

iscte

INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA

Jovens de direita radical e militância web na rede social X: o caso português

Maria Beatriz Simões André

Mestrado em Sociologia

Orientador:

Doutor Riccardo Marchi, Investigador Integrado,
CEI – ISCTE – Centro de Estudos Internacionais (ESPP)

março, 2025



SOCIOLOGIA
E POLÍTICAS PÚBLICAS

Departamento de Sociologia

Jovens de direita radical e militância web na rede social X: o caso português

Maria Beatriz Simões André

Mestrado em Sociologia

Orientador:

Doutor Riccardo Marchi, Investigador Integrado,
CEI – ISCTE – Centro de Estudos Internacionais (ESPP)

março, 2025

Resumo:

O crescimento da Internet como principal plataforma de mobilização política permitiu que movimentos de extrema-direita ganhassem visibilidade e promovessem as suas agendas a uma escala global. Em Portugal, onde os movimentos de direita radical historicamente ocupavam uma posição marginal, verificou-se nos últimos anos um aumento da sua presença, especialmente entre jovens ativistas que utilizam as redes sociais.

Este estudo foca-se na militância juvenil de direita radical portuguesa online, investigando as clivagens sociopolíticas que moldam a sua mobilização e interação. A investigação identificará até dez dos ativistas mais relevantes na rede social X, anteriormente denominada *Twitter*, selecionados com base na densidade das suas redes de interação e na produção de conteúdos durante a campanha para as eleições legislativas de 2024. Os ativistas serão escolhidos entre diferentes partidos e movimentos da direita radical, incluindo independentes, de modo a mapear a diversidade dentro desta esfera.

A investigação visa analisar as saliências dos temas principais nos *posts* partilhados por estes ativistas e as diferentes posições assumidas através da interação mútua. Ao examinar estes comportamentos online, esta investigação pretende contribuir para uma compreensão mais profunda dos processos de radicalização juvenil *online* e das divisões sociopolíticas que impulsionam o crescimento da extrema-direita em Portugal.

Palavras-chave: direita radical, militância online, radicalismo juvenil, redes sociais, Chega

Abstract:

The rise of the Internet as a primary platform for political mobilization has enabled far-right movements to gain visibility and promote their agendas on a global scale. In Portugal, where radical right movements have historically been on the fringe, recent years have seen a growing presence, particularly among youth activists using social media.

This study focuses on the online militancy of Portuguese radical right youth, investigating the socio-political cleavages that shape their mobilization and interaction. The research will identify up to ten of the most relevant activists on the social network X, formerly known as Twitter, selected based on the density of their interaction networks and content production during the 2024 legislative election campaign. Activists will be chosen from different radical right-wing parties and movements, including independents, to map the diversity within the online radical right sphere.

The research aims to analyze the salience of key themes in the posts shared by these activists and the different positions they adopt through mutual interaction. By examining these online behaviors, this research seeks to contribute to a deeper understanding of the processes of online radicalization among youth and the socio-political divisions driving the growth of the far-right in Portugal.

Keywords: radical right, online militancy, youth radicalism, social media, Chega

Índice

Introdução	1
Capítulo 1. Enquadramento Teórico	3
1.1. A direita radical populista	3
1.2. A oferta política da direita radical	4
Capítulo 2. Jovens e ativismo	5
Capítulo 3. Redes sociais	9
3.1. O caso do Chega	10
3.2. Rede Social X	12
Capítulo 4. Metodologia	15
4.1. Limitações metodológicas	16
Capítulo 5. Análise e Discussão de Resultados	19
5.1. Participação no X	19
5.1.1. Análise de tweets	20
5.2. Análise de conteúdo das entrevistas	33
Conclusões	43
Referências Bibliográficas	47
Anexos	51
Anexo A. Guião de Entrevista	51

Introdução

A emergência e expansão da Internet como principal plataforma de comunicação e mobilização política tem transformado profundamente a dinâmica dos movimentos sociais e ideológicos. A facilidade de difusão de ideias e o alcance potencialmente ilimitado da rede têm permitido que grupos políticos, sobretudo aqueles que se encontram em margens ideológicas, se organizem e promovam as suas agendas com uma visibilidade inédita (Caiani, 2017).

Nos últimos anos, a direita radical, em particular, tem utilizado este meio para galvanizar o apoio, recrutar novos membros e difundir discursos polarizadores.

Este fenómeno não tem passado despercebido em Portugal, onde a direita radical tem vindo a ganhar terreno, com o partido político Chega a tornar-se na terceira força política com mais expressão, desde 2019 (Marchi & Zúquete, 2024).

As redes sociais desempenham um papel central neste processo, permitindo que ativistas construam comunidades virtuais, ampliem o seu alcance e disseminem mensagens de contestação ao *status quo*. A rede social X, anteriormente *Twitter*, tem-se destacado como um dos principais espaços de mobilização política para diferentes grupos ideológicos, oferecendo uma plataforma onde o discurso político de direita radical encontra ressonância, especialmente entre os mais jovens. Esta nova geração de militantes tem vindo a explorar as potencialidades da Internet para promover ideais ultranacionalistas, populistas e contrários à imigração, enquanto se posicionam contra as elites políticas e económicas tradicionais.

Este estudo centra-se precisamente na análise da militância juvenil de direita radical portuguesa na Internet, explorando o modo como esta geração de ativistas utiliza a rede para mobilizar apoio e moldar o debate político. O foco na juventude é particularmente relevante, uma vez que este grupo etário não só é o mais ativo nas redes sociais, mas também um dos principais alvos das estratégias de recrutamento e radicalização política. Em Portugal, o crescimento do partido Chega e de outros movimentos da extrema-direita tem sido acompanhado por uma crescente presença de jovens ativistas online, tornando-se imperativo compreender as dinâmicas que sustentam essa mobilização.

A investigação consistirá na identificação e análise de um conjunto de até dez dos ativistas mais relevantes na rede social X durante a campanha eleitoral para as eleições legislativas de 2024. Os critérios de seleção basear-se-ão na densidade das suas redes de interação e na produção de conteúdos que promovam uma agenda radical. A filiação

partidária destes ativistas, quando existente, será também considerada, abrangendo diferentes partidos e movimentos da direita radical, como o Chega, bem como militantes independentes. Esta análise permitirá mapear as principais clivagens sociopolíticas presentes nas interações entre os ativistas, com especial enfoque nas temáticas mais discutidas e nas suas estratégias de comunicação e influência.

O objetivo principal deste estudo é perceber como as tensões e clivagens sociopolíticas moldam a militância *online* da direita radical portuguesa e de que forma os temas debatidos refletem as divisões mais amplas na sociedade portuguesa. Através da análise das interações e dos conteúdos partilhados, será possível identificar não só as questões políticas mais relevantes para estes jovens militantes, mas também os padrões de influência, alinhamentos ideológicos e divisões internas que possam existir no seio deste movimento.

Capítulo 1. Enquadramento Teórico

1.1. A direita radical populista

Mudde (2020) define populismo como uma “ideologia débil” em que a sociedade se apresenta dividida em dois grupos, de um lado o povo puro, de outro a elite corrupta, caracterizando-os como homogéneos e antagónicos. De acordo com o mesmo autor, esta ideologia refere que “a política deveria ser uma expressão da vontade geral do povo.” (Mudde, 2020: 40). Considera que o populismo possa ser “a favor da democracia, mas de uma democracia antiliberal.” (Mudde, 2020: 19)

De acordo com Meijers & Zaslove (2020) os partidos populistas estão em todo o espectro esquerda-direita, não se cingindo aos partidos de direita radical, recorrendo aos exemplos do partido espanhol Podemos ou o Partido da Esquerda Alemã. Assim, os partidos radicais, quer de esquerda, quer de direita tendem a ser aqueles que apresentam níveis mais elevados de populismo, comparativamente aos partidos moderados (Palhau et al., 2021).

Neste sentido, é importante distinguir o populismo de esquerda do populismo de direita. Para Palhau et al. (2021), enquanto o primeiro se volta para a inclusividade, o segundo pode ser eliminatório. Esta distinção está em grande parte relacionada com a constituição do “povo”, ou seja, se, por um lado, o populismo de esquerda procura um “povo” que tende a ser integrador, no que respeita aos trabalhadores, imigrantes ou comunidade LGBT, por outro, o populismo de direita está voltado para a exclusão de determinados grupos sociais, nomeadamente imigrantes, os quais são encarados como potencial ameaça aos nativos.

É desta forma que a direita radical populista tende a aceitar a democracia, desafiando as suas instituições e alguns dos seus alicerces, como os direitos das minorias, o Estado de direito e a separação de poderes.

De acordo com Mudde (2020), na ultradireita inserem-se a direita extremista e a direita radical que se posicionam de forma distinta em relação à democracia: se, por um lado, a primeira reprova a democracia, ou seja, “a ideia da igualdade política e a governação por maioria popular”, por outro, a segunda aceita, em teoria, a democracia, mas desafia instituições e valores da democracia liberal, acima mencionados.

Esta decisão parece unânime na literatura. Também Castelli Gattinara & Pirro (2018) distinguem atores antidemocráticos, incluindo a extrema-direita neofascista, neonazista e supramacista daqueles que cumprem as regras mínimas de uma democracia parlamentar, ou seja, a grande maioria dos partidos de direita radical.

No entanto, estes grupos revelam-se incompatíveis na sua luta: enquanto a direita radical considera que a direita extremista desacredita a mesma devido ao extremismo ideológico e à sua violência, a direita extremista considera a direita radical como parte do sistema político que enfrentam.

1.2. A oferta política da direita radical

No que respeita aos principais temas abordados pela ultradireita, embora Cas Mudde (2020) considere a imigração como a grande tese política deste grupo, existem outros temas centrais que se enquadram em todos os grupos e partidos de ultradireita. Em primeiro lugar, a imigração e a oposição aos direitos das minorias étnicas (Valentim, 2024), em que a maioria dos partidos de direita radical populista identifica a imigração em massa como a principal ameaça à nação e ao Estado.

A teoria da conspiração da “grande substituição”, disseminada por Jean Raspail e Renaud Camus, esteve no centro de muitos dos discursos anti-imigração, no século XXI, esta teoria defende que o Ocidente está a ser alvo de uma onda de imigração não ocidental.

Segundo a direita radical populista, esta imigração em massa é fruto de políticos progressistas dos países desenvolvidos que procuram importar novos eleitores, não se devendo, por isso, à pobreza que se vive nos países em desenvolvimento (Mudde, 2020).

Em segundo lugar, está o tema relativo à segurança e que Mudde (2020) considera ir muito além da segurança física de cada um. De acordo com esta ótica, o crescente aumento de atos criminosos está diretamente relacionado com o aumento da imigração, uma vez que estes crimes são alegadamente, cometidos pelo “outro”, isto é, aquele que não é nativo.

É desta forma que estes políticos se demonstram adeptos de maior vigilância e da aplicação de penas e medidas judiciais mais pesadas, defendendo, além disso, o ensino da disciplina nas escolas, entre outros valores tradicionais, como é exemplo a importância da construção da família heterossexual.

Depois, a corrupção, em que a chamada “elite” é acusada de corrupção, que poderá incluir não só os políticos do *mainstream*, principalmente, mas também os grandes grupos económicos. Além disso, a “elite de esquerda” é acusada de corromper a sociedade através dos seus ideais “pós-modernistas” e através do “marxismo cultural”.

Segundo o estudo de Brown et al. (2021), define-se *mainstreaming* como o processo através do qual os atores, que incluem partidos, discursos ou atitudes, se movimentam

no espectro político, alterando de posições marginais para posições centrais, legitimando-se no contexto político e público.

Neste sentido, Valentim (2021) argumenta que a vitória da direita radical origina algumas consequências, visto que poderá condicionar as propostas políticas e ideologias dos restantes partidos. Assim, a direita *mainstream* tende a assumir “posições mais direitistas” (Valentim, 2021: 2478). Outra das consequências enumeradas pelo autor diz respeito à alteração dos temas discutidos em debate público, que permite aos partidos de direita radical beneficiar da politização de novas matérias.

Por último, a política externa é encarada como secundária quando comparada à política nacional, sendo que estes grupos se apresentam algo céticos relativamente a organizações supranacionais, como é exemplo a União Europeia ou até a Organização das Nações Unidas (Mudde, 2020).

Para a ultradireita europeia, a União Europeia chega a ser encarada como uma “ameaça à soberania nacional” (Mudde, 2020: 49), tornando-se clara esta oposição em face da “crise dos refugiados”, particularmente depois da política pró-refugiados de Angela Merkel e do plano de redistribuição de refugiados levado a cabo pela União Europeia. Esta crise conduziu ainda à violência xenófoba e à agitação social contra refugiados (Castelli Gattinara & Pirro, 2018)

Segundo Mudde (2020), apesar de serem poucos os partidos de direita radical populista que atualmente pretendam abandonar a UE, a sua maioria é eurocética e pretende transformá-la “numa organização mais frouxa e mais democrática, que devolva a soberania nacional aos seus Estados-membros.” (Mudde, 2020: 50-51).

Capítulo 2. Jovens e ativismo

Recorrentemente os jovens são vistos como “cidadãos em construção”, de acordo com o papel social que lhes é atribuído, e é nesse sentido que o seu envolvimento político é, geralmente, reprovado (Martins & Campos, 2024: 71).

Ainda os autores Martins & Campos (2024) apontam para a adoção de novos modelos de intervenção política por parte dos jovens, que vão além do campo institucional, como a participação em juventudes partidárias ou associações formais. Também as suas causas de ação coletiva são por vezes desvalorizadas ou até ignoradas pelo sistema. Além disso, aferiram também que os jovens recorrem a alternativas para o acesso à informação, nomeadamente redes sociais para as suas causas, sendo que nestas plataformas digitais não só a performance visual é relevante, como imagens partilhadas, mas também as mensagens em que transmitem as suas opiniões.

