



INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA

As mães adolescentes de classes populares e a utilização das redes sociais na obtenção de informação política

Natacha Morgado Achando do Adro

Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação

Orientadora:

Doutora Susana Santos, Professora Auxiliar Convidada
Iscte - Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2021



SOCIOLOGIA
E POLÍTICAS PÚBLICAS

Departamento de Sociologia

As mães adolescentes de classes populares e a utilização das redes sociais na obtenção de informação política

Natacha Morgado Achando do Adro

Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação

Orientadora:

Doutora Susana Santos, Professora Auxiliar Convidada
Iscte - Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2021

Agradecimentos

À minha orientadora, professora Susana Santos, por todo o acompanhamento, empenho e contributo que foram cruciais para a realização desta dissertação. Mostrando-se sempre disponível, fez questão de acompanhar todo o processo e participar ativamente no desenvolvimento do tema.

À Associação Humanidades, que desde o primeiro momento, e durante todo o percurso, se mostrou disponível para colaborar e fornecer as condições necessárias para a recolha de informação.

Às participantes, sem as quais este trabalho não teria sido possível, por toda a disponibilidade, partilha e cooperação.

Aos meus pais e restante família, por serem o meu pilar desde sempre, por contribuem diariamente para a pessoa que sou, e por me apoiarem independentemente do desafio ou dificuldade.

Ao Iscte, e todos os docentes e profissionais, em especial do Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação, que enriqueceram este percurso, e que o tornaram numa experiência muito positiva e proveitosa a nível académico e pessoal.

Resumo

A política tem vindo a cruzar fortemente o seu caminho com a era digital, os novos *media* e as redes sociais, constituindo assim canais de comunicação com novas formas de mediação que fortalecem, ou não, o contacto entre o político e o cidadão.

Na presente dissertação, o objetivo principal é o de olhar, através da revisão da literatura e análise dos dados recolhidos com recurso à técnica de focus group, estas evoluções tecnológicas e perceber de que forma é que impactam na comunicação política praticada atualmente e, essencialmente, como é que se processa, para um grupo específico – mães adolescentes de classes populares -, a procura de informação política em plataformas digitais. Desta forma, pretende tocar-se em aspetos e conceitos que são considerados determinantes e de extrema relevância para o contexto em que nos encontramos, tais como o (des)interesse político por parte dos jovens, as desigualdades sociais e consequente divisão digital e, principalmente, as razões determinantes que estão ou não por detrás da participação cívica de determinados grupos.

Este trabalho pretende assim contribuir para um debate teórico que, antes de mais, desmistifica a ideia do conceito de juventude homogéneo e que considera os fatores socioeconómicos e educacionais como variáveis altamente condicionantes para a participação política.

Palavras-chave: Informação política; Mães Adolescentes; Desigualdades Sociais; Divisão Digital; Eleições Presidenciais 2021.

Abstract

Politics has been crossing strongly its path with the digital era, the new media and social networks, thus constituting communication channels with new forms of mediation that strengthen, or not, the contact between the politician and the citizen.

In this dissertation, the main objective is to look, through literature review and analysis of data collected using the focus group technique, at these technological developments and understand how they impact on political communication currently practiced and, essentially, how it is processed, for a specific group - teenage mothers from low socioeconomic backgrounds - the search for political information on digital platforms. In this way, we intend to touch on aspects and concepts that are considered determinant and extremely relevant to the context in which we find ourselves, such as political (dis)interest on the part of young people, social inequalities and the consequent digital divide and, mainly, the determining reasons that are or are not behind the civic participation of certain groups.

This paper thus intends to contribute to a theoretical debate that, first of all, demystifies the idea of a homogeneous concept of youth and considers socioeconomic and educational factors as highly conditioning variables for political participation.

Keywords: Political information; Teenage Mothers; Social Inequalities; Digital Divide; Presidential Elections 2021.

Índice

Agradecimentos.....	i
Resumo	iii
Abstract.....	v
Capítulo 1 - Introdução	1
1.1 Relevância do tema	3
1.2 Objeto de estudo e objetivos da investigação	4
Capítulo 2 - Revisão da Literatura.....	7
2.1 A comunicação e a informação política na era digital	7
2.2 O conceito de desigualdades sociais e digitais na sociedade portuguesa	11
2.3 Divisão digital no contexto português	12
2.4 Teorização do conceito de juventude – homogéneo ou heterogéneo?.....	16
2.5 Mulheres jovens em contexto socioeconómico vulnerável	17
Capítulo 3 - Metodologia	19
3.1 Modelo de análise.....	19
3.2 Métodos qualitativos	19
3.3 Amostra.....	21
3.4 A instituição	23
Capítulo 4 - Apresentação de resultados.....	26
4.1 Análise do focus group	26
Capítulo 5 - Discussão dos resultados	34
Capítulo 6 - Conclusões	39
Referências Bibliográficas	42
Anexos	44

Capítulo 1 - Introdução

Ao longo das últimas décadas temos vindo a assistir a uma crescente difusão dos meios de comunicação, bem como a uma crescente mobilização cognitiva dos cidadãos. A forma e a rapidez com que se transmite e difunde a informação nos dias de hoje, em nada se pode comparar aos acontecimentos de há cerca de 50 anos. O acesso à informação, ainda que não se encontre igualmente acessível para toda a população, chega de forma muito mais diversificada e tem, claramente, um impacto muito significativo na formação e na consolidação da opinião pública.

Aquando do surgimento da internet fomos confrontados, entre outras coisas, com uma reorganização da estrutura social, principalmente no que respeita à comunicação. A rapidez com que as tecnologias da informação e comunicação (TIC) se desenvolveram, obrigou a uma rápida adaptação por parte da sociedade e, conseqüentemente, levou a uma mudança de hábitos. Manuel Castells (2006, p. 17) apresenta esta transformação como um processo multidimensional, que está associado à emergência de um novo paradigma tecnológico, que se começou a formar nos anos 60 e que se difundiu de forma desigual pelo mundo. Esta evolução tecnológica mudou o mundo de forma bastante expressiva, não só no que respeita à política, mas nas próprias interações pessoais, discussões sociais e, entre outros, nos padrões de comunicação que anteriormente reconhecíamos.

A agregação entre a democracia e os novos meios de difusão de informação e de interação, como o Facebook, o Twitter, o Instagram, e outros que conhecemos e comumente utilizamos, tem vindo a ocupar cada vez mais terreno na comunicação política, nas campanhas eleitorais e por consequência na democracia em si, havendo, por sua vez, autores que utilizam expressões como “democracia digital” ou “ciberdemocracia” para apelidar esta agregação, bem como para caracterizar o tipo de democracia em que nos encontramos inseridos. A intensidade da comunicação no ambiente digital em que nos encontramos inseridos é, de facto, inegável uma vez que esta acontece de forma imediata e direta, no entanto, esta não é, ainda, universal.

Quando se fala no futuro das democracias ocidentais, fala-se conseqüentemente no interesse e na participação política por parte da população mais jovem, uma vez que nos deparamos com a crescente ideia de que existe um afastamento destes para com as instituições. A verdade é que, atualmente, a cidadania se exerce em grande parte em fóruns de discussão pública, como sendo as redes sociais e a Internet no geral, e que são os jovens quem representa a maior fatia de utilizadores nestas mesmas redes. No entanto, esta afirmação conduz-nos à

premissa de que o facto deste público não participar politicamente de uma forma tradicional não quer necessariamente dizer que não o façam, ou que o problema se encerre, única e exclusivamente, em fatores demográficos. Por tal, inicia aqui a pertinência deste trabalho que, concentrado num público jovem muito específico, pretende compreender que outros fatores proeminentes podem estar na origem deste afastamento.

No decorrer destes processos e alterações, existem determinados fatores que têm um impacto significativo na forma como o cidadão age, interage, participa civicamente e entre tantos outros, se informa. Assim, levantam-se questões que necessitam de ser repensadas, nomeadamente os condicionantes que podem ser, para além do interesse pessoal, de carácter socioeconómico. Sendo que, dentro do grupo dos jovens, os comportamentos não se repetem de igual forma, uma vez que este não pode ser caracterizado e estudado como sendo homogéneo, este trabalho foca-se especificamente em mães adolescentes de classes populares e, nomeadamente, em perceber em que posição é que estas se situam na hora de procurar, obter e tratar informação política nas redes sociais, bem como qual a sua perceção sobre o panorama político português, nomeadamente à luz das mais recentes eleições presidenciais. Por tal, o que este trabalho pretende discutir é a relação entre os fatores da era digital na política, nomeadamente na informação em plataformas digitais e os condicionantes socioeconómicos que existem em determinadas situações.

Depois de realizada esta breve contextualização, que será aprofundada e desenvolvida de seguida, importa ainda explicar a organização deste trabalho. A presente dissertação encontra-se dividida em seis capítulos: no primeiro e presente capítulo é feita uma introdução ao tema, bem como uma explicação que justifica a relevância e escolha desta mesma problemática para o contexto, explicitando, de seguida, qual o objeto concreto de estudo e quais os objetivos traçados e que se pretende atingir com o desenvolvimento desta dissertação. No segundo capítulo, de carácter mais teórico, toma lugar a contextualização teórica do tema, assim como toda a revisão da literatura, discussão de teorias e cruzamento de ideias de diversos autores relevantes na área. Aqui, estão presentes, entre outros, a exposição dos conceitos de comunicação e informação política, à luz das novas tecnologias; o conceito de literacia digital, também numa vertente de contributo (ou não) para a participação e inclusão cívica; o conceito de juventude e de desigualdades sociais e digitais, assim como outros que surgem menos aprofundados, mas que se mostram complementares para uma introdução desta matéria. Ainda, é abordado um tópico relativo ao grupo específico a que se refere este trabalho – mães adolescentes de classes populares –, também com o objetivo de contextualizar e apresentar os resultados desta mesma realidade em contextos internacionais e, por tal, diferentes.

Relativamente ao terceiro capítulo deste trabalho, este consiste na apresentação e justificação da metodologia utilizada, com uma breve explicitação dos métodos qualitativos e, em especial do focus group, onde o objetivo passa por definir as estratégias adotadas e, ainda, caracterizar a amostra utilizada. Seguidamente, no quarto capítulo, tomará lugar a apresentação dos resultados e a exposição da informação recolhida no focus group e proceder-se-á, no quinto capítulo, à discussão desses mesmos resultados relacionando-os diretamente com a revisão da literatura apresentada. Por fim, no sexto capítulo, será feita uma conclusão com um balanço geral de toda a investigação onde serão apontados os contributos do trabalho, algumas limitações e as considerações mais pertinentes.

1.1 Relevância do tema

Com todos os prós e contras que a era das tecnologias da informação e comunicação apresentam, é possível afirmar que estas vieram cimentar uma aproximação entre o político e o cidadão que outrora não existia. De forma a tornar a esfera política mais acessível e, em parte, mais apelativa para o público tendencialmente jovem, tem-se vindo a assistir a uma crescente digitalização deste espectro e, ainda, a um desenvolvimento de estratégias, nomeadamente de marketing digital e político, para que se estabeleça um vínculo entre o governo e a população. Tal acontece uma vez que, na grande maioria dos casos, o sentimento de eficácia política está ligado à perceção de capacidade de resposta das instituições e, mais importante do que isso, à presença dos cidadãos como atores significativos no processo político e governamental.

Ainda assim, sem filtros ou restrições, o resultado desta difusão de informação nem sempre é aprofundado ou tratado da forma que se pretende e, nem sempre obtém um resultado favorável para o espectro político. A relevância deste tema prende-se, entre outras razões que serão igualmente expostas, com o facto de Portugal ter apresentado nas Eleições Legislativas de 2019 uma das suas maiores taxas de abstenção, com um valor de 51,4%¹, bem como nas mais recentes Eleições Presidenciais uma taxa de abstenção da população residente em Portugal de 54,6%². Ainda que estas últimas num contexto de pandemia mundial do Sars-Cov2, também conhecido como Coronavírus ou Covid-19 e, portanto, extremamente atípico, os valores registados mantêm-se em linha com as tendências dos últimos anos. Coincidentemente, é também muito pertinente olhar para estes números numa época em que as figuras políticas e as

¹ Informação recolhida da Pordata – Base de Dados Portugal Contemporâneo.

² Informação recolhida da Pordata – Base de Dados Portugal Contemporâneo.

organizações, nomeadamente os partidos políticos, possuem mais meios e tecnologias de comunicação do que nunca, como sendo as plataformas digitais e redes sociais e, ainda, por ser um fenómeno que se encontra pouco explorada no contexto português, no caso deste grupo em particular.

Assim, e de entre as várias questões que são debatidas na literatura analisada para o desenvolvimento deste trabalho, é possível afirmar que, regra geral, o que motiva e justifica a investigação é exatamente a tentativa da compreensão desta relação, entre o crescente número de meios e formas de comunicação e a participação e interesse na política, nomeadamente por parte dos jovens – neste caso concreto, mães adolescentes de classes populares. O presente trabalho marca assim a sua relevância uma vez que aborda, em parte, as preocupações que prevalecem sobre esta mesma questão, mas referente a um público alvo em geral menos estudado.

A juntar às razões apresentadas, este tema torna-se ainda pertinente pela consequente interpretação de diferentes contextos sociais quando estas variáveis se juntam, sendo que, ainda que de fácil acesso, a internet e as redes sociais não se encontram disponíveis de forma una e igualitária. É importante fazer uma análise mais detalhada neste caso, nomeadamente quando analisamos o interesse e participação dos jovens no contexto político, sendo que existem fatores determinantes que podem afetar estes indicadores e principalmente porque o conceito de juventude é extremamente vasto. Esta última afirmação é, em parte, o propósito deste trabalho, numa tentativa de compreender a interferência da divisão digital e das desigualdades sociais no campo da política, nomeadamente, o efeito prático que traduzem na participação. Por conseguinte, a pertinência deste tipo de pesquisas acaba também por se prender muito com a atualização das mesmas, uma vez que juntamos como variáveis dois aspetos que estão em constante mudança e evolução, as redes sociais e a política. “A esfera digital proporciona um menu de informação *on demand*. Num espaço jornalístico reconfigurado e enriquecido pelos novos media, é importante perceber quais são os novos hábitos de consumo noticioso, muito em especial junto dos mais novos.” (Brites, 2010, p.170)

1.2 Objeto de estudo e objetivos da investigação

No que respeita ao objeto de estudo desta dissertação este é, essencialmente, a relação entre um determinado grupo social – mães adolescentes de classes populares – e a obtenção e procura de informação política nas redes sociais. Para tal, e de forma a delimitar este trabalho no plano temporal, a principal referência será a mais recente eleição presidencial, que ocorreu em janeiro

de 2021. Assim, relativamente à questão de partida, que deve ser clara e breve, foi definida para esta investigação a seguinte: “As mães adolescentes de classes populares em Portugal utilizam as redes sociais para obter informação política? E qual é a utilidade dessa informação para elas?”. Tendo como ponto de partida esta questão, o principal objetivo desta investigação é o de explorar este grupo em geral menos estudado e de perceber se as redes sociais - uma das maiores fontes de difusão de comunicação e informação política nos dias de hoje - são ou não uma das ferramentas usadas por este público para se informar politicamente. Se sim, observar quais são as que mais utilizam para o fazer. Se não, perceber através de que outros meios é que obtém essa informação, ou se não a obtém de todo. A acrescentar, espera-se também compreender se esta nova forma de participação política – cada vez mais enraizada – está a criar, ou não, maior interesse por parte das jovens neste domínio. De acordo com o seguimento da investigação, é também esperado perceber se as entrevistadas procuram de forma autónoma a informação, e se sim, se o fazem frequentemente – como rotina - ou só em momentos específicos, como em véspera de eleições. Por fim, e já na segunda parte da questão de partida, compreender qual é a utilidade que dão posteriormente à informação que recolhem, se o fizerem, e contribuir para o conhecimento das práticas de informação e participação política deste grupo populacional.

