (Cardoso, 2023, p.40). Esta consciência pode ser uma oportunidade para combater a ameaça identificada da ‘desinformação’.

A informação é chave para que os jovens possam exercer a sua cidadania de uma forma eficiente. Como foi possível verificar ao longo deste trabalho, este grupo etário tem a proatividade necessária para poder aplicar esta informação e contribuir para o projeto europeu.

Dando um exemplo de proatividade e de interesse, um conjunto de jovens italianos criou a organização não governamental EU&U, com presença no Instagram (@eu\_and\_u). Os seus objetivos principais são promover a identidade europeia e aproximar as instituições europeias e os cidadãos. Este projeto foi um dos finalistas do Prémio da Juventude Carlos Magno, por Itália. No que concerne aos jovens menos proativos, o modo mais simples de obter a informação pretendida sobre a União Europeia é seguir as redes sociais *online* das instituições. Este é o início do caminho para que as redes sociais *online* sejam o instrumento de aproximação dos jovens às instituições europeias. Assim, é também colmatada a necessidade reportada, no questionário, de obterem informação sem intermediários.

Relativamente ao desempenho das instituições europeias, para além das estratégias comuns de crescimento nas redes sociais *online* durante a campanha de apelo ao voto nas Eleições Europeias de 2024, aquelas tiveram um trabalho muito notório de apelo ao voto integrado nas plataformas digitais. Aqui estão três exemplos do X, do *Instagram* e do *Spotify*:

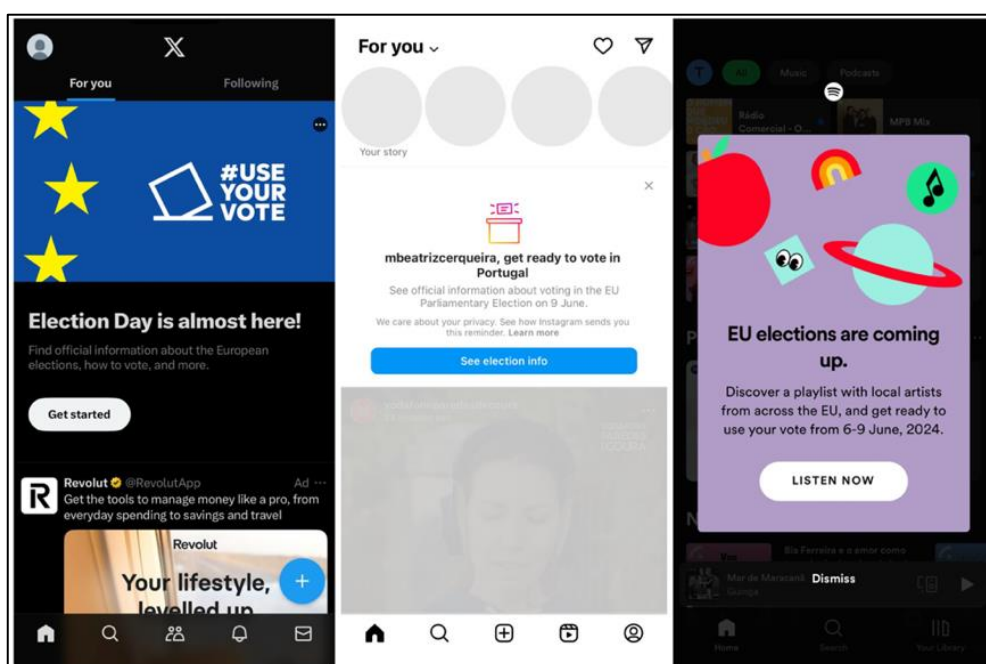


Figura 23 - Promoção Eleições Europeias – X - Instagram - Spotify

Não foi possível verificar se foram usadas as ferramentas disponibilizadas, nas redes sociais *online*, para aumentar o alcance de utilizadores que não seguem as contas das instituições europeias.

