

# JUVENTUDE(S) MOVIMENTOS GLOBAIS E DESAFIOS FUTUROS

Organização

Gilberta Pavão Nunes Rocha

Rolando Lalanda Gonçalves

Pilar Damião de Medeiros

**Gilberta Pavão Nunes Rocha**, doutorada em Ciências Sociais pela Universidade dos Açores, Professora Catedrática de Demografia aposentada na mesma universidade. É membro fundador e foi diretora do, então Centro de Estudos Sociais da Universidade dos Açores, agora CICS.UAc, onde também foi coordenadora do CICS.NOVA.UAc – Pólo da Universidade dos Açores. Tem diversos estudos científicos publicados em livros e revistas nacionais e internacionais nas áreas de Dinâmica Demográfica, Migrações, Família e Género. É Coordenadora Científica do Observatório da Juventude dos Açores. Email: gilberta.mm.rocha@uac.pt

**Rolando Gonçalves Lalanda**, doutorado em Sociologia pela Universidade de Paul-Valéry Montpellier 3, é Professor Associado na Universidade dos Açores. É Coordenador Executivo do Observatório da Juventude dos Açores e membro do Centro Interdisciplinar de Ciências Sociais – CICS.UAc/CICS.NOVA.UAc. Tem diversos estudos científicos publicados em livros e revistas nacionais e internacionais nas áreas da Metodologia e da Sociologia da Comunicação e das Migrações. Email: rolando.ll.goncalves@uac.pt

**Pilar Damião de Medeiros** é doutorada pela Albert-Ludwigs-Universität, Freiburg, Alemanha (2007). Obteve o grau de mestre pela Queen's University, Canadá (2003) e de licenciatura pela Brock University, Canadá (2001). Entre 2001-2002 foi Assistente na Queen's University e, entre 2007-2009, foi Professora Auxiliar Convidada na Universidade de Évora. É, desde 2009, Professora Auxiliar na Universidade dos Açores. Pilar Damião de Medeiros tem diversos estudos científicos publicados em livros e revistas nacionais e internacionais. As suas publicações centram-se sobretudo nas temáticas da Teoria Crítica; Intelectuais, Ativismo e Esfera Pública; Indústrias Culturais e Criativas. É coordenadora científica do Observatório da Juventude dos Açores e membro integrado do Centro Interdisciplinar de Ciências Sociais CICS.UAc/CICS.NOVA.UAc. E-mail: pilar.sl.medeiros@uac.pt

**JUVENTUDE(S)**  

---

**MOVIMENTOS**  

---

**GLOBAIS E**  

---

**DESAFIOS FUTUROS**  

---

**Organização**

Gilberta Pavão Nunes Rocha

Rolando Lalanda Gonçalves

Pilar Damião de Medeiros



## **JUVENTUDE(S): MOVIMENTOS GLOBAIS E DESAFIOS FUTUROS**

Organização: Gilberta Pavão Nunes Rocha | Rolando Lalanda Gonçalves | Pilar Damião de Medeiros

Diretor da coleção: Manuel Carlos Silva

Subdiretores: Helena Serra e Fernando Bessa Ribeiro

Capa: António José Pedro

© Edições Húmus, Lda. e Autores, 2022

Apartado 7081

4764-908 Ribeirão – V. N. Famalicão

Telef. 926 375 305

humus@humus.com.pt

www.edicoeshumus.pt

Impressão: Papelmunde – V. N. Famalicão

1.ª edição: Dezembro de 2021

Depósito legal: 491318/21

ISBN: 978-989-755-689-0

Coleção Debater O Social – n.º 57

Avaliação Científica: Álvaro Borralho, Catarina Rodrigues, Daniela Soares, Sandro Serpa, Maria da Luz Correia, Pilar Damião de Medeiros, Rolando Lima Lalanda Gonçalves

## ÍNDICE

- 17 **Young people as “glocal” citizens of the world. News media representations of youth in mainstream and digital native media**  
Pina Lalli | Claudia Capelli
- 53 **Conhecer e antecipar competências digitais de jovens. Primeiros contributos do projeto ySKILLS com foco em Portugal**  
Cristina Ponte | Lidia Marôpo | Teresa Sofia Castro
- 75 **O que sabemos e como medimos competências digitais dos jovens portugueses? Reflexões em torno de resultados de projetos de investigação**  
Susana Batista | Cristina Ponte | Eva Gonçalves
- 99 **Culturas digitais juvenis e os influenciadores na era da plataformização da internet**  
Lidia Marôpo | Maria do Rosário Rodrigues | Catarina Delgado | João Torres | Patrícia Dias | Eduarda Ferreira
- 121 **Juventude, política e género na argentina (2015-2020): como a mobilização das mulheres reconfigurou a juventude dos partidos políticos**  
Alejandro Cozachcow
- 145 **Occuper les lieux ou être habitées par eux: dynamiques spatiales d’Occupons Montréal**  
Carminda Mac Lorin
- 175 **O sistema mundial e o pensamento alternativo da juventude**  
Paulo Vitorino Fontes
- 197 **Gender and politics: Reviewing the naked body in public space**  
Maria Kalfa
- 203 **Notas Biográficas**



# PREFÁCIO

*Manuel Carlos Silva\**

Solicitado a fazer este Prefácio sobre o livro intitulado “Juventude(s): movimentos globais e desafios futuros” foi com imenso agrado que li o conjunto de textos que esta excelente obra, organizada por um notável grupo de investigadores/as do Centro Interdisciplinar de Ciências Sociais (CICS.Nova) do pólo da Universidade dos Açores, traz ao grande público.

Com efeito, este livro é iniciado com uma relevante reflexão de Pina Lalli e Claudia Capelli sobre a relação difícil entre os novos media e a juventude, em que esta é apresentada ora como coletivo afastado dos media tradicionais mas hiperconectado nos novos media das redes sociais, ora como categoria social vulnerável em termos de precariedade, desemprego e dificuldade de acesso à habitação, ora como grupo beneficiário de programas europeus, ora ainda como ator politicamente apático. Com efeito, atentando nas crescentes narrativas dos media *mainstream* sobre os/as jovens, é veiculada a ideia nuclear de que, sendo a geração mais qualificada e embrenhada nas redes sociais, seriam cidadãos/ãs apáticos/as, problemáticos/as, ora individualistas e ‘empreendedores’/as, ora apenas ocupados/as com entretenimentos alienantes. Tais narrativas, veiculadas pelos grandes grupos de media (vg. a corporação transnacional *Vice* analisada pelas autoras), *websites* e outras formas digitais, têm algum impacto no quadro do que Merton designava a profecia autorrealizada (*self fulfilling prophecy*) e, não sendo de modo algum inocentes, produzem obviamente alguns efeitos, nomeadamente a adesão de jovens (*Millenials*, Geração Z dos anos 90) a lógicas (neo)liberais e pós-modernas. Porém, elas de modo algum

---

\* Sociólogo, Professor Catedrático e Investigador no Centro Interdisciplinar de Ciências Sociais (CICS.Nova), Universidade do Minho e no Centro de Estudos Avançados Multidisciplinares (CEAM), Universidade de Brasília.

correspondem atual e historicamente ao papel da maioria dos/as jovens que, em diversos momentos históricos, tiveram um papel preponderante como atores sociais nas mudanças sociais e políticas. A este respeito convém desde já introduzir a heterogeneidade social dos/as jovens, aliás reconhecida nalgumas passagens da obra, não só em função do género, como de pertença de classe e étnico-racial e consequentes perfis, considerando as respetivas pertenças, trajetórias, escolaridade, posicionamentos políticos e religiosos, já trabalhados por vários autores/as em obras organizadas a este respeito nomeadamente sobre jovens em Portugal (Cabral e Pais 1998, Figueiredo *et al.* 1999).

Por sua vez, Cristina Ponte, Lídia Maropo e Teresa Sofia Castro, com base nos primeiros resultados de entrevistas e mesas redondas no quadro do projeto YSKILLS, assinalam de modo pertinente os diferentes tipos de competências digitais (instrumentais-operacionais, emocionais, sociais, criativas), por parte de adolescentes e jovens entre 13 e 17 anos, os processos de aquisição das mesmas, seus impactos e riscos. Ainda a respeito das culturas digitais juvenis Lídia Maropo, Maria do Rosário Rodrigues, Catarina Delgado, João Torres, Patrícia Dias e Eduarda Ferreira, constatando a popularidade dos influenciadores digitais, aliás atestados por diversos estudos, problematizam a emergência dessas celebridades e, com base em revisão da literatura sobre teorias do desenvolvimento infanto-juvenil, dão conta dos resultados de 429 inquéritos e quatro grupos focais de crianças e jovens entre os 10 e 17 anos no quadro do Projeto Competências de Informação para Jovens da Era Digital (CIJED) do Instituto Politécnico de Setúbal, tomando como objeto de estudo jovens do Agrupamento de Escolas Sebastião Gama. Nesta pesquisa, após a verificação dos diversos usos da internet pelas crianças e jovens e sua relação com os influenciadores, é desvelado de modo arguto o carácter mercantilizado destes influenciadores na dita era da plataformização da internet. Estes configuram um modelo de negócio orientado para a organização de recursos audiovisuais, desenvolvimento de ferramentas de media social para aferir gostos (em alimentação, saúde, beleza, moda, viagens) como base de algoritmos e conversão de utilizadores em criadores de conteúdos profissionalizados (*youtubers*), tornando os jovens consumidores em participantes ativos mas influenciáveis pelas pressões da economia neoliberal e programas de entretenimento.