Para além dos tópicos descritos anteriormente, este estudo tem ainda como objetivo o de ser uma mais valia para a área, uma vez que se prende com questões que se encontram em constante atualização e mudança, juntando dois fatores que se interligam cada vez mais - as redes sociais e a política, bem como, pela consequente interpretação de diferentes contextos sociais quando estas variáveis se juntam. Sendo que, ainda que de fácil acesso, as tecnologias de informação e comunicação, bem como as próprias redes sociais, não se encontram disponíveis de forma una e igualitária, o propósito deste trabalho é também, em parte, uma tentativa de compreender a interferência da divisão digital e das desigualdades sociais no campo da política. A acrescentar a este fator, a opção pela análise deste grupo em particular deve-se, principalmente, ao facto de ser uma faixa juvenil muito pouco estudada, nomeadamente a nível nacional. Este argumento leva, por conseguinte, à questão das desigualdades de género, sendo este um grupo mais vulnerável e, consequentemente, com menos voz, uma vez que os níveis de participação política entre os homens e as mulheres não são, ainda, iguais e, em grupos ou classes populares, essa diferença acaba por se agravar.

Capítulo 2 - Revisão da Literatura

2.1 A comunicação e a informação política na era digital

No campo literário da comunicação e informação política, bem como no que respeita à utilização das plataformas digitais, podemos afirmar que esta se encontra em claro crescimento, mas desde já, bastante completa e com grande diversidade de autores. No entanto, e tal como em tantas outras vertentes das ciências da comunicação e da política, o que se comprova em determinado contexto nem sempre se verifica posteriormente, muito em parte pela rapidez com que as tecnologias se desenvolvem, principalmente nos dias de hoje, mas também, pelo tempo e pelo espaço em que estas são analisadas. Quando falamos em comunicação política não é diferente, e não nos referimos apenas a um conceito dotado de uma definição simples e isolada. Não só concentramos toda a ciência da comunicação, como também parte da ciência política e, conseqüentemente, a convergência dos dois. Como afirma Correia, Ferreira e Santo (2010, p. 1) esta é uma área em vasta expansão, quer do ponto de vista da reflexão académica, quer do ponto de vista da sua prática em vários domínios da vida cívica. Há uma crescente investigação no campo da comunicação e da política, bem como uma forte motivação para compreender as relações entre os meios de comunicação e a democracia e participação cívica. No livro referido (Correia, et al, 2010) são então discutidos, por vários autores, conceitos da comunicação política considerados muito pertinentes para compreender o tema em estudo e os resultados que dele podem advir, bem como, uma tentativa de aprofundamento da matéria que tem vindo a suscitar especial interesse nos dias de hoje. Segundo Darren Lilleker (2006, p. 1), numa democracia, a comunicação política é vista como algo crucial para a construção de uma sociedade onde o Estado e as pessoas sentem que estão de alguma forma ligados.

De entre os vários assuntos que são debatidos na literatura analisada, podemos afirmar que, regra geral, o que motiva a pesquisa e a investigação é a tentativa da compreensão da relação entre o crescente número de meios e formas de comunicação, e a participação e interesse na política, nomeadamente por parte dos jovens. Os conceitos que vemos presentes de forma mais massiva, à exceção clara da própria comunicação política, são o da cidadania e literacia digital, com toda a componente que estes implicam.

As configurações e os conteúdos dos diversos discursos políticos foram sendo moldados ao longo dos anos, adaptando-se não só aos regimes em que se inseriam, aos valores que pretendiam passar ou aos contextos culturais em que se encontravam, mas também às

plataformas através das quais a mensagem e a informação se difundia (Santos e Bicho, 2016, p. 190). Desta forma, não será possível, nos dias de hoje, pensar em comunicação política sem pensar, inerentemente, na maior plataforma de distribuição de informação e conhecimento à escala mundial (Santos e Bicho, 2016: 190).

As relações entre os meios de comunicação e a política tem vindo a ocupar um largo espaço nos estudos e na agenda de pesquisas sobre comunicação uma vez que estes são cada vez mais, um fator central e de grande importância na vida política, tendo até o poder de a condicionar. A comunicação política é tão antiga como a própria política e, ao longo da história, esta nunca foi somente argumentação, raciocínio e razão (Salgado, 2005: 89). Desde sempre que se destacou pelo seu mediatismo e agitação e a preocupação dos agentes políticos com a construção de uma imagem era já visível em séculos anteriores. Grande parte dos assuntos presentes na agenda política, e que são discutidos em campanha eleitoral, chegam aos eleitores através dos meios de comunicação e, assim sendo, estes desempenham um papel essencial na formação da opinião pública sobre os principais assuntos. A sobrevivência dos atores políticos passa pela necessidade de uma adaptação constante às novas realidades. Ser bem-sucedidos implica estar a par e enfrentar novos desafios. Um deles centra-se no campo da comunicação (Vicente, 2012: 9).

Relativamente aos novos media, é certo que estes vieram mudar os padrões tradicionais do fluxo da informação. A reforçar esta ideia, Maria José Pontes (2010, p. 169) afirma que este “ambiente mediáticos em que vivemos é multidimensional” e oscila, essencialmente, entre os meios de comunicação tradicionais e os novos media. Tal acontece, como já foi referido, porque “a internet é uma fonte importante para a expansão do mundo noticioso pré-existente e porque, fruto da convergência digital, até certo ponto todo o jornalismo é digital” (Pontes, 2010, p. 169). No entanto, e como afirma Henry Jenkins (2006, p. 260), “os cidadãos podem ser mais poderosos no seio de uma cultura de convergência [entre os media tradicionais e os novos media], mas apenas se conseguirem usar e reconhecer esse poder enquanto consumidores e cidadãos, como participantes da nossa cultura”. Esta afirmação torna-se aqui pertinente pelo emprego, subentendido, do conceito de literacia digital, que será ainda discutido no decorrer da presente dissertação. Ainda, “nesta cultura de convergência, a classe social, o género e a idade são elementos-base que, em ligação com outros, facilitam a compreensão dos comportamentos das audiências e a forma como elas contribuem para o sentido dos media, designadamente da internet (Couldry, Livingstone et al., 2007; Maass e Gonzalez, 2005; Yzer e Southwell, 2008, p. 9 como citado em Brites, 2010, p. 171).

Ora, é neste ponto inegável que o aparecimento das plataformas digitais e das redes sociais, vieram oferecer às democracias e à comunicação política uma nova realidade, tanto no plano dos agentes políticos, como dos cidadãos, bem como, vieram oferecer novas áreas de participação para além das convencionais. No seguimento desta mesma linha de pensamento, Canavilhas (2009, p. 11) defende que “numa sociedade em rede caracterizada pela mobilidade, o recurso aos novos dispositivos de comunicação é uma enorme oportunidade para a política”. Por outro lado, Castells (2007) cunha o termo *mass self-communication* para fazer referência a este fenómeno, afirmando ser um novo tipo de comunicação que permite ao indivíduo influenciar diretamente as agendas sociais, sendo que disso só dependia a sua vontade. Como consequência desta evolução social e tecnológica, os indivíduos ganham também eles um papel de muita relevância, não só como cidadãos e eleitores, mas também como difusores de informação ativos. Numa geração de jovens cidadãos que crescem num mundo digitalmente mediado, tais mudanças no padrão do fluxo de informação afeta, inevitavelmente, a sua perceção de comunicação política.

O sociólogo Pierre Lévy (1999, p. 25), que direciona a sua pesquisa para a compreensão do impacto da internet na comunicação afirma que a emergência do ciberespaço “acompanha, traduz e favorece uma evolução geral da civilização”. Segundo o autor (Lévy, 1999, p. 32), as tecnologias digitais deram origem a novas formas de comunicação e sociabilidade, bem como a novos mercados de conhecimento e de informação. Relativamente a estes novos espaços de comunicação referidos por Lévy, Castells (2006, p. 24) afirma que a política sempre foi extremamente dependente do espaço público, da comunicação em sociedade, uma vez que é lá que se formam as opiniões e os comportamentos políticos, mas que, no entanto, tal não significa que tudo o que aconteça nesse espaço determine o que as pessoas pensam ou fazem, sendo que estas são dotadas de autonomia e processam as mensagens nos seus próprios termos.

Quando abordado o conceito da comunicação e da política é importante pensar onde é que este se insere e para quem é que este se dirige. A democracia é então algo que se deve fazer de forma ativa e participativa, quer por parte dos agentes e atores políticos, quer por parte do cidadão e do eleitorado. Jürgen Habermas (2006, p. 412) afirma que o planeamento institucional das democracias atuais e modernas, reúne três elementos principais, sendo que estes são o da autonomia privada dos cidadãos, cada um dos quais leva uma vida própria e autónoma, a cidadania democrática, ou seja, a inclusão dos cidadãos livres e iguais na comunidade política, e por último, a independência de uma esfera pública que funciona como um sistema intermediário entre o Estado e a sociedade. Assim sendo, a questão torna-se ainda mais pertinente quando McNair (2011, p. 17) vem defender e reforçar a ideia de importância de um

eleitorado informado e conhecedor, e que tal determina que a política democrática deve ser seguida em arena pública, contrariamente ao que acontece em regimes autocráticos.

Nas palavras de Sebastião e Lourenço (2016, p. 126), se o interesse e participação política dos cidadãos está dependente do tipo de informação que consomem, é fundamental perceber então quais são as fontes de informação usadas e a sua opinião sobre as mesmas, especialmente sobre as fontes digitais. Como este, existem outros estudos que visam compreender o comportamento dos cidadãos neste campo. Podemos afirmar que, embora a base empírica dos mesmos seja muitas vezes semelhante, a contextualização do momento da investigação pode alterar fortemente os seus resultados, bem como o grupo social que se analisa. O estudo *Emprego, Mobilidade, Política e Lazer: situações e atitudes dos jovens numa perspetiva comparada*³ é disso um bom exemplo, uma vez que foi realizado de forma a compreender, entre outras coisas, como é que a crise económica afetou as atitudes e comportamentos dos jovens portugueses em relação à política. Este estudo, realizado em 2015, utilizou como ponto de partida outra investigação realizada por Pedro Magalhães e Jesus Moral (2008) que concluiu que, em relação à generalidade dos países da Europa Ocidental, a participação política em Portugal é relativamente baixa em todos os escalões etários e que, os jovens se encontram menos expostos à informação política pelo meio convencional do que a restante população.

A ideia crescente, como também já foi referido anteriormente, é a de que o público mais jovem, mesmo os jovens adultos, estão desconectados da política, não equacionando, em muitos dos casos, o fator da mudança, da evolução tecnológica, da globalização, das desigualdades e inacessibilidades, e mesmo da facilidade de mobilização. De entre os vários debates que se fazem sentir em torno deste tema, é possível afirmar que o principal se prende com a crescente preocupação de uma geração pouco participativa e, conseqüentemente, um receio pelo futuro das democracias. Frenette e Vermette (2013, p. 15) afirmam que, a nível global os jovens adultos mostram aparentemente menos conhecimento e interesse na política dita tradicional, enquanto que, contrariamente parecem mostrar uma maior tendência para a participação em novas formas de envolvimento político como seja uma intervenção mais protestante, fazendo ouvir a sua voz. Assim sendo, é possível afirmar desde já que o facto dos jovens, atualmente, se expressarem politicamente através de novos espaços, não pressupõe que estes sejam menos interessados.

³ Lobo, M. C., Ferreira, V. S., & Rowland, J. (2015). *Emprego, Mobilidade, Política e Lazer: situações e atitudes dos jovens numa perspetiva comparada*.

Segundo Loader (2007, p. 2), a utilização da internet e dos novos meios de comunicação pode ser determinante para os jovens enquanto novo canal de comunicação política e de acesso a informação sobre as instituições e práticas democráticas existentes na sociedade. O autor guia a sua pesquisa pelo reconhecimento da importância do interesse político por parte dos jovens uma vez que este afirma serem o futuro das democracias e por tal, é necessário perceber de que forma é que estes estão comprometidos com essa mesma questão. Este vem afirmar também que para os jovens que já possuem uma socialização política, ou que estão envolvidos em movimentos e redes políticas, a internet é muito valorizada (Loader, 2007, p. 14).

Brites e Ponte (2012, p. 10) vêm, na mesma linha de pensamento, afirmar que a internet veio criar horizontes e novas possibilidades de conexão, aprendizagem e participação, mas questionam-se se esta ou não a criar uma nova geração de jovens com apetências sociais. No entanto, como já foi mencionado, surgem outros entraves e condicionantes que podem afetar esta geração, como sendo, um sentimento de não representatividade no seio político, uma complexificação do discurso que não é acessível a todos, ou outros que podem interferir no interesse e conseqüente participação dos eleitores.

2.2 O conceito de desigualdades sociais e digitais na sociedade portuguesa

O conceito de classe social funciona como “uma medição entre o conjunto das estruturas sociais e um conjunto de práticas socialmente significativas” (Pereira, 2005). É precisamente esta sua capacidade medidora que permite retratar a classe social - e os agentes que a incorporam - como protagonistas “dos processos sociais, que, ao produzirem e reproduzirem a sua própria identidade, modelam do mesmo passo as condições sociais que as definem” e, simultaneamente, retratar o conjunto “das estruturas que delimitam duradouramente o espaço em que esses processos ocorrem” (Almeida, 1986, p. 76-77 como citado em Pereira, 2005, p. 44).