Ainda assim, a relação entre jovens e direita radical parece algo complexo. Para Idriss (2018), a maioria destes jovens não adere à extrema-direita através do voto formal, mas através da sua interação com outras subculturas de extrema-direita e direita radical.

De acordo com Idriss (2018), conclui-se que explicações estruturais quando combinadas com fatores culturais permitem um melhor entendimento relativo ao envolvimento de jovens na extrema-direita e nas suas subculturas. Se, por um lado, nas explicações estruturais podemos incluir 1) motivos económicos, em que jovens expostos a crises económicas e recessões estão mais suscetíveis a ideias radicais ou a contribuir para atitudes anti-imigrantes; 2) demográficos e sociais, como o sentimento de potencial ameaça a normas e valores sociais tradicionais, ou seja, rápidas mudanças demográficas, normas sociais ou eventos específicos globais, locais e nacionais, como o 11 de setembro ou os ataques de Paris em 2015; 3) o *background* individual, como determinadas características individuais, familiares ou pares, nomeadamente em determinados países, homens, jovens rurais ou jovens que experimentaram algum tipo de autoritarismo ou que se encontram no exército são aspetos que podem traduzir um maior nível de envolvimento nestes grupos.

Por outro lado, os fatores culturais englobam o sentimento de pertença e de identidade, bem como a conceção de grupos radicais como um espaço onde podem exteriorizar a sua rebelião e resistência contra o *mainstream*, isto é, a conceção de um sistema corrupto ou que falha aos seus cidadãos. Estes fatores culturais podem acabar por ser mais significativos que os primeiros.

Segundo Marwick & Lewis (2017), alguns dos movimentos de extrema-direita tendem a aproveitar-se da rebeldia dos mais jovens, mas também da sua rejeição àquilo que é “politicamente correto”, de forma a propagar as convicções em torno da supremacia branca, islamofobia e misoginia, recorrendo à cultura da *internet*. Para estes autores trata-se de uma forma de radicalização que acontece através de fóruns, *blogs* e redes sociais, espaços onde os mais jovens estão presentes.

O impacto da *internet* e das redes sociais no ativismo da ultradireita juvenil é particularmente visível no caso da *alt-right*. Porém segundo Mudde (2020), existe apenas um número bastante restrito de grupos ou organizações relevantes nesta área; além disso, esta é uma subcultura maioritariamente centrada nos Estados Unidos e pouco relevante em outros países.

Segundo Marwick & Lewis (2017) e Mudde (2020), o termo *alt-right* ou direita alternativa foi popularizado por Richard Spencer para caracterizar políticas de direita que se opõem ao “*establishment* conservador”.

Os mesmos autores caracterizam este termo como algo impreciso, uma vez que a *alt-right* contraria o liberalismo de *establishment* e o conservadorismo, recorre a um discurso extremista, e une um conjunto de *blogs*, fóruns, *podcasts* e personalidades do X, que têm em comum a aversão ao liberalismo, a rejeição da imigração e multiculturalismo e a crítica ao feminismo (Dafaure, 2020; Marwick & Lewis, 2017)

Para Winter (2019), o fenómeno da direita alternativa tornou-se mais conhecido após a eleição de Donald Trump, em 2016, mas além da campanha do presidente dos Estados Unidos também a questão do Brexit recebeu apoio e o incentivo de diversas facções da extrema-direita (Brown et al., 2021).

De acordo com Winter (2019), este fenómeno é conhecido pela utilização das redes sociais, dos *memes* online, pela orientação juvenil e pela supremacia e nacionalismo branco.

Podemos definir *meme* como “uma unidade de informação na linguagem moderna da internet, uma metáfora visual que se prolifera no ciberespaço ao ser replicado e alterado por usuários anónimos.” Contudo, também podem referir-se “a imagens que transmitem rapidamente piadas ou pensamentos políticos para serem partilhados nas redes sociais”. São imagens criadas por usuários da *alt-right*, de forma estratégica, para divulgar mensagens desta ideologia a outras pessoas (Marwick & Lewis, 2017: 41-42).

Na mesma medida, Marwick & Lewis (2017), identificam várias características associadas à *alt-right*: o culto à tradição, isto é, a defesa de um passado imaginário, o receio em relação à diferença, seja esta sexual, religiosa, racial ou de género; e, nessa linha, destacam a defesa da masculinidade e a defesa do homem hétero normativo como essenciais no núcleo familiar. Esta direita alternativa pauta-se também pela hostilidade à política parlamentar, pela convicção na guerra e pela forma como aceita a desigualdade.

De um modo geral, Dafaure (2020) afirma que um dos traços principais deste movimento é a sua identificação com a defesa de uma civilização ocidental em aparente declínio. Na verdade, a *alt-right* não pretende conceber uma nova visão para o mundo e para a sociedade; pelo contrário, ambiciona o regresso de antigas convenções. Além disso, Daniels (2018) declara que esta ideologia é coerente com manifestações anteriores de supremacia branca, porém apresenta algumas modificações no seu estilo e ênfase.

Importa salientar que esta direita alternativa, não obstante apresente uma “intenção internacional”, trata-se de um fenómeno particularmente específico dos Estados Unidos, e relativo à ascensão de Donald Trump em 2016 (Mudde, 2020: 68-70).

No caso da *alt-right*, um dos seus principais traços é o facto de parecer nova e ousada, e por isso, conseguir apelar à cultura jovem. Desta forma, a grande maioria dos

elementos deste movimento são jovens a quem foram apresentadas ideias através de plataformas online, nomeadamente *Reddit*, *Facebook*, *X* e *Youtube* (Winter, 2019).

De acordo com Winter et al. (2020), o processo de radicalização inclui processos mentais e físicos, dos quais poderão, eventualmente, advir mudanças de comportamento, mas não necessariamente. Além disso, trata-se de um processo gradual e cumulativo, que na sua generalidade ocorre de forma lenta.

Munn (2019) identifica três fases cognitivas pelas quais os indivíduos passam no seu processo de radicalização: normalização, adaptação e desumanização, pese embora não se trate de um processo linear.

A normalização é marcada pelo humor e ironia, pelo uso de *GIFs*, *memes* e piadas internas em que a sua prática banaliza e, conseqüentemente, normaliza o racismo e a xenofobia. Esta utilização de *memes*, frequentemente publicados e partilhados que se tornam muitas das vezes virais, acaba por produzir “familiaridade”, por isso, a sua mensagem é considerada cada vez menos chocante.

A segunda fase corresponde à fase em que o indivíduo é condicionado relativamente ao ambiente, ou seja, uma vez familiarizado com esse ambiente, o próprio avança para a próxima etapa, com imagens e discursos mais provocativos.

Por último, a desumanização, fase em que os indivíduos encaram o outro como alguém que perdeu os seus direitos, seja pela raça, religião ou género, transformando-se num alvo sujeito de ameaças por aquele sendo moralmente superior, o desumanizador (Munn, 2019).

De acordo com Hutchinson (2019), o ativismo digital combina diferentes abordagens, desde o protesto, visibilidade, mobilização e atividade. Para o autor, a capacidade de rede desta forma de ativismo inclui não apenas o processo de disseminação de informações, mas também a possibilidade de mobilização.

Além de ser o resultado de um desenvolvimento cada vez maior de tecnologias digitais e de comunicação, Doruk et al. (2021) consideram como formas de ativismo digital a participação em ações informais através da internet ou o apoio a qualquer evento político ou social, como a assinatura de uma petição online, a criação de uma *hashtag* ou de um *retweet*.

Numa aceção mais formal, define-se ativismo digital como o conjunto de ações planeadas por indivíduos ou grupos, que exploram a rápida capacidade de difusão de rede das tecnologias de informação, de modo a influenciar a opinião pública, mas de igual modo, um crescente apoio ou reação contra eventos sociais ou políticos, ou temas relacionados com a liberdade de expressão, os direitos humanos e as questões ambientais (Doruk et al., 2021).

Os jovens que demonstram o seu ativismo na internet podem ainda utilizar as redes sociais como artifício para atacar inimigos ideológicos, conforme Cammaerts (2015).

De modo geral, para Dafaure (2020), o que se torna preocupante não é a existência de ideias supremacistas ou racistas, mas a facilidade com que estas são popularizadas e a quantidade de pessoas a que chegam, o que conduz a questões relacionadas com a responsabilidade das grandes empresas de tecnologias, uma vez que os seus algoritmos permitem cada vez mais o processo de autoradicalização, impulsionando cada *user* a ir mais longe.

Capítulo 3. Redes sociais

Atualmente, as redes sociais têm um papel fundamental na construção de movimentos sociais e na mobilização a nível global, todavia, permitem a grupos marginalizados a sua autorrepresentação e a capacidade de comunicarem e se organizarem transnacionalmente (Cammaerts, 2015). No caso da ascensão da *alt-right*, esta está fortemente interligada à infraestrutura que construiu através do desenvolvimento da tecnologia, segundo Daniels (2018).

A utilização de tecnologias digitais por parte destes atores tornou-se o principal instrumento de propaganda, radicalização, mobilização e recrutamento (Zhang & Davis, 2022).

Considerando que a extrema-direita está tipicamente associada à supremacia branca e a grupos neonazistas, apoiada na defesa da raça, a sua presença *online* não se restringe, incluindo outros membros mais envolvidos em questões sociais contemporâneas, por exemplo os direitos LGBTQI+, o feminismo ou as alterações climáticas, em vez de questões raciais. Nesse sentido, Zhang & Davis (2022) avançam com a definição de “e-extremismo”, que vai para além de uma ideologia e de uma atividade *online*.

De acordo com Kakavand (2024), os simpatizantes desta ideologia percecionam os *media* como tendenciosos, o que os leva a recorrer à internet, um sítio onde partilham as suas ideias de forma rápida e a baixo custo, permitindo-lhes também adotar uma linguagem mais radical e a facilitar-lhes a troca de ideias similares com outros indivíduos.

Para Kakavand (2024), as redes sociais permitem que estas pessoas se conectem com base nos interesses que partilham de forma mais eficaz, comparando com as redes anteriores. Além de socializarem, os usuários das redes sociais podem desde construir

uma identidade coletiva, mesmo que seja apenas na *internet*, à formação de movimentos sociais que podem influenciar a agenda pública.

Na mesma ótica, estas redes *online* têm a capacidade de aumentar a participação política e promover o debate entre a comunidade, segundo Stieglitz & Dang-Xuan (2012b), redes sociais como o *X* ou o *Facebook* são espaços onde os seus *users* difundem informação geral e as suas opiniões políticas.

Assim, a direita radical depende da utilização das redes sociais para estabelecer comunicação entre os pares, mas também lhes permite conectarem-se dentro do “grupo”, propagar a sua ideologia e facilitar a integração gradual de partidos radicais, movimentos extremistas e grupos subculturais (Castelli Gattinara & Pirro, 2018; Kakavand, 2024).

Neste sentido, importa atender ao conceito de “transnacionalismo” da extrema-direita. Froio & Ganesh (2018) explicam-no como a partilha de laços sustentados por pessoas e organizações através das fronteiras de vários Estados-Nação, sendo que as interações variam no grau de institucionalização. Para Froio & Ganesh (2018), a extrema-direita caracteriza-se como transnacional quando grupos e/ou organizações de diferentes países estão relacionados e partilham temas comuns, estabelecendo um caminho favorável para a mobilização e para a cooperação organizacional entre países.

A ação coletiva transnacional aborda a necessidade dos movimentos de formar ligações que têm por base um discurso comum constituído por quadros interpretativos partilhados, e, neste sentido, as redes sociais formam um campo primário para também mobilizar ações de protesto a um nível transnacional (Froio & Ganesh, 2018).

3.1. O caso do Chega

Foi em 2019 com a eleição de deputado único do Chega que a direita radical se insurgiu no panorama político português, desde então o partido parece estar cada vez mais consolidado enquanto terceira força política.

A investigação de Marchi & Zúquete (2024) revela que o partido segue os pilares basilares da direita radical: nativismo, autoritarismo e populismo.

No que respeita aos seus militantes, o estudo revela que uma grande fação surge de partidos de centro-direita tradicionais ou pessoas desacreditadas com os partidos do *mainstream*, e, portanto, sem qualquer filiação partidária. Contudo, o estudo conclui dois aspetos relevantes relativamente à sua base de apoio: em primeiro lugar, o seu posicionamento relativamente à política revela uma grande insatisfação face ao

funcionamento da democracia e das suas instituições, característica que vai ao encontro do populismo de protesto, como descrito por (Mudde, 2020).

Depois, as atitudes relativas à identidade nacional acabam por coincidir com o populismo identitário, demonstrando um sentimento de pertença a uma comunidade enraizada na história, caracterizada pela sua homogeneidade.

De acordo com Serrano (2020), os líderes populistas adotam uma estratégia ao abordarem temas que suscitam interesse popular, como a imigração, além do interesse dos media.

Neste estudo, a autora defende que o líder do Chega adota os principais elementos das estratégias de comunicação já adotadas por líderes populistas, entre elas: colocar-se no papel do povo, dominar as técnicas profissionais de comunicação, procurar o contacto com as massas, o acesso aos media, e ainda a criação de acontecimentos polémicos.

Além disso, a autora argumenta que o ativismo de André Ventura nas redes sociais permite um maior alcance das suas ideias, alcançando um maior número de pessoas.

“As redes sociais sempre foram um veículo poderoso para Ventura”, embora tenha optado pelo *Facebook* numa fase inicial, rapidamente aderiu às restantes plataformas digitais (Malhado, 2024: 159). Nesta linha, importa atender à utilização das redes sociais pelo partido, nomeadamente no que respeita ao fenómeno na plataforma *TikTok*, criado em julho de 2021.