Ainda no quadro das competências digitais dos/as jovens portugueses, Susana Baptista, Cristina Fonte e Eva Gonçalves procuram medir os diferentes tipos de competências digitais (operacionais, sociais, uso de dispositivos, informacionais-críticas e criativas) e, a partir de resultados de diversos inquéritos (vg. *EU Kids on line* em 2010 e em 2018, *Net Children Go Mobile* em 2014, YSKILLS) e testes de desempenho dos referidos tipos de competências entre 49 jovens dos 12 a 17 anos, concluem por



um elevado grau de competências digitais acima da média europeia, embora em 2018 constatem menor desempenho nas competências críticas, criativas. Em torno de contributos teóricos e resultados empíricos, as autoras empreendem uma notável reflexão sobre redes sociais, levando em linha de conta os riscos e danos potenciais, os desafios, as oportunidades e desigualdades no que concerne as tecnologias digitais nomeadamente por género e idade (vg. as instrumentais, informacionais e criativas mais entre os rapazes e as comunicativas ou sociais mais entre as raparigas) e, por fim, até que ponto estas proporcionam garantias de direitos de cidadania.

Já saindo do contexto português e deslocando-nos para a Argentina, Alejandro Cozachcow, recorrendo a uma ampla produção teórica e empírica sobre movimentos sociais sobretudo de género, analisa de modo apurado a relação entre juventude e política em termos multidimensionais (género, território e classe) e evidencia o protagonismo das mulheres jovens na política e, em especial, na configuração dos movimentos sociais e dos partidos, nos quais são visíveis os efeitos dessa mobilização nas diversas questões e correlativos posicionamentos na esfera pública, na meta da paridade de género na liderança organizacional, nas carreiras administrativo-políticas ou na legalização do aborto. Sob o lema “Ni una menos” a respeito do feminicídio, as fortes mobilizações de rua por parte de mulheres jovens iniciadas a 3 de Junho de 2015 constituíram um ponto de viragem na mudança socio-política, nomeadamente contra as diversas formas de abuso sexual, violência patriarcal na esfera privada e pública, na discriminação institucional de género no governo, no parlamento, nos partidos, nos media e na academia. Este movimento – aliás também presente, ainda que em menor medida, noutros países da América Latina (Uruguay, Chile, Brasil), nos Estados Unidos e na Europa - é analisado nos seus impactos particularmente durante o governo Macri (2015-2019), mas também nas suas repercussões nos diversos partidos políticos argentinos de esquerda e mesmo de direita. Porém, o autor presenteia-nos com uma análise mais ampla sobre a participação juvenil (vg. o Movimento de Juventude Política - MOJUPO) nos movimentos sociais e nos partidos políticos no caso argentino desde os anos 1950 e sobretudo desde a queda da ditadura em 1983 até 2020 nos seus diversos períodos e governos, rupturas e reformas, variabilidades e formas (ditadura e guerra, democracia, paz e amor, globalização e antiglobalização), sendo salientada a relação positiva da juventude com os governos Nestor Kirchner (2003-2007) e Cristina Fernandez (2007-2015).

Ainda no registo das dinâmicas socio-espaciais de contestação mas de cariz antisistémico, Carmina Mac Lorin descreve e analisa num registo etnográfico e à luz da geografia crítica os processos transnacionais de mobilizações conhecidas por *Occupy* que se estenderam do Wall Street em Nova Iorque, passando pelo *Square Victoria* em Montreal, até à *Plaza del Sol* em Madrid, entre outras 1500 cidades. A

autora focaliza-se nas dinâmicas socio-espaciais em ambiente aberto e horizontal dos ocupantes do “Occupemos Montreal” entre 15 de Outubro e 25 de Novembro sob as torres de bolsa de valores nos constrangimentos do lugar (do *Square Victoria* à *Place du Peuple*). Sob o lema “*Nous sommes le 99%*” é feito um apelo pelas redes sociais para um *Occupy* pacífico, em que tem lugar um ajuntamento variável com adesões entre 1000 a 3000 pessoas, em que se estabelece na referida *Square Victoria* uma clara crítica à democracia representativa e à especulação do capital financeiro, afastando-se dos movimentos identitários dos anos 1960 mas advogando diversidade de perspectivas e tomando a palavra diretamente *in loco*. Porém, a autora, num fino olhar etnográfico e atento à dinâmica dos espaços, aos constrangimentos concretos do espaço e ao peso das tarefas, enxerga, no alegado espaço deliberativo da democracia direta, a emergência de uma tensão antagónica entre o pouco envolvimento dos implicados/as na logística e divisão de tarefas (infraestruturas, alimentação, limpeza, problemas de álcool e saúde no acampamento) e os participantes nas Assembleias Gerais, bastantes dos quais não residentes e protagonistas de deliberações, o que viria a cristalizar uma clivagem entre os primeiros, já cansados e desmoralizados, e os segundos. Perante a eventualidade ou ameaça de desmantelamento do acampamento, o primeiro grupo convoca uma conferência de imprensa para declarar o abandono do espaço e, alegadamente, passar a uma outra fase do processo de luta, ou seja, à ação direta, na realidade como forma de sublimar a discrepância entre os ideais e a realidade tensional no terreno.

Após a exposição dos resultados de estudos na base de projetos específicos e fenómenos relativos à relação entre juventude e política, Paulo Vitorino Fontes amplia e aprofunda a análise de movimentos e pensamentos alternativos (incluindo os da juventude) ao nível do próprio sistema mundial. O autor, começando por caracterizar os tempos atuais como não propícios à utopia de uma nova sociedade ecossocialista, procede a uma apurada revisitação dalguns teóricos de referência do sistema-mundo, nomeadamente Arrighi, Frank, Wallerstein e Amin, os quais, para além das suas incisivas análises sobre as contradições e desigualdades históricas e dependências das regiões e países-satélites face às metrópoles e países centrais, acreditavam todavia nos finais dos anos 1970 na superveniência duma fase de crise sistémica e no declínio da hegemonia do capitalismo norteamericano. Porém, o autor, recorrendo a estes e outros teóricos, regista, para além da história da colonização no passado desde o século XVI, a acumulação de problemas económicos, sociais e ambientais e a colonização do próprio futuro que tem gerado protestos de várias classes e grupos sociais perante planos de austeridade e repressão (vg. indígenas, trabalhadores/as, movimentos 15 M, jovens parisienses, estudantes chilenos). O autor, além de apontar dificuldades de construção de alternativas utópicas e de articulação

dos movimentos e ações coletivas a nível mundial e sobretudo evidenciar a capacidade da burguesia de recorrentemente se adaptar às diversas situações, coloca com pertinência a questão de saber em que medida os movimentos visam mudanças no sistema ou do sistema, o que obrigaria a uma reflexão sobre os modelos explicativos da ação coletiva e/ou da sua ausência, conforme tenho assinalado em várias publicações (Silva 1998, 2012) que o autor assinala e releva mas não desenvolve provavelmente por falta de espaço. Por fim, o autor debruça-se sobre a construção de alternativas, socorrendo-se do diagnóstico das dificuldades e das propostas emancipatórias de Boaventura de Sousa Santos que tece críticas não só às narrativas dominantes como à teoria crítica originária da Escola de Francoforte e continuada no marxismo tradicional e os movimentos dos centros industriais do Norte em direção à democracia e ao socialismo, propondo preferencialmente, no quadro das epistemologias do Sul, os movimentos indígenas, camponeses, comunidades eclesiais de base, afro-descendentes, feministas em busca da dignidade, território, autogoverno, ‘bom viver’, mãe-terra, propostas estas relevantes mas que mereciam talvez um debate mais aprofundado, como propõem Sousa e Lewis (2013), também referidos de passagem pelo autor. Por fim, Paulo Fontes convoca ainda os contributos do geógrafo crítico David Harvey que, refletindo sobre os movimentos sociais urbanos desde a Comuna de Paris até hoje, aponta a utopia dialética em contraposição às presentes injustiças socio-espaciais urbanas, assim como a teoria e propostas de decrescimento de Carlos Taibo centradas em reruralizar, destecnologizar, despatriarcalizar, descomplexificar, apontando como exemplos de confrontação com o capital e o Estado as ecoaldeias, as cooperativas, a economia solidária e em autogestão, em que os jovens têm um papel decisivo ontem como hoje.

A finalizar a obra, Maria Kalfa, oferece-nos uma última reflexão crítica e inovadora sobre a relação entre Género e Política sob um claro olhar não sexista nem *voyeurista*, nomeadamente sobre o corpo nu e, mais especificamente, o tronco nu e parte íntima dos seios das mulheres como forma de resistência e de contestação pública à exploração no turismo sexual, ao machismo patriarcal, à homofobia e ao fundamentalismo religioso, evidenciando ações a desafiar figuras políticas ou religiosas no espaço público. As ações de mulheres em *topless*, embora com antecedentes, foram desencadeadas pela organização FEMEN (Fêmeas), criada na Ucrânia em 2008 para protestar contra o turismo sexual e, posteriormente, estabelecida em Paris e noutras cidades do mundo, ampliando-se com claros *slogans* inscritos nos corpos como expressões ativas de reivindicações pela igualdade de género contra o patriarcado e o autoritarismo e pelos direitos de minorias, comunidades *gay* e trans, comunidade vegan, entre outros.

A autora, partindo do *slogan* “o privado é político”, enquanto filtro crítico da divisão sexual do trabalho que remete o ‘privado’ trabalho doméstico para a invisibilidade, aponta a manifestação pública das mulheres em *topless* como forma de denúncia e crítica à desigual distribuição de poder entre homens e mulheres no mundo profissional, económico e político e correspondentes diferenciadas identidades e desiguais papéis masculinos e femininos respetivamente nos espaços públicos e privados.