As classes sociais – definidas, enquanto lugares, pela importância das relações de produção – sistematizam combinações de diferentes tipos de capital que “definem condições de existência distintas umas das outras e semelhantes no interior de cada lugar” e que “tendem a inculcar nos agentes que os ocupam sistemas disposições do mesmo modo distintos relativamente aos de outras classes e internamente dotados de homogeneidade” (Almeida, 1986, p. 87 como citado em Pereira, 2005, p. 44-45).

Como afirmam António Costa e Rosário Mauritti (2018, p. 109), a esfera pública tem-se vindo a aperceber que as desigualdades sociais constituem ainda um grave problema na sociedade contemporânea. Os dois autores afirmam que tanto a recessão financeira, económica

e social que se fez sentir em 2007/2008, como as políticas de austeridade que se seguiram, acabaram por ser grandes impulsionadores destas disparidades. Agora, no contexto atual e como bom exemplo deste tipo de disparidades, também a pandemia do novo coronavírus SARS-CoV-2 (ou Covid-19) veio enfatizar estas diferenças socioeconómicas.

A análise de desigualdades de classes sociais tem sido desenvolvida em Portugal por um conjunto alargado de investigadores, de várias gerações académicas e vários centros de investigação em ciências sociais. “A sociedade tem, no seu seio, um conjunto de fundamentos e justificações para a existência de uma diferenciação entre as pessoas” (Espada et al., 2002, p. 6). Ainda, é necessário sublinhar que esta desigualdade não se encerra exclusivamente em fatores socioeconómicos, mas, e de acordo com o Instituto Europeu para a Igualdade de Género⁴, Portugal, com uma pontuação de 61,3 em 100, ocupa a 16.^a posição na UE no Índice de Igualdade de Género, 6,6 pontos abaixo da média da europeia.

2.3 Divisão digital no contexto português

No que respeita ao acesso às tecnologias da informação e comunicação, nomeadamente em Portugal, ainda que este se encontre bastante consolidado, é também erróneo assumir que existe uma universalização. A utilização das tecnologias de informação e comunicação não é, por si só, extensível à população em geral por diversos fatores, lembrando que, “tradicionalmente, os ‘adotantes precoces’ das TIC pertenciam a um grupo sociodemográfico restrito em regiões desenvolvidas do planeta” (Lapa e Vieira, 2019, p. 66). Quando falamos em termos de acessibilidade, é importante sublinhar que esta não se prende única e exclusivamente por fatores materiais, mas também, e principalmente, por obstáculos cognitivos. Ora, e como foi possível perceber até ao momento, é certo que nem toda a população possui os meios necessários para aceder às TIC, mas, e no entanto, nada garante que, caso esses meios fossem assegurados, o fosso digital que existe atualmente não se comprovaria tal como o conhecemos.

No que respeita ao conceito de divisão digital, este começou a ganhar relevo em meados dos anos 90, no discurso académico e político e, “em consequência das transformações no funcionamento da sociedade relacionadas com a revolução tecnológica das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC) emergiu uma nova fonte de desigualdade social – o fosso digital ou digital divide – entre quem tem e quem não tem acesso aos novos meios, destacando-

⁴ European Institute for Gender Equality. (2020). *Índice de Igualdade de Género 2020: Portugal*. Acedido em- [Gender Equality Index 2020: Portugal | European Institute for Gender Equality \(europa.eu\)](https://www.europa.eu/pt/press-room/articles-press-releases/2020/06/20200616-01)

se diferenças entre países, entre gerações, entre grupos sociais” (Ponte e Azevedo, 2011, p. 9). Antes da utilização generalizada do termo “divisão digital”, existiam ainda outros igualmente comuns e que, em parte, se relacionavam com o conceito de sociedade informada. Estes eram a desigualdade informacional (Schiller 1981, 1996), a lacuna de conhecimento (Tichenor et al. 1970) e participação na sociedade informada (Lyon 1988).

Num capítulo dedicado exclusivamente às questões das desigualdades sociais e digitais, Lapa, Vieira, Azevedo e Cardoso (2018, p. 260) defendem que relativamente aos acessos e ao uso da Internet, a estrutura se encontra organizada por diferentes camadas onde a base, ou camada mais elementar, passa pela utilização, ou não, da tecnologia e qual é o tipo de acesso.

Para além da literatura que se tem vindo a diversificar e enriquecer relativamente a estes debates contemporâneos da era digital, estudos recentes têm vindo a comprovar que as principais barreiras e obstáculos à realização de práticas deliberativas, nomeadamente de participação, advêm principalmente de formas de apatia política e que, no que respeita aos problemas associados à utilização dos novos meios para esse fim, foi identificado, precisamente, o digital gap ou divisão digital – conceptualizado anteriormente (Ferreira, 2011). Não obstante, e tal como se antevê, a generalidade dos estudos demonstra ainda que o acesso à Internet se encontra concentrado no público mais jovem e nos grupos mais privilegiados em termos económicos, o que resulta, ainda assim, num aumento da desigualdade dos níveis de participação (Ferreira, 2011, p. 53).

Quando comparadas com as divisões e diferenças existentes quanto ao uso dos media tradicionais, Van Dijk (2005 citado por Lapa et al., 2018, p. 261) argumenta que as dos meios digitais se podem revelar mais severas, uma vez que a utilização da Internet requer novos conjuntos de competências, tais como a literacia digital – já referida anteriormente e discutida de seguida - e as estratégias de procura de informação ou as avaliações críticas da credibilidade dos conteúdos.

No seguimento da ideia anterior, e tal como foi dito, um dos aspetos principais da divisão digital é a desigualdade de capacidade ou de competências, muitas vezes ligado ao conceito de literacia. Jan Van Dijk (2019, p. 5) levanta, no seu livro, a questão “a literacia digital é diferente da literacia tradicional, como ler ou escrever?”. Há vários aspetos que convergem as duas, no entanto, o autor reconhece que há também competências que as afastam. Por um lado, os meios de comunicação digitais simplificam a procura pela informação, mas, por outro lado, estes são também mais difíceis de usar, uma vez que requerem competências novas e especiais no uso dos motores de pesquisa (Dijk, 2019). Segundo o autor, a terceira perspetiva da divisão digital é em termos de participação, nomeadamente se os indivíduos estão incluídos ou excluídos da

sociedade em domínios laborais, educacionais, de mercado, comunitários, de cidadania, de política e de cultura (Dijk, 2019).

Ainda que em contextos de acesso à internet generalizados, tem sido repetidamente demonstrado que aqueles com maiores recursos socioeconómicos, cognitivos, culturais, e mais dotados ao nível das competências digitais, tendem a usar a internet mais frequentemente como ferramenta de informação e como forma de estreitamento dos laços sociais, bem como, são mais propícios a ter uma tipologia de utilização menos focada em usos cuja motivação é, sobretudo, a procura de entretenimento (Hargittai e Hinnarti, 2008; Cardoso, Espanha e Araújo, 2009 como citado em Lapa et al. 2018, p. 261). Tal como afirma Brites (2010, p. 172) “não devemos ter a ilusão de que ser jovem significa ser incluído digital. Se pensarmos em usos e contextos familiares diferenciados, muito menos poderemos ter essa ideia”.

Diferenças de género ou classes sociais são, portanto, dois fatores que Jan Van Dijk (2020, p. 28; 41) aponta como possíveis para levar à desigualdade de acesso e uso aos meios digitais, referindo também que as pessoas com níveis de educação superior apresentam maiores níveis de motivação na utilização destes meios. O mesmo autor (Dijk, 2020) apresenta uma teoria que serve, em parte, para explicar a utilização e o acesso aos meios de comunicação. A teoria dos recursos e apropriação entende este processo como algo comportamental. Em primeiro lugar as pessoas têm de ter uma motivação, em segundo têm de adquirir a tecnologia e, por fim, têm de aprender a usá-la, desenvolvendo competências relevantes. Importa aqui referir que os recursos de que se fala não são apenas materiais, mas também psicológicos, sociais e culturais. Desta forma, a teoria referida, pode ser resumida com as seguintes premissas - as desigualdades sociais categóricas produzem uma distribuição desigual dos recursos; uma distribuição desigual dos recursos provoca um acesso desigual às tecnologias digitais; o acesso desigual às tecnologias digitais depende também das características dessas tecnologias; o acesso desigual às tecnologias digitais traz resultados desiguais de participação na sociedade; a participação desigual na sociedade reforça as desigualdades categóricas e a distribuição desigual dos recursos (Dijk, 2019, p. 31).

Grande parte dos economistas reconhecem que as desigualdades económicas aumentarem praticamente no mundo inteiro. Economias emergentes como a China, Brasil e Índia criaram as classes média altas, no entanto, esta prosperidade aumentou também o fosso que já existia entre classes. Estas conclusões conduzem-nos mais uma vez à confirmação da ideia de que, de que as pessoas com maior capacidade financeira e com níveis de educação mais elevados tiram maior proveito dos avanços e desenvolvimentos tecnológicos da era digital. Ainda, e na perspetiva de uma camada mais jovem, Jan Van Dijk (idem, p. 28) refere que os telemóveis ou

smartphones e os computadores portáteis criam uma espécie de estatuto social e, sem esses, pode haver uma exclusão.

Relativamente à situação de Portugal, quando inserido e analisado à luz do contexto europeu, as taxas de acesso às tecnologias da informação e comunicação são tendencial e tradicionalmente baixas nos agregados domésticos - 58% em 2011 e 74% em 2016 (Lapa et al. 2018, p. 263). Assim, estes números colocam a posição do nosso país próxima de um conjunto de países em que as taxas de penetração doméstica da internet na EU-28 são exponencialmente baixas. É então neste meio que são esperadas as diferenças e as divisões mais acentuadas e as interligações mais evidentes entre estas e os processos de exclusão social (Lapa et al. 2018, p. 263).

A verdade é que, em Portugal, a evolução da taxa de utilizadores duplicou de 2003 para 2015, no entanto, esta foi, nas palavras de Lapa, Vieira, Azevedo e Cardoso (2018) “acompanhada pela concomitante diversificação sociodemográfica de utilizadores e registando-se já diferenças de género pouco expressivas, por exemplo”. Ainda que, em contexto português, o género não seja o fator de diferenciação mais evidente, há outros - como a nível educacional -, que pesa nas taxas de uso das TIC. Nesta questão, os autores (Lapa, Vieira, Azevedo e Cardoso, 2018) afirmam que, mais do que o rendimento, é a escolaridade que surge como principal fator explicativo da divisão digital.

No seguimento desta ideia, importa ainda fazer referência ao relatório “A Internet e o Consumo de Notícias em Portugal 2015”⁵, que explora de forma abrangente e aprofundada as dinâmicas de utilização da Internet por parte de uma amostra representativa da sociedade portuguesa e do qual se podem retirar algumas conclusões pertinentes para o tema em questão. De um universo de 1035 pessoas, 67,3% dizem utilizar a internet, sendo que esta tendência se verifica sobretudo em escalões etários com idades mais reduzidas, no entanto, verifica-se também que esta utilização tem uma expressão mais significativa entre inquiridos com maiores níveis de escolarização. O mesmo se verifica quando a pergunta recai sobre o consumo de notícias. Ainda que com cerca de 55% dos inquiridos a afirmar que consulta notícias online diariamente, esta realidade comprova-se, sobretudo, em jovens dos 25 aos 34 anos que apresentam maiores níveis de escolaridade.

⁵ Cardoso, G., Mendonça, S., Paisana, M., & Lima, T. (2015), A Internet e o consumo de notícias online em Portugal 2015. Lisboa: OberCom–Observatório da Comunicação.

2.4 Teorização do conceito de juventude – homogéneo ou heterogéneo?

Uma vez abordado neste trabalho, e sendo que o público alvo se “encaixa” nos parâmetros do que se acredita ser o conceito de juventude, importa aqui discuti-lo, ainda que de forma breve e apenas introdutória. Por ser algo controverso na literatura académica e complexo para discutir de forma aprofundada no espaço deste trabalho, com risco de se tornar incompleto e não fazer jus ao debate que merece, vão ser tidos em conta neste ponto apenas dois aspetos que se consideram importantes referir para enriquecer a dissertação – a homogeneidade e heterogeneidade do conceito de juventude. Muitas vezes percecionado como um conceito homogéneo, também o campo da juventude se encontra estratificado por “classes” (Alves, Nico, Cairns, 2018, p. 149). Desta forma, e nas palavras de José Machado Pais (1990, p. 149), a juventude aparece socialmente dividida em função dos seus interesses, das suas origens sociais, das suas perspetivas e das aspirações.

Assumindo previamente que existem várias formas de olhar as diferentes juventudes, assume-se também que estas corresponderão a diferentes teorias e que, segundo o autor (Pais, 1990, p. 151), estas teorias podem ser agrupadas em duas correntes principais: a corrente geracional e a corrente classista. De forma breve, “a corrente geracional toma como ponto de partida a noção de juventude quando referida a uma fase de vida, e enfatiza, por conseguinte, o aspeto unitário da juventude” (Pais, 1990, p. 152). Assim, e de acordo com a mesma corrente, “quer o quadro teórico seja o das teorias da socialização quer o das teorias das gerações, as discontinuidades intergeracionais estariam na base da formação da juventude como uma geração social” (Pais, 1990). Tal ideia remete então para um conceito de juventude como uma entidade una e homogénea o que, de acordo com alguns autores não é necessariamente verdadeiro, principalmente quando nos referimos a “sociedades crescentemente globalizadas, individualizadas e desiguais” (Alves et al., 2018, p. 149). Esta ideia torna-se desta forma pertinente para o presente trabalho, uma vez que estamos precisamente a questionar as diferentes influências que o meio e o contexto social têm num determinado comportamento.

Por outro lado, para a “corrente classista, as culturas juvenis são sempre culturas de classe”, ou seja, “são sempre entendidas como um produto de relações antagónicas de classe” (Pais, 1990, p. 157-158). Aqui, e por outras palavras, a juventude é tomada como um “conjunto social necessariamente diversificado, perfilando-se diferentes culturas juvenis em função de pertenças de classes, diferentes situações económicas, diferentes parcelas de poder, diferentes interesses, diferentes oportunidades ocupacionais”, e outros (Pais [1993] 2003, p. 29 como citado em Alves et al., 2018, p. 149-150). É esta última corrente que acaba por se encaixar de forma mais

assertiva naquilo que tem sido a discussão da literatura até ao momento e que se verifica efetivamente.