Como argumentam Albertazzi and Bonansinga (2023), os partidos populistas de direita radical têm um interesse estratégico na utilização desta plataforma, pois permite-lhes aproximarem as suas propostas políticas e as ideias dos mais jovens. Como afirma Malhado (2024), o partido português encontraria nesta ferramenta de comunicação um novo alcance.

O facto de grande parte do público presente no *TikTok* ser na sua maioria jovens aparenta ser uma vantagem. Não obstante, e como sucede noutras plataformas digitais, esta permite a estes partidos, em particular, publicar a sua mensagem sem filtros, algo que não aconteceria nos media tradicionais.

Uma vez que, de acordo com Mendes & Dennison (2020), a forma que novos partidos ou partidos marginais têm para evitar a estigmatização não depende somente do próprio partido, mas também da sua visibilidade mediática.

Assim, o uso do *TikTok*, pelo Chega, sobretudo pela deputada Rita Matias, permite ao partido não só chegar às gerações mais novas, como suavizar a sua imagem na perspetiva deste público-alvo, considerando-os atores políticos modernos através de conteúdo positivo e animado (Albertazzi & Bonansinga, 2023).

3.2. Rede Social X

Como mencionado anteriormente, as redes sociais originaram grandes transformações sociais que afetam a comunicação política (Rivas-de-Roca et al., 2022)

O X enquanto rede social permite a divulgação de informações imediata, oferecendo meios para a criação de fluxos de informações e emoções, permitindo que os seus *users* compartilhem e encontrem tópicos do seu interesse na sua rede de seguidores (Froio & Ganesh, 2018; Stieglitz & Dang-Xuan, 2012a).

Rivas-de-Roca et al. (2022) consideram o X uma rede social fundamental, pois permite uma comunicação rápida, que se adapta tanto ao jornalismo como à política. A utilização desta rede social por líderes populistas tem o objetivo de chamar a atenção dos eleitores e não de apresentar uma agenda política.

A mensagem deve apresentar determinados aspetos para que possa ser divulgada rapidamente, entre eles, o apego emocional, a novidade, a transmissão e a procura pela personalização da mensagem (Gil de Zúñiga et al., 2020).

Este *microblog* oferece várias funcionalidades que permitem aumentar a participação política derivado das suas características: o *retweet* é um mecanismo-chave para a difusão de informações, e, desse modo, *users* desta rede partilham não só informação generalizada, mas também opiniões políticas, permitindo concordar ou reforçar estas opiniões publicamente. Da mesma forma, a publicação de *tweets* pode evidenciar o sentimento do seu autor.

De acordo com Fernandes and Won (2023), o X pode ser um campo propício para que utilizadores de posições opostas interajam, e explicam-no do seguinte modo: quando um determinado utilizador publica um *tweet*, outro utilizador pode interagir com o mesmo ao *retweetar* ou se decidir citar esse *tweet*. No caso de ocorrer a primeira hipótese, o utilizador estará a divulgar essa mensagem, mas ao citá-lo estará não só a divulgar essa mensagem, como a transmitir o seu ponto de vista.

Se os utilizadores decidirem demonstrar a sua opinião negativamente sobre um *tweet* de direita radical, tal fará que a mensagem se propague na rede, uma vez que não só estão a partilhar o *tweet* como estão a aumentar o número de utilizadores que visualizam o mesmo *tweet*.

Segundo estes autores estamos perante um efeito cascata, em que os próprios utilizadores criam uma exposição accidental, ou seja, noutras circunstâncias não chegariam à mensagem da direita radical.

De forma simplificada, quanto maior for o número de *tweets* citados negativamente num dia, maior será a difusão da mensagem de direita radical, e como consequência maior a probabilidade de chegar a novos utilizadores.

Além disso, no X existe ainda as *hashtags*, indicadas com o símbolo (#) e utilizadas para conectar o *tweet* a um tema específico, facilitando a pesquisa de um determinado tópico de interesse e a visibilidade a algumas publicações. No fundo, tornou-se num mecanismo importante que permite aumentar o alcance de declarações políticas (Chagas et al., 2022; Stieglitz & Dang-Xuan, 2012a).

Ainda de acordo com Chagas et al. (2022), a utilização de *hashtags* procura abranger o maior número de *users*, aumentar a sua visibilidade e tornar-se hegemónicos, podendo configurar-se numa competição para amplificar públicos. Assim, este recurso permite aumentar o ativismo, no que diz respeito à visibilidade, *engagement* e pluralidade.

Contudo, apesar das redes sociais poderem facilitar trocas transnacionais entre organizações do campo ideológico da extrema-direita, Froio & Ganesh (2018) não o confirmam no que diz respeito ao X. Ou seja, a atividade da extrema-direita no X revela-se nacional e voltada para questões domésticas, além de o mesmo estudo mostrar que somente matérias como a anti-imigração e economia atraem públicos transnacionais. São os partidos e organizações dentro do campo eleitoral os principais promotores das redes transnacionais e não tanto organizações estabelecidas, líderes individuais ou simpatizantes (Froio & Ganesh, 2018).

Capítulo 4. Metodologia

De forma a responder aos objetivos propostos, no presente estudo é utilizada uma metodologia qualitativa. Segundo Silva (2013), as metodologias qualitativas permitem uma compreensão interpretativa do real no sentido de revelar uma realidade múltipla e dinâmica, pelo que devem ser encaradas como uma modalidade de investigação assente na “interpretação dos processos sociais com recurso à análise reflexiva e crítica das narrativas do real.”

Assim, organizada em duas fases propomos: em primeiro lugar, a recolha de dados e análise dos mesmos, através do mecanismo de busca avançada da rede social X, em que são extraídos os tweets de cinco utilizadores desta plataforma, nomeadamente jovens ativistas com idades compreendidas entre os 20 e os 30 anos de idade, correspondentes ao período temporal correspondente à campanha eleitoral das eleições legislativas de 2024, por considerarmos tratar-se de um momento de alta atividade. Contudo, optámos por nos focarmos no espaço temporal compreendido desde o dia 1 de janeiro de 2024 ao dia 31 de março de 2024. Em segundo lugar, a aplicação de um conjunto de entrevistas semiestruturadas e a análise do seu conteúdo. A realização destas entrevistas permite complementar os primeiros dados extraídos e, eventualmente, corroborar ou contrariar as informações recolhidas.

De acordo com Guerra (2006) a construção do guião de entrevista deve estar conforme os objetivos que resultam da problematização. Assim, o guião foi estruturado de modo a abordar matérias como a perceção que os jovens têm da sua presença nas redes sociais, em particular no X, os principais temas discutidos, com quem interagem, ou qual o propósito da sua atividade nas redes sociais (Anexo A).

A identificação dos jovens com presença *online* ativa e o convite foram feitos durante os meses de maio e junho de 2024, através da sua rede social X ou *email*, e subsequente contacto via *WhatsApp*. Recorreu-se também à técnica de amostragem bola de neve, na qual os participantes selecionados recomendam outros indivíduos com características relevantes para a pesquisa (Bryman, 2001/2012).

Considerando as restrições temporais e de recursos, foram selecionados seis jovens (cinco homens e uma mulher), com a condição de serem particularmente relevantes na rede social X, no que respeita ao seu ativismo, medido pelo elevado número de tweets e de seguidores.

Tendo em conta as diferentes zonas geográficas do país em que se encontravam, as entrevistas foram realizadas *online*, por meio da plataforma *Zoom*, tendo uma duração média de 25 minutos, e gravadas para proceder à sua transcrição, como recomendado

em Bryman (2001/2012), permitindo ao entrevistador manter-se atento ao conteúdo das respostas.

4.1. Limitações metodológicas

A dificuldade em aceder ao universo dos ativistas portugueses de direita radical acabou por condicionar a técnica de amostragem utilizada, no que respeita à análise de participação na rede social X e na realização de entrevistas semiestruturadas.

Relativamente à análise de participação no X, seleccionámos, inicialmente, seis contas de utilizadores pertencentes a jovens ativistas de direita radical. No entanto, no processo de recolha de dados verificámos que numa das contas seleccionadas, apenas existiu um *tweet* no período temporal seleccionado para análise, pelo que a mesma conta não foi incluída no processo de análise.

Inicialmente, seleccionámos o período da campanha eleitoral para as eleições legislativas de 2024 como objeto de análise, partindo da hipótese de que seria uma fase de maior atividade entre os jovens ativistas nesta rede social. No entanto, essa suposição não se confirmou, uma vez que o número de *tweets* analisados não refletiu um aumento significativo, como demonstrado na Figura 3.

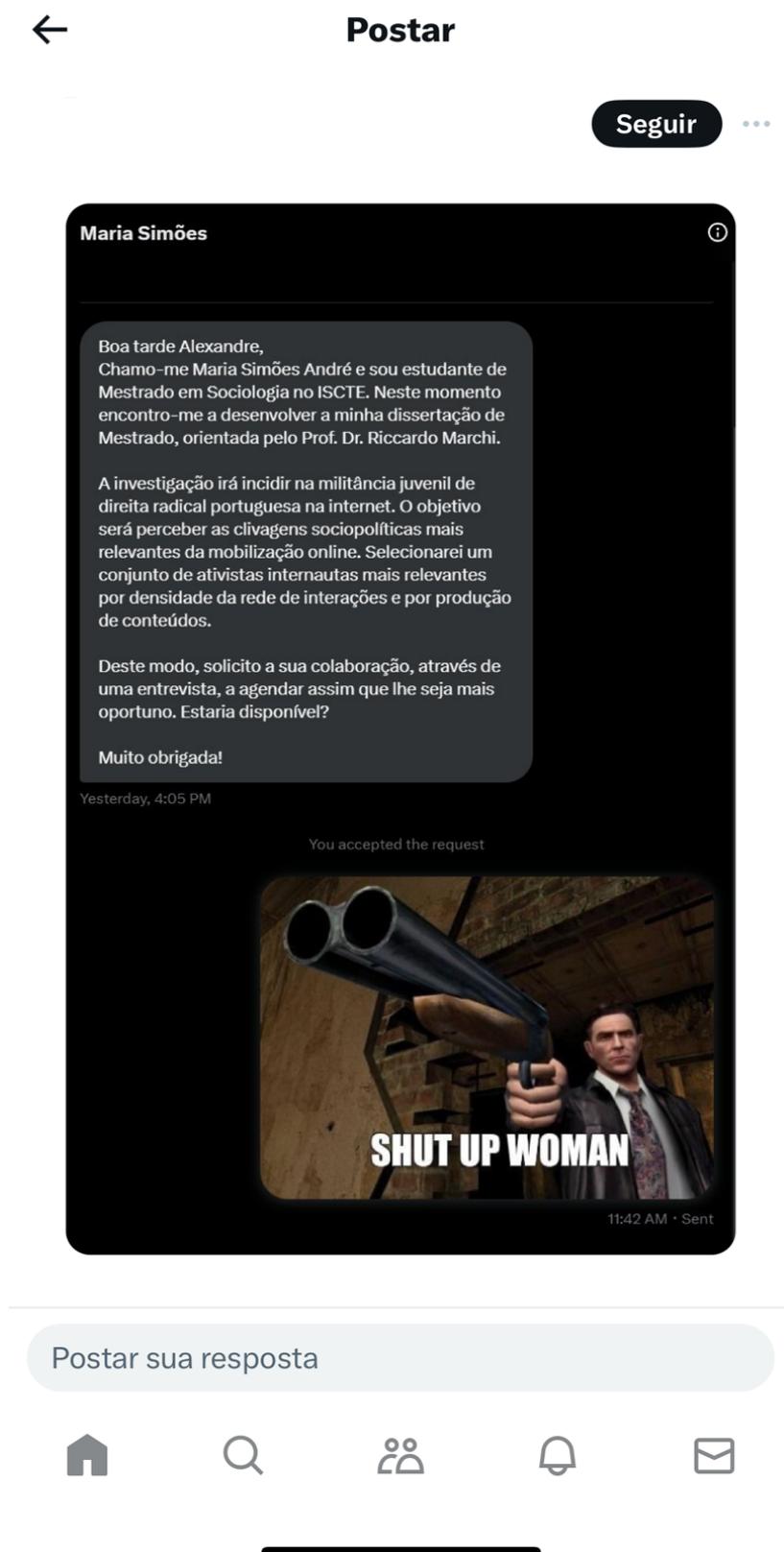
De igual modo, a rede social X sofreu um conjunto de alterações, a partir de 1 de julho de 2023, nomeadamente no que respeita à visualização de *tweets*, *retweets*, ou *likes*, trata-se de uma limitação a apenas 600 publicações para quem não possui conta verificada pela rede. Todavia, optamos por manter o referido compasso temporal, uma vez que o nosso objetivo passava por criar uma amostra de *tweets* qualitativamente significativa, e não quantitativamente representativa, que fosse reveladora dos temas mais salientes, e, portanto, em fase de campanha eleitoral.

Já no que concerne à realização de entrevistas, identificámos, numa fase embrionária, um conjunto de onze possíveis entrevistados, contudo deparámo-nos com a ausência de resposta ou até com a recusa de entrevista.

Neste sentido destacamos o acontecimento com um dos jovens que contactámos, através de mensagem direta privada na rede social X, que recusou o nosso convite para entrevista. A Figura 4.1 mostra o *print* de um *tweet* feito pelo jovem contactado, onde é possível visualizar a nossa mensagem enviada e a resposta à mesma. O jovem rejeitou o nosso convite utilizando um *meme* como resposta, e, posteriormente, publicou um *print* da interação divulgando-a num *tweet*, que contou com diversos comentários depreciativos.