## References

- Cabral, Manuel e Pais, José Machado (orgs)(1998), *Jovens Portugueses de hoje. Resultados do inquérito de 1997*. Oeiras: Celta Editora (com capítulos de Natália Alves, Manuel VillaVerde Cabral, Ana Alexandre Fernandes, João Sedas Nunes, José Machado Paris e Pedro Vasconcelos)
- Figueiredo, Alexandra Lemos, Silva, Catarina Lorga da, Ferreira, Vítor Sérgio (1999), *Jovens em Portugal. Análise longitudinal de fontes estatísticas*. Oeiras: Celta Editora.
- Silva, Manuel Carlos (1998), *Resistir e Adaptar-se. Constrangimentos e estratégias camponesas no Noroeste de Portugal*. Porto: Afrontamento.
- Silva, Manuel Carlos (2012), “Classes, crise e ação coletiva: pressupostos, desfasamentos e precondições”. In M.C.Silva e J. Valente (orgs), *Classes, Políticas e Culturas de Classe. Capital, trabalho e classes intermédias*. Vila Nova de Famalicão: Edições Húmus.
- Sousa, Sandra e Lewis, Tom (2013), “Para além da divisão Norte-Sul em epistemologia e política emancipatória”. In *Configurações*, vol. 12: 29-45.

# INTRODUÇÃO

Rolando Lalanda-Gonçalves, Pilar Damião de Medeiros, Gilberta Pavão Nunes Rocha

A publicação deste livro insere-se na linha traçada pelo Observatório da Juventude dos Açores (OJA) em analisar os jovens enquanto atores sociais em diversos contextos socio-espaciais.

Em 2016, o Observatório da Juventude dos Açores publicou o livro “Juventude(s) Novas Realidades, Novos Olhares”, onde compilou os principais textos dos colóquios realizados, em 2013 e em 2014, respetivamente, sobre os “Dilemas e desafios da(s) Juventude(s) Europeia(s) no Século XXI”, e “Desafios da juventude nas Regiões Ultraperiféricas”, a que se seguiu, em 2017, o livro “Juventude(s) pensar e agir” colocando em evidência que as desigualdades e a pluralidade de trajetórias entre os jovens refletiam novas formas de mediação, bem como os obstáculos que estes enfrentam *“gerados por efeitos de estrutura ou por contextos sociais diferenciados, onde a posse de capital económico, social, cultural(Bourdieu,1964,1979,1984) é determinante para compreender as lógicas e os sentidos da ação”*<sup>1</sup>

À luz de tais reflexões, o Observatório da Juventude dos Açores organizou, em outubro de 2018, o V Colóquio Internacional “Os jovens e movimentos globais” que teve como objetivo refletir sobre a participação cívica e a intervenção política dos jovens numa esfera pública transnacional a partir de três painéis temáticos: movimentos sociais e cidadania; associativismo e igualdade; e ativismo e sustentabilidade. Participaram com comunicações neste Colóquio Internacional: Lawrence J. Friedman (Harvard University) Donatella Della Porta, (Scuola Normale Superiore em Florença), Elísio Estanque (Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra), Rui Tavares ( Historiador e Fundador do Partido Livre), Daniela Soares (CICS.NOVA.UAc/CIPA-Novo Dia), Rolando Lalanda-Gonçalves (CICS.

---

1 Rocha, Gilberta, Lalanda-Gonçalves, Rolando, Damião de Medeiros Pilar “Introdução” in 2017 “Juventude Pensar e Agir, Húmus, V.N de Famalicão

UAc/CICS.NOVA.UAc), Paulo Vitorino Fontes (Centro de Investigação em Ciência Política, Universidade de Évora), e Sasha Constanza-Chock (MTI:Massachusetts Institute of Technology). Em 2020, o OJA organizou os *webinars* “Youth and Covid 19” que contou com a participação de Jami Carlacio (Yale University), de Pina Lalli (University of Bologna), e de Isabel Estrela Rego (Universidade dos Açores), e “Os Jovens e o Emprego” que contou com a participação dos oradores Maria Manuel Vieira (Universidade de Lisboa), António Brandão Moniz (Universidade Nova de Lisboa), e Ana Rita Tavares (Membro da Ordem dos Psicólogos Portugueses). Em 2021, este Observatório organizou o webinar “Os jovens e o mundo digital” que contou com a participação de Cristina Ponte (Universidade Nova de Lisboa), Lídia Marôpo (Instituto Politécnico de Setúbal), Susana Batista (Universidade Nova de Lisboa), e Rolando Lalanda (Universidade dos Açores).

Este livro surge na sequência destes colóquios e, por isso, se intitula “Juventudes(s): Movimentos Globais e Desafios Futuros” acrescentando, desta forma, aos livros publicados em 2016 e 2017, anteriormente referidos, um novo olhar sobre a juventude(s) na sua relação com o ciberespaço e enquanto atores em diversos movimentos sociais.

Podemos, assim, traçar ao longo das obras publicadas pelo Observatório da Juventude dos Açores uma linha de reflexão comum que olha os jovens, para além do simples grupo de idade, como atores que enfrentam desafios e dilemas e que constroem a sua ação em diversos contextos sociais de forma diferenciada refletindo as fraturas e as desigualdades existentes em diferentes sistemas sociais.

Esta obra é composta por sete capítulos. O primeiro da autoria da Professora Catedrática da Universidade de Bolonha Pina Lalli e de C. Capelli subordinado ao título “*Young people as “glocal” citizens of the world. News media representations of youth in mainstream and digital native media*” que põe em evidência as diferenças existentes entre as representações dos nativos digitais e dos media orientados para a juventude, e as representações geradas pelos media “mainstream” que tendem a enquadrar os jovens como atores sociais apáticos ou problemáticos. A necessidade de melhor compreender os jovens como atores na esfera pública exige, assim, um novo olhar sobre a problemática da participação política e cívica das diferentes juventudes.

O segundo capítulo da autoria de Cristina Ponte, Lídia Marôpo e Teresa Castro intitulado “*Conhecer e antecipar competências digitais de jovens. Primeiros contributos do projeto yskills com foco em Portugal*” mostra a importância da capacitação dos jovens na sua relação com a internet e a necessidade de identificar e compreender “os desafios do digital que se colocam em mercados de trabalho em transformação e nas novas tarefas no campo da educação” (Pág. 53-73)

O terceiro capítulo da autoria de Lídia Marôpo, Maria do Rosário Rodrigues, Catarina Delgado, João Torres, Patrícia Dias e Eduarda Ferreira intitulado “*Culturas digitais juvenis e os influenciadores na era da plataforma da internet*” descreve a emergência e caracteriza os influenciadores digitais e o seu papel nas culturas juvenis. O quarto capítulo da autoria de Susana Batista, Cristina Ponte e Eva Gonçalves sob o título “*O que sabemos e como medimos competências digitais dos jovens portugueses? Reflexões em torno de resultados de projetos de investigação*” questiona a problemática dos “nativos digitais” mostrando a diversidade na capacitação dos jovens na utilização dos recursos digitais.

No quinto capítulo da autoria de Alejandro Cozachcow intitulado “*Juventude, política e género na Argentina (2015-2020): como a mobilização das mulheres reconfigurou a juventude dos partidos políticos*”, o autor procura compreender a relação entre a mobilização dos jovens e as juventudes partidárias, com especial incidência na mobilização feminina e seus efeitos nos partidos políticos da Argentina. A partir de uma análise interdisciplinar, em que interliga conceitos das áreas da juventude, da sociologia e da ciência política, o autor explora de que forma as marchas pelos direitos das mulheres, que irromperam na arena pública da Argentina com slogan “Ni una menos” em 2015, tornaram-se o epicentro de uma nova vaga de feminismo na América Latina, feminizando o próprio âmago das juventudes políticas partidárias, agora mais orientado para uma agenda que, enquanto cria uma política assente na equidade de género, luta contra todo o tipo de manifestações que incitam a violência de género.

O sexto capítulo da autoria de Camila Mac Lorin intitulado “*Occuper les lieux ou être habité par eux: dynamiques spatiales d’Occupons Montréal*” procede de um olhar etnológico sobre os diferentes grupos de jovens mobilizados pelo movimento “Occupons Montreal”. A caracterização das múltiplas tensões entre estes grupos na sua relação com os *media* e a construção de um espaço simbólico de intervenção põe em evidência aspetos paradoxais na sua construção.

O sétimo capítulo, da autoria de Paulo Fontes, intitulado “*O sistema mundial e o pensamento alternativo da juventude*” propõe uma nova utopia dialética, como alternativa aos marcos institucionais, assente na transformação da nossa prática política. Esta pretende a criação de uma nova ordem social e ecológica, “que nos permita reconstruir as nossas relações sociais e com a natureza, num marco de democracia e justiça social, mais além das simples expectativas redistributivas” (Pág. 175-196). A partir de uma hermenêutica crítica de base interdisciplinar, coloca em diálogo diferentes autores, obras e abordagens teóricas com o objetivo, por um lado, de evidenciar os paradoxos da utopia do crescimento ilimitado da civilização capitalista e,

por outro, perceber as implicações da ação coletiva dos jovens na emergente “globalização do protesto” (Joseph Stiglitz).

O oitavo, e último capítulo, da autoria de Maria Kalfa subordinado ao título “*Gender and politics: Reviewing the naked body in public space*” a autora analisa a nudez do corpo feminino, um símbolo do privado que, no espaço público, transforma-se numa arma de resistência ao machismo, ao fundamentalismo religioso, à homofobia, entre muitos outros aspetos de cariz social e político. Após uma revisão crítica da literatura feminista, que problematiza questões em torno das relações de poder de género tanto na esfera privada, como na esfera pública, a autora destaca o papel do grupo de ativistas feministas FEMEN da Ucrânia que lutam contra todas as formas de agressão feminina e opressão dos corpos femininos. Segundo a FEMEN, o corpo feminino transforma-se numa arma política, num manifesto, em que o corpo transmite uma mensagem, deixa de ser silenciado, ou de estar no silêncio (Pág. 197-202).