2.5 Mulheres jovens em contexto socioeconómico vulnerável

Tal como já foi referido, esta pesquisa aborda, de certa forma, as preocupações que prevalecem sobre o desinteresse – ou não – dos jovens pela política e a consequente relação com as desigualdades sociais. É sabido que, ao longo dos últimos anos a política portuguesa tem passado por mudanças estruturais que, em parte, aproximaram o país de outras sociedades europeias e que, os novos meios de comunicação mudaram os padrões tradicionais do fluxo da informação. Numa geração de jovens cidadãos que crescem num mundo digitalmente mediado, tais mudanças no padrão do fluxo de informação afeta, inevitavelmente, a sua perceção de comunicação política. No entanto, e como já foi discutido anteriormente, as disparidades continuam presentes, e é necessário olhar de forma individualizada para as diferentes fações e grupos que se inserem no seio das sociedades. Neste ponto, já é possível compreender que, nos que respeita à classe juvenil, existem disparidades que condicionam fortemente os níveis de literacia, acessibilidade, interesse, participação e outros. A acrescentar, e no caso de Portugal, já foi igualmente possível perceber que, neste domínio, existem também disparidades ao nível do género que são agravados por fatores económicos.

Os sentimentos de eficácia política estão muitas vezes ligados às perceções da capacidade de resposta das instituições políticas à presença dos cidadãos como atores significativos no processo político. Anne Geniets (2010), num estudo centrado em mulheres jovens de classes populares do Reino Unido concluí, entre outras coisas, que a perceção que os jovens têm sobre a esfera pública e sobre a maneira como espera que os políticos interajam com eles, tem efeito na motivação que os leva a participar. Assim, a autora do artigo (Geniets, 2010) vem frisar que, de forma a tornar a política mais acessível à nova geração, estratégias têm sido desenvolvidas para estabelecer um vínculo entre os jovens e o governo, através dos novos media. Os resultados destas estratégias não foram malsucedidos, no entanto, mostraram que a procura a fóruns cívicos e políticos é estimulada por fatores demográficos – por exemplo, raparigas mais velhas de classe média são mais propensas a visitar este tipo de plataformas, em detrimento do público que aqui é estudado.

Muitas das jovens que participaram da investigação exibiam uma atitude um tanto ou quanto distante em relação à política institucional, ao nível de não serem capazes de fazer uma conexão direta entre as suas vidas pessoais e o que entendem por “política”. Esta dissociação

entre política institucional e o quotidiano refletiu-se também nas percepções que este público tem sobre os políticos. As afirmações descritas acima sugerem então uma relação de hierarquia e mostram, por sua vez, que as mulheres jovens de classes populares não se sentem, neste caso, representadas pelas instituições políticas – algo que surge também como hipótese neste trabalho, no caso português. Assim, é possível afirmar neste ponto que, as percepções que este público tem sobre “política” e, nomeadamente sobre os atores políticos, são mediadas pela tecnologia e pelos meios de comunicação e informação usados para conectar estes dois pontos – pessoas e políticos. Ainda assim, é importante relembrar que, as estratégias desenvolvidas quer seja em Portugal ou em qualquer outra sociedade são estratégias altamente generalizadas e tomam os jovens como uma amostra homogênea – o que claramente não são.

A investigadora norte-americana Lynn Sanders (1997) vem ainda levantar uma questão que se torna pertinente para esta pesquisa e que se enquadra no plano da democracia deliberativa. Sanders (1997) questiona, em primeira instância, a existência ou não da troca livre e equitativa de argumentos e ideias no curso do próprio debate deliberativo. Partindo da premissa de que existem diversas formas de participação, principalmente nos dias de hoje, há situações de domínio que surgem sobretudo em função do estatuto e doutros atributos que dele advêm. A autora refere, mais concretamente, que existe uma tendência natural discriminatória no procedimento prático e normativo daquela que é a participação no espectro político – nomeadamente tendo em conta os fatores que já foram referidos como a idade, género, elementos socioeconómicos.

Capítulo 3 - Metodologia

3.1 Modelo de análise

No seguimento do enquadramento teórico, revisão da literatura e discussão dos conceitos, é importante estabelecer uma ponte entre a realidade que vai ser estudada, no sentido mais prático da investigação, e a teoria. Desta forma, os conceitos que se encontram presentes de forma mais expressiva e que serão explorados, tanto na revisão da literatura, como na aplicação do método de investigação, são o de comunicação política, abrangendo principalmente uma vertente e um contexto informacional que se pretende discutir na presente dissertação, ou seja, na dimensão de informação política; o de literacia digital que engloba, neste caso, a acessibilidade e, em parte a divisão digital, em linha com as questões da desigualdade social, quer seja no sentido literal da palavra ou em termos de conhecimento e, num cenário mais objetivo, a própria utilização das tecnologias de informação e comunicação no universo da internet e da era digital. Por fim, e porque esta investigação se concentra num público muito específico, o conceito das desigualdades sociais, onde cabe a amostra, será um dos mais articulados no contexto político, informacional e digital, uma vez que é também o que vem contextualizar e relevar este trabalho. Importa referir ainda que todos estes, que se encontram debatidos na revisão da literatura, são deveras extensos e têm várias dimensões e formas de abordar.

Para tal, foi construído um guião para a aplicação do método de investigação que visa expor e dar, posteriormente, respostas mais específicas sobre a forma como os conceitos anteriores se relacionam, não só entre eles, mas também, e principalmente, na ótica das entrevistadas, percebendo qual é o espaço e o papel que ocupam no quotidiano das mesmas. Assim, este guião pretende responder à questão inicial, “As mães adolescentes de classes populares utilizam as redes sociais para obter informação política? E qual é a utilidade dessa informação para elas?”, percebendo igualmente as suas práticas, motivações, dificuldades e os recursos a que têm acesso.

3.2 Métodos qualitativos

Depois de apresentados os objetivos desta investigação, bem como o contexto em que se insere, é pertinente avançar para o capítulo da metodologia. A opção neste trabalho foi a de adotar uma abordagem qualitativa, uma vez que esta é, nas palavras de Juliet Corbin e Anselm Strauss

(2014, p. 26), uma forma de pesquisa onde o investigador recolhe e interpreta dados, tornando-o em parte do processo e que, contrariamente à pesquisa quantitativa, é caracterizada pelo uso de um modelo mais flexível e aberto, algo que se enquadra no resultado pretendido.

Neste caso, esta mostrou ser a abordagem mais vantajosa uma vez que, as pesquisas qualitativas procuram entender determinados fenómenos através dos relatos dos próprios participantes (Treadwell, D, & Davis, A, 2016, p. 550), algo que se torna imperativo para poder dar resposta aos objetivos iniciais e propostos. Ainda, segundo Laurence Bardin (2012, p. 145), a análise qualitativa apresenta características particulares e é válida, sobretudo, na elaboração de deduções concretas sobre um acontecimento.

Uma vez determinada a utilização de uma metodologia de carácter qualitativo, o passo seguinte foi o de perceber qual o processo de desenvolvimento de investigação mais favorável. Por tal, e depois de consideradas, no plano inicial, as entrevistas individuais semi-estruturadas, optou-se pela elaboração de um estudo de caso intensivo que, neste trabalho, implicou a utilização do método focus group (ou grupo de discussão).

O focus group, também designado como grupo de discussão, é uma técnica que pode ser utilizada de diferentes formas no decorrer da investigação e que varia, sobretudo, consoante o objeto que está a ser estudado e os objetivos que se pretendem atingir. Quanto à terminologia “focus”, segundo Susan E. Short (2006, p. 106), este refere-se ao facto de o moderador intervir para moldar a discussão utilizando uma estratégia previamente determinada. David L. Morgan (1998, p. 9) afirma que o focus group cria linhas de comunicação e é, fundamentalmente, uma forma de ouvir os participantes e aprender através das histórias e experiências dos mesmos. Desta forma, esta tornou-se assim uma das principais razões pela qual foi considerado que o focus group seria a melhor abordagem na presente dissertação, sendo que, o grupo em questão poderia sentir maior pressão nas entrevistas individuais, e que na utilização de questionários as respostas não seriam extensivas o suficiente. O facto de se transformar numa conversa de grupo, para a qual todas pudessem contribuir de forma mais ou menos aleatória, sem a perceção de que estavam a ser questionadas de forma repetida e intensa, tinha como objetivo o de favorecer os resultados, os dados obtidos e a recolha da informação.

Quanto aos métodos qualitativos, estes são, de acordo com o mesmo autor (Morgan, 1998, p. 12), especialmente úteis para explorar e descobrir novas informações sobre o tema. No seguimento desta ideia, o autor ressalva ainda que os focus group recorrem a três pontos fortes fundamentais que são partilhados por todos os métodos quantitativos: a exploração e descoberta; o contexto e profundidade, e por último, a interpretação. Assim, na aplicação desta metodologia foi dado espaço às intervenientes para que partilhassem determinadas vivências,

que consideravam ser úteis para o enriquecimento da conversa, e daí resultaram efetivamente tópicos que inicialmente não estavam descritos no guião, mas que, ainda assim, se tornaram altamente determinantes para reunir a informação necessária e proceder à análise e discussão de resultados.

Como método qualitativo que é, o focus group utiliza discussões de grupo orientadas para gerar uma compreensão mais enriquecedora da experiência dos participantes (Morgan, 1998, p. 11). Por norma, e a corroborar estas ideias, Susan E. Short (2006, p. 106) afirma que a discussão desta metodologia será orquestrada em torno de um tópico ou de uma experiência comum. No entanto, é possível conceber uma estratégia de investigação que suscita conversações dentro de um grupo selecionado e, desta forma, abordar tópicos que surgem através dos próprios participantes (Short, 2006) que, tal como já foi referido no presente trabalho, foi algo que aconteceu na realização deste focus group.

Como um método de investigação, o focus group ocupa um espaço que, segundo a autora Susan E. Short (2006, p. 104) é intermédio tanto para os investigadores que adotam métodos quantitativos como para os que adotam os qualitativos. As entrevistas realizadas no âmbito deste modelo partilham tanto características das pesquisas através de inquérito, na medida em que os indivíduos são convidados a participar no que é, por norma, uma entrevista estruturada sobre um tópico pré-designado, que conta igualmente com a participação de um moderador ou investigador que ao mesmo tempo que recolhe os dados, interfere e conduz a conversa (Short, 2006). Importa ainda sublinhar que, aquando da utilização desta ferramenta de pesquisa, a unidade de análise a ter em consideração é o grupo como um todo, e não o indivíduo (2006, p. 107).

3.3 Amostra

No focus group, tal como em qualquer instrumento de pesquisa de informação, a composição do grupo em questão depende dos objetivos, particularidades e necessidades presentes no estudo. Em termos de composição do grupo este deve, idealmente, concentrar-se entre as 5 e as 8 pessoas, no entanto, este pode ainda variar entre as 4 e, no máximo 12 (Krueger e Casey, 2015, p. 33). De acordo com os mesmos autores (Krueger e Casey, 2015), é importante que o grupo seja pequeno o suficiente para que todos os participantes tenham a oportunidade de partilhar os seus contributos, mas, deve ter também dimensão suficiente para providenciar várias opiniões.

A corroborar a mesma ideia, David L. Morgan (1997) afirma que seleção dos participantes deste método deve ser mais específica e não generalizada. Ainda de acordo com o mesmo autor (Morgan, 1996, p. 146), um grupo com uma dimensão mais restrita dá, a cada participante, mais tempo para revelar e discutir as suas opiniões e experiências sobre os tópicos que estão a ser desenvolvidos e analisados. Assim, e com base na análise teórica feita até agora, nomeadamente no fator da homogeneidade, e principalmente por ser um público-alvo muito específico, a faixa etária presente neste trabalho concentrou-se em mulheres jovens de 17 e 18 anos, contando com a participação de 4 pessoas. Aqui, e também por ter sido realizado em contexto de pandemia do Sars-Cov2, igualmente conhecido como Coronavírus ou Covid-19, as restrições impostas, nomeadamente de distanciamento, ajuntamentos e regras de segurança, dificultaram o processo de recolha de dados que se acredita, quando se fala de focus group, ser mais vantajoso quando realizado pessoalmente, de forma a que se possam registar não só os diálogos, mas também as expressões e desenvolver laços de confiança necessários para a conversa. No entanto, e tal como sustenta a literatura recolhida e exposta anteriormente, foi ainda assim possível realizar e aplicar esta técnica com sucesso e recolher a informação necessária para fazer uma análise e discutir os resultados, respondendo à pergunta inicial.

Participantes	Idades	Escolaridade	Emprego	Local de nascimento	Filhos	Entrada na instituição
Participante 1	18	9º ano/ Curso de restauração IEFP	Sem trabalho	Setúbal	Bebé de 1 ano	Dezembro 2020
Participante 2	18	6º ano	Sem trabalho	Ameixoeira	Bebé de 6 meses	Dezembro 2020
Participante 3	17	Não terminou o 9º ano/ Inscrita no CEF	Sem trabalho	Ameixoeira	Grávida de 8 meses	Abril 2021
Participante 4	18	8º ano/ Inscrita no curso de cozinha e restauração	Trabalha em hotelaria	Guiné Bissau/ Pontinha (residência)	Bebé de 9 meses	Julho 2020

Tabela 1: Descrição sociográfica das participantes do focus group

Fonte: dados próprios

A tabela 1 apresentada acima, tem como objetivo o de fazer uma caracterização sociográfica sobre as participantes. Através desta exposição, é possível compreender de forma mais pormenorizada o contexto em que as quatro entrevistadas se inserem e, nomeadamente, a questão da escolaridade que será desenvolvida mais à frente na análise e discussão dos resultados. Posto isto, o objetivo é ainda que a contextualização sociológica seja mais minuciosa para que se possa compreender de forma menos universalizada os resultados deste trabalho, a par com a realidade e experiências de vida das participantes.

Por conseguinte, importa, novamente, realçar a importância da análise deste grupo em específico uma vez que, de acordo com o mais recente estudo de caracterização da realidade nacional - Relatório do Observatório Nacional de Luta Contra a Pobreza, 2020, Portugal – Balanço Social 2020, 2021⁶ – as desigualdades estruturais presentes na sociedade portuguesa encontram-se ainda muito expressivas e a agravar com a pandemia Covid-19, sendo que, entre os grupos sociais mais vulneráveis se encontram as mulheres e crianças. Para além deste fator, junta-se ainda uma outra condição que vem acentuar esta vulnerabilidade, que se prende com o facto de, neste caso, se tratar de famílias monoparentais.