De modo a solucionar tal episódio foi pedido ao jovem, novamente, através de uma mensagem direta na rede social X, que eliminasse o *tweet*, pedido que foi acedido.

Figura 4.1: Print de *tweet*



Desta forma, a amostra acabou por ser limitada a seis participantes, conforme descrito no Quadro 4.1.

Importa salientar que as limitações reportadas ao longo do desenvolvimento do presente estudo podem impactar a generalização dos resultados da investigação.

Quadro 4.1: Características da amostra

Jovem	Género	Escolaridade	Participação política
Afonso	Masculino	Ensino superior	Fundador e presidente de Movimento
Cláudia	Feminino	Ensino superior: Licenciada	Coordenadora de Associação
Francisco	Masculino	Ensino superior	Militante Partido Político
José	Masculino	Ensino superior: Mestrado	Militante Partido Político
Luís	Masculino	Ensino secundário	
Miguel	Masculino		

Fonte: Elaboração própria

Capítulo 5. Análise e Discussão de Resultados

No presente capítulo serão apresentados e analisados os resultados decorrentes dos métodos de investigação utilizados, com o intuito de cumprir os objetivos inicialmente delineados.

A análise apresenta-se dividida em duas partes: em primeiro lugar, procedemos à análise dos resultados relativos ao levantamento de tweets, que nos oferece uma representação geral da participação de cinco jovens na rede social X, e nos permite identificar padrões do seu ativismo *online*. Para tal, servir-nos-emos de tabelas e de gráficos, de elaboração própria.

Numa segunda fase, através do conjunto de entrevistas aplicadas procuramos estabelecer uma correlação com os primeiros dados analisados, focando esta análise nos temas, interação e a finalidade da atividade *online* dos seis jovens ativistas entrevistados.

5.1. Participação no X

As contas do X dos ativistas selecionados para esta análise são elementos particularmente importantes para esta análise. Para termos uma perceção mais detalhada elaborámos o Quadro 5.1.

Quadro 5.1: Contas X selecionadas

Ativistas	N.º Seguidores	N.º Total de Tweets em novembro de 2024	N.º Tweets publicados entre janeiro e março de 2024
Afonso	16,1 mil	7.298	90
Cláudia	16,8 mil	36,5 mil	100
Francisco	5.924	3.306	14
José	9.841	7.288	39
Luís	1.154	3.052	82

Fonte: Elaboração própria

5.1.1. Análise de *tweets*

Para analisar a informação recolhida através da extração de *tweets* foi realizada uma análise genérica dos mesmos, com o objetivo de identificar os principais temas abordados, conforme o Quadro 5.2.

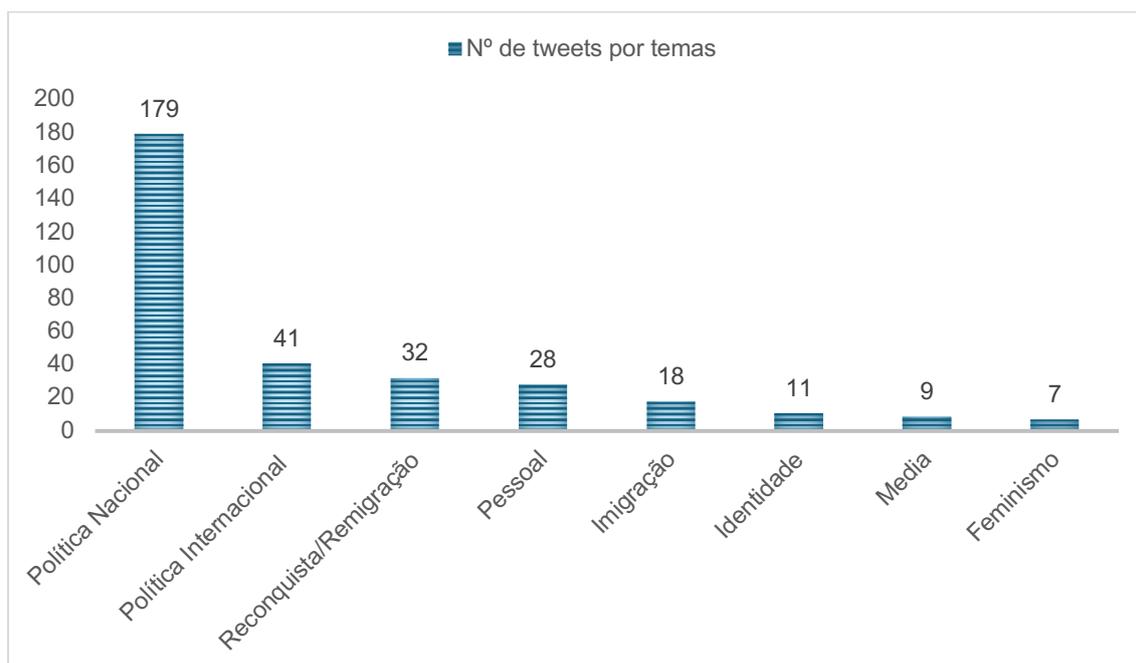
Há um claro destaque para *tweets* relacionados com a política nacional, entre todos os jovens, mas também destacamos *tweets* referentes a política internacional e imigração.

Quadro 5.2: Temas mais partilhados

	Afonso	Cláudia	Francisco	José	Luís
Política Nacional: Crítica ao sistema político português; Apoio ao partido Chega.	X	X	X	X	X
Política Internacional: Política argentina; Política brasileira; Guerra Rússia e Ucrânia.	X	X	X	X	X
Reconquista e Remigração	X				X
Pessoal	X	X		X	X
Imigração	X			X	X
Identidade	X	X			X
Media	X		X	X	X
Feminismo	X	X			X

Fonte: Elaboração própria

Quadro 5.3: Número de *tweets* por temas



Fonte: Elaboração própria

Elaborámos o Quadro 5.3 em que podemos observar as oito categorias nas quais incluímos os *tweets* publicados no período compreendido entre janeiro a março de 2024 e que iremos analisar de seguida.

Em primeiro lugar, iremos concentrar-nos-emos no tema mais partilhado: a categoria “Política nacional”, que, conseqüentemente, origina um maior número de *tweets*, como podemos confirmar através do Quadro 5.3. Assim, no tema “Política Nacional” incluímos vários tipos de *tweets*, que criticam o sistema político português, em particular, o Partido Socialista, partido que governava à época, e os demais partidos à esquerda.

Enquanto o primeiro *tweet* transcrito apresenta uma crítica bastante direta ao PS, criticando a sua aliança com o Bloco de Esquerda, e termina com uma mensagem dirigida à direita política, sugerindo que aqueles que consideram o PS um “*partido respeitável*” deveriam reconsiderar essa convicção. Com um alcance moderado (1.512 visualizações), o autor utilizou um tom manifestamente crítico e algo sarcástico, principalmente na última frase.

“O PS aceitou falar com o Bloco de Esquerda para preparar uma geringonça de oposição. O PS nunca prescindiu de uma oportunidade para dialogar e colaborar com a extrema esquerda, mesmo após um resultado eleitoral catastrófico para a esquerda e o seu extremo. Isto serve para aquela direita que acha que o PS é um partido respeitável.”

(@JosMatias17, 5:51 PM · 13 de mar de 2024 de Lisboa, Portugal **1.512** Visualizações)

Já o segundo *tweet* selecionado trata-se de um *tweet* da conta oficial do Partido Comunista Português (@pcp_pt), no qual consta um vídeo com o texto “*Palestina vencerá! Desfile da CDU em Lisboa*” cujo autor decidiu citar, em forma de *retweet*, e criticar o facto de os eventos de esquerda apresentarem mais bandeiras estrangeiras do que nacionais. A crítica implícita no *tweet* alega que tais eventos não priorizam interesses nacionais, mas sim os estrangeiros, menosprezando os portugueses que acreditam na esquerda política que, supostamente, não os prioriza.

Com um alcance significativo (40 mil visualizações), o *tweet* acaba também por refletir uma perspetiva nacionalista, valorizando a presença de símbolos nacionais em eventos políticos.

“É incrível como este tipo de eventos de esquerda têm mais bandeiras estrangeiras do que nacionais.

Pior só o português que cai nisto e pensa que o vão colocar como prioridade.”

(@franciscotrad_, 9:20 PM · 7 de mar de 2024 **40 mil** Visualizações)

Não obstante, as críticas aos partidos portugueses não se cingem apenas à esquerda, e podem incluir outros partidos de direita, como a Iniciativa Liberal e até o partido de direita radical, o Chega, bem como o seu líder, André Ventura.

No *tweet* abaixo, o autor defende que não só marxistas são prejudiciais para Portugal, mas também os liberais, ou seja, a principal mensagem é que o PS não é o único problema, mas, sim, uma eventual aliança entre liberais e marxistas.

Podemos dizer que o *tweet* teve algum alcance (9.649 visualizações), e que a sua frase final poderá ser encarada como uma forma de deslegitimar opiniões contrárias, reforçando deste modo a visão do autor.

“Surpreendidos? Não estejam. O liberal adora o lucro que a mão de obra barata oferece. O marxista sonha com a extinção da civilização ocidental. Quem pensa que o principal problema de Portugal é só o PS e não a aliança liberal marxista como um todo, ainda tem muito que aprender.”

(@franciscotrad_, 4:52 PM · 19 de fev de 2024 **9.649** Visualizações)

Contudo, as críticas dirigidas ao partido Chega estão presentes em duas das cinco contas analisadas e diferem consoante o perfil político dos ativistas, como conseguiremos demonstrar.

No seguinte *tweet*, a crítica ao partido Chega, vem de um jovem que se assume como “*identitário*”, e compara-o ao PS, expressando algum desencantamento com o Chega recentemente, uma vez que defende que o mesmo perdeu as suas ideias originais, desempenha declarações infelizes e, por vezes, de natureza socialista.

Com recurso a um tom crítico e algo desiludido, são abordadas uma certa evolução e a identidade do Chega, na qual se destaca a sua perda de autenticidade e originalidade, afastando-se dos seus princípios fundadores. O *tweet* sob a forma de *retweet*, ou seja, citando outro *tweet*, que dava conta da notícia “*André Ventura defende salário mínimo nos mil euros*”, contou com um bom nível de engajamento (1.459 visualizações) e poderá gerar discussões e a eventual polarização na base de apoiantes do Chega.

“Mas agora o Chega é o PS, versão católica e securitária? Infelizmente o Chega, está cada vez mais vazio em ideias, ao menos o Chega original era trapalhão mas diferente, este Chega mais recente tem tiradas muito infelizes e de cariz socialista por vezes.”
(@tangocore30, 1:09 PM · 19 de jan de 2024 **1.459** Visualizações)

Já o *tweet* seguinte, da perspetiva de uma jovem “*liberal clássica*” ou “*libertária*”, como se autointitula, aborda a posição do líder do Chega num dos debates políticos em que participou, a autora acusa-o de desonestidade e em que vê nesta atitude uma tentativa de distorcer os factos históricos para determinados fins políticos.

No fundo, o *tweet* reflete alguma preocupação com a precisão histórica e honestidade no discurso político, em particular no discurso de André Ventura, criticando-o pela sua manipulação dos factos.

“Eu gosto muito de política e levo-a a sério e não havia necessidade do líder do Ch fechar o debate com uma mentira. O PSD cortou pensões? O corte foi negociado pelo PS, como aliás AV, militante do PSD à mesma época dos factos sabe, e dizer o contrário é desonestidade. Aliás, atribuir ao PSD de Passos Coelho responsabilidade pelo corte de pensões e não ao PS é um mau serviço à direita.”
(@claudiashandi, 9:51 PM · 12 de fev de 2024 **41,8 mil** Visualizações)

Se, por um lado, o primeiro *tweet* é crítico em relação ao conteúdo ideológico e à identidade do Chega, em que Luís sugere que o Chega tinha, numa fase embrionária, uma identidade mais distinta, mesmo que trapalhona, está implícita uma certa nostalgia de um momento em que o partido se destacava pela sua autenticidade e inovação, mesmo que de forma controversa. Ao adotar “*tiradas de cariz socialista*”, o autor do *tweet* pode sugerir que o Chega tem adotado discursos ou propostas que ressoam

próximo do eleitorado de esquerda, encarando como uma traição aos valores antes representados pelo partido.

Por outro, o segundo *tweet* foca-se no discurso e na falta de precisão factual do líder André Ventura, apontando para as repercussões que a desinformação pode causar à reputação da direita portuguesa, em geral, e o modo como pode comprometer o debate sério e informado.

Enquanto a crítica ideológica é mais ampla ao partido e à sua evolução ideológica, a crítica ética acaba por ser específica a um episódio no debate durante a campanha para as eleições legislativas de 2024. No entanto, ambas as críticas poderão refletir desafios diferentes enfrentados pelo Chega, quer relativamente à manutenção da sua base de apoio, quer a eventuais erros que possam comprometer a sua legitimidade no espectro político.

Contudo, também encontramos facilmente *tweets* de apoio ao partido Chega e a André Ventura, no período de análise, em três contas distintas. Dos seguintes *tweets*, nomeadamente o primeiro expressa admiração por André Ventura, em que prevê um impacto significativo e positivo na política portuguesa, sugerindo uma grande mudança política, considerada inevitável.

O seu alcance significativo (127,1 mil visualizações) denota que a mensagem ecoou num grande número de utilizadores.

“André Ventura vai ficar na história como o homem que terminou com a III República em Portugal. A IV República está a caminho e devemos isso a um único nome - André Ventura. A estratégia, a inteligência, a sagacidade e a abrangência no planeamento são sublimes. Todos os caminhos políticos possíveis vão dar a uma vitória do partido que lidera. É de se lhe tirar o chapéu.”