Ainda assim, esta estratégia poderia ser fortemente prejudicada devido a restrições impostas nas contas dos utilizadores por parte do Instagram, conforme exemplo que segue abaixo:

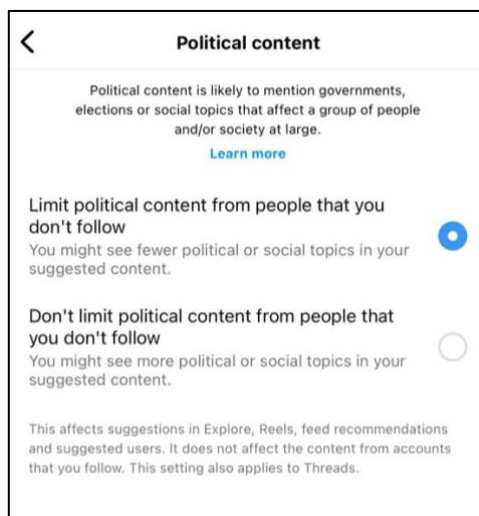


Figura 24 - Limitação de Conteúdo Político no Instagram

Esta limitação é imposta aos utilizadores, sem aviso prévio, quer eles queiram conteúdo político ou não. Caso queiram este tipo de conteúdo, têm de assinalar a opção para não limitarem o conteúdo. Ou seja, apesar de as redes sociais *online* serem um ótimo meio para difundir ideias, os seus utilizadores estão sempre limitados pelos formatos e restrições, impostas por quem as gere.

Uma das principais iniciativas do Parlamento Europeu, ao longo da campanha, foi convidar criadores de conteúdo das mais variadas áreas, desde a política, à sustentabilidade, à psicologia/sexologia e à botânica. Os criadores foram convidados a passar três dias em Bruxelas, onde participaram em formações relacionadas com redes sociais *online*. Deste modo, conseguiriam tirar o melhor partido possível daquelas, com o objetivo principal de apelar ao voto. Esta iniciativa levou a que os criadores partilhassem conteúdo informativo sobre as eleições, como, por exemplo, para que servem estas eleições; como votar em mobilidade; o que são as famílias europeia; como é que o Parlamento Europeu tem impacto no seu país, entre outros.

Aqui estão alguns exemplos de conteúdos criados:

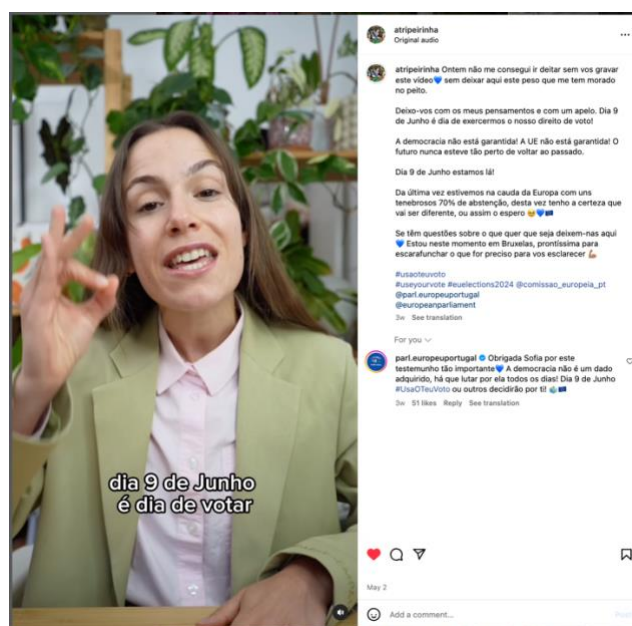


Figura 25 - Apelo ao Voto – Conteúdo - @catarinafbp Figura 26 - Apelo ao Voto @atripeirinha