3.4 A instituição

Sendo este um trabalho que versa sobre um grupo populacional muito específico – mães adolescentes de uma classe socioeconómica mais vulnerável -, a opção passou pela escolha de uma instituição, a Associação Humanidades, que dedica a sua causa precisamente à solidariedade social em função das necessidades comunitárias. Por conhecimento prévio do trabalho que é realizado pela instituição, considerou-se que, essencialmente para a aplicação do focus group, seria uma oportunidade enriquecedora não só para o trabalho, mas também para olhar para os diferentes contextos da juventude e, se possível, dar-lhes alguma voz. Uma vez que as participantes se encontram a viver e conviver no mesmo espaço, a homogeneidade presente é ainda mais relevante e vai de encontro ao que é pretendido e valorizado para este método de investigação qualitativo.

Presente em diversas vertentes, a Associação Humanidades é principalmente responsável por duas respostas sociais, o Centro de Apoio à Vida (CAV) - que se define “como resposta

⁶ Susana Peralta, Bruno P. Carvalho, Mariana Esteves. (2021). *Relatório do Observatório Nacional de Luta Contra a Pobreza, 2020, Portugal – Balanço Social 2020, 2021* - <https://www2.novasbe.unl.pt/Portals/0/Files/Reports/Portugal%20C%20Balanco%20Social%202020-Relatorio.pdf>

social que desenvolve um conjunto de ações integradas de apoio, acompanhamento e promoção do desenvolvimento pessoal e autonomia, de mulheres grávidas ou com filhos/as, que se encontram em risco emocional ou social”⁷; e a Creche, que pretende também dar resposta ao problema da gravidez precoce e na adolescência, e que com capacidade para acolher cerca de 37 crianças, tem ainda como objetivo primeiro, o de promover o desenvolvimento pessoal e social da criança com base em experiências de vida e valorização da diversidade numa perspetiva de educação para a cidadania. Olhando para estes dois apoios e intervenções sociais que marcam fortemente o carácter da associação, torna-se pertinente dar especial destaque ao CAV, sendo que este tem a possibilidade para alojar na residência HumanusCAM seis mães e filhos que se encontrem em situação extremas e de emergência, uma vez que é nesse mesmo centro que as participantes desta dissertação se encontravam a residir até à data do focus group.

Não obstante ao que foi referido anteriormente, aqui importa ainda perceber, não só para contextualizar socialmente o meio em que estas jovens se inserem, mas também para compreender um pouco mais deste percurso, de que forma é que se processa o acolhimento destas mães adolescentes na associação. De acordo com o que é explicado no relatório de Atividades e Contas referido anteriormente, os pedidos de Acompanhamento (externo) são maioritariamente feitos por iniciativa própria. Por outro lado, quanto aos pedidos de Acolhimento, programa no qual as participantes deste focus group se encontram, estes chegam maioritariamente através da Equipa Centralizada de Gestão de Vagas do Instituto Segurança Social, uma vez que implicam obrigatoriamente a existência de pelo menos uma medida de promoção e proteção. Desta forma, quer isto dizer que as jovens chegam à instituição por ordem do tribunal quando estão afastadas todas as possibilidades de continuarem a viver no seio familiar em que se encontram, ou mesmo sozinhas pelas mais diversas razões de instabilidade. Depois do processo estar finalizado e das jovens em questão serem acolhidas, a residência na associação é de carácter temporário, uma vez que um dos objetivos é o de preparar estas mães adolescentes para a vida adulta de forma autónoma.

3.5 Análise de dados

No que respeita então à análise dos dados recolhidos através da realização do focus group, esta é, ainda, uma área subdesenvolvida em métodos de investigação sociológica (Short 2006: 112).

⁷Humanus Associação Humanidades. (2021). *Relatório de Atividades e Contas 2020* - http://www.humanus.pt/wp-content/uploads/2021/04/RELATORIO%20ATIVIDADES%202020_vsdigital.pdf

A investigação qualitativa e, sobretudo, as entrevistas que resultam do focus group, geram grandes quantidades de dados e informação que tende a sobrecarregar tanto os investigadores mais experientes como os que se estão a iniciar nesta área (Rabiee, 2004, p. 657).

De acordo com Richard A. Krueger (1998, p. 3) a análise de dados desta metodologia acontece, para alguns, de forma facilitada. No entanto, o autor (Krueger, 1998) afirma ainda que, para outros existe uma maior dificuldade, nomeadamente em separar o ponto de vista pessoal daquilo que foi dito pelos participantes. Ainda assim, Krueger (1998, p. 4) assume que a chave essencial para proceder a esta discussão de resultado passa por estar aberto a novas ideias, aproximações e conceitos, uma vez que o processo de análise qualitativo, em especial o focus group, tem como objetivo principal o de trazer significado para uma determinada situação ou contexto, contrariamente à pesquisa quantitativa que se foca especialmente em verdades absolutas (Rabiee, 2004, p. 657).

A análise dos dados recolhidos no focus group utiliza várias estratégias e abordagens da análise qualitativa (Krueger, 1998, p. 20). De acordo com o mesmo autor (Krueger, 1998), é perigoso assumir que a análise da informação recolhida no focus group se faz da mesma forma que a análise dos dados obtidos através de entrevistas individuais. Para além desta técnica combinar diferentes elementos da pesquisa qualitativa, adiciona ainda a complexidade da interação de grupo (Krueger, 1998). Por tal, deve ser vista como um todo, e qualquer interação, nomeadamente comportamentos físicos, deve ser tida em consideração na análise e discussão dos resultados, e não só a transcrição posterior do que foi dito. No entanto, e não obstante ao que foi dito, a análise deve ser, sobretudo, guiada pelo plano de investigação e pelos objetivos que se pretende atingir e aos quais se pretende dar resposta (1998, p. 21). Ainda, Krueger e Casey (2015, p. 375) vêm afirmar que a análise dos dados do focus group é um processo deliberado e propositado, que se caracteriza essencialmente por 4 (quatro) aspetos: por ser sistémico, por utilizar procedimento verificáveis, por ser feito de forma sequencial e por ser contínuo.

Neste caso, e para garantir que esta análise dos dados era feita, *a posteriori*, com o maior rigor possível e fiel ao que havia sido discutido, optou-se pela gravação de áudio de todo o focus group em dois dispositivos, com o claro consentimento das participantes expresso oralmente. De seguida, e tal como é explicado em grande parte da literatura sobre o tratamento de dados deste método de investigação, foi feita uma transcrição na íntegra para que nenhuma ideia ou contributo fosse perdido ao longo do tempo. A partir desse ponto, e seguindo uma ordem cronológica da conversa, foi feita a análise e descrição dos dados que será apresentada no capítulo imediatamente posterior.

Capítulo 4 - Apresentação de resultados

4.1 Análise do focus group

Depois de uma análise cuidada aos resultados do focus group, é então possível perceber alguns dos comportamentos das participantes no que respeita à utilização da internet no geral, e das redes sociais em particular. Ainda, e de encontro aos objetivos desta pesquisa, é também possível fazer uma análise sobre os comportamentos face à comunicação e informação política, nomeadamente à procura e obtenção através dos meios digitais, e desta forma tirar algumas conclusões primeiras para dar resposta à pergunta inicial da presente dissertação. Antes de avançar para uma análise mais pormenorizada e cronológica daquilo que foi este focus group, é importante explicar de forma breve a dinâmica que tomou conta do mesmo. Tal como será possível perceber ao longo deste texto, e como já seria de prever, o desenvolvimento desta técnica acabou por ser gradual. A ideia que se pretende passar com esta afirmação é a de que, embora as participantes já se conhecessem anteriormente, na fase inicial as respostas adotaram um caráter muito mais direto e breve, contrariamente ao que se verificou a partir do meio da conversa, onde as respostas já eram consideravelmente mais desenvolvidas e os tópicos surgiam inclusive das próprias participantes. Ainda, importa referir que uma das entrevistadas se mostrou mais afastada do grupo e, por tal, a participação acabou também por ser mais breve e não tão expressiva.

Assim sendo, e como ponto de partida para o resto da conversa em grupo, considerou-se importante abordar a questão da acessibilidade, uma vez que, caso esta não existisse, o decorrer do focus group acabaria por tomar direções um tanto ou quanto diferentes. Aqui, antes de mais, o objetivo era o de perceber qual a opinião e perceção das participantes, de acordo com a realidade em que se encontram inseridas, quanto à facilidade ou dificuldade no acesso aos meios tecnológicos, à internet e às redes sociais – neste ponto é importante também sublinhar que na questão não encontra compreendida apenas a facilidade de acesso enquanto meios, mas também em termos de conhecimento e literacia digital. Depois de colocada a pergunta que iniciou este processo, foi possível perceber que todas as participantes, depois de responderem de forma unânime, consideravam este acesso universal e também facilitado.

Partindo desta afirmação, e sendo que todas detêm a título pessoal um smartphone, a utilização das redes sociais é dita pelas mesmas recorrente e diária. No entanto, aqui foram

mostrados vários ícones das redes sociais com grande expressão em Portugal e o que acabou por se verificar é que esta utilização acaba por se limitar, regra geral, a duas plataformas em específico, o Instagram e o Whatsapp, que são predominantemente usadas pelas participantes. Ainda assim, no que respeita às restantes plataformas apresentadas no focus group resultam ainda duas conclusões interessantes. No caso do Facebook, a rede social com mais utilizadores em Portugal, esta é ainda assim, usada pelas participantes apenas como meio de comunicação para com a família e não suscita grandes níveis de interesse para qualquer outra atividade, sendo que afirmam ser, entre elas, uma das plataformas menos utilizadas no quotidiano. Relativamente ao Twitter, uma plataforma mais caracterizada pela informação curta e direta, as participantes afirmam estar familiarizadas com a rede, no entanto, e ainda que duas das entrevistadas possuam conta, não se identificam com o tipo de conteúdo ou com a rede social em si fazendo, uma delas, a seguinte afirmação: “Para mim o Twitter é uma rede social muito escandalosa, não tem nada de jeito, tem sempre confusão. Tenho conta, mas não gosto”.

Neste ponto, já é possível reconhecer um padrão relativamente às redes sociais que dominam o dia-a-dia destas jovens, no entanto, torna-se ainda pertinente compreender as motivações e interesses para a criação dos perfis nestas plataformas digitais. Daqui destacam-se duas razões que se enquadram e justificam a utilização das diferentes plataformas: 1) a comunicação direta com os amigos e com a família, uma vez que se encontram a residir numa instituição e que por isso o distanciamento é recorrente; 2) a curiosidade em saber como é que estas redes sociais funcionam.

Uma vez que este trabalho versa diretamente sobre a informação e a comunicação política através dos meios digitais, nomeadamente as redes sociais, tornou-se imperativo perceber qual a visão das participantes relativamente a esta evolução. De mútuo acordo, as participantes afirmam que as novas tecnologias vieram facilitar o acesso à informação, sendo que, uma das intervenientes afirma: “Eu acho que online acaba sempre por nos facilitar, mas as pessoas que não gostam podem optar por outros em papel”. Importa olhar para esta afirmação e considerar também que, para além do que já foi referido anteriormente, nomeadamente a questão da detenção de um dispositivo móvel, as participantes estão incluídas numa faixa etária que convive, desde muito cedo, com a realidade dos meios digitais e, por tal, apresenta maior facilidade na sua utilização, não obstante a outras dificuldades.

Ainda que, tal como observamos até ao momento, as redes sociais marquem presença assídua no quotidiano destas jovens, as mesmas não as utilizam propositadamente como um motor de busca para a procura e obtenção de informação e, em específico, de informação política, referindo também que não seguem nenhum tipo de perfil informativo ou jornal com

presença digital. Desta forma, quando questionadas sobre o meio utilizado para a procura de informação quando necessária, e tendo sido dado como exemplo as medidas de prevenção para o combate à pandemia do novo coronavírus SARS-CoV-2 (ou Covid-19), a resposta automática e homogénea é o motor de busca da Google por ser o mais rápido a fornecer a informação procurada e também o mais prático e intuitivo em termos de utilização. No entanto, relativamente ao critério de seleção da informação, este não é expressivo, uma vez que não apresentam preferência por nenhum meio de comunicação concreto, tendo apenas em consideração, no momento da pesquisa, o primeiro artigo que aparece, algo que se aplica também, segundo as participantes, a todos os meios de informação que não são digitais.

Atualmente, quando falamos em pesquisa e recolha de informação, quer seja política ou não, incorremos sempre no risco de encontrar falsa informação ou, como é comumente conhecido fake news, conceito com o qual as entrevistadas se encontram familiarizadas. Assim sendo, quando questionadas sobre o critério e a confiança que têm nas notícias que vêm, uma das participantes afirma que, se encontrar primeiro a informação numa rede social vai confirmar a veracidade da mesma, no entanto, se a mesma notícia aparecer, por exemplo, no telejornal, confia que, à partida, é verdadeira. Quando questionadas sobre este mesmo facto, as restantes participantes afirmaram possuir um grau de confiança mais elevado para com os meios de comunicação tradicionais, mesmo que a informação que encontraram online seja partilhada por um amigo, familiar ou pessoa de confiança.

Falando especificamente sobre interesse político e, a consequente procura de informação sobre o tema, as intervenientes afirmam ser algo ao qual não dão muita importância no geral, sendo que a razão mais expressiva para que este desinteresse tome lugar, é o facto de não sentirem que as figuras políticas falem diretamente para elas e para a situação na qual se encontram inseridas: “Acho que não falam diretamente para nós, eu falo por mim que não dou muita importância”, afirma uma das participantes. No entanto, quando questionadas se este comportamento – de interesse e procura - se alterava dependendo das circunstâncias, nomeadamente se se alterou com as Eleições Presidenciais que ocorreram em janeiro de 2021, uma das participantes afirmou ter ido procurar sobre o desenvolvimento das campanhas e das medidas apresentadas pelos candidatos: “Eu por acaso na altura das eleições (presidenciais) fui procurar. (...) Fiquei interessada em saber quem é o nosso Presidente da República”. Ainda assim, todas as outras afirmaram não ter havido, da parte delas, qualquer tipo de procura, independentemente do contexto ou quadro político. Na introdução ao tema das Eleições Presidenciais de 2021, que serviu também de mote e fio condutor no decorrer de todo o focus group, considerou-se importante perceber a afluência por parte destas jovens às urnas. Desta

forma, quando questionadas se alguma das participantes tinha ido votar na mais recente eleição, a resposta foi, na totalidade, negativa, sendo que, entre as principais razões apresentadas para o facto de não o terem feito se prende com o facto de, passando a citar, “ser indiferente” e, no caso de 1 (uma) das participantes, por ainda não ter idade para votar.