(@AfonsoJFG, 1:33 AM · 27 de mar de 2024 **127,1 mil** Visualizações)

Já o segundo *tweet* argumenta que o voto no Chega se trata de um *“pedido de socorro”* daqueles que se sentem deslocados ou insatisfeitos com o estado atual do país. A linguagem utilizada apela à emoção, sugerindo sentimentos de urgência e de desespero entre os eleitores que podem ecoar junto daqueles que se sentem descontentes e à margem no seu país.

Além disso, este *tweet* acaba por refletir uma narrativa comum entre os movimentos populistas, em que os eleitores são vistos como vítimas de mudanças sociais e políticas que os deixaram para trás, ou seja, aquilo que acaba por ser uma crítica aos partidos *mainstream* e ao *status quo*.

Também este *tweet* chegou a um vasto público (18,2 mil visualizações), todavia não significa que estes números de pessoas partilhem necessariamente esta perspetiva.

“Um voto no CHEGA não é um voto de protesto.

É um pedido de socorro dos portugueses que sentem que já não vivem no mesmo país onde nasceram.”

(@franciscotrad_, 3:00 PM · 12 de mar de 2024 · **18,2 mil** Visualizações)

De igual forma, José, militante do partido Chega, assume o seu apoio ao partido, promovendo-o como a única alternativa legítima ao socialismo, posicionando o partido como líder da oposição em Portugal. O *tweet* pode reforçar o senso de pertença ao Chega e o seu autor poderá procurar a mobilização de eleitores que procurem opções mais polarizadas.

“Se tinham dúvidas, hoje ficou claro: a grande alternativa ao socialismo tem um nome: CHEGA!”

(@JosMatias17, 9:36 PM · 12 de fev de 2024 · **15,9 mil** Visualizações)

Todavia, enquanto o primeiro *tweet* de apoio ao Chega é escrito por um jovem fundador e líder de um movimento político, que pode mobilizar algum eleitorado junto dos seus apoiantes, os outros dois *tweets* são subscritos por dois militantes do partido, pelo que o seu apoio é evidente.

Além dos *tweets* direcionados aos partidos políticos, na categoria “política nacional” incluímos também os *tweets* relativos aos assuntos polémicos debatidos durante a campanha eleitoral em análise, como é o caso dos protestos de forças de segurança, em janeiro, e o protesto de agricultores portugueses, durante o mês de fevereiro de 2024.

Em segundo lugar, 41 *tweets* analisados pertencem à categoria “política internacional”, neste campo destacamos *tweets* relacionados com a política brasileira ou a guerra entre a Rússia e Ucrânia, contudo visam principalmente a política argentina e a figura de Javier Milei, tendo os jovens adotado posições diferentes entre si. Estas referências estão presentes em quatro das cinco contas em análise, sendo o tema mais unânime no que respeita à “política internacional”.

Se por um lado, três dos jovens tendem a elogiar a política levada a cabo por Milei, no qual se incluem os dois jovens que militam num partido, por outro, Afonso considera a referida figura política uma “*fraude completa*”.

“Alguém tem de o dizer: Javier Milei é uma fraude completa, um fantoche do globalismo e um servo dos mesmos interesses organizados que finge desafiar.”

(@AfonsoJFG, 12:39 AM · 8 de fev de 2024 · 39,7 mil Visualizações)

O terceiro tema mais partilhado em *tweets* refere-se ao tema “Reconquista/Remigração”, decidimos incluir as duas palavras na mesma categoria, uma vez que surgem nos mesmos *tweets* sob a forma de *hashtag*. Este mecanismo utilizado na rede social X permite uma maior visibilidade e engajamento, como referido por Chagas et al. (2022), citado anteriormente.

É importante ressaltar que, embora este seja um tema que, em terceiro lugar, abrange mais *tweets*, estes apenas correspondem a duas contas dos cinco jovens presentes nesta etapa do estudo.

Importa perceber a que se refere a palavra “Reconquista”, como se poderá ler no seu *síte* oficial, a Reconquista trata-se de um “movimento político partidário” fundado e liderado por Afonso Gonçalves em outubro de 2023, que assenta nos pilares pátria, identidade e futuro, caracterizada por “atividade extraparlamentar”. Pode ainda ler-se que o movimento se foca “na mobilização da sociedade civil para impactar o discurso público e oferecer uma alternativa à influência dos partidos políticos” (RECONQUISTA DE PORTUGAL, 2023).

Como explicaremos adiante, no subcapítulo referente à análise do conteúdo das entrevistas, estes dois jovens referem a questão demográfica como tema fundamental na sua participação nas redes sociais, pelo que a associação a este movimento político poderá estar diretamente relacionada com as questões que procuram debater.

De seguida, na categoria “Pessoal” contabilizámos 28 *tweets*, publicados durante o período em análise, mas que não incluiremos nesta análise por conterem teor da esfera pessoal dos jovens, ou seja, pelo menos dois dos ativistas publicaram fotografias, que consideramos não se enquadrarem em nenhuma das categorias sobranes analisadas. Por outro lado, na categoria “Pessoal” incluímos também *tweets* em que os jovens ativistas promovem a sua militância, isto é, Afonso recorre à publicação de fotografias para divulgar a sua presença em *podcasts*, por exemplo, ou até à publicação de vídeos em que entrevista imigrantes, fruto do movimento que lidera, de clara oposição à imigração.

Por outro lado, no que respeita à categoria “imigração” é possível encontrarmos *tweets* relacionados com este tema em três das cinco contas analisadas. Enquanto Afonso e Luís adotam uma posição totalmente crítica da imigração, associando-a muitas das vezes a “substituição populacional”, fazendo com que o movimento Reconquista

ecloda junto de cada vez mais pessoas, José assume-se crítico da imigração, mas os seus *tweets* mostram-se alheios ao movimento Reconquista e Remigração.

Como vimos anteriormente Mudde (2020) elege a imigração como destaque nos partidos e movimentos de ultradireita.

Estes *tweets* contam com um alcance considerável ou até bastante significativo, em que os seus autores recorrem a uma linguagem crítica, mas em contrapartida assertiva, que lhes permite incentivar o debate.

“Não gostam da palavra “importação”.

Não gostam do tom, da forma, do jeito, da palavra, de quem diz. Não gostam de nada. São incapazes de dizer que é mentira. São incapazes de discutir o argumento. Porque todos sabem que é verdade.

No limite, não gostam da verdade, preferem os tons.”

(@JosMatias17, 2:52 PM · 30 de mar de 2024 **42,6 mil** Visualizações)

“Imaginem achar que em cada 100 bracarenses 3 são estrangeiros. É categoricamente mentira, isto é a mesma gente que diz que há só 5% de estrangeiros em Portugal, eles não querem que os portugueses sabem que estão a ser substituídos.”

(@tangocore30, 6:38 PM · 7 de fev de 2024 **1.130** Visualizações)

“Lembram-se quando as seleções tinham jogadores Portugueses?”

(@AfonsoJFG, 8:40 PM · 23 de mar de 2024 **594,5 mil** Visualizações)

Os termos mencionados como “importação” e “substituição” são utilizados como crítica para descrever “imigração”, no primeiro e segundo *tweet*, respetivamente, é manifestada uma preocupação com a presença de estrangeiros em Portugal, como se se tratasse de uma ameaça à identidade nacional.

Igualmente, no terceiro *tweet* há uma menção à seleção nacional de futebol e um questionamento sobre quem representa o país. Esta mensagem sugere uma visão da identidade nacional, em que a nacionalidade é definida estritamente pelo local de nascimento, ou seja, *jus soli*.

Não obstante tais discursos representarem preocupações legítimas, seguindo ideais de direita radical, são incluídas generalizações que podem acabar por dividir cidadãos nativos e imigrantes, e até nacionalistas e globalistas, presente ainda algum ceticismo relativo a instituições internacionais, como a União Europeia, e ao multiculturalismo.

No tema “Identidade” incluímos onze *tweets* que refletem preocupações comuns sobre a identidade nacional, estando presentes também em três das cinco contas analisadas.

Os três *tweets* abaixo são exemplificativos de uma retórica nacionalista centrada em valores de identidade, patriotismo e até soberania nacional.

“Cartaz da unidade de saúde Amadora/sintra escrito em crioulo.

Em só se fala uma língua - o Português.

Se querem falar crioulo regressem à África.”

(@AfonsoJFG, 1:39 AM · 13 de fev de 2024 · **75,9 mil** Visualizações)

“Quem não considera o superior interesse do País, não merece representa-lo.

Acima de tudo PORTUGAL.

Acima dos EGOS, PORTUGAL.

Acima das vendettas, PORTUGAL.

E a isto chama-se PATRIOTISMO”

(@claudiashandi, 9:39 PM · 26 de mar de 2024 **10,1 mil** Visualizações)

“PORTUGAL PRIMEIRO

Não UE

Não EUA

Não Índia

Não Israel

Não Brasil

Não Rússia

Não Angola

Não Ucrânia

Não Palestina

Não Cabo Verde

Simplesmente, Portugal”

(@franciscotrad_, 7:04 PM · 10 de fev de 2024 **10,7 mil** Visualizações)

Enquanto o *tweet* de Afonso surge sob a forma de comentário sobre o uso do crioulo num cartaz da unidade de saúde e sugere língua portuguesa como elemento central da identidade nacional, o *tweet* de Cláudia, por sua vez, foca-se no patriotismo como ideal central, e por isso, na importância de colocar o país acima de egos ou disputas políticas.

De seguida, no *tweet* de Francisco é-nos apresentada uma clara visão nacionalista, até isolacionista, colocando Portugal acima de todas as outras nações mencionadas. A utilização do slogan “Portugal Primeiro” poderá remeter-nos para vários movimentos nacionalistas, como é exemplo a Associação de Iniciativa Cívica Portugueses Primeiro, que “defende uma visão do homem enraizado nas suas comunidades naturais e históricas e afirma que o conceito de Nação está subordinado à herança milenar do nosso povo, estando esta inserida na ideia orgânica de Comunidade supra histórica, isto é, liberta da existência transitória e temporal de quaisquer construções jurídico-políticas, sociais ou económicas” (Associação de Iniciativa Cívica Portugueses Primeiro, 2019). Por último, o *tweet* enfatiza o patriotismo, priorizando o interesse nacional acima de tudo, não fazendo uma referência direta à imigração, pelo que esta ideia pode ser interpretada de diferentes formas. Contudo, esta visão pode compreender um apelo à unidade nacional e ao sacrifício pessoal pelo bem maior do país.

Apesar dos três jovens refletirem uma visão de Portugal como nação prioritária, em que a identidade nacional deverá ser preservada como elemento-chave, os três recorrem a abordagens distintas. Se o *tweet* de Afonso é focado na exclusão cultural e linguística, por outro lado, o *tweet* de Cláudia promove um patriotismo moral e unificador, já o de Francisco enfatiza a soberania e isolamento nacional e rejeita a globalização.

Na categoria seguinte, “Media” conta apenas nove *tweets*, contudo está presente em quatro das cinco contas analisadas. Os *tweets* incluídos neste tema assumem um olhar crítico relativamente aos media portugueses, apontando para um descontentamento geral com o estado da comunicação social portuguesa, evidenciando a forma como a mesma influencia a sociedade e reflete os seus valores.

“Acho que devíamos importar 100 mil jornalistas jovens dos Palop e Brasil, afim de haver mais competição, dinâmismo, oportunidades, partilha de conhecimentos e experiências novas e acima de tudo diversidade, acredito com este fluxo imenso de sangue novo irá ajudar a ultrapassar, nesta altura tão angustiante e amarga :)

Ah e esqueci-me, umas cotas raciais para dar uma pitada de bom gosto.

@dntwit @expresso @Visao_pt @revistasabado”

(@tangocore30, Última edição 7:52 PM · 15 de mar de 2024 · 2.038 Visualizações)

“Quando ligo a televisão durante 30 segundos e vejo o tipo de programas de entretenimento que estão a dar percebo porque é que 95% das pessoas são estúpidas.”

(@AfonsoJFG, 3:16 PM · 29 de mar de 2024 · 22,2 mil Visualizações)

“la jurar que segundo a comunicação social portuguesa estava a ser um falhanço. Continuem a greve. Não precisamos de desinformação.”

(@franciscotrad_, 2:42 PM · 14 de mar de 2024 · **41,2 mil** Visualizações)

“Há um certo tipo de imprensa que deveria ter vergonha na cara!”

(@JosMatias17, 3:08 PM · 4 de jan de 2024 · **9.830** Visualizações)

Se no primeiro tweet Luís estabelece uma visão crítica e irónica, mais uma vez recorrendo ao termo *“importar”*, utilizado num *tweet* correspondente a outro jovem, anteriormente, Afonso acaba por criticar os programas de entretenimento televisivo e a qualidade dos mesmos, reforçando a ideia de que a comunicação social não apenas reflete, mas também perpetua um padrão cultural que o autor considera empobrecedor. Já Francisco acaba por expressar a sua desconfiança em relação à comunicação social acusando-a de desinformação, denunciando ainda uma alegada parcialidade da mesma.

No *tweet* de José está presente uma visão de desconfiança relativa à imprensa, apontando para possíveis problemas de sensacionalismo, enviesamento ou desinformação.

De modo geral, estes *tweets* podem sugerir o facto de os jovens acreditarem que os media portugueses não são neutros e tendem a ser influenciados por agendas políticas ou ideológicas, além da perceção de que o conteúdo oferecido é de baixa qualidade.

Por último, incluímos no tema “Feminismo” apenas sete *tweets*, presentes em três das cinco contas analisadas. Estes *tweets* expressam uma visão crítica do feminismo contemporâneo, especialmente das vertentes associadas à esquerda, ao uso de linguagem inclusiva e à desigualdade entre géneros.