Figura 27 - Apelo ao Voto - @catarinafbp

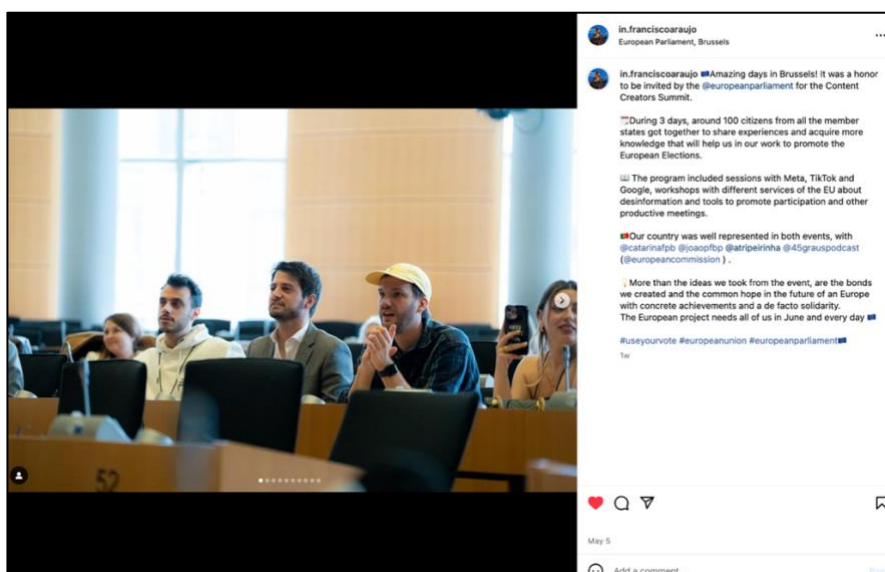


Figura 28 - Apelo ao Voto - @infranciscoaraujo

Os exemplos acima de três criadores de conteúdo, que atingem audiências algo diferentes entre si, permitiram que a mensagem da campanha #UsaOTeuVoto tivesse chegado a um maior número de pessoas. Esta não foi a única vez que esta estratégia foi utilizada: no ano de 2023 alguns criadores de conteúdo, oriundos de vários Estados-membros, foram convidados pela Comissão Europeia para passarem a mensagem do projeto europeu, cada um à sua maneira. Na figura seguinte está a publicação feita pela psicóloga e sexóloga Tânia Graça acerca deste convite.



Figura 29 - Comissão Europeia - Tânia Graça

Para além destas iniciativas, desde 2021 que a Direção-Geral das Redes de Comunicação, Conteúdos e Tecnologias (DG CONNECT) da Comissão Europeia criou o programa *DigitalEU Ambassadors*. Este programa reúne jornalistas e criadores de conteúdos dos Estados-membros com o objetivo de contribuírem para o futuro digital da Europa.



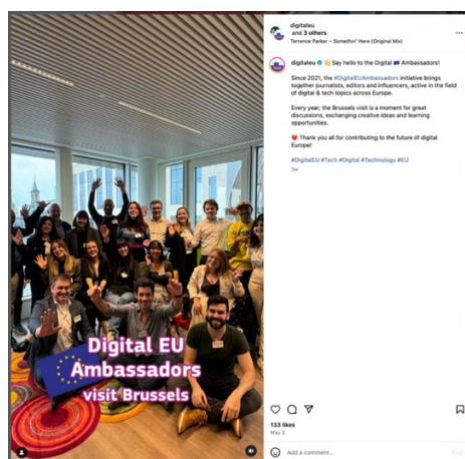


Figura 30 - DigitalEU Ambassadors

Em todas estas iniciativas, o propósito consistia em passar a informação sobre o projeto europeu aos criadores de conteúdos, para que estes a pudessem transmitir, à sua maneira, para o seu público-alvo. Ao seguir este *modus operandi*, foi possível alcançar indivíduos que, de outra maneira, não seriam impactados por este tipo de conteúdo, ou poderiam não ter a iniciativa de seguir qualquer uma das instituições europeias. Em última análise, este tipo de estratégia pode

“... ativar outro tipo de veículo de informação - a heurística do consenso, com base na qual indivíduos atribuem valor às opiniões de terceiros e orientam o seu comportamento em conformidade.” (Messing & Westwood in Vaccari & Valeriani, 2021, p.21).

Estes são apenas alguns exemplos das estratégias focadas nas redes sociais *online*, levadas a cabo pelas instituições.