Sendo as eleições presidenciais algo que ocupa um grande espaço na agenda mediática, foi perguntado às participantes se, ainda que sem procurar informação de forma propositada, uma vez que já foi esclarecido anteriormente que não o faziam, conheciam ou reconheciam pelo menos um dos candidatos políticos. A esta pergunta, a resposta foi, na maioria, positiva. No entanto, uma das entrevistadas afirmou não conhecer de todo os candidatos, uma vez que não vê televisão e que utiliza a internet apenas para “falar com a família e ouvir música”. Entre as restantes, foi possível perceber que, de uma forma indireta, se cruzaram digitalmente com informação acerca destas personalidades. Sendo que esta procura de informação não era intencional e que aparecia por via de outros perfis, nomeadamente de amigos ou familiares, uma das participantes afirmou que quando isso acontecia a passava automaticamente “à frente”, justificando esse mesmo comportamento pela seguinte razão: “Não gosto de políticos. Não gosto de pessoas que falam demais. Falam muito e não sabem o que dizem.”. A esta justificação seguiram-se duas semelhantes das restantes entrevistadas: 1) “Não cumprem aquilo que dizem.”; 2) “Eles falam por falar, não sabem o que dizem. (...) Falam, mas não fazem nada.”.

Numa tentativa de compreender, de forma mais profunda, as razões que levam a este antagonismo e desinteresse, completando o que já foi descrito acima, as participantes explicam que a falta de credibilidade e confiança assumem grande parte da responsabilidade. No entanto, no seguimento desta lógica, torna-se curioso observar que, para além destas duas razões que admitem ser as que têm mais expressão, as entrevistadas apresentam ainda grandes dúvidas sobre uma possível mudança no *status quo* (estado das coisas) e também sobre o poder da política em Portugal. Esta observação torna-se possível quando, no decorrer do focus group surge a questão da hipotética possibilidade de uma mulher assumir a Presidência da República e, se por isso, se sentiriam mais representadas, nomeadamente no que concerne às questões da maternidade, que lhes são mais próximas. Mais uma vez as opiniões convergem e, na sua maioria, as respostas apresentadas mostram uma crença muito reduzida numa possível mudança: 1) “Sinceramente acho que não ia mudar nada”; 2) “Acho que acabam todos por fazer o mesmo”; 3) “Era tudo igual porque a opinião não vem só deles [Presidente da República], vem de outras pessoas também”.

Quando questionadas sobre os assuntos que gostariam de ver em debate no espectro político ou que pudessem, eventualmente, aumentar os níveis de procura e interesse neste tipo de

temática, torna-se curioso concluir que, contrariamente às declarações anteriores, de descrença na mudança, a solução aqui passa, segundo as participantes, por rejuvenescer a ocupação dos cargos políticos. Ainda que com as próprias a demonstrarem durante toda a entrevista um desfasamento sobre a política, estas afirmam que: “toda a Assembleia da República devia mudar para a geração mais nova”, reconhecendo ainda, segundo uma das participantes, que um dos maiores problemas da democracia portuguesa é o facto da geração mais jovem não ter muita opinião: “A nossa geração não tem muita opinião e devia ter, pelo menos os que já têm 18 anos acho que já deviam ter a sua opinião. Mas praticamente não querem saber”. A juntar a esta afirmação, e em justificação do que foi explicado anteriormente, a entrevistada acrescenta ainda que, neste sentido, isto acontece porque os políticos “não ouvem (...) nem respondem às necessidades da população”, visão que se estende, mais uma vez, aos restantes elementos do grupo. Neste ponto torna-se ainda interessante confirmar a ideia de elitismo sentida pelas participantes, uma vez que, pelo que é possível constatar, há um forte sentimento de desigualdade que, na ótica destas mães adolescentes, é muito expressivo em Portugal, nomeadamente em matéria de apoios económicos e sociais e, há ainda uma forte sensibilização e aproximação face às questões do racismo: “Continua a haver muita injustiça com todos (...) Acho que eles governam para eles próprios”; “Tem muito racismo [Portugal], até eles são racistas [políticos], ajudam mais umas pessoas do que outras. Às vezes até ajudam quem não precisa, e depois quem precisa eles não ajudam”.

Reconhecimento das figuras políticas mais mediáticas nas eleições presidenciais 2021

Com o objetivo de corroborar o que foi exposto anteriormente e perceber se, mesmo não acompanhado propositadamente a informação política nos meios digitais, o reconhecimento visual de algumas figuras políticas que se encontraram na corrida à Presidência da República nas últimas eleições existia, foram mostradas 4 fotografias às participantes, nomeadamente do atual presidente, (1) Marcelo Rebelo de Sousa, da candidata (2) Ana Gomes, do candidato (3) André Ventura e da candidata (4) Marisa Matias.

Tal como era já antecipado, essencialmente pelo cargo de Presidente da República que ocupa desde 2016, a única figura a ser reconhecida de forma unânime foi a de Marcelo Rebelo de Sousa, uma vez que, para além de ocupar grande espaço na agenda mediática, que se veio a consolidar ao longo dos anos, é também uma figura com forte presença nas redes sociais e nos ecrãs televisivos. No entanto, foi possível perceber, no seguimento do focus group, que este reconhecimento não se prende única e exclusivamente com a imagem, mas também com ideais

e episódios concretos associados ao político. Quando questionadas sobre a percepção que têm sobre o atual Presidente da República, a resposta foi, mais uma vez, positiva e unânime. Nesta pergunta, relativa à percepção da figura de Marcelo Rebelo de Sousa, sucedeu ainda uma observação por parte de uma das participantes que levanta a questão do racismo na sociedade portuguesa. Automaticamente, depois de afirmar a simpatia que sente pelo Presidente da República, a participante reforçou ainda que, uma das razões que a leva a pensar de tal forma é por considerar que Marcelo Rebelo de Sousa vê e trata a população portuguesa toda por igual e, principalmente, por não ser racista, fazendo referência à visita que o presidente fez ao Bairro da Jamaica, em Lisboa: “Eu gosto dele, ele ajudou muita gente no bairro da Jamaica. Enquanto muita gente criticou ele foi lá pessoalmente ajudar. Eu tenho visto muito racismo, de toda a parte, e sei que ele não é racista”, afirma. De seguida, e por consequência da introdução deste tópico e da referência a este episódio em particular, todas as participantes reconhecem que a questão do racismo é algo a que dão bastante valor e que consideram ser um fator decisivo na política, para a escolha de um candidato, e inclusive para que procurem saber mais sobre o assunto.

Imediatamente no seguimento deste tema, e ainda antes de surgir a fotografia de André Ventura, uma das participantes fez uma referência ao político afirmando que, se este fosse eleito nas Presidenciais de 2021, seria algo que considera, passando a citar, “muito preocupante” uma vez que o associa diretamente “às questões do racismo e da homofobia”. Ainda que, tal como percebemos anteriormente, as participantes não acompanhem os políticos de perto, bem como a atividade mediática destes, afirmam que reconhecem o deputado do Chega uma vez que “aparece em todo o lado”. A acrescentar, uma das participantes afirma ainda: “Eu comecei a acompanhar [o percurso político] nas redes sociais e também no telejornal porque ainda estava em casa nessa altura”.

No mesmo seguimento, quando mostrada a fotografia da candidata Ana Gomes, que ocupou o segundo lugar nas Eleições Presidenciais de 2021, o reconhecimento foi menor. Aqui, duas das participantes não a reconheceram de todo e, uma das participantes que reconheceu, tinha a percepção de que a candidata seria de etnia cigana. Esta percepção por parte da entrevistada torna-se curiosa uma vez que resulta de uma declaração feita pelo candidato do Chega aos meios de comunicação social, quando este define a ex-diplomata como a “candidata cigana”, referindo que, em citação: “Numa certa metáfora, a Ana Gomes é a candidata cigana destas

Presidenciais”⁸. Este ponto é ainda importante de mencionar sendo que originou, mais uma vez, uma referência ao candidato André Ventura. Conhecido por fazer repetida referência à etnia, as participantes afirmam, neste seguimento, ter vivenciado experiências negativas ao longo dos tempos com estes grupos, sendo que uma das participantes declara: “Eles têm tudo e mesmo assim, por exemplo, há pessoas que estão à procura de casa há mais de um ano e os ciganos em menos de 1 mês têm uma casa. É medo? Acho que somos todos iguais”. Ainda, a mesma acrescenta: “A minha mãe está à espera há mais de quatro anos, e já tinha uma casa e os ciganos arrombaram a casa que supostamente não era para eles e ficaram lá”. Na mesma linha pensamento, outra das participantes adita: “Nós estamos a falar disso porque também aconteceu o mesmo com uma colega nossa aqui da associação. A Câmara deu-lhe uma casa, ela foi de fim de semana e os ciganos arrombaram a casa e ficaram lá a morar”. Assim, depois destes testemunhos, tornou-se relevante perceber se estas situações poderiam resultar num ponto de aproximação ao candidato. No entanto, sublinham que não o é e defendem que, para além dessas questões, é importante fazer uma separação clara das experiências que tiveram e das restantes ideologias que o candidato defende.

Já depois de terem sido feitas referências ao candidato do Chega, André Ventura, ao longo da conversa, foi então mostrada, na sequência das anteriores, a fotografia do político às participantes. Neste caso, e como já seria de prever pelas menções anteriores, 3 (três) das 4 (quatro) participantes reconheceram o deputado. Tal como se verificou nos outros casos, ainda que este conhecimento esteja presente, afirmam não seguir deliberada e propositadamente o trabalho do político.

Noutro ponto, quando mostrada a fotografia da candidata Marisa Matias e quando questionadas se reconheciam a figura política, duas participantes responderam afirmativamente e as outras duas responderam de forma negativa. Em ligação ao que já foi dito anteriormente, sobre o rejuvenescimento da política em Portugal, uma das intervenientes afirma que esta seria uma boa opção para a Presidência, nomeadamente por ser jovem: “Acho que lhe devíamos dar uma oportunidade para ela mostrar do que é capaz”. A par com esta afirmação, a outra entrevistada que reconheceu a figura política acrescenta: “Era dela que eu estava a falar [referência anterior], porque acho que ela é muito justa naquilo que diz”.

Depois de partilharem uma clara ideia de proximidade para com a candidata, nomeadamente por questões que lhes são mais familiares, acrescentam ainda que a reconhecem

⁸ Lusa. 08 de setembro de 2020. “Ana Gomes é a candidata cigana”, diz André Ventura. Disponível em <https://www.dn.pt/poder/ana-gomes-e-a-candidata-cigana-diz-andre-ventura-12701244.html>

dos vários meios de comunicação, quer tradicionais, quer digitais. Sem acompanhar propositada e assiduamente o desenvolvimento da campanha, as duas participantes afirmam que, principalmente nas redes sociais, foi através dos perfis de amigos ou pessoas próximas que a informação chegou, tal como já havia sido constatado anteriormente para a informação no geral. Aqui, torna-se curioso perceber que as jovens mães possuem uma certa ligação que justificam pelo facto de a candidata falar diretamente para “a população em geral”, excluindo a ideia de elitismo já referida. “Ela é muito feminista, muito defensora dos direitos das mulheres”, acrescenta ainda uma das participantes que se vê, de alguma forma, representada.

Candidatos	Reconhecem	Não reconhecem
Marcelo Rebelo de Sousa	4 participantes	0 participantes
Ana Gomes	2 participantes	2 participantes
André Ventura	3 participantes	1 participantes
Marisa Matias	2 participantes	2 participantes

Tabela 2: Reconhecimento das figuras políticas

Fonte: dados próprios

Ainda que com algum conhecimento sobre as eleições presidenciais e, nomeadamente os seus candidatos, como foi possível perceber até ao momento, quando questionadas se, em algum momento, foram procurar saber mais através dos perfis das redes sociais dos próprios, a resposta foi, mais uma vez, negativa. De entre as razões apresentadas, para além do que já foi exposto anteriormente, em particular as questões do desinteresse, as participantes relatam uma falta de confiança para com os perfis de figuras públicas, nomeadamente dos políticos. “Eu acho que eles nem têm um perfil nas redes sociais sequer, acho que é tudo falso.”, afirma uma das entrevistadas. Neste ponto é possível confirmar, tal como era o objetivo, que, a sensação de proximidade que poderia advir das redes sociais, não se verifica assim no que respeita às participantes deste focus group. Aqui, importa ainda sublinhar que existe uma demonstração clara, mais uma vez, da falta de credibilidade das redes sociais. Embora diariamente usadas pelas participantes, e como já constatamos em afirmações anteriores, nomeadamente quando abordada a questão das *fake news*, há uma lacuna na confiança quer em perfis de figuras

políticas, quer em qualquer outra figura mediática, uma vez que as participantes têm presente que estes não são originalmente utilizados pelos próprios.

Por fim, e de forma a terminar a análise deste focus group para, assim, seguir para a discussão dos resultados e conseqüente conclusão, importa perceber quais as questões e os temas que se encontram presentes no dia-a-dia destas jovens, e que se podem considerar determinantes para o seu comportamento e participação cívica, bem como, quais os problemas que gostariam de ver debatidos e resolvidos em Portugal. Ainda que reconheçam o apoio que recebem por parte da associação onde se encontram a viver, afirmam que o processo de saída e ganho de autonomia se torna muito complexo pelo custo de vida e, na grande maioria dos casos, representa mesmo um entrave para esta progressão. De encontro ao que já foi referido anteriormente, na questão da habitação social, as participantes sentem essencialmente muita dificuldade em arranjar um emprego que permita pagar a renda mensal de um imóvel: “As rendas são muito altas, nós recebemos um ordenado e depois vai logo para a casa, e o resto?”. No entanto, fazem questão de sublinhar que, no geral, é essencial “ajudar as mães jovens”, afirmando essa questão como um dos problemas que mais gostariam de ver resolvido em Portugal ou, pelo menos, discutido. “Durante 6 meses continuamos com o apoio daqui [alimentação, fraldas, produtos necessários, e outros], mas se falarmos de mães que estão lá fora, que não conseguem vir para uma Associação destas e que não têm família, muitas vivem na rua. Acho que deviam ser mais ajudadas.”

Capítulo 5 - Discussão dos resultados

No presente capítulo será então feita aquela que é a parte mais explicativa e concentrada desta dissertação. Aqui, o objetivo é o de cruzar toda a informação apresentada anteriormente, ou seja, fazer uma relação direta entre o que foi exposto na revisão da literatura e o que foi recolhido e analisado com a realização do focus group.