“Feliz dia da mulher, cheio de vitalismo e futuro.”

(@tangocore30, 6:43 PM · 8 de mar de 2024 · **773** Visualizações)

“Mulheres, a esquerda não é vossa amiga. Ninguém que defende que vocês devem ser despromovidas a pessoas com útero e pessoas lactantes, pode ser vossa amiga.”

(@claudiashandi, 3:21 PM · 8 de mar de 2024 · **16,2 mil** Visualizações)

“Símbolo da Europa

Quando homens tomavam decisões V Quando mulheres tomam decisões”

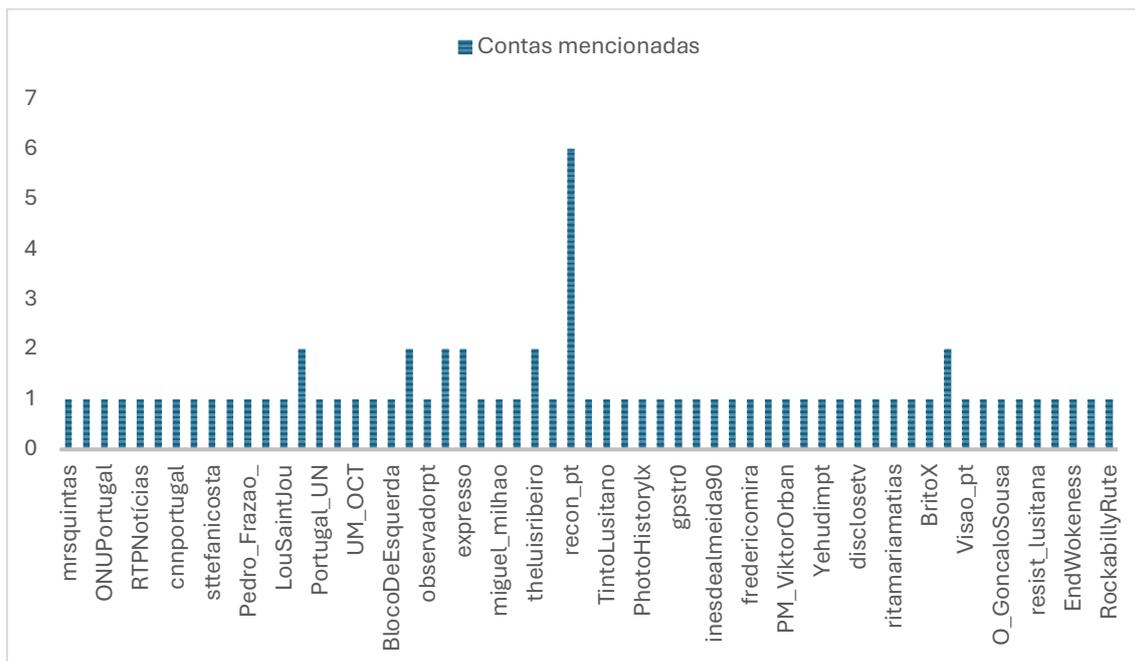
(@AfonsoJFG, 1:56 PM · 21 de mar de 2024 · **21,5 mil** Visualizações)

O tweet de Luís trata-se de *retweet* a um *tweet* que contém duas fotografias da cantora Carolina Deslandes acompanhado da frase “*o que o esquerdismo faz a uma mulher. #diadamulher*”. O autor utilizou uma crítica irónica da forma como vê o impacto do esquerdismo nas mulheres. Cláudia, por sua vez, adota uma visão crítica da esquerda política, acusando-a de desvalorizar as mulheres ao reduzir a sua identidade a termos como “*peçoas com útero*” ou “*peçoas lactantes*”, sugerindo que esta linguagem inclusiva despersonaliza e desumaniza as mulheres, pelo que esta visão não pode ser considerada aliada das mulheres.

Já o tweet de Afonso contém uma comparação irónica e crítica entre o símbolo histórico romano SPQR, com a legenda “*quando homens tomavam decisões*” e o símbolo moderno da União Europeia, legendado com “*quando as mulheres tomam decisões*”, apresentando uma visão nostálgica e depreciativa do papel da mulher na política e na sua capacidade em processos decisórios. Esta mensagem reflete um claro ceticismo e desprezo em relação às mudanças sociais e políticas associadas à participação feminina, transmitindo uma posição conservadora sobre o tema.

Esta posição assumida por Afonso relativamente à condição da mulher e da sua participação na atividade política é particularmente característica do seu movimento e pode ser encontrada nos seus *tweets*, os quais não foram publicados no período temporal correspondente à presente análise. Deste modo, acreditamos que este ponto de vista poderá ser reivindicado por outros ativistas de direita radical, além dos seleccionados para o presente estudo, uma vez que a justificação para a recusa na participação do presente estudo, visível na Figura 1.2 poderá ter por base esta mesma tese.

Quadro 5.4: Contas mencionadas por tweets



Fonte: Elaboração própria

No Quadro 5.4 elaborámos um gráfico relativo às contas mencionadas pelos ativistas seleccionados, conforme o número de *tweets* postados, de forma a perceber se se verifica qualquer semelhança nas contas mencionadas.

Numa primeira leitura estão identificadas várias contas oficiais de fontes de notícias em Portugal, como por exemplo o @expresso, mas são também mencionadas contas oficiais de partidos portugueses como @BlocoDeEsquerda, @psocialista, @PartidoChega ou @pcp_pt. Além das contas referentes aos partidos, muitos dos ativistas optam por mencionar contas oficiais de figuras políticas, tais como @AndreCVentura, líder do partido Chega, @ritamariamattias, @Pedro_Frazaos, ambos deputados do Chega e @Moedas, atual presidente da Câmara Municipal de Lisboa.

Todavia, estas contas referidas têm um número irrelevante de *tweets* que lhes são dirigidos, apenas um *tweet* para cada conta acima mencionada.

O grande destaque é a menção à conta @recon_pt, uma conta com 7.208 seguidores na rede social X, e 1.675 *tweets*, são seis os *tweets* enviados, pese embora estes *tweets* pertençam apenas a dois dos cinco ativistas visados, com quatro e dois *tweets* cada um.

5.2. Análise de conteúdo das entrevistas

Iremos neste ponto analisar o conteúdo das entrevistas realizadas para conferir profundidade de análise aos dados empíricos recolhidos através da rede social X e acima descritos.

Segundo Gonçalves et al. (2021: 67), a entrevista, enquanto método qualitativo “permite uma recolha de informação nos contextos próprios dos respondentes, durante um espaço temporal determinado, tornando-se importante porque o ser humano condiciona o seu comportamento ao contexto em que interage.” Além disso, a sua análise de conteúdo “cria a possibilidade de uma melhor compreensão dos respondentes, congregando a informação e o conhecimento dos envolvidos, o que só se torna possível quando fazem a descrição das suas experiências dentro do campo das significações.” Pelo que este método se configura mais vantajoso no presente estudo, de acordo com Quivy & Campenhoudt (2008) quer pelo grau de profundidade dos elementos de análise recolhidos, quer pela flexibilidade e fraca diretividade que permite a recolha de testemunhos e interpretações de interlocutores.

Pelo menos três dos jovens entrevistados descrevem que começaram a interessar-se por política num momento antecessor à sua presença nas redes sociais, principalmente à sua utilização não para fins pessoais, mas sim com um cariz político. Inclusivamente estes associam um dado acontecimento político ao despoletar do seu interesse, como é exemplo a eleição de André Ventura em 2019, as eleições americanas em 2016 ou o momento em que se tornaram membro de um partido político:

“Então... quando comecei a interessar-me por política foi nomeadamente a partir da entrada de André Ventura para o Parlamento, quando era deputado único, portanto em outubro de 2019. Nessa altura não utilizava redes sociais e apenas vim a utilizar, posteriormente, e de forma pública, nomeadamente com cariz político, nunca utilizei redes sociais de forma privada, e portanto, a minha entrada e início de utilização das redes sociais com cariz político foi muito depois desse nascer do interesse por política, nomeadamente em abril/maio de 2023, ou seja, já quase quatro anos depois de ter surgido o meu interesse mais acentuado por política (...)” (Afonso)

“Ao contrário... ou seja, eu primeiro interessei-me por política, só depois apanhei as redes sociais, porque eu fiquei um bocado interessado naquela fase de 2016, por causa das eleições americanas, também tenho familiares que estão interessados naquilo que é a atividade política em Portugal, e portanto, depois dessas eleições americanas

tivemos também, se não estou em erro, eleições autárquicas, ou eleições europeias, legislativas naquela altura, 2018/2019 (...) Nesta altura ainda não tinha redes sociais, portanto foi esse o primeiro contacto.” (Francisco)

“Eu já utilizava as redes sociais, sim, mas era para fins pessoais. Comecei a utilizar o Twitter na mesma semana em que me tornei membro da Iniciativa Liberal, portanto, mais ou menos, em 2021. Na altura, uma das pessoas que coordenava a Iniciativa Liberal, fazia parte da Comissão Executiva sugeriu-me criar uma conta no Twitter e quando eu entrei percebi logo que era uma dinâmica muito própria, até então eu não percebia muito bem como é que o Twitter funcionava aqueles caracteres reduzidos, etc... e começou aí.” (Cláudia)

Em todas as entrevistas realizadas os jovens procuraram definir a sua participação no X, ainda mencionado como *Twitter*, identificando esta rede social pela sua rápida capacidade de comunicação, como sugerido por Rivas-de-Roca et al. (2022). Além disso, apesar dos jovens entrevistados confessarem estarem presentes nas demais redes sociais, o X parece ser a plataforma priorizada para partilhar as suas ideias e opiniões políticas:

“(...) depois tenho o Twitter, onde aí sim, de forma mais ativa, sou mais explícito naquilo que eu penso, porque também o Twitter dá aso a tal, porque o Twitter hoje em dia ou o X, como quiser chamar é uma plataforma, a qual simpatiza com as nossas ideias, com as minhas ideias, neste caso, e portanto, tem mais liberdade, no qual as outras não têm tanto, naturalmente não me vou expor tanto.” (Luís)

“(...) o Twitter tem uma coisa gira, que é mete-nos em diálogo com toda a gente, pronto, literalmente toda a gente e nós somos capazes de ter respostas das pessoas que estamos a visar nos comentários e isso é algo muito interessante. Tem coisas boas e coisas más, claramente, depois pode cair muitas vezes na baixa política, no baixo nível, esse tipo de coisas que acontecem às vezes e é uma pena que aconteça, mas depois tem coisas... forma de contactar com outras formas de pensar, que o Facebook por ser uma rede de amigos não tem e que o Instagram por ser uma rede de fotografias também não possui.” (José)

Algo curioso relativamente à presença destes jovens nas redes sociais é o facto de três dos seis entrevistados referirem terem sido censurados ou “banidos” numa determinada rede social, nomeadamente no *TikTok* ou *Youtube*:

“Tentei criar um TikTok recentemente, não correu muito bem, porque coloquei um conteúdo libertário e foi logo censurado, e, portanto, deixei aquilo em standby (...)”
(Cláudia)

“Na atualidade tenho o Youtube que é a principal, aliás já é o terceiro canal, mas pronto tenho o canal no Youtube. Utilizo também o Instagram, com menos frequência, também o Facebook com menos frequência.” (Miguel)

“Utilizo todas: Facebook, Instagram, Twitter, Tiktok, também o Telegram, essas são as principais, sendo que no Youtube fui permanentemente banido, e, portanto, não utilizo, pelo menos associado ao meu nome e é isso.” (Afonso)

Quando questionados sobre os temas que preferem comentar ou com os quais mais interagem, quatro dos jovens elegem a *“questão demográfica”* relacionando-a com o tema da imigração, o que se relaciona com os tweets incluídos nos temas *“Reconquista/Remigração”* e *“imigração”*, conforme o subcapítulo anterior.

“O tema fundamental que gosto mais de falar e que para mim é o mais importante é a questão demográfica (...) Como referi anteriormente, e para concluir é a composição demográfica de qualquer organismo que dita o seu funcionamento, e portanto, é a questão fundamental.” (Afonso)

“Por exemplo, apesar de gostar de economia, e de já ter tido a oportunidade de comentar em público questões económicas, não dou tanta importância como a questão da imigração, como a questão demográfica, porque na minha opinião uma economia concerta-se em 10, 15, 20 anos, a questão demográfica demora décadas, décadas e décadas.” (Francisco)

“O tema mais basililar para mim sempre foi a questão demográfica, sempre foi o que tive mais interesse, e para mim o mais fundamental de ser debatido. Obviamente há outras questões sociológicas que tenho todo interesse, e que às vezes almejo e pertença a projetos, ou causas, ações. Mas sem dúvida que passa sempre pela questão demográfica, ou seja, esta migratória, remigração, controlo de fronteiras, natalidade, fertilidade, isso tudo é o que para mim é o mais, os de mais importância.” (Luís)

“Agora acho que relativamente à imigração é preciso também... quer dizer, se existe o direito, que eu acho que não existe, à pessoa entrar onde quiser, também tem de existir o direito da casa, onde estamos, dizer se quer ou não quer a pessoa. O direito nunca pode estar só de um lado, e isso é uma coisa que me parece também relativamente evidente, se eu vejo, quer dizer Portugal quer ter políticas relativas à imigração de algum controlo, isso parece-me mais do que legítimo.” (José)

Estes jovens acabam por refletir um discurso que valoriza a questão demográfica como o pilar central das políticas públicas, com destaque para a imigração como o grande problema. A imigração adquire especial relevância nas suas abordagens, uma vez que estes jovens associam o controlo migratório com a questão demográfica, como referido por Luís e José, apontando para um desequilíbrio populacional e para políticas de gestão de fluxos migratórios como possível solução, respetivamente.