Como é possível verificar, são investidos bastantes esforços direcionados, exclusivamente, para as redes sociais *online*. Assim sendo, seria benéfico complementar essas iniciativas, investindo noutros media de forma complementar. Neste caso, poderiam ser implementadas parcerias com estabelecimentos de ensino superior, de forma a promover a “literacia europeia”. Aqui as instituições europeias podem fazer um esforço no sentido de promover o serviço público que prestam, divulgando o tipo de informações que está disponível. Exemplos desse serviço prestado, pelo Parlamento Europeu neste caso, são as publicações regulares, já mencionadas, dos temas a serem abordados no plenário e a *newsletter* que pode ser subscrita com os respetivos temas detalhados. Seria benéfico se os jovens entrassem em contacto com a União Europeia mais cedo e não apenas na universidade, durante o programa *Erasmus+* ou unidades curriculares específicas. Esta poderia ser uma medida que fizesse com que se tornassem em *euro-entusiastas*.

Assim, foram identificados três tipos de pessoas: os *euro-entusiastas*, os *eurocéticos* e os potenciais *euro-entusiastas/resgatáveis*. A estratégia de aproximação dos jovens às instituições europeias, poderá passar por adaptar a divulgação e comunicação, face a estes tipos de pessoa.

## Conclusão

Em retrospectiva, este estudo tem algumas limitações. Primeiro, não se procedeu à distinção entre redes sociais *online*, tendo-se procedido a englobá-las num todo. Esta decisão foi tomada pela seguinte razão: a amostra do questionário tem idades compreendidas entre os 18 e 30 anos, o que significa que os hábitos e consumo de conteúdo *online* poderá ser bastante diferente dentro desta coorte. Ou seja, se o foco do trabalho incidisse sobre redes sociais *online* específicas, poderia esta a excluir determinadas faixas etárias que acedem mais a determinadas plataformas do que outras. De futuro, seria interessante investigar o impacto de redes sociais *online* específicas sobre as inclinações políticas geracionais. Outra limitação consistiu na análise de respostas ao questionário apenas relativas a Portugal, o que não permitiu realizar uma comparação com a experiência de cidadãos noutros países. A comparação entre a vivência da União Europeia nos vários Estados-Membros e o papel das redes sociais *online* neste contexto seria, efetivamente, uma abordagem de estudo promissora. Tomando ainda o presente trabalho como ponto de partida, seria interessante futuramente investigar os resultados à questão, deixada em aberto, “Consideras a tua geração politicamente ativa”, os quais indicaram uma divisão igual, com 50% a responder “Sim” e 50% “Não”. Estes valores apontam a necessidade de investigar se a opinião dos inquiridos sobre a perceção de que a sua geração é politicamente ativa ou não varia consoante fatores como género, idade, entre outros.

Ao refletir sobre os resultados recolhidos, pode-se verificar que as redes sociais *online* podem ser de facto utilizadas como instrumento de aproximação dos jovens às instituições europeias. No entanto, penso que existe trabalho prévio a ser feito. É necessário abordar mais cedo, durante o percurso dos jovens, a falta de conhecimento identificada relativa à União Europeia. Ao recuar poderá ser possível colmatar esta lacuna e desenvolver o pensamento crítico. Atualmente, a sociedade desenvolveu o hábito do imediatismo: esperam-se respostas rapidamente, sem a necessidade de procurar. Se se souber incentivar a procura, poderá ser possível educar os jovens desde cedo a serem intelectualmente proativos.

É fundamental divulgar, através das redes sociais *online*, os serviços, plataformas e ferramentas destacadas ao longo deste trabalho, que estão ao dispor dos cidadãos. Assim será possível disseminar informação sobre as oportunidades providenciadas pelas instituições da União Europeia ainda antes de os jovens ingressarem no ensino superior. Como no atual contexto social o grau de ensino pode ser um fator de exclusão, é necessário tomar partido da escolaridade obrigatória para promover o espírito europeu. Estas abordagens não têm como objetivo principal tornar um maior número de jovens em *euro-entusiastas*, mas sim torná-los cidadãos proativos na sua comunidade, quer ao nível nacional, quer ao nível europeu.

É claro que estes esforços estão sempre à mercê do não envolvimento dos jovens na política. Como se verificou nas entrevistas realizadas no âmbito do relatório, "A Participação Política da Juventude em Portugal" (Costa et al., 2020), os jovens "fazem uma distinção entre a questão do interesse pela política e o envolvimento na política" (p.7).