Na parte inicial deste capítulo torna-se pertinente fazer uma revisão global do objeto de estudo e do que foi anunciado inicialmente. Esta dissertação examinou empiricamente os comportamentos de um determinado grupo – mães adolescentes de classes populares -, face à digitalização da política, mais concretamente, face à procura e utilidade de informação política nas redes sociais. Aqui, e tal como já foi dito, importa rever mais uma vez os objetivos iniciais para que se possa fazer uma discussão clara. Entre estes: 1) explorar este grupo, em geral menos estudado, e perceber se as redes sociais e as plataformas digitais são ou não uma das ferramentas

usadas por este público para se informar politicamente; a) se sim, observar quais são as que mais utilizam para o fazer; b) se não, perceber através de que outros meios é que obtém essa informação, ou se não a obtém de todo; 2) compreender se esta nova forma de interação e ainda participação política está a criar, ou não, maior interesse por parte destas jovens relativamente ao domínio político; 3) perceber, caso o façam, se as participantes procuram de forma autónoma a informação, e se sim, se o fazem frequentemente ou só em momentos específicos – como nas Eleições Presidenciais de 2021; 4) entre os objetivos, estava também o de compreender qual é a utilidade que dão posteriormente à informação que recolhem, o que percebemos não acontecer e, por tal não se aplicar então uma resposta; 5) por fim, o último objetivo é o de contribuir para o conhecimento das práticas de informação e participação política deste grupo populacional.

Perante o que foi sendo descrito, há resultados e conclusões que são um tanto ou quanto lineares e que, ao longo de toda a dissertação se tornaram bastante claros. De acordo com o que foi inicialmente considerado por vários autores e académicos na revisão da literatura, é certo, tal como pudemos confirmar com a realização deste estudo, que as desigualdades socioeconómicas são um fator que impulsiona e influencia fortemente a relação entre o cidadão e a política. Em primeira instância, e entre o que foi possível analisar do focus group realizado, podemos afirmar que não existe, de facto, por parte deste grupo, níveis de interesse elevado quanto à questão política e, em específico, no que respeita à procura de informação. No entanto, e começando esta discussão de resultados pela questão inicial do guião aplicado, neste caso, é importante descartar o facto do grupo em questão não ter acesso aos meios digitais, nomeadamente smartphones e computadores, uma vez que, tanto na associação em que se encontram, como a título pessoal, estes dispositivos se encontram assegurados. Este ponto torna-se pertinente e vai de encontro ao que foi discutido na revisão da literatura uma vez que, nos dias de hoje, os dispositivos tecnológicos criam uma espécie de estatuto social e, sem acesso a esses, pode haver uma exclusão (Dijk, 2019, p. 28). Para além deste fator, todas as participantes possuem e utilizam com frequência a outra variável presente e discutida nesta dissertação, as redes sociais. Dentro desta utilização destacam-se essencialmente duas – Instagram e Whatsapp – que são, curiosamente, duas plataformas que em Portugal ainda se encontram a ganhar terreno no plano da comunicação política, contrariamente ao Facebook que já tem vindo a consolidar esse caminho. Importa, a partir deste ponto, perceber então o que é que motiva este desinteresse.

Como foi notado na revisão da literatura, Maria José Brites e Maria Cristina Ponte (2012) reconhecem o potencial que a internet, e as redes sociais em particular, têm na questão da comunicação e participação política. No entanto, sugerem também outros aspetos que podem

interferir nesta participação e que se vêm a confirmar com os resultados deste trabalho. Entre os que são anunciados pelas autoras, há dois fatores que estão nitidamente presentes aqui: 1) o sentimento de não representatividade no espectro político e a 2) complexificação do discurso que se torna, a certo ponto, inacessível e desmotivante. No seguimento desta ideia, e sustentadas por estudos anteriores, as autoras revelam que inserir os jovens em “designações geracionais independentemente dos contextos” se revela algo falacioso, “uma vez que as gerações são condicionadas por fatores estruturais, entre eles políticos, socioeconómicas e culturais, para além das próprias infraestruturas tecnológicas e das condições de acesso, como os locais onde se acede, os meios de que se dispõe ou a frequência dessa prática” (Brites e Ponte, 2012, p. 11).

A par com o estudo desenvolvido por Anne Geniets (2010), aplicado no Reino Unido e referido na revisão da literatura, também na presente dissertação foi possível compreender que existe uma relação direta entre os sentimentos de eficácia política e as perceções de capacidade de resposta das instituições políticas. Aplicado ao mesmo público alvo, mas em contexto internacional, outra das conclusões a que o estudo chegou e que se confirma também no presente trabalho, foi a de que a forma de interação e reação das figuras políticas condiciona, posteriormente, o interesse e participação cívica. Desta forma, como confirmado pelos testemunhos das participantes e pelo que já foi referido no capítulo anterior, há, para estas jovens, o sentimento presente de que a oratória empregue e utilizada na comunicação política, para além de não lhes ser dirigida, por não consagrar aquelas que são as suas necessidades, é ainda relativamente complexa. Assim, estes fatores impulsionam, mais uma vez, uma falta de motivação para procurar ou obter informação política, quer seja através das redes sociais ou de outro meio de comunicação.

Outro dos aspetos que não foi muito desenvolvido, mas que faz sentido referir agora de forma mais aprofundada na discussão dos resultados uma vez que se constatou com o presente trabalho, é o das desigualdades sociais no panorama educacional e a influência que têm no comportamento aqui estudado. Referiu-se na revisão da literatura que, no contexto português, é o fator da escolaridade que se reflete como o mais determinante para a justificação da divisão digital (Lapa, Vieira, Azevedo e Cardoso, 2018). Entre outras questões decisivas que as participantes têm em comum, uma delas é, de facto, a baixa escolaridade não chegando a atingir a escolaridade obrigatória com percursos marcados pelo insucesso e pela integração em vias

profissionais como os cursos CEF (Curso de Educação e Formação)⁹, dirigidos a jovens que não completaram a escolaridade, com currículos mais flexíveis e de cariz profissionalizante permitindo o acesso a um certificado de equivalência escolar e/ou certificação profissional. Ainda que ao longo dos últimos anos o sistema educativo português tenha apresentado melhorias significativas em termos de inclusão de novas faixas etárias e novos grupos sociais, tal evolução não representou diretamente uma redução drástica de insucesso e abandono escolar em determinados grupos sociais (Diogo e Diogo, 2013, p. 1). Ainda a corroborar esta afirmação temos o exemplo do presente estudo sendo que, principalmente pelas circunstâncias da vida familiar e da maternidade, as participantes viram o seu percurso escolar ficar interrompido muito cedo, podendo então haver uma relação causa-efeito entre a falta de interesse ou motivação, participação e consecutivamente, procura de informação política.

Neste momento já é possível então dar resposta aos primeiros objetivos propostos e concluir que as redes sociais não são uma ferramenta de procura de informação política utilizada por este grupo em específico, uma vez que tal procura não se concretiza. No entanto, não é possível afirmar que as participantes não utilizam de todo as plataformas ou meios digitais quando procuram outro tipo de informação, uma vez que afirmam, na generalidade, recorrer ao motor de busca Google quando se deparam com alguma questão. Ainda assim, este tópico não se encerra aqui e, tal como é comum no método de investigação usado, surgem no seu decorrer outras considerações importantes. Mesmo não utilizando as redes sociais de forma propositada para procurar informação, à exceção de uma das participantes que afirma, ainda que momentaneamente, ter tido curiosidade no contexto das Eleições Presidenciais 2021, a verdade é que admitem que esta, por partilhas de terceiros, aparece com alguma recorrência, podendo desta forma ser possível afirmar que o conhecimento que têm provém de forma indireta.

Entrando novamente no campo da literacia digital, que é aqui muito importante, as participantes afirmam encontram-se familiarizadas com o conceito de *fake news* e, quando questionadas sobre este mesmo facto, podemos observar que apresentam alguma dificuldade em credibilizar o que leem nas redes sociais, ao passo que, se a informação for transmitida e divulgada num meio de comunicação tradicional ou, por exemplo, no telejornal, assumem *a priori* que é verdadeira e fidedigna. De encontro a esta ideia, importa referir que a informação que provem das redes sociais, muitas vezes por não ser mediada é, mais facilmente, alvo de

⁹ Mais informação pode ser consultada na legislação: Despacho Conjunto n° 453/2004, DR 175, SÉRIE II, de 27 de Julho Regulamenta a criação de Cursos de Educação e Formação com dupla certificação escolar e profissional, destinados preferencialmente a jovens com idade igual ou superior a 15 anos.

deturpações. Desta forma, os níveis de competência e seleção da informação têm de ser necessariamente mais rigorosos. Estas afirmações vêm comprovar o que é explicado por Van Dijk (2005 citado por Lapa et al., 2018), referido na revisão da literatura, quando afirma que comparando o uso dos media tradicionais e dos novos media, as diferenças podem ser mais severas nos digitais, uma vez que a sua utilização requer novas competência e estratégias de procura de informação, bem como, avaliações mais críticas, que têm necessariamente de ser munidas de conhecimento prévio, para credibilizar o conteúdo. Aqui, também de forma a sustentar a ideia da divisão digital, que não acontece única e exclusivamente por falta de acesso, é necessário olhar para as duas vertentes da mesma questão. Se, por um lado, as redes sociais vieram efetivamente dar palco ao debate e à partilha de opiniões e ideias, de forma a que os cidadãos intervenham e participem de forma mais ativa, por outro, não é possível assumir, tal como verificamos no presente trabalho, que por haver a possibilidade de uma maior aproximação entre o político e o cidadão através destas plataformas, a participação se torna equitativa, uma vez que existem outros indicadores que a vêm influenciar (Contreias, 2012).

Outro dos resultados que foi possível apurar ao longo desta dissertação, e que se torna sobretudo pertinente por dar, em parte, resposta à forma como estas jovens olham para a política, é o facto de haver uma descrença na participação política, na medida em que acreditam que a intervenção ou participação que poderão ter, a nível social e político, em nada mudará o *status quo*. Esta afirmação pode ser sustentada pela ideia que defende que “o afastamento dos cidadãos e cidadãs traduz uma relação de desigualdade em que o poder é exercido independentemente da intervenção dos atores sobre os quais recaem as medidas legisladas” (Contreias, 2012, p. 154).

Apesar da capa de indiferença presente nas declarações destas participantes, maioritariamente justificado por considerarem as figuras políticas “todas iguais”, e por acreditarem que estes “falam, mas pouco fazem”, é possível, no entanto, afirmar que há um interesse medido pelo reconhecimento de alguns políticos que aumenta quando estes se aproximam, nomeadamente através dos ideais que representam e das atitudes que têm, da realidade social destas jovens mães. Esta afirmação pode ser confirmada, segundo o focus group realizado, no caso da referência ao atual Presidente da República, Marcelo Rebelo de Sousa, mais concretamente à sua visita ao bairro da Jamaica, no Seixal. Ainda a corroborar esta mesma ideia, é possível observar este mesmo reconhecimento no caso da referência à deputada Marisa Matias, quando esta fala de temas que lhes são familiares, nomeadamente nos direitos das mulheres, do racismo, da imigração, da violência, ou outros que muitas vezes vão de encontro à realidade em que estas jovens se encontram ou, em tempos, já se encontraram. Desta forma,

estes são os dois exemplos mais significativos que comprovam, em parte, que este distanciamento político e informacional, poderá justificar-se com questões de representatividade ou, neste caso, e na perspetiva das participantes, falta dela.

Capítulo 6 - Conclusões

A presente dissertação procurou debruçar-se sobre a procura e o consumo de informação política nas redes sociais por parte de uma fração populacional mais vulnerável, mães adolescentes de classes populares. Apesar de tudo o que foi referido até ao momento, é importante sublinhar que o presente trabalho apresenta também algumas limitações, nomeadamente em termos de representatividade da amostra selecionada. Como já foi sendo exposto em capítulos anteriores, o focus group realizado para dar resposta às questões que se impunham contou apenas com 4 (quatro) participantes e, ainda que não consagre nenhum impedimento para a realização do mesmo, uma vez que se encontra sustentado por base científica e literária, e tendo em conta a especificidade do grupo, não pode ser considerado representativo se o quisermos aplicar e usar como justificação para toda a relação entre a comunicação e informação política e divisão digital. No entanto, como a opção passou pela escolha de uma associação específica que atua neste domínio de ação social – Associação Humanidades -, em que as participantes se encontram a partilhar o mesmo contexto e o mesmo espaço físico, considerou-se que os resultados se apresentaram de valor acrescentado para reflexões e mudanças futuras, por questões de homogeneidade, nomeadamente no que diz respeito às causas e fatores que conduzem a uma desconexão política.

Chegados ao último capítulo deste trabalho, é possível afirmar que, para além dos objetivos propostos inicialmente, existem ainda outras considerações que são importantes reter. Independentemente da resposta à questão inicial “As mães adolescentes de classes populares em Portugal utilizam as redes sociais para obter informação política? E qual é a utilidade dessa informação para elas?”, ser, neste caso em concreto, essencialmente negativa, não se encerra em si própria. Ora, é necessário elencar neste ponto, a que outras conclusões é que foi possível chegar uma vez que, esta falta de interesse e motivação, no que respeita ao plano político, se encontra, de certa forma, justificada pelas participantes.

É notório que, quer seja através dos meios de comunicação tradicionais, quer seja através dos novos meios de comunicação – nomeadamente as redes sociais, a informação e comunicação política não chega de forma eficaz a este grupo de mães adolescentes e, por

consequência, estas percecionam a política institucional como algo que é distante e irrelevante para as suas vidas. No entanto, ainda que de forma deficitária e não autónoma, há efetivamente informação e comunicação que circula neste núcleo e que dota estas participantes de uma opinião. Foi possível concluir que, principalmente através da informação que absorvem por terceiros, nomeadamente partilhas de amigos, estas jovens formam juízos de valor e constroem ideias e perceções sociopolíticas. Outro dos fatores que leva a esta formulação de opinião é o da política de proximidade social e reconhecimento que as jovens solidificam os seus conhecimentos e fazem observações sobre as figuras políticas, veja-se o caso do bairro da Jamaica e do comportamento dos atores políticos – uma constatação muito interessante que resultou do presente estudo. A par com a questão da representatividade, que ficou claro não existir para estas jovens, quando há uma aproximação de um político aquela que é a realidade social das participantes, há também um aumento nos níveis de empatia. A ideia de representatividade pode também se observada pela ótica do género e da sua interseção com a idade. As entrevistadas reconhecem na candidata presidencial mais jovem – Marisa Matias - uma maior proximidade e uma ideia de representação política expressa por afirmações sobre o ativismo feminista e o maior interesse pelos problemas das mulheres e, em particular, das mães jovens.