Além disso, independentemente desta ser uma matéria com a qual se debatem, como afirma Francisco, falar da questão da imigração *“dá muito mais visualizações”*.

Os restantes entrevistados apontam para o conteúdo político: Miguel considera que o seu *“foco essencial é a política”*, especialmente no seu canal de *Youtube*, e enquanto comunicador diz fazer um serviço de literacia política:

“(...) talvez faça um trabalho de literacia política, porque acho que um dos maiores problemas é a iliteracia política que nós temos no país, eu falo disto da esquerda e da direita, as pessoas confundem um bocadinho a política com o futebol, usam a mesma emoção, usam o coração, e a política é uma coisa em que temos que usar com a cabeça e não o coração, então se calhar faço mais esse trabalho.”

Cláudia, por sua vez, segue a agenda do dia, mas gosta de *“debater naquilo que as pessoas já têm... não questionam, aquilo que é dogmático, via da regra”*, destacando diferentes exemplos. Entre eles o regime republicano, uma vez que se declara monárquica.

Depois, menciona, de igual modo, a questão de União Europeia, que apesar de não surgir como tema principal, aquando da análise da participação no X, acaba por ser um assunto citado ao longo das entrevistas, sendo contestado entre os ativistas. Cláudia defende que a instituição *“está a seguir um caminho autoritário”*, e que no nosso país esta acaba por ser uma questão muito dogmática.

Por sua vez, José, que integra um partido político, assume-se *“claramente eurocético”*, e com muitas dúvidas relativamente à UE. Esta posição é teorizada por Mudde (2020), que refere que a maioria dos partidos de direita radical tendem a ser eurocéticos.

Outro dos temas mencionado nas entrevistas, identificado no Quadro 5.3 como “media”, são as referências feitas à comunicação social portuguesa, descrita pelos jovens como tendenciosa.

Ao expressar que a política internacional é outro dos temas que opta por debater, Cláudia refere que as questões internacionais não nos são transmitidas através dos media tradicionais e no caso de o serem acabam por chegar com algum enviesamento, e explica:

“Raramente nós vemos nas nossas televisões aquilo que se passa em Espanha, se perguntarmos aos portugueses que só se socorrem dos media tradicionais eles não fazem a menor ideia do que está a acontecer em Espanha, nem na Argentina, em que o regime é libertário, muitas vezes as notícias vêm contadas a meio, vêm torcidas...”
(Cláudia)

Na mesma medida, quando questionados sobre os conteúdos, temas ou linguagem que consideram problemáticos, os jovens voltam a destacar a questão da desinformação. Partindo da ideia de que o jornalismo deve servir a democracia e, portanto, pautar-se pela imparcialidade, Miguel argumenta que essa prática não se verifica no nosso país:

“Na atualidade nós temos um grande problema com a desinformação, embora eu ache dos dois quadrantes, mais à extrema da direita, mais à extrema da esquerda, só que vivemos, acredito eu, numa sociedade em que um destes fatores, ele é filtrado, de certa forma até pelo próprio jornalismo e por uma militância que já existia muito antes de surgir esta nova direita.” (Miguel)

Apesar das respostas diversificadas, a condição da mulher não foi um dos principais temas representados em *tweets*. Foram considerados apenas seis *tweets* na categoria “feminismo”, dois dos jovens entrevistados referem o papel limitativo muitas vezes atribuído à mulher neste espectro da direita radical como algo negativo:

“(...) depois o que eu repudio... o machismo é uma coisa que me faz imensa confusão, tudo o que seja o maltrato a uma mulher é uma coisa que acho absolutamente asquerosa, a ideia de dizer o que é que a mulher pode ou não pode fazer, acho que é uma coisa que é abjeta e faz-me imensa confusão e graças a Deus pude crescer ao lado de mulheres extraordinárias e também de ser formado por mulheres extraordinárias. Portanto, tudo o que seja a noção de tratar mal uma mulher, para mim

é uma coisa que me repudia completamente. Às vezes vejo algum tipo de ativismo que eu não me associo a isso, não é da minha direita, mas tudo o que seja isso não consigo compreender.” (José)

“(…) também não gosto quando falam, isto não é uma palavra ou uma expressão, mas não gosto quando tentam atribuir um papel à mulher, por exemplo submissa, detesto, deve ser das coisas que mais me irrita quando eu oiço e tenho alguns amigos no Chega ou no CDS ou até fora da política que acham que a mulher deve ter alguma “submissividade”, não sei se está correta a palavra, ao marido e que deve ocupar o seu papel e que deve ser mãe. E eu acho que a mulher deve estar onde ela quiser, portanto essa questão do submisso, alguém ser submisso a alguém, seja quem for, faz-me muita confusão e há uma parte da direita, sobretudo destes movimentos mais populistas que tem vindo buscar.” (Cláudia)

A visão de José e Cláudia acaba por contrastar com o que é defendido por Afonso e pelo movimento Reconquista, como referido no subcapítulo 5.1.1. análise de tweets, para este jovem ativista, e, em particular, neste movimento é assumida uma posição de redução dos direitos das mulheres e das pessoas LGBTQ+.

Não obstante os jovens entrevistados se situarem no espetro da direita radical, as suas autotagificações são várias, desde *“liberal clássica”*, uma vez que Cláudia assume que *“esta ideologia está claramente à direita, embora privilegie um Estado reduzido, que é uma coisa que tanto a extrema-direita como a extrema-esquerda, não é, querem sempre um Estado grande, por isso é que às vezes há essa resistência em situar os libertários, mas por questões realmente da economia, da liberdade individual, realmente identifico-me mais à direita”*, já José reclama-se *“conservador”*. *“Para dizer que sou uma pessoa claramente conservadora, católico, pró-vida, eurocético (...)”*. Luís, por exemplo, reconhece-se *“identitário”*, porque *“sempre vim de uma área identitária, como tinha mencionado, então, naturalmente, são as páginas nas quais eu passo mais tempo, e acabo por ser influenciado e partilhar, acabando por ser quase exclusivamente extra portuguesas, ou seja, não são só conteúdo português, ora sigo páginas, organizações, indivíduos, causas.”*

Membros de partidos políticos, de outros movimentos ou não, quando inquiridos relativamente com quem interagem nas suas redes sociais, se, por um lado, preferem pessoas do mesmo quadrante político, por outro, optam por interagir com utilizadores cuja ideologia é oposta. Francisco admite estar bloqueado por alguns utilizadores, tanto de esquerda como de centro-direita, justificando desta maneira a não interação com

outras contas no X, *“faço simplesmente o tweet, largo o telemóvel e vou para outro sítio, nem perco muito tempo em comentários.”*

Luís relaciona a sua participação no X com o fenómeno do partido Chega, afirmando *“que estas minhas ideias são mais populares ou mais aceites”*, o que lhe permite influenciar outras pessoas *“através do diálogo, até de uma construção lógica de argumentos e narrativas para que eles possam absorver e mais tarde transmiti-las também”*, mas admite não perder tempo a falar com alguém da juventude comunista, por exemplo.

Por outro lado, Cláudia refere a existência de *“uma espécie de uma vedação intelectual”* que não permite a interação entre utilizadores de direita e de esquerda no X. Caso se verifique uma interação, esta acabará por escalar para o insulto ou hostilização mútua. Contudo, refere que há pessoas de esquerda com quem sente que conseguiria ter um debate racional, apesar de gostar mais de interagir com pessoas de centro-direita, liberais ou libertárias.

José, por sua vez, mostra-nos uma visão diferente, na medida em que no X *“a ideia é confrontacional”*, e que esta rede social tem o intuito de discordar, isto é, o jovem opta por comentar algo que tenha uma opinião diferente da sua: *“acho esse processo muito mais giro do que se calhar estar a dar o forcing às pessoas que concordam comigo”*.

Afonso refere interagir com quaisquer pessoas, tanto a nível de comentários, como a nível de troca de gostos, no que respeita a mensagens privadas apenas interage quando se trata de algo mais preciso, independentemente da afiliação ideológica, explicando *“se por exemplo uma pessoa de esquerda me contactar com algum objetivo específico, eu responderei, mas se uma pessoa de direita me contactar para me perguntar onde é que eu andei na escola ou outra coisa qualquer, ou de onde é que eu sou, aí já não há tanta relevância em responder, mesmo que exista uma maior ligação ideológica, o que não quer dizer que eu não responda, mas tendencialmente será em função da importância das questões”*. Todavia, conclui que interage com mais pessoas de direita por serem aquelas que também interagem mais com o seu conteúdo, e não por uma questão de preferência própria.

Já o entrevistado Miguel, que detém o seu próprio canal de Youtube refere que *“são raras as pessoas de esquerda que querem conversar comigo, mesmo no chat ou em entrevista, e no que diz respeito ao público é raro ter alguém no espectro mais à esquerda”*. Pelo que caracteriza o seu público como *“mais à direita”*, uma vez que nesta plataforma as pessoas procuram o que querem, enquanto no X *“qualquer pessoa de esquerda tem muitos seguidores de direita, onde vão atacar mutuamente as opiniões uns dos outros e vice-versa, isso acontece muito no Twitter, no Youtube não”*.

Desta forma, podemos depreender que os entrevistados valorizam a sua atividade na internet, sobretudo nas redes sociais, como um espaço onde partilham ideias, mensagens e debatem, onde a informação se difunde com rapidez. Todos os jovens, de certa forma, consideram o principal objetivo da sua presença *online* em influenciar outros, para que as suas ideias cheguem a cada vez mais pessoas.

Luís refere isso mesmo, que as redes sociais não só chegam a muitas pessoas, como é onde estas pessoas passam bastante tempo, acabando por serem influenciadas. Acredita que *“muita da batalha política passa pelas redes sociais, passa pelo X, pelo Telegram, pelo Instagram, então naturalmente é onde eu quero projetar as minhas ideias, e sendo esse o objetivo principal e o uso exclusivo, por exemplo do X, partilhar ao máximo as minhas ideias.”*

Cláudia considera que a sua missão é *“colocar as pessoas a pensar e a fazerem as suas escolhas consoante aquilo que lhe vai sendo apresentado”*. Além disso, refere que, em primeiro lugar, gostava que as pessoas deixassem de votar no PS e à esquerda, afirmando que estes votos são fruto da manipulação dos media e da grande falta de literacia financeira.

Miguel, na mesma ótica, pretende *“despertar o espírito crítico”*, que, de acordo com este, não existe, e que *“as pessoas estão formatadas por uma militância que já existe”*, considerando que as mesmas agora *“podem discutir na internet e têm mais um veículo de opinião para aderir”*.

Afonso enumera dois objetivos da sua atividade, o principal será *“fazer combate cultural e promover uma visão alternativa da sociedade, do Estado, da política, da cultura, da civilização, promover essa visão alternativa”*, através da voz que é dada a outras pessoas e ideias. Depois, refere que o objetivo secundário passa por *“atrair pessoas para o nosso movimento, convencer pessoas”, e persuadir essas mesmas pessoas de que “a nossa visão do mundo está correta”*.

Relata ainda que também pretende tornar-se mais influente, e alcançar *“uma valorização sempre da minha marca, em termos políticos, e em termos profissionais”*.

Para Francisco, são muito poucos os ativistas que conseguem viver desta atividade política digital em Portugal, ao contrário do que o próprio verifica nos Estados Unidos. Contudo, não é isso que procura, para Francisco o seu trabalho *“é simplesmente partilhar certos temas e que certos talking points, certas perspetivas, certas óticas entrem no espaço de direita que está a crescer”*, e que segundo o mesmo irá continuar a crescer, sem qualquer dúvida.

Ainda para José, o jovem verifica vários fenómenos: por um lado, *“há muita gente que não tem à vontade para dizer aquilo que pensa, ou que está isolado no seu contexto social”*, e dá o seu exemplo, crescido no Seixal e inserido numa turma onde todos eram

de esquerda e José o único de direita. Nesse sentido, considera que *“as redes sociais e o ativismo e a militância nas redes sociais também dá para perceber que não estás sozinho, há muitas pessoas que pensam como tu, e portanto, interages com elas, faces esse engagement, há essa noção”*.

Conclusões

Neste último capítulo, apresentaremos uma reflexão sobre o estudo desenvolvido, quer teórico e metodológico, incluindo a análise de dados.

Em primeiro lugar, conforme descrito no capítulo introdutório, o principal objetivo da presente investigação seria compreender as dinâmicas da militância juvenil da direita radical portuguesa, em particular durante o período de campanha eleitoral das eleições legislativas de 2024, na rede social X, anteriormente conhecida como *Twitter*, contudo optámos por utilizar o nome atual, visto esta alteração ter ocorrido no início desta investigação. Assim, o objetivo passava por explorar as clivagens sociopolíticas que moldam a interação destes ativistas, pelo que nos centramos em identificar os padrões de participação, as temáticas mais discutidas e as estratégias utilizadas pelos jovens para amplificar as suas mensagens políticas e ideológicas.

No que concerne aos resultados, estes demonstraram que a rede social X se destaca como uma plataforma essencial para a mobilização política destes jovens, devido à sua rápida capacidade de disseminação e ao alcance de público variado. Temas como a imigração, identidade nacional, críticas ao sistema político tradicional e a oposição à globalização surgem como centrais nos discursos dos jovens cujos perfis foram analisados.

A utilização de *hashtags*, *memes* ou discursos polarizadores não só permite aumentar a visibilidade das mensagens, como reforça o sentimento de comunidade entre os participantes, possibilitando uma rede de apoio virtual que facilita a disseminação de ideias radicais.