Este livro na heterogeneidade das temáticas abordadas lança múltiplos desafios à compreensão das dinâmicas sociais e culturais subjacentes aos jovens enquanto atores de sistemas societais complexos.

Estamos longe de encontrar um padrão na ação, necessariamente plural, nos diferentes grupos de jovens possuidores de capitais económicos, sociais, e culturais muito diferenciados. Todavia, a reflexão dos encontros e colóquios, organizados pelo Observatório da Juventude dos Açores, leva-nos a considerar os jovens permanente desafiados a agir e, a agirem de *motu* próprio, na complexa rede de sociabilidades, mediadas ou não pelas tecnologias da comunicação e da informação existentes nas sociedades contemporâneas.



# YOUNG PEOPLE AS “GLOCAL” CITIZENS OF THE WORLD. NEWS MEDIA REPRESENTATIONS OF YOUTH IN MAINSTREAM AND DIGITAL NATIVE MEDIA

*Pina Lalli*, *Claudia Capelli*

## Introduction

A broad scholarly consensus maintains that citizen participation represents the very foundation of democratic life, and that news journalism is one of the pillars that support democracy's continued and healthy existence, by guaranteeing the sustainment of an informed citizenry who identifies with the core principles of civic participation. In this context, young people are usually viewed as one of the key actors, without whose active contribution democratic societies are destined to a future of disintegration, apathy, and rampant individualism. Consequently, young people are also one of the primary targets when it comes to lay the blame for the decline of active citizenship and the rise of disenfranchisement, which is identified with low information levels and lack of news attentiveness (Buckingham 2000; Putnam 2000). In fact, research has suggested, in Europe and elsewhere, that younger generations have for a long time been growing less and less interested in traditional news content and more disconnected from mainstream news media, even to a greater extent than their counterparts in earlier decades (Lauf 2001; Blekesaune, Elvestad and Aalberg 2012).

At the same time, however, several studies have demonstrated that representations of youth in mainstream news media tend to reinforce the stereotype of an apathetic and individualistic collective actor, almost triggering a «self-fulfilling prophecy» (Merton 1948) which implies that predictions or expectations on what young people would wish and do eventually influence their behaviour. This common-sense representation of the disenfranchised younger generations who are only interested

---

\*\* University of Bologna, Department of Political and Social Sciences

in «fun» further complicates the relationship between news journalism and young people (Griffin 2004; Wayne *et al.* 2010). It is not surprising, then, that such prejudice tends to translate into youth's migration from traditional news media to new digital news sources, that are explicitly designed for younger audiences (Newman *et al.* 2020; AgCom 2020) and can often provide young citizens with new opportunities in terms of repertoires of representations and tools for self-representation (Loader 2007).

The mutual distrust between traditional news media and youth that emerges from studies on media consumption has highlighted the need for further research on those sources of information that are growing ever more popular among younger audiences. If news consumption can still be considered one of the crucial elements of civic participation, it is important to investigate young people's experiences of news and the main representations of the public sphere that they recognize as meaningful and legitimate. We refer here in particular to two kinds of youth-oriented news media, which have emerged in the last two decades:

1) hybrid digital native journalism – positioned at the intersection of information, entertainment, youth culture and advertising – which explicitly represents itself in opposition to the mainstream media and offers news content that is specifically designed to appeal to younger audiences;

2) algorithm-driven sources, which include social network sites (SNS), news aggregators, and news outlets that are native to social media, that have progressively appeared after 2006 with the diffusion of connected mobile devices and the growth of technology companies like Facebook, Google, and Twitter.

In order to examine the differences between these two forms of digital news media and retrace the processes that brought from one to the other we will address two case-studies, even though they refer to two different periods and contexts. Notwithstanding their distinct methodological frame and framework, we propose that the two sets of data can be discussed together and can provide useful insights to understand some of youth's orientations towards information, also in the context of the most recent changes in the news media landscape. Therefore, we will discuss:

(a) parts of a large set of comparative international data obtained during an European research in 2016<sup>1</sup>: from this research we have specifically selected data

---

1 EU-funded Constructing Active Citizenship with European Youth (CATCH-EyoU, 2015–2018) project across seven EU countries, and directed by Elvira Cicognani at the University of Bologna: Czechia, Estonia, Greece, Germany, Italy, United Kingdom, Portugal, Sweden. In this research we collected data on the media landscape in all countries, except Greece. Moreover, the analysis of the case of Vice did not include Estonia, where Vice had not established a national website at the time. See also note 2

regarding the case of *Vice*, a transnational digital news source focused on youth culture, that was originally born as a print magazine and grew into one of the most successful and innovative media companies of the early 2000s;

(b) an analysis based on data collected in ongoing research on the case of *Will*, an Italian digital news start-up born in 2020 that is part of a new generation of social-media native sources that distribute news exclusively through their Instagram profiles.

Additionally, to provide a background to our discussion of youth-oriented digital news media and discuss the role of mainstream news media in shaping public perceptions of youth, the first segment of our contribution will summarize the results emerged out of our participation in the European project mentioned above, by discussing part of the media landscape traced across seven EU countries<sup>2</sup>.

We move from two main research questions: are youth a relevant actor within the discourse on the EU in news mainstream media, and what are the main issues most frequently connected to them? Conversely, what are the main issues covered in youth-oriented news media, and how are the processes of agenda setting and framing influenced by the specific forms taken by digital native news sources?

## **Mainstream news media and young people: a difficult relationship**

The main aim of this segment of our research was to provide a framework on the European media environment, with the goal of observing how and through which actors, topics, and events young people and youth active citizenship in Europe are represented in the news media of 7 European countries (Czech Republic, Germany, Italy, Portugal, Sweden, Estonia, and United Kingdom). We have conducted a comprehensive analysis of different media outlets. Our research questions were built on the general assumption that traditional news media constitute one of the socio-cultural landscapes surrounding and forming young people's approach to the EU and their political and civic participation, since they contribute to set up topical and

---

2 In addition to the authors, contributors to the collection of data for this part of the project include: Peter Noack, Monique Landberg, Katharina Eckstein, Regina Wessel (Friedrich-Schiller-Universität Jena); Jakub Macek, Peter Macek, Johana Kotišová, Zuzana Scott, Jan Šerek (Masaryk University); Shakuntala Banaji, Samuel Mejias (London School of Economics and Political Science); Erik Amnå, Viktor Dahl, Sofia Sohl (Örebro University); Isabel Menezes, Andreja Caetano, Pedro Ferreira, Filipe Piedade, Norberto Ribeiro (University of Porto); Veronika Kalmus, Ragne Kõuts-Klemm (University of Tartu).

thematic agendas in the public debate (Blumer 1971; Downs 1972; Entman 1993; Hilgartner and Bosk 1988; Iyengar 1991; McCombs *et al.* 2014), and provide collective frameworks of interpretation (Hall 1972; Graber 1984; Goffman 1974; Lalli 2005; Moscovici 1984; Tuchman 1978).

We focused on the production of news and information rather than on practices of reception. The results of this research, conducted between 2014 and 2016, can serve as background for the analysis of the new forms of youth-oriented news media that have emerged in the last 15 years, to better understand the processes behind the migration of young people from traditional news media to digital and social media native sources. In fact, our findings point to the contradictory relationship between mainstream media and young people: while these media do not include youth as a relevant collective actor, or alternatively constrain them within specific recurring frames, younger audiences show low trust in the dominant representations proposed.

We chose to concentrate on online news portals rather than the written press, since the use of Internet as a primary source of news has been steadily increasing since 2005 and online news media are currently listed, along with television, as the most important sources used to search for information on national and European matters by European audiences and especially by the youngest cohorts (Newman *et al.* 2020; AgCom 2020). These different outlets were monitored through a search by keywords over four two-week periods in 2014 and in 2015 (May 7-21 and September 16-30)<sup>3</sup>. Each news story was then coded by issue, frame, and most relevant collective and individual actors.

Results confirmed some of our expectations based on prior literature: young people rarely appear as relevant actors and we could observe hardly any trace of an ongoing, and independent discourse regarding youth in European mainstream news media. Only in 123 out of 1848 stories from online newspapers could we find explicit mention of young people – a mere 6,7% of the total. A look at the distribution of these stories by country shows how, in some cases, the national coverage of European issues tends to ignore the role of youth. Stories that name or quote young people as individuals are even less frequent. In our 5-country subset there are only 37 items where at least one person identified as “young” is named, while the number slightly increases in the 2-country subset: a total of 20 news stories out of 121, 17 of which, however, are to be found in the Estonian sample alone.

---

3 In 2014: the first period coincided with the two weeks before the beginning of the European Parliamentary election.

News stories that include the presence of youth are framed quite homogeneously in both the subsets. In particular, the "social" frame (which includes issues concerning health, education, solidarity and similar) is predominant in all 7 national coverage and accounts for close to one third of all the stories that mention young people. This is an association that, as we will see, emerges from the analysis of youth-oriented media as well. The political frame - mostly connected to national politics - rarely includes youth as collective actor, except for their depiction as a group that is particularly "at risk" of being attracted by the far right and populist movements, especially around the time of electoral events.

On the other hand, there is no significant trace of a discourse framing young people as activists or involved in forms of civic participation, except for some soft mentions of a few volunteering activities. Overall, the concept of active citizenship in relation to youth is almost absent from the mainstream media corpus: even the most traditional forms of political participation, like voting, are only rarely discussed in reference to young people in Europe, despite the high intensity of the coverage of the 2014 European parliamentary election campaign.

Other topics associated with youth include labour, which tends to be evoked with a negative connotation in connection to the 2008 economic crisis, and issues such as unemployment, as well as education, which, on the contrary, is often linked to a pro-European perspective and represented as one of the most successful areas of intervention of European institutions. This theme includes coverage of European programs like Erasmus+, which is widely considered to be the most successful initiative for young people offered in the EU.