Contudo, relativamente às redes sociais, as respostas e declarações das participantes sugerem que existe uma utilização das plataformas digitais, em específicos do Instagram e Whatsapp, no contexto das suas práticas socioculturais – para contactar a família e amigos -, ligando desta forma a vida pessoal às estruturas sociais, políticas e culturais, ainda que indiretamente e sem o intuito primeiro de se informarem.

Olhando para o que foi discutido, não é possível afirmar que exista uma participação política ativa por parte destas jovens, no entanto, não se pode concluir que o conhecimento das figuras políticas e do seio político no geral seja inexistente. Tal como foi possível verificar, não só pelo reconhecimento das fotografias, mas também por intervenções espontâneas que surgiram ao longo da conversa, há de facto algum conhecimento sobre a matéria, tendo em conta que ficou claro que a procura de informação não acontecia de forma autónoma nem mesmo em momentos específicos, à exceção de uma das participantes que afirmou, por curiosidade, ter pesquisado sobre as Eleições Presidenciais de 2021.

De uma forma geral, relativamente às contribuições da dissertação, este estudo veio demonstrar que o desinteresse revelado pelas participantes ao longo do seu percurso pessoal e, nomeadamente, com consequências e reflexões para as suas práticas do dia-a-dia, não pode ser entendido única e exclusivamente como uma forma de apatia para com as instituições políticas

e, em grande escala, para com a democracia. No entanto, e pelo contrário, é necessário observar estes resultados como uma necessidade de impulsionar a mudança para práticas futuras e, essencialmente mais inclusivas a nível social. Ainda que em termos de acesso material aos meios digitais não tenham sido percecionadas quaisquer dificuldades, existem ainda outras condicionantes que se consideram determinantes para este comportamento. Entre estes, e como foi sustentado pela revisão da literatura e, de seguida, comprovado pela aplicação do focus group, os níveis de escolaridade, que condicionam, direta ou indiretamente, uma seleção mais aprofundada da informação, a questão da exclusão económica e social e, por fim, a falta de representatividade que é sentida, bem como, o sentimento de incapacidade para fazer a diferença.

Posto isto, resta acrescentar que é pertinente olhar para os grupos mais vulneráveis de forma individualizada, tentando compreender as razões que poderão levar a uma apatia política, não generalizando a juventude. Assim, e se possível, uma readaptação da comunicação política e da forma como a informação é transmitida, quer seja através dos meios de comunicação tradicionais, quer seja através dos novos meios, bem como uma readaptação do comportamento das figuras políticas, poderá ajudar a dissipar o fosso que existe ao nível da participação cívica. Também como já foi sendo referido ao longo do texto, e de acordo com as relações que resultaram da realização do focus group e do que foi exposto pelas participantes, aqui, a política de aproximação, por via de medidas concretas e ideologias, ou por via de referência e presença em espaços físicos comuns aos destas jovens por parte das figuras políticas, poderia ser um fator determinante para captar a atenção deste público-alvo.

Referências Bibliográficas

- Alves, N.A., Nico, M., Cairns, D. (2018). Jovens portugueses na Europa: desigualdades de transições, de participação e de mobilidade. In *Desigualdades Sociais - Portugal e a Europa*. (pp. 149–164).
- Bardin, L. (2012). *Análise de Conteúdo*. Almedina: Brasil.
- Berger, A. A. (2018). *Media and communication research methods: An introduction to qualitative and quantitative approaches*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Brites, M. J. (2010). Jovens (15-18 anos) e informação noticiosa: a importância dos capitais cultural e tecnológico. *Estudos em Comunicação*, n.º 8.
- Brites, M. J., & Ponte, M. C. M. D. (2012). Pesquisando a construção da política por jovens, *Em Debate*, Belo Horizonte, v.4, n.8, p.8-18.
- Canavilhas, J. (2009). A comunicação política na era da internet. In VIII Congresso Lusocom. Labcom.
- Castells, M. (2006). A Sociedade em Rede: do Conhecimento à Ação Política. *Ciências da Informação*.
- Castells, M. (2007). Communication, Power and Counter-power in the Network Society. *International Journal Of Communication*, 1: 238-266.
- Contreiras, P. (2012). Deputadas parlamentares e redes sociais—o mito das redes como facilitadoras de proximidade entre os políticos e os cidadãos. *Media & Jornalismo*, (21), 145-158.
- Corbin, J. & Strauss, A. (2014). *Basics of Qualitative Research*. SAGE Publications.
- Correia, J. C., Ferreira, G. B., & Santo, P. E. (2010). Conceitos de comunicação política. *Covilhã: LabCom*.
- da Costa, A. F., & Mauritti, R. (2018). Classes sociais e interseções de desigualdades. In *Desigualdades Sociais - Portugal e a Europa*. (pp. 109–129).
- D.T. Anderson, J.C. Bezdek, M. Popescu, and J.M. Keller (2010), “Comparing Fuzzy, Probabilistic, and Possibilistic Partitions”, *IEEE Transactions on Fuzzy Systems*, 18(5), 906-918.
- Diogo, A. M., & Diogo, F. (2013). Desigualdades no sistema educativo: percursos, transições, contextos. *Mundos Sociais*.
- Ferreira, G. B. (2011). Democracia digital e participação política: o acesso e a igualdade na deliberação online. *Media & Jornalismo*, 18(10), 46-61.
- Frenette, M., & Vermette, M. F. (2013). Os jovens adultos e a esfera pública digital: uma perspectiva intercultural. *Comunicação e Sociedade*, 23, 14–35.
- Geniets, A. (2010). Lost in translation: Why civic online efforts in Britain have failed to engage young women from low socioeconomic backgrounds. *European Journal of Communication*, 25(4), 398–412.
- Habermas, J. (2006). Political communication in media society: Does democracy still enjoy an epistemic dimension? The impact of normative theory on empirical research. *Communication Theory*, 16(4), 411– 426.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New media Collide*. New York and London, New York University Press.
- Krueger, R. e Casey, M. (2015) *Focus Groups: A Practical Guide for Applied Research*. Sage Publications, Thousand Oaks, CA.

- Kubitschko, S., & Kaun, A. (eds). (2016) *Innovative methods in media and communication research*. Cham: Palgrave Macmillan.
- Lapa, T., & Vieira, J. (2019). Divisões digitais em Portugal e na Europa: Portugal ainda à procura do comboio europeu?. (21), 62-82.
- Lapa, T., Vieira, J., Azevedo, J., & Cardoso, G. (2018). As desigualdades digitais e a sociedade portuguesa. Divisão, continuidades e mudanças. In *Desigualdades Sociais - Portugal e a Europa* (pp. 257–270).
- Lévy, P. (1999). *Cibercultura*. Editora 34.
- Lilleker, D. (2006). *Key Concepts in Political Communication*. SAGE Publications.
- Loader, B. D., (2007), *Young Citizens in the digital Age – Political engagement, young people and new media*, Routledge, London and New York.
- Lobo, M. C., Ferreira, V. S., & Rowland, J. (2015). Emprego, Mobilidade, Política e Lazer: situações e atitudes dos jovens numa perspetiva comparada.
- Magalhães, P., & Moral, J. S. (2008). Os jovens e a política: Um estudo do Centro de Sondagens e Estudos de Opinião da Universidade Católica Portuguesa. *Cesop*, 1–52.
- McNair, B. (2011). *An introduction to political communication*. Routledge.
- Morgan, D. L., & Krueger, R. A. (1998). *The focus group guidebook*. Sage.
- Pais, J. M. (1990). A construção sociológica da juventude—alguns contributos. *Análise social*, 139-165.
- Pereira, V. B. (2005). *Classes e Culturas de Classe das Famílias Portuenses*. Edições Af.
- Ponte, C., & Azevedo, J. (2011). Inclusão e participação digital: Desafios de um projeto de investigação. *Revista Media & Jornalismo*, 10(19), 9–14.
- Rabiee, F. (2004). Focus-group interview and data analysis. *Proceedings of the nutrition society*, 63(4), 655-660.
- Salgado, S. (2005). A comunicação do poder ou o poder da comunicação. *Media & Jornalismo*, 7(7), 79–94.
- Sanders, L. M. (1997). Against deliberation. *Political theory*, 25(3), 347-376.
- Santos, S. C., & Bicho, C. P. (2016), Eleições autárquicas 2.0: análise das estratégias de comunicação online de candidatos, partidos e movimentos independentes. *Sociologia, Problemas e Práticas*, (81), 189-210.
- Sebastião, S. P., & Lourenço, J. (2016). As fontes de informação digitais sobre política: estudo exploratório com jovens adultos portugueses. *Observatório (OBS*)*, 10(1).
- Short, S. E. (2006). Focus groups: Focus group interviews. In *A handbook for social science field research: Essays & bibliographic sources on research design and methods*, 104-117.
- Treadwell, D., & Davis, A (2016) *Introducing communication research: Paths of inquiry*. Thousand Oaks: SAGE Publications, 3ª ed.
- Van Dijk, Jan. (2020). *The digital divide*. Cambridge, UK
- Vicente, F. C. (2012), *Política Mediatizada: A Televisão e a Configuração do Dispositivo de Comunicação Política*. Working Paper Observatório Político.

Anexos

Anexo A – Guião do focus group

Pré-discussão - Bom dia/boa tarde. Bem-vindas a esta sessão. O meu nome é Natacha Adro e sou estudante de mestrado no Iscte. Quero agradecer-vos por se juntarem a nós para responder a algumas questões e, no fundo, ter uma conversa “informal” sobre as redes sociais, a sua utilização e a política. Aqui, não há respostas certas ou erradas, qualquer informação ou ideia que considerem importante acrescentar ou que sintam que, de alguma forma, faz sentido para a conversa é sempre bem-vinda. Qualquer experiência passada ou presente é muito útil e contributiva.

De uma forma genérica, o pretendido com este trabalho é analisar os comportamentos de um determinado grupo da população portuguesas, vocês, face à questão da política nas redes sociais, nomeadamente à informação que delas retiram (ou não).

Sabendo que os meios de acesso são ainda limitados a uma parte da população, e que são também um grande veículo de informação, tenho como um dos objetivos perceber de que forma é que estas desigualdades podem afetar (no campo social e político) a vida destas jovens.

Este visa compreender se o grupo em particular está ou não a utilizar as redes sociais para obter essa informação e, se sim, de que forma é que o estão a fazer. Por fim, o objetivo é também o de contribuir para o conhecimento deste tipo de práticas e participação deste grupo populacional, em geral menos estudado.

Questões

- 1) De uma forma geral, acham que o acesso à Internet e às redes sociais é facilitado?
(Universal)

- 2) O que acham das redes sociais? Usam-nas no vosso dia-a-dia?



- a) Estes logotipos são vos familiares?
 - b) Entre o Facebook, Instagram, WhatsApp ou qualquer outra que utilizem (caso o façam), qual é a que mais gostam/usam? Porquê?
- 3) Cada vez se dá mais importância às redes sociais. Estas são, atualmente, um instrumento de trabalho para muitas pessoas e há, por exemplo, jornais que só existem no digital (online). Acham que isso é algo negativo para quem não tem acesso a estes meios?
- 4) Há mais de um ano que estamos em contexto de pandemia, com a covid-19. Todos os dias se fala sobre as medidas de restrição e do que se pode ou não fazer. Sendo isto algo que, obviamente, também vos afeta, se precisarem de procurar alguma informação sobre o assunto, a que meio recorreriam mais rapidamente?
- a) Porquê? E isto aplica-se a qualquer informação que precisem ou que queiram procurar?
- 5) As redes sociais, as notícias e a informação que é passada através destas mesmas redes gera, por vezes, muita dúvida e desconfiança. As notícias falsas e a credibilidade das fontes são questões muitas vezes levantadas. Para vocês, e na vossa opinião, se virem uma notícia, por exemplo no telejornal, consideram-na mais séria do que se virem a mesma notícia numa rede social? Porque é que acham que isso acontece?
- 6) A política e as notícias sobre política é algo que vos interesse no vosso dia-a-dia? Ou é algo que procuram saber mais em momentos específicos?
- 7) Há várias formas de procurar informação sobre qualquer tipo de assunto. A título de exemplo, recentemente, alguns programas de humor, nomeadamente o do Ricardo Araújo

Pereira, têm feito muito sucesso porque conseguem descomplicar alguns temas. Achem que a forma como os políticos ou os jornalistas falam e comunicam não acessível, ou não é perceptível para todos?

a) Isso pode ser uma das razões que leva ao desinteresse?

8) Muito recentemente, em janeiro, tivemos eleições presidenciais, e muito se escreveu sobre os candidatos e os debates nas redes sociais e nos canais de comunicação mais tradicionais, como a televisão ou a rádio.

a) Foi algo que acompanharam?

b) Algum candidato se tornou, na vossa perspetiva, mais mediático?

Reconhecimento dos principais candidatos às Eleições Presidenciais 2021



9) Marcelo Rebelo de Sousa

a) Conhecem, é-vos familiar?

b) Sabem o cargo que ocupa ou o que faz?

c) Esta é uma figura que se lembram de ter visto na campanha eleitoral das presidenciais?



10) André Ventura

- a) Conhecem, é-vos familiar?
- b) Sabem o que faz?
- c) Esta é uma figura que se lembram de ter visto na campanha eleitoral das presidenciais?
Nas redes sociais ou na televisão?



11) Ana Gomes

- a) Conhecem, é-vos?
- b) Sabem o que faz ou reconhecem-na de algum lado?
- c) Esta é uma figura que se lembram de ter visto na campanha eleitoral das presidenciais?



12) Marisa Matias

- a) Conhecem, é-vos familiar?
- b) Sabem o que faz ou reconhecem-na de algum lado?
- c) Esta é uma figura que se lembram de ter visto na campanha eleitoral das presidenciais?

13) Já visitaram o perfil de alguma destas pessoas nas redes sociais?

14) Comentaram algum destes políticos, ou alguma situação que os tenha envolvido, com alguém que conheçam?

15) Estas mulheres representam, para vocês, alguma proximidade com a política?

- a) O facto de serem mulheres transmite-vos alguma representatividade?

16) Açam que algum destes candidatos fala “diretamente” para vocês? A pensar no tipo de necessidades que têm ou apoios que precisam?

17) Gostariam de acrescentar alguma coisa ao que foi aqui falado? Alguma questão que queiram desenvolver de forma mais aprofundada ou que faça sentido para vocês partilhar?

Agradecimentos - Serão feitos os agradecimentos a todas/os as/os presentes pela amabilidade de participarem neste focus group, assim como pelo tempo que despenderam com o mesmo.