Ainda assim, uma simples publicação nas redes sociais *online* pode fazer a diferença na vida de um jovem. No meu caso, tomei conhecimento do estágio *Schuman* através de uma publicação no Facebook, onde era anunciada a abertura das candidaturas. Se não fosse esta rede social *online*, não teria conseguido esta oportunidade profissional única.



# Bibliografia

- Alvares, C., Poulakidakos, S., Coutinho, A., Giannouli, I., Veneti, A., & Armenakis, A. (2022). Campaigning for Europe 'After' the Economic 'Crisis': The Cases of Greece and Portugal. In *The 2019 European Electoral Campaign: in the Time of Populism and Social Media* (pp. 303–320). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-98993-4\\_16](https://doi.org/10.1007/978-3-030-98993-4_16)
- Capucha, L. (2008). *Guião prático Planeamento Avaliação de Projectos e*.
- Cardoso, G. (2023). *Gustavo Cardoso A Comunicação da Comunicação As Pessoas são a Mensagem*. [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/98404725/ComunicacaodaComunicacao\\_EBOOK\\_4-libre.pdf?1675869266=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DA\\_Comunicacao\\_da\\_Comunicacao.pdf&Expires=1717241480&Signature=e5lgiYvJyXII5mkOHSMUK9KU3ud4IFHt3xf~aBekPjuPKCrw97clQspE1WIL0GVeG1NLOEZCiVzZf4cK0wXb-mVOtgMjsSshcnM1I-2og731MVc89DGT EaYzJYbkdwD8w2YHRnRH8CGbmYFVZU13J8i6iGggfzJOqOjzeTv9-Tx31ccqSuVKbYauDo5U5IYINKiXilX0GBaDHTIYo3LLgOc7FQhTM7IzEWgYeAyh2yKHljIYkoNZmq~vyAzjanF4J3t3V2pe9fL4O4rAmz8WNKKxXZUEMPB2oyXyJ3Vo9AJcXFu9OT8inZd9nv3E-0LEC-MDuINxAy7uySoavzHA\\_\\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/98404725/ComunicacaodaComunicacao_EBOOK_4-libre.pdf?1675869266=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DA_Comunicacao_da_Comunicacao.pdf&Expires=1717241480&Signature=e5lgiYvJyXII5mkOHSMUK9KU3ud4IFHt3xf~aBekPjuPKCrw97clQspE1WIL0GVeG1NLOEZCiVzZf4cK0wXb-mVOtgMjsSshcnM1I-2og731MVc89DGT EaYzJYbkdwD8w2YHRnRH8CGbmYFVZU13J8i6iGggfzJOqOjzeTv9-Tx31ccqSuVKbYauDo5U5IYINKiXilX0GBaDHTIYo3LLgOc7FQhTM7IzEWgYeAyh2yKHljIYkoNZmq~vyAzjanF4J3t3V2pe9fL4O4rAmz8WNKKxXZUEMPB2oyXyJ3Vo9AJcXFu9OT8inZd9nv3E-0LEC-MDuINxAy7uySoavzHA__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)
- Cardoso, G., & Lamy, C. (2011). *REDES SOCIAIS: COMUNICAÇÃO E MUDANÇA*. 2(1), 73–96. <http://jontaplin.com/>
- Caulfield, J. (2023, June 22). *How to do thematic analysis | Step-by-Step Guide & Examples*. Scribbr. <https://www.scribbr.com/methodology/thematic-analysis/>
- Commission, E., for Education Youth, S., & Culture. (2021). *Erasmus+ 2021-2027 – Enriching lives, opening minds through the EU programme for education, training, youth and sport*. Publications Office. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/ff1edfdf-8bca-11eb-b85c-01aa75ed71a1/language-en>
- Costa, P., Magalhães, P., Costa, E., Menezes, I., Silva, P., & Ferreira, P. (2020). *A Participação Política da Juventude em Portugal*. <https://gulbenkian.pt/forum-futuro/participacao-politica-dos-jovens-em-portugal/>
- Fundação Francisco Manuel dos Santos. (n.d.). *O voto é um direito e um dever cívico*. Retrieved February 8, 2024, from <https://ffms.pt/pt-pt/direitos-e-deveres/o-voto-e-um-direito-e-um-dever-civico-o-que-significa-isso-e-que-eleicoes-se>
- Greijdanus, H., de Matos Fernandes, C. A., Turner-Zwinkels, F., Honari, A., Roos, C. A., Rosenbusch, H., & Postmes, T. (2020). The psychology of online activism and social movements: relations between online and offline collective action. In *Current Opinion in Psychology* (Vol. 35, pp. 49–54). Elsevier B.V. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.03.003>
- Gripsrud, J. (2007). Television and the European public sphere. *European Journal of Communication*, 22(4), 479–492. <https://doi.org/10.1177/0267323107083064>
- Guest, G., MacQueen, K. M., & Namey, E. (2012). *Introduction to Applied Thematic Analysis*. 3–18.
- Hvinden, B., & Johansson, H. (2007). *Citizenship in Nordic Welfare States*. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9780203933527>
- Jeffrey T. Checkel, & Peter J. Katzenstein. (2009). *European Identity* (J. T. Checkel & P. J. Katzenstein, Eds.). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511806247>
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da Convergência*.
- Kitanova, M. (2020). Youth political participation in the EU: evidence from a cross-national analysis. *Journal of Youth Studies*, 23(7), 819–836. <https://doi.org/10.1080/13676261.2019.1636951>
- Loader, B. D., Vromen, A., & Xenos, M. A. (2014). The networked young citizen: social media, political participation and civic engagement. In *Information Communication and Society* (Vol. 17, Issue 2, pp. 143–150). <https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.871571>
- Lopes, S. V. (2016). “... E ERGUERAM ORGULHOSAS BANDEIRAS...”: PORTUGAL E A EUROPA NO FESTIVAL RTP DA CANÇÃO. [http://media.wix.com/ugd/b80448\\_6cfc8829c02e4cedad8f63dde8ba21ef.pdf](http://media.wix.com/ugd/b80448_6cfc8829c02e4cedad8f63dde8ba21ef.pdf)
- Nový, M., & Katrňák, T. (2015). Democratic maturity, external efficacy, and participation in elections: towards macro-micro interaction. *Innsbruck OZP-Austrian Journal of Political Science I*, 44, 3. <https://doi.org/10.15203/ozp.274.vol44iss3ORCID>