Overall, then, European mainstream seems to be excluding young people from the construction of a discourse regarding European politics and society, but whenever youth is discussed, it usually falls into one of these three representations:

(a) A *vulnerable collective actor*: the main victim of the aftermath of the economic crisis, prone to having problems with unemployment, housing, lifestyle, and crime. Even when they are - rarely - evoked as voters, young people are considered to be under the influence of extreme populism. Therefore, we can observe how some degree of moral panic seems to persist in the cross-EU media representation of youth (see Cohen 2002): young people are depicted as relatively resilient bearers of the anti-social consequences of general economic unease.

(b) The *main beneficiaries of the most successful EU programs*, such as Erasmus+ and Youth Guarantee. The EU basis of education is valued positively especially in the Italian and Czech media, which argue that the programs are significantly helpful with regards to the job market, and that cooperation of the European educational system

leads to improved integration and lower radicalization. Moreover, students-as-tourists are constructed as beneficial to national economies.

(c) *Non-active and politically apathetic*, except for isolated cases. In fact, the concept of active citizenship in relation to youth, even as an underlying issue, is virtually absent from the whole corpus: even the most traditional forms of political participation, like voting, are only rarely discussed in reference to young people in Europe, despite the high intensity of the coverage of the 2014 EP election campaign in almost every national sample.

The media representation of young people seems here to be limited to a series of highly normative frames that implicitly suggest what should be expected and accepted from “good” young European citizens. It also constrains them in a dualistic vision, where they can only be either passive victims of larger economic and social processes, who have been left in need of assistance, or a problem to be addressed by the institutions: as Buckingham has argued, young people «are ceaselessly urged to be “mature” and constantly reminded that they are not» (Buckingham, 2000, p. 202). In either case, within these representations young people are inevitably devoid of voice and agency. As we will see, this is completely reversed in the narratives offered by youth-oriented digital news media, like *Vice* - which will be at the centre of the second segment of our research - that seek to construct news content that is explicitly tailored on their interests and consumption habits and have become the preferred destination for those young people who have been turning away from traditional news journalism.

### **«Inspiring a new global generation»: The case of Vice**

*Vice* was originally founded in Montreal in 1994 as a free print magazine centred on youth culture, countercultures, arts, and news, with the idea of creating «an outlet for young people who found mainstream culture lame» (Wiedeman 2018). The first version of the magazine was funded through a government welfare program, but, over the course of the following thirty years, what was once a small local enterprise progressively expanded into Vice Media Group, a global digital media and broadcasting company that was valued \$5.6 bn in 2017 (Nicolaou & Fontanella-Kahn 2021) and now owns, amongst other properties, a network of websites (all variously connected to Vice.com), a film production studio, a record label and a publishing house. Past investors include The Walt Disney Company, 21st Century Fox and Hearst Corporation (Bødker 2016).

This extraordinary success was based on a series of innovations for which *Vice* is still credited and that have paved the way for a new generation of media companies. For example, while heavily investing in its internet presence since the early 2000s, *Vice* gave birth to Virtue, an advertising agency where content creators who already worked for the web magazine could be deployed on behalf of brands looking to expand their reach towards the younger generations. Then in 2007, it was one of the first digital media outlets to begin an intensive production of online video content, managing to combine the revenue coming from higher advertising rates linked to videos, compared to online written content, with the fact that young people, and especially teenagers, were rapidly becoming the main consumers of audio-visual content on the web.

Finally, in the spring of 2010, the company landed a collaboration with Intel that would constitute a small revolution in the way in which young people think about and read the news. Intel was interested in generating additional publicity for Pentium processors, and eventually invested \$25 million in the launch of a multimedia series on art and technology, linked to *Vice.com*, that ushered in the era of «branded content» (Wiedeman 2018). This type of hybrid content, which combined news, entertainment, and advertising, was to become *Vice's* trademark and the reason for both financial success and controversies (Bødker 2016). The idea of openly merging commercial and editorial content, beyond the traditional forms of “native advertising”, was soon adopted by many outlets, including legacy newspapers, and further expanded in several other forms and practices, as we will see, with the era of social media (Ferrer-Conill & Karlsson 2019).

Another key element to understand the general framing of the content – and especially the news content – offered by *Vice*, is its specific generational perspective. Soon after *Vice* became a digital outlet, it also began marketing its product to one age group whose tastes, consumption habits, and spending power were attracting the attention of market researchers from all sectors: the so-called Millennials. This generational cohort has been generally delimited by two specific birth years – 1981 and 1996 (Dimock 2019) – and was progressively constructed by the media and the marketing discourse as a transnational social group characterized by an array of specific traits, interests, and lifestyle choices (Strauss & Howe 2000): mainly white, suburban, with access to higher education, high-speed internet connections, last-generation mobile devices, hyperconnected, with an intensive social media and web presence, a penchant for nostalgia and “retromania”, entrepreneurial but self-absorbed, and so on. Significantly, surveys have shown that “Millennials” are also the age group that is less likely to identify with their generational label, further confirming the marketing origins of this definition (Pew Research Center 2015).

However, *Vice* explicitly targeted this group as primary readers and consumers of content, promoting itself as “representative” of «a whole generation of young people – influencing what they see, hear, wear, think, put in their mouths, dream about, and flush shamefully down the toilet when no one’s looking». Its goal, *Vice* claimed, was to inspire «a new global generation» (Vice 2013). This choice, and, more generally the ability of *Vice*’s founders to connect their platform to the zeitgeist of the early 21st century, with all its contradictions, constituted one of the main reasons behind the success of the media group.

Our research on *Vice* was conducted in 2016, when *Vice* Media was still growing and investing on digital news as one of its main enterprises. For our purposes, the case of *Vice* as a youth-oriented news platform was, and remains, particularly interesting for two main reasons. Firstly, because of its transnational character, which allows for a comparative analysis of content: at the time of the research it counted 29 national bureau on 4 different continents, and 25 national versions of *Vice*. Secondly, because it can give us useful insight into the process of radical transformation that digital journalism and news platforms have undergone in the last twenty years, especially regarding young people’s news consumption. In 2016, *Vice* News still represented one of the most important divisions of the company, and, in late 2015, it had increased the number of local newsrooms from 2 (based in the US and the UK) to 9 (in Germany, France, Italy, Spain, Australia, Brazil and Mexico), demonstrating a new focus on Europe. In 2016, *Vice*’s monthly audience consisted of 25/26 million unique visitors in the US alone, where it was ranked by Alexa.com as the 93rd most visited website, but its digital reach was impressive in all the 6 countries involved in our research.

The sample retrieved from *Vice.com* includes all the articles published over a week, May 2-8, 2016, on six national websites (Czechia, Germany, Italy, Portugal, Sweden, UK)<sup>4</sup>. Each national *Vice* website functioned, and still functions, as an aggregator of stories that are either written originally for the website or come from a network of *Vice* verticals (or thematic websites called “channels”), along with additional stories that are translated and re-published from one or more of the 25 national websites. The result is that each national website shows different stories, although the same story can be published on more than one of them at the same time. *Vice* websites publish both long-form stories and articles of traditional length, often including large-format photographs and videos. The news coverage presented by *Vice* is a mix of hard and soft news, daily and in-depth reporting. To have a more

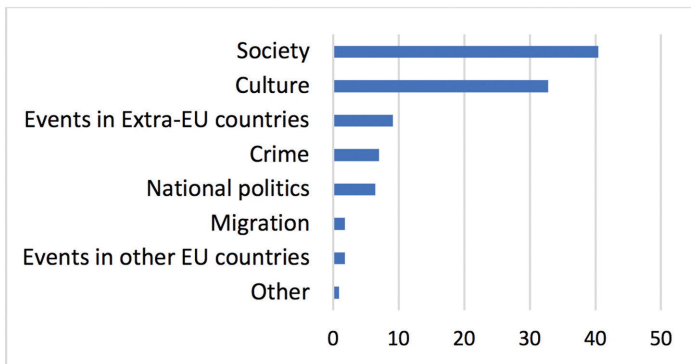
---

4 See note 2 for contributors. As of September 2021 the Czech and Portuguese sites are no longer active, while other languages have been introduced by *Vice* over the years.



precise idea of the framing and categorization of the stories, we considered the same list of frames and issues used in the coding of the mainstream news media, adding issues where necessary.

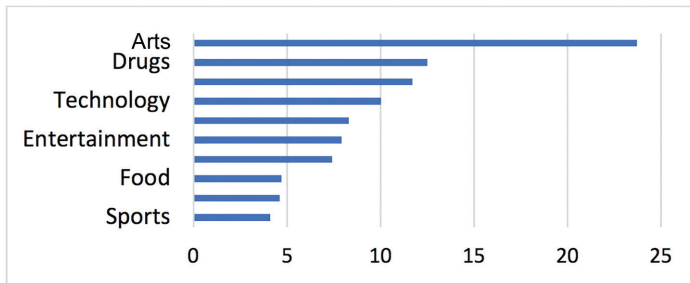
Society and culture represent the primary focus of *Vice* and frame 73% of the total sample (figure 1). Besides the absolute predominance of these categories, a few other observations can be made: the economic frame, for example, is virtually absent, while the international nature of *Vice* is apparent in the equal space dedicated to world events (political or otherwise) and national affairs, while events in other EU countries – considered in their national context – or regarding the sphere of EU politics only cover a small percentage of the sample. We also noticed a more frequent coverage of national political affairs in the three countries that have a national *Vice* newsroom compared to the others.



**Figure 1.** Percentage of stories identified by each frame in *Vice* 2-8 May 2016 (Czechia, Germany, Italy, Portugal, Sweden, UK) (N=342).