Neste âmbito, seis jovens com perfil ativo no digital foram identificados como figuras relevantes para a análise. Cada um deles trouxe uma perspetiva única para a compreensão das dinâmicas de militância *online*.

Assim, a investigação diferencia os estilos de militância entre ativistas, o que acaba por ilustrar a diversidade interna dentro da direita radical, que está representada no X, e oferece uma visão mais complexa do movimento, que é muitas vezes tratado de forma homogénea.

Entre os jovens ativistas analisados emergem diferenças marcantes nos seus perfis e abordagens, que agrupamos em três tipos de militantes: em primeiro lugar, jovens de direita radical extraparlamentar, como o Afonso ou Luís, que demonstram uma posição mais independente e se aproximam de movimentos identitários e apartidários, como a Reconquista. Depois, encontramos jovens de direita parlamentar, como é exemplo o José, que adota uma postura altamente institucionalizada, com forte ligação a partidos

políticos, neste caso, ao Chega. Ainda, o caso de jovens que se relacionam com uma direita libertária, como a Cláudia.

Esta distinção reflete-se principalmente no tipo de discurso utilizado, apesar de os seis jovens focarem o debate entre a política nacional e a política internacional, os jovens identitários introduzem temas relacionados com o movimento Reconquista e remigração, concentram-se em narrativas de identidade nacional e desafios à imigração, frequentemente associadas à “substituição populacional”. Enquanto jovens partidários do Chega priorizam a crítica a partidos políticos da oposição e promovem o Chega como alternativa ao sistema.

Todavia, estas diferenças acabam por estar representadas também em alguns temas alvo de análise, como é exemplo a questão do feminismo, enquanto jovens de direita radical extraparlamentar defendem um papel limitativo da mulher ou até completamente misógino, jovens de direita parlamentar e de direita libertária consideram não se identificarem, de todo com essa perspetiva.

Apesar das diferenças nas afiliações, todos os jovens acabaram por partilhar um conjunto de temas centrais, como a defesa da identidade nacional, a oposição ao multiculturalismo e às políticas migratórias, críticas ao sistema político e aos media tradicionais. Estas semelhanças evidenciam a forma como a direita radical encontra coesão nas suas ideias basilares, pese embora os seus ativistas apresentem estilos e estratégias diferentes.

Contudo, também os estilos de comunicação são distintos entre os jovens: se aqueles que se enquadram na direita extraparlamentar preferem utilizar um tom irónico, disfarçado de humor, para, eventualmente, provocar o debate, e como estratégia de engajamento, os jovens libertários recorrem a um tom emocional, apelando a valores liberais clássicos, acabando por criticar políticas de esquerda.

Por outro lado, militantes do Chega fazem uso de uma linguagem provocadora, possivelmente, para mobilizar seguidores com um discurso confrontativo. Esta diversidade traduz a multiplicidade de perfis de jovens presentes na militância de direita radical, bem como as diferentes formas de mobilizar apoio e consolidar a sua presença no meio digital.

Outro aspeto importante a ter em conta foi o volume de engajamento no X. É possível verificar que ativistas com maior número de seguidores e de *tweets*, como é o caso de Cláudia e Afonso demonstram maior capacidade de disseminação e de engajamento, enquanto outros apresentam interações mais limitadas ou esporádicas, como Francisco. Esta discrepância poderá estar relacionada com a experiência digital e com a capacidade de construção de um perfil digital consistente.

Apesar das contribuições significativas, a pesquisa enfrentou limitações que acabaram por influenciar diretamente os resultados obtidos. A dificuldade em aceder a um universo mais amplo de jovens ativistas e as restrições impostas pelo período temporal de análise acabaram por limitar a generalização dos resultados. Do mesmo modo, o foco exclusivo na rede social X, e as sucessivas alterações de que a plataforma está a ser alvo, acabou por dificultar, e acabámos por excluir outros canais digitais que poderiam enriquecer a compreensão da atuação da militância juvenil.

Relativamente a investigações futuras neste domínio, consideramos que há espaço para expandir a análise a outras redes sociais, como o *TikTok*, *Youtube* ou até *Telegram*, de modo a explorar o impacto dessas plataformas na radicalização de jovens. De igual forma, fica por estudar o impacto das interações entre ativistas e usuários de diferentes espectros ideológicos na radicalização.

Por fim, esta dissertação pretendeu contribuir para o campo da sociologia ao oferecer uma perspetiva sobre as relações entre juventude, redes sociais e ideologia. Numa altura em que a tecnologia redefine os limites da participação política e da formação de opinião, compreender as dinâmicas da militância *online* é essencial para enfrentar os desafios de uma sociedade em constante transformação.

Referências Bibliográficas

- Albertazzi, D., & Bonansinga, D. (2023). Beyond anger: The populist radical right on tiktok. *Journal of Contemporary European Studies*, 1–17.
<https://doi.org/10.1080/14782804.2022.2163380>
- Associação de Iniciativa Cívica Portugueses Primeiro. (2019). *Declaração de Princípios* | p1. P1.
<https://associacaop1.wixsite.com/portuguesesprimeiro/declaracao-de-principios>
- Brown, K., Mondon, A., & Winter, A. (2021). The far right, the mainstream and mainstreaming: Towards a heuristic framework. *Journal of Political Ideologies*, 28(2), 162–179. <https://doi.org/10.1080/13569317.2021.1949829>
- Bryman, A. (2012). *Social Research Methods* (4th ed.). Oxford University Press.
(Original work published 2001)
- Caiani, M. (2017). Radical right-wing movements: Who, when, how and why? *Sociopedia*. <https://doi.org/10.1177/205684601761>
- Cammaerts, B. (2015). Social media and activism. *The International Encyclopedia of Digital Communication and Society*, 1–8.
<https://doi.org/10.1002/9781118767771.wbiedcs083>
- Castelli Gattinara, P., & Pirro, A. L. P. (2018). The Far Right as Social Movement. *European Societies*, 21(4), 447–462.
<https://doi.org/10.1080/14616696.2018.1494301>
- Chagas, V., Carreiro, R., Santos, N., & Popolin, G. (2022). Far-Right digital activism in polarized contexts: A comparative analysis of engagement in hashtag wars. *Media and Communication*, 10(4).
<https://doi.org/10.17645/mac.v10i4.5622>
- Dafaure, M. (2020). The “great meme war:” the alt-right and its multifarious enemies. *Angles*, 10. <https://doi.org/10.4000/angles.369>
- Daniels, J. (2018). The algorithmic rise of the “alt-right.” *Contexts*, 17(1), 60–65.
<https://doi.org/10.1177/1536504218766547>
- Doruk, S. K., Mengü, S., & Ulusoy, E. (2021). Digital Siege. In *Library Union Catalog of Bavaria, Berlin and Brandenburg (B3Kat Repository)*. University of Illinois Urbana-Champaign. <https://doi.org/10.26650/b/ss07.2021.002>

- Fernandes, J. M., & Won, M. (2023). The unintended consequences of amplifying the radical right on twitter. *Political Communication*, 40(6), 742–767.
<https://doi.org/10.1080/10584609.2023.2232752>
- Froio, C., & Ganesh, B. (2018). The Transnationalisation of Far Right Discourse on Twitter. *European Societies*, 21(4), 513–539.
<https://doi.org/10.1080/14616696.2018.1494295>
- Gil de Zúñiga, H., Koc Michalska, K., & Römmele, A. (2020). Populism in the era of twitter: How social media contextualized new insights into an old phenomenon. *New Media & Society*, 22(4), 585–594.
<https://doi.org/10.1177/1461444819893978>
- Gonçalves, S. P., Marques, C. G., & Gonçalves, J. P. (2021). *Manual de Investigação Qualitativa Conceção, análise e aplicações*. Pactor.
- Guerra, I. C. (2006). *Pesquisa qualitativa e análise de conteúdo : sentidos e formas de uso*. São João Do Estoril, Portugal Príncipeia.
- Hutchinson, J. (2019). Micro-platformization for digital activism on social media. *Information, Communication & Society*, 24(1), 35–51.
<https://doi.org/10.1080/1369118x.2019.1629612>
- Idriss, C. M. (2018). Youth and the Radical Right. In J. Rydgren (Ed.), *Oxford Handbooks Online*. Oxford University Press.
<https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780190274559.013.18>
- Kakavand, A. E. (2023). Far-right social media communication in the light of technology affordances: A systematic literature review. *Annals of the International Communication Association*, 48(1), 1–20.
<https://doi.org/10.1080/23808985.2023.2280824>
- Malhado, A. R. (2024). *Dias de Raiva Os segredos da ascensão de André Ventura*. Manuscrito Editora.
- Marchi, R., & Zúquete, J. P. (2024). Far right populism in portugal: The political culture of Chega's members. *Análise Social*, 215, 2–19.
<https://doi.org/10.31447/2022116>

- Martins, J., & Campos, R. (2024). Jovens ativistas e partidos políticos: convergências e divergências. *Sociologia Problemas E Práticas*, 104.
<https://doi.org/10.7458/spp202410428820>
- Marwick, A., & Lewis, R. (2017). *Media manipulation and disinformation online*. Data & Society Research Institute. <https://datasociety.net/wp-content/uploads/2024/04/Manipulacao-da-midia-e-desinformacao-online.pdf>
- Meijers, M. J., & Zaslove, A. (2020). Measuring populism in political parties: Appraisal of a new approach. *Comparative Political Studies*, 54(2), 001041402093808.
<https://doi.org/10.1177/0010414020938081>
- Mendes, M. S., & Dennison, J. (2020). Explaining the emergence of the radical right in Spain and Portugal: salience, stigma and supply. *West European Politics*, 44(4), 1–24. <https://doi.org/10.1080/01402382.2020.1777504>
- Mudde, C. (2020). *O regresso da ultradireita da direita radical à direita extremista* (T. Toldy, Trans.). Editorial Presença.
- Munn, L. (2019). Alt-right pipeline: Individual journeys to extremism online. *First Monday*, 24(6). <https://doi.org/10.5210/fm.v24i6.10108>
- Palhau, J., Silva, P., & Costa, E. (2021). Populismo nos partidos políticos portugueses – Os programas eleitorais de 2019. *População E Sociedade*, 35, 60–83.
<https://doi.org/10.52224/21845263/rev35a4>
- Quivy, R., & Campenhoudt, L. (2008). *Manual de investigação em ciências sociais*. Lisboa Gradiva.
- RECONQUISTA DE PORTUGAL. (2023). *Reconquista | O que é a Reconquista*. Recon.pt. <https://www.recon.pt/sobre>
- Rivas-de-Roca, R., Pérez-Curiel, C., & García-Gordillo, M. (2022). Building extreme right discourses on twitter for non-campaign periods: Insights from populist leaders across europe. *Observatorio (OBS*)*, 16(4).
<https://doi.org/10.15847/obsobs16420222176>
- Serrano, E. (2020). Populismo em Portugal. *Media & Jornalismo*, 20(37), 221–239.
https://doi.org/10.14195/2183-5462_37_12

- Silva, E. A. da. (2013). As metodologias qualitativas de investigação nas Ciências Sociais. *Revista Angolana de Sociologia*, 12, 77–99.
<https://doi.org/10.4000/ras.740>
- Stieglitz, S., & Dang-Xuan, L. (2012a). Political communication and influence through microblogging--an empirical analysis of sentiment in twitter messages and retweet behavior. *2012 45th Hawaii International Conference on System Sciences*. <https://doi.org/10.1109/hicss.2012.476>
- Stieglitz, S., & Dang-Xuan, L. (2012b). Social media and political communication: a social media analytics framework. *Social Network Analysis and Mining*, 3(4), 1277–1291. <https://doi.org/10.1007/s13278-012-0079-3>
- Valentim, V. (2021). Parliamentary representation and the normalization of radical right support. *Comparative Political Studies*, 001041402199715.
<https://doi.org/10.1177/0010414021997159>
- Valentim, V. (2024). *The Normalization of the Radical Right*. Oxford University PressOxford. <https://doi.org/10.1093/9780198926740.001.0001>
- Winter, A. (2019). *Online hate: From the far-right to the “alt-right”, and from the margins to the mainstream*.
- Winter, C., Neumann, P., Meleagrou-Hitchens, A., Ranstorp, M., Vidino, L., & Fürst, J. (2020). Online extremism: Research trends in internet activism, radicalization, and counter-strategies. *International Journal of Conflict and Violence (IJCV)*, 14(2), 1–20. <https://doi.org/10.4119/ijcv-3809>
- Zhang, X., & Davis, M. (2022). *E-extremism: A conceptual framework for studying the online far right*.

Anexos

Anexo A. Guião de Entrevista

1. Quando é que começou a interessar-se por política, em particular nas redes sociais? Ou já era utilizador destas redes sociais antes de interessar-se por política?
2. E que tipos de redes sociais utiliza?
3. Neste espetro de direita, quais são os conteúdos/temas ou linguagem que o incomoda?
4. Tem conhecimento de alguns grupos relevantes com mais impacto ou outras famílias políticas com que se identifica e relaciona?
5. Que importância atribui aos temas (ex. imigração, LGBT), ou seja, que temas é que gosta mais de falar, quais os que prefere comentar e com os quais mais interage?
6. A interação que faz é apenas com pessoas do espetro da direita ou também de esquerda? Com quem prefere interagir?
7. O posicionamento do CH nas redes sociais: anima ou dificulta o debate?
8. Qual o objetivo que pretende alcançar com a sua atividade no X ou nas restantes redes sociais que utiliza? O que lhe garante esta web militância? (Ex: visibilidade, maior alcance, convencer outras pessoas, etc)
9. É possível indicar-me outros web militantes, entre os 20-30 anos, que considere relevantes, nesta área?