- Quintanilha, T. L., Cardoso, G., Baldi, V., & Paisana, M. (2021). The role of journalism in combating fake news: The case of the last day of the 2019 election campaign in Portugal. *Sociologia, Problemas e Práticas*, 97, 35–56. <https://doi.org/10.7458/SPP20219720823>
- Ryan, G. W., & Bernard, H. R. (2003). Techniques to Identify Themes. *Field Methods*, 15(1), 85–109. <https://doi.org/10.1177/1525822X02239569>
- SGMAI, & PORDATA. (2024, March 21). *Por Data - Eleitores nas eleições para a Assembleia da República: total, votantes e abstenção*. <https://www.pordata.pt/portugal/eleitores+nas+eleicoes+para+a+assembleia+da+república+total++votantes+e+abstencao-2181>
- Vaccari, C., & Valeriani, A. (2021). *Outside the Bubble: Social Media and Political Participation in Western Democracies*. Oxford University Press New York. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190858476.001.0001>
- Weiss, D., & Zhang, X. (2020). Multiple Sources of Aging Attitudes: Perceptions of Age Groups and Generations From Adolescence to Old Age Across China, Germany, and the United States. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 51(6), 407–423. <https://doi.org/10.1177/0022022120925904>
- Zalc, J., Becuwe, N., & Buruian, A. (2019). *HAVE EUROPEAN ELECTIONS ENTERED A NEW DIMENSION?*

## Anexos

Questionário: [https://qualtricsxmbmxkshj7n.qualtrics.com/jfe/form/SV\\_bklccvQRO6PS5PU](https://qualtricsxmbmxkshj7n.qualtrics.com/jfe/form/SV_bklccvQRO6PS5PU)