We then identified two main issues for each item, shown in Figure 2. Our analysis confirms the overall prevalence of social issues – with a specific focus on certain inequalities (i.e. race and racism, gender equality, the conditions of prisons in different countries), and health (public and personal) – and youth culture, with many stories on music, photography, and cinema, as well as entertainment (celebrities, television, videogames, etc.), sex, and drugs. Drugs and sex are mentioned in 25% of the sample, and they are treated from a variety of perspectives. Sex is looked at in the context of love relationships, the consumption of pornography, health, and gender equality. The discourse on drugs (and, to a lesser extent, alcohol) involves a political dimension (in stories that cover European and extra-European countries' regulations of use and selling of illegal drugs), but especially a cultural perspective:

drugs are represented as a constant in the lives of young people and many *Vice* stories cover the different sides of their use – from addiction to the role of drugs in youth subcultures.



**Figure 2.** Percentage of the 10 main issues covered in 342 stories: *Vice* 2-8 May 2016 (Czechia, Germany, Italy, Portugal, Sweden, UK).

There are only a handful of stories that deal with institutional politics, and they often look at the topics they cover with a critical tone, as in the case of the stories on the 2016 US Presidential election (all of which focus on Donald Trump, who was then the Republican candidate), or when discussing, as we mentioned above, drug legislation or police brutality. Furthermore, issues related to the European context are extremely rare. Politics, however, frequently surface in the reporting of non-institutionalized forms of political participation and dissent events, such as the demonstrations for May Day in Germany, or the clashes between activists and the police at the border of Austria and Italy. Other forms of participation, such as volunteering or voting, are rarely covered: there is, for example, only one story covering the UK 2016 local elections, even though they fell within the period we considered.

However, one of the most interesting results of the analysis is that a comparison of the issues covered by the six national websites revealed no significant difference between the samples: despite the establishment of local-language newsrooms and the national focus that *Vice* had been increasingly pursuing, themes and topics in the news content did not seem to vary significantly across the national websites<sup>5</sup>. This suggests that the model of news production proposed by *Vice* has always been inherently transnational, even while covering national contexts and using local languages; in other words, audiences are identified primarily by their age group, rather than as national communities. To further explore this dimension, stories were coded for

5 Only the three national websites that have a national newsroom (Germany, Italy, UK) show a more frequent coverage of local political events.

geographical perspective and divided into national, EU, extra-European, and stories that did not adopt any specific or recognizable point of view. This categorization provided a general indication regarding the degree to which – despite the homogeneity of themes and topics – the information offered by *Vice* was effectively translated into the national contexts of each country.

The prevalence of a globalized perspective is once again confirmed when we compare this dominant cosmopolitan identity with the hypothesis of a shared sense of European citizenship: a truly “European” perspective was only found in a small, non-significant number of stories, even if include in this category all the stories that reported on events from other EU countries. Results also showed that the stories that employ a European perspective are still a minority within each national sample, and in two cases – the Czech and Portuguese websites – they are completely absent. The vast majority of the items report either on extra-European issues and events or have no geographic determination.

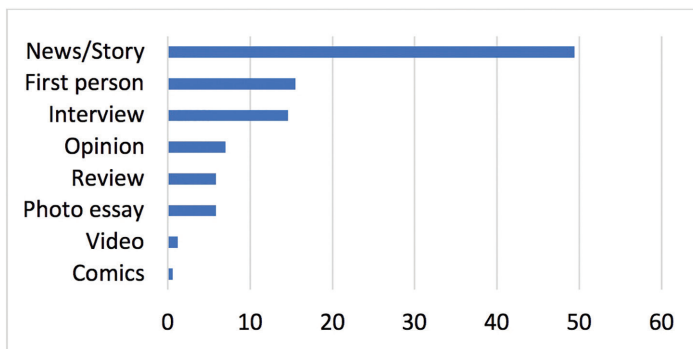
Therefore, overall, the sample shows a transnational interest in stories, much more than in mainstream media; in fact, the only frame that presents a relevant distribution in a territorial perspective – which is Crime – mainly covers news from extra-EU contexts than national or European ones, while both the frames Society and Culture are almost equally divided into stories that have no specific geographic perspective. However, it is interesting to note that photo essays account for most stories that employ a local perspective, similarly to what happens in the professional journalistic routines<sup>6</sup>.

Finally, a discussion of the types of stories published on *Vice* will help us understand some of its most important specificities (figure 3). So far we have identified *Vice* articles with the generic definition of “stories”. A “story” is usually considered as a descriptive text, which contains an account of facts and events – probably the most common format in journalism. *Vice* stories, however, differ under many aspects from the news stories that can be read on daily newspapers, even in their online versions, and from more traditional web information magazines. All the websites of the *Vice* galaxy, *Vice* News included, often employ long-form reporting and give ample space to short video essays and large-format photographs, which are embedded in the stories and often occupy ample portions of the screen. Secondly, one of the most distinctive features of the information offered by *Vice* is the extensive use of the first-person narrative. Essays present titles like *I Was a High School Bully*, or

---

6 We will not delve here into the deeper significance of this practice in journalism, which deserves further research and analysis, for example regarding identity recognition connected to the visual dimension of news.

*What I Learned Having Sex as a Young Woman in Pakistan*, and report on personal experiences that are sometimes connected to larger arguments regarding social and cultural themes. The style of these pieces is reminiscent of *gonzo* journalism<sup>7</sup>, but, at the same time, owes much to blogging and to the first-person perspective that is usually to be found in social media postings.



**Figure 3.** Percentage of stories of each type in the total sample (N=342): Vice 2-8 May 2016 (Czechia, Germany, Italy, Portugal, Sweden, UK).

Only a portion of the stories included in our sample can be strictly defined as first-person narratives. However, the presence of a personal perspective goes well beyond this specific journalistic form: interviews, opinion pieces, reviews and photo essays are all characterized by a predominance of an individual point of view on the different topics and issues they discuss. For example, an opinion piece titled *How Come My Generation Is So Bored With Life?*, which appeared on the British, Italian, Swedish and Portuguese websites, discusses the stereotypes that are usually attributed to the “Millennial” generation by comparing them to the author’s own personality and experiences as a typical millennial. Many stories, moreover, touch on specific issues by collecting short interviews with multiple people who act as direct witnesses on a particular experience (*Un po’ di stranieri spiegano cosa li ha scioccati di più dell’Italia / A bunch of foreigners explain what shocked them about Italian culture and customs*).

7 Gonzo journalism is a style of journalism that is written without claims of objectivity, often including the reporter as part of the story via a first-person narrative. The word “gonzo” is believed to have been first used in 1970 to describe an article by Hunter S. Thompson (Thompson 2003), who later popularized the style.

In conclusion, Vice.com has proved to be a particularly interesting case of youth-oriented news content. It represents in many ways a *hybrid object*:

Geographically, it operates at once on a global and local scale; the content offered is the result of a strategy that combines new trends in web journalism with marketing (Hamilton 2016);

- It is positioned at the intersection of information, entertainment, youth culture and advertising; the style of its authors is a mix of genres, which borrows techniques from older generations of journalists and, at the same time, mirrors the language of social media users;
- It represents itself in opposition to the mainstream media, offering an "insider" perspective into youth cultures and lifestyles, imagining a global community with common interests (Bødker 2016).

Furthermore, as a media company, it proved innovative – and extremely successful – in its aggressive pursuit of profit opportunities through non-standard advertising, while owing much of its past value to mainstream investors such as Disney and 21st Century Fox. All of these characteristics set it apart from traditional news sources and made it, as Rupert Murdoch once famously tweeted, a «Wild, interesting effort to interest millennials who don't read or watch established media» (Widdicombe 2013). They also made it a unique case for the purposes of this research, especially if we consider its global reach and the presence of local-language websites for most EU countries, which provide a unique opportunity to observe an example of a transnational, youth-oriented media environment in a comparative perspective.

Within our sample, politics tend to constitute a minor issue. This is true especially for mainstream, traditional politics, which is evoked only in connection to issues that receive more attention on *Vice*, as in the case of the multiple stories regarding drug legislation in various states across the globe. Institutions and governments, moreover, are often the object of criticism: episodes of police brutality are covered in two cases, while stories on various aspects of the dire conditions of prisons and inmates recur throughout the sample. This relative absence of an extensive coverage of political events, in favour of a predominance of content regarding youth culture, entertainment and arts, would seem to suggest that, in its pursuit of younger audiences, *Vice* has reflected the disenfranchisement from mainstream electoral politics that has been growing in recent years among young people in Europe (Sloam 2013). Significantly, the only story that covers an electoral event – the 2016 UK local elections on May 5 – bears the title, *Local Election Results 2016: Sorry, What Does Any Of This Mean?* This attitude may be confirmed by the presence, on the other

hand, of a series of articles that cover episodes of protest and dissent events, such as the demonstrations for May Day in Germany (“Merkel ins KZ!” *Der 1. Mai in Sachsen / “Merkel in a concentration camp!” May Day in Saxony*) or examples of non-institutional youth activism, like the profile of London housing activist group “Take Back the City” (*Meet the Radical Group Trying to Make London Less Shit for Non-Rich People*). Therefore, while political and civic participation remain, in our sample, secondary issues, they do emerge, especially in the coverage of alternative forms of protest politics and activism: this preference seems to mirror the documented trend of declining youth participation in electoral and conventional politics issues (Loader, Vromen and Xenos 2014).

These examples clearly show how *Vice*’s brand of journalism, its identity, and a significant part of its success, have always been intricately connected to a single age group, usually labelled as “Millennials”. However, this radical choice might also explain its more recent decline. In the course of the last few years, *Vice* has started experiencing different kinds of setbacks: first the *New York Times* published a story detailing episodes of sexual misconduct at the company, where its «boundary-pushing culture created a workplace that was degrading and uncomfortable for women» (Steele 2017); then Disney wrote down a large part of its \$400 million investment in Vice Media, a warning sign that pointed to the difficulties brought about by the new media landscape, where most digital advertising sales have been absorbed by Facebook and Google (Nicolaou 2019); finally, in 2020 it was reported that in the middle of the Covid19 pandemic the Vice News division had been forced to lay off 155 employees (Spangler 2020). It would seem, then, that even the business model proposed by *Vice* is beginning to lose traction in the ever-changing field of digital journalism.

## **From websites to algorithm-driven news sources**

What, then, could cause such a prominent player in the field of youth-oriented digital media to start its potential decline towards obsolescence? Part of the reasons could be linked to *Vice*’s preferred audience – those hip Millennials who are now getting closer to 40 and whose consumption habits are naturally changing with age. As we will see, marketing strategies have already identified new labels such as Y or Z Generation to refer to younger people and have observed the spreading of new interests and values. The language and themes that used to define the version of youth culture celebrated by *Vice* – the «bad boy brand» with a countercultural spin – are also getting old, as the public condemnation that followed the recent cases

of sexual misconduct uncovered by *The New York Times* seems to be indicating. However, we should also consider the wider context at play, which has brought fundamental transformation in the current digital landscape as well as in the field of journalism. First, the global diffusion of connected mobile and wearable devices has opened revolutionary possibilities in terms of production, distribution, and consumption of news content. Secondly, the introduction and rapid global growth of new online platforms for public communication known as social networking sites (SNS) has forever changed the way that «the people formerly known as the audience» (Rosen 2006) encounter, access and engage with the news. In particular, the sharing of information among networked publics through social recommendation in algorithm-driven environments has raised serious issues for a media industry that was traditionally based on a hierarchical model of communications (Hermida *et al.* 2012; van Dijck & Poell 2013).

Within this rapidly changing context, market researchers have started turning their attention towards a new, younger generational cohort, immediately labelled as "Generation Z" (Williams 2015). This new group of consumers includes, according to the dominant media representation, young people born between 1997 and 2012 (Dimock 2019), who have spent their teenage years in a world where mobile devices, social media, on-demand entertainment, and constant connectivity constitute a taken-for-granted feature of everyday life. The so-called Gen-Zers could in fact be defined as true digital natives – or even «social natives» (Oster 2014) – as opposed to Millennials, who are mere «digital migrants» who have had the opportunity of living in a world that was still partially non-digital (Galan *et al.* 2019).

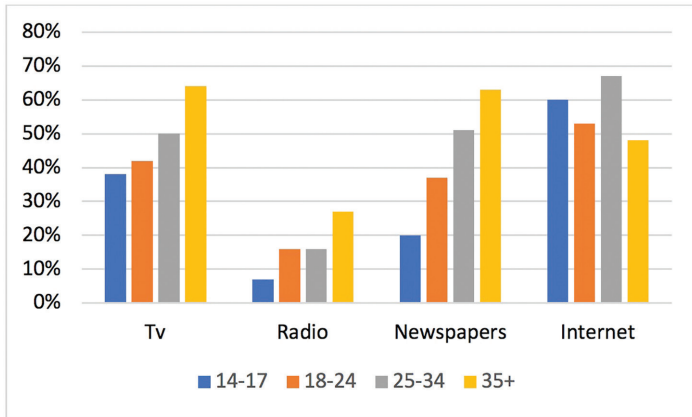
According to Forbes, as early as 2015 Generation Z's spending power had already been valued «at close to \$200 billion annually when you factor in their influence on parental or household purchases» (Heller 2015), while, according to a report commissioned by Google, «Gen Z believe and rely on brands to shape their world» (Google 2017). Other generation-defining characteristics identified over the years include the intensive consumption of visual and ephemeral online content, shorter attention spans, the use of social media as a research tool, a strong entrepreneurial sense, but especially a deep interest in social issues such as civil rights, equality, and environmentalism, which have dominated the public and media discourse during the last decade. Milestones such as the legalization of gay marriage in many Western countries, the increase of multiracial families, the appearance in the public arena of new social movements calling for racial and gender equality, and the growing concern with climate change have defined not only the world in which these young people grew up, but also their political sensitivities and their preferred forms of civic participation.

Data presented by a 2021 report from Pew Research Center shows, in fact, how younger Americans, and especially “Gen Zers” are more likely than other age groups to consider global climate change as a “top concern”, as well as to get personally involved with activities such as volunteering and attending rallies and protests (Pew Research Center 2021b). Also, and more importantly for our scopes, social media users aged 18 to 24 are more likely to have encountered some kind of online content addressing climate change or advocating in favour of issues such as racial justice and to have actively engaged with these posts by commenting or sharing them. These interactions, the report reveals, often trigger «emotional reactions [...] ranging from feeling motivated and confident about addressing climate change to feeling anxious for the future and angry that more isn’t being done now» (*ivi*, p. 21).

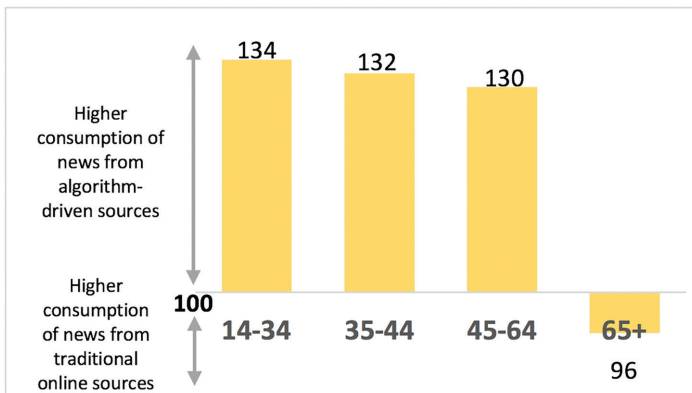
It would seem, then, that younger generations in the US draw part of their motivation for mobilization in support of a cause such as climate activism from exposure to content found on algorithm-driven sources, like social media platforms. This conclusion becomes particularly relevant if linked to recent data regarding young people’s news consumption on social media, since it points in the direction of one of the most significant changes that are defining the current historical phase: the presence of large technology companies like Facebook, Google, Apple, and Twitter, which «have taken on most of the functions of news organizations, becoming key players in the news ecosystem» (Bell & Owen 2016, p. 14). From a more radical perspective, some researches highlight the new role of “*infomediation*” played by Big Tech, which influences both the processes of production and the use of information (Smyrnaioi 2015; Lalli 2015).

Figures 4 e 5, which focus on the case of Italy, clearly show how deeply this transformation has affected the news consumption habits of younger generations: not only is the internet the news medium of choice for young people – with around one third of teenagers between 14 and 17 years of age consuming news *only* online (AgCom 2020) – but they also overwhelmingly favour algorithm-driven sources, like social media and news aggregators, over more traditional sources like online newspapers, web tv and radio or even digital-native news outlets like *Vice*.





**Figure 4.** Use of each medium for news consumption in each age group in Italy (% out of the total population) (AgCom 2020).



**Figure 5.** News consumption index for algorithm-driven sources and traditional online sources in each age group in Italy (AgCom 2018).<sup>8</sup>

These figures, which are similar to many others coming from countries all around the globe (see Pew Research Center 2021a; Newman *et al.* 2020), raise several questions regarding the access that young people have to news content and their practices of news consumption, since, as we have seen, the control of pathways to audiences no longer lies with the organizations which publish news but with the

8 The index score is higher than 100 when there is higher news consumption from algorithm-driven sources, lower than 100 when there is higher news consumption from traditional online sources, and equal to 100 in case of equally distributed news consumption between the two.

platforms that carry it. Moreover, social media platforms have started making editorial decisions on the content that is made available to their users. They decide what is legitimate and what should instead be labelled as inappropriate or misleading and therefore be banned, or what should appear more frequently on the users' news feed and what should be hidden, while relying on algorithms to be able to work at a scale and target each user with more precision. Some authors observe that these automated decisions tend to replicate the system of control that characterized traditional media, even though they are far more opaque to the public (Diakopoulos 2015; Marres 2018). Furthermore, some studies suggest that «personal significance» of content is the core principle behind the process of algorithmic curation on SNS (DeVito 2017).

Social media users' exposure to news, therefore, tends to be heavily dependent on factors such as system-driven recommendations based on the tracking of presumed interests shown in the personal web surfing, and the interconnected but not always visible actions of those "friends" with whom they interact more frequently. These elements also call into question the notion of «incidental news exposure», which, according to a rich literature, is one of the defining characteristics of news consumption practices on SNS and can have a positive impact on the diversity of viewpoints that individuals usually encounter (Fletcher & Nielsen 2018). However, social media are fundamentally based on the idea of customization, then it is necessary to consider the possibility that the process of distribution of content among users leaves truly little room for "accidents" and is inherently unequal (Kümpel 2020). If we add that Mark Zuckerberg announced in 2018 that Facebook would start showing its users «less public content like posts from businesses, brands, and media» unless it could «encourage meaningful interactions between people»<sup>9</sup>, the competition for visibility on SNS for traditional publishers has become increasingly fierce.

In fact, by offering incentives to news organizations for specific types of content or by influencing publisher activity through the imposition of design standards, social platforms are shaping journalism itself (Lewis & Molyneaux 2018). Over the years, research has tackled different dimensions of this process, for example by examining the interaction between social media and established journalistic norms and practices (Lasorsa *et al.* 2012), or the ongoing negotiation of boundaries between audiences and journalists (Carlson & Lewis 2015). Our focus here will be on the most recent forms of social-media native journalism, which have mostly been constructed

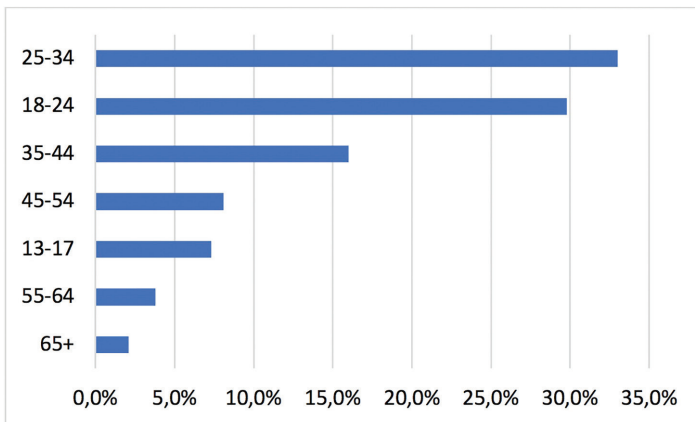
---

9 The complete statement, posted on January 12, 2018, is available at <https://www.facebook.com/zuck/posts/10104413015393571> (Last accessed 12/06/2021).

as youth-oriented news outlets. We will concentrate on Instagram – a social media platform whose relevance as a channel for news distribution is constantly increasing, especially among younger audiences – to examine the effects that this platform’s own affordances, aesthetics and modes of interaction can have in terms of agenda and thematization of issues.

### «How to impress people at dinner»: the news on Instagram

Instagram was launched in 2010 as a social networking site dedicated to visual content, and especially filter-manipulated photographs with short captions. Since then it has introduced several additional features, which allow users to post videos of different lengths, live stream, sell goods, and, most notably, share ephemeral content in the form of “stories”, vertical photos or videos that remain visible for 24 hours and are not automatically stored on users’ profiles. Acquired by Facebook in 2012 for \$1 bn, it surpassed 1bn monthly active users in 2018 and is currently one of the most popular global SNS (Dhillon 2018). As fig. 6 shows, as of January 2021 more than 70% of Instagram users worldwide were aged 34 and under, making it one of the most successful social platforms among the younger generations, and especially those Gen-Zers coveted by market researchers.



**Figure 6.** Distribution of Instagram users worldwide as of January 2021, by age group (source: Statista.com – last accessed 10/6/2021).

Figures also show how Instagram has progressively established itself and is still growing as a popular source for news (Newman *et al.* 2020). As a social media space,

it offers specific affordances in terms of interaction with audiences, sharing audio-visual content, and immediacy that make it attractive for the news media, who are still adapting their practices of news production and distribution to be able to fit in. This is certainly true in the case of both legacy and digital native outlets based on websites. For example, the whole social media strategy of a legacy newspaper like *The Guardian* is built around its Instagram profile, which now counts 4.4 million followers; *The New York Times* has over 14 million followers and offers short versions of news stories as captions for Instagram posts; *Vice* (4 million followers) has translated the visual style of its website into its gallery images, full of capitalized titles and flash photography.

However, all these outlets, *Vice* included, still present business models – be it in form of paywalls or advertising – that are highly dependent on the traffic that their websites can attract (Bell & Owen 2017). Therefore, a large majority of the content they share on Instagram is not designed to be consumed natively, but to drive audiences back to their websites through links that are embedded either in stories or on the news outlet's profile through third-party services – since Instagram does not allow multiple hyperlinks (Vázquez-Herrero *et al.* 2019). This is the case for most publishers and outlets that are not social-media native, and which therefore run the risk of dispersing part of the younger news consumers, who represent, as we have seen, one of those «elusive audiences» (Hermida 2016, p. 85) that are not likely to be easily attracted to online spaces located outside of social media platforms. Moreover, young people's dependence on algorithm-driven sources for news consumption makes them more susceptible to what has been called the «news-finds-me» perception – the belief that relevant news content will simply reach them through social connection and peers, without having to actively seeking it out (Gil de Zúñiga *et al.* 2017). As research on news consumption suggests, for younger audiences «the experience of news should feel as easy and accessible as Facebook and Netflix. This is partly about how the content is presented, but also about how it is surfaced» (Galan *et al.* 2019, p. 5).

Within this highly competitive context, a new generation of digital start-ups is beginning to invest on the offer of pure social-media native news content, especially through Instagram, a SNS that, as we have seen, presents an array of features that are particularly adequate to news distribution and is popular with young people. The most significant difference from the previous wave of online news start-ups, that included now established players such as *BuzzFeed*, *Vox*, *The Huffington Post*, and, of course, *Vice*, lies precisely in the medium that is chosen for news distribution, which in turn has a crucial influence on the way that news is constructed and presented to the audience (Carlson & Usher 2016), since Instagram allows only for microformats

designed specifically for mobile consumption. On the other hand, they often share the position of recipients of significant investments from venture capital to build for-profit companies from scratch (Usher 2017), although in the case of this younger generation of start-ups, further research is needed to explore the full range of business models that they rely on.

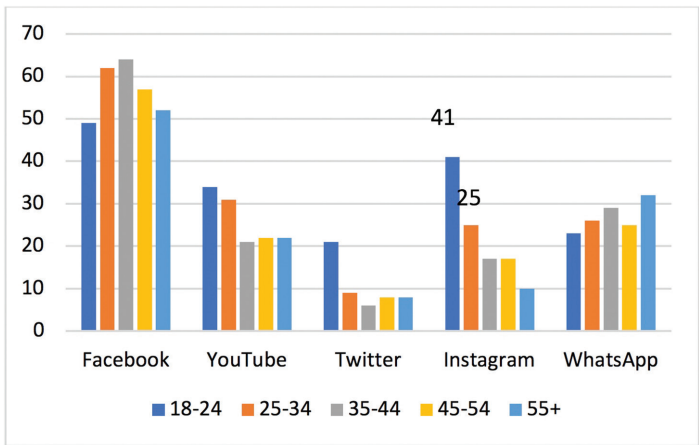
We are going to focus here on the case of Italy, one of the countries included in the research on *Vice*, where teenagers and young adults, as figures 7 and 8 show, are well above the global average use of Instagram for news consumption needs in their age group. As a response to this increasing demand, several Instagram native news start-ups have emerged as recently as the past two years. Among these, the profile that has thus far been able to achieve the most impressive results in terms of following and engagement is *Will*, a start-up born in 2020 from founders Imen Boulahrajane<sup>10</sup>, 27, and Alessandro Tommasi, 34, who had the idea of providing financial news for younger audiences through «lighter, up-to-date communication» (Caporale 2020). In just one year, however, *Will* has grown out of the financial niche and is now producing news content on a wide range of issues for its almost one million followers<sup>11</sup>. As the “bio” description reports on its Instagram profile, *Will* is now a «space for people that are curious about the world. To understand the things that surround us (and impress people at dinner)».

While Boulahrajane was already known to Italian Instagram audiences as @imenjane – an “influencer” with a following of hundreds of thousands who would provide a fresh take on economics and finance for non-experts – Tommasi comes from the corporate world: his LinkedIn profile lists former positions at Airbnb and as founder of a consulting firm. As anticipated, we will not be delving into the specificities of the business model adopted by *Will*, although it has been reported that, after only three months of activity, it was able to raise €1.2 million from venture-backed funding (Bini 2020), while also relying on revenue from branded content (Caporale 2020). Our goal here will be to analyse *Will*’s news content offer in terms of framing and issue selection, to obtain relevant data to contribute to a wider discussion of the relation between the process of agenda setting and the role of these new digital entrants in the news media field.

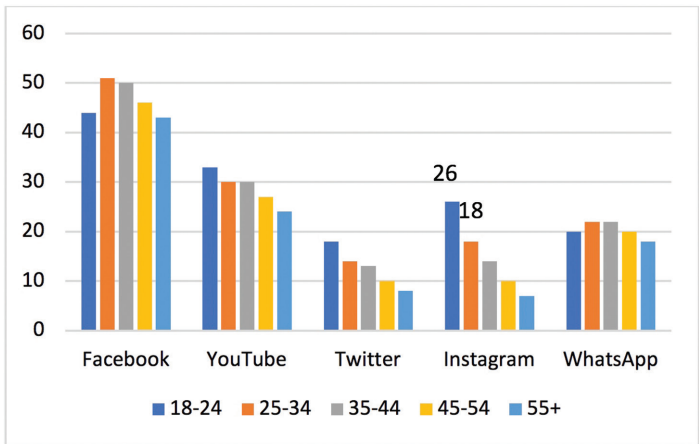
---

10 Boulahrajane left her position at *Will* in 2020 after it was revealed that she had lied about obtaining her economics degree.

11 *Will*’s profile on Instagram - @will\_ita - counted 995.000 followers around the end of September 2021.



**Figure 7.** Percentage of regular news consumers in each age group for each SNS in Italy (Newman et al. 2020).



**Figure 8.** Percentage of regular news consumers in each age group for each SNS in 55 countries (Newman et al. 2020).

Instagram’s profiles are composed of two main spaces for visual content sharing: the feed, where users store their permanent posts, which can be photos, slideshows or videos with a short caption, and Stories, launched in 2016, which are ephemeral segments containing videos or images that last up to 15 seconds, remain visible for 24 hours and are not automatically stored. In 2017 Instagram also introduced Story Highlight, a function that allows users to save selected stories in a dedicated section of their feed to make them permanently visible to their followers. Other more

recent features include IGTV, a standalone application that is also available within the Instagram app and allows for video uploads of up to 15 minutes, and Reels – considered by many an attempt at attracting users from the Chinese competitor TikTok – a way to record video clips of 15 to 30 seconds set to music or other kinds of audio content.

**Table 1.** Purpose of feed posts on Will's Instagram profile (8-21 February and 1-5 April 2021).

Purpose	Format
Simply Inform	One image + caption
Inform and address	Slideshow + caption
Inform and expand	Video + link to other content on the profile (IGTV, Reels)
Inform and call to interaction	Video with comment on followers' comments
Humor	Meme + non-informative caption
Promote	Self-referential post to promote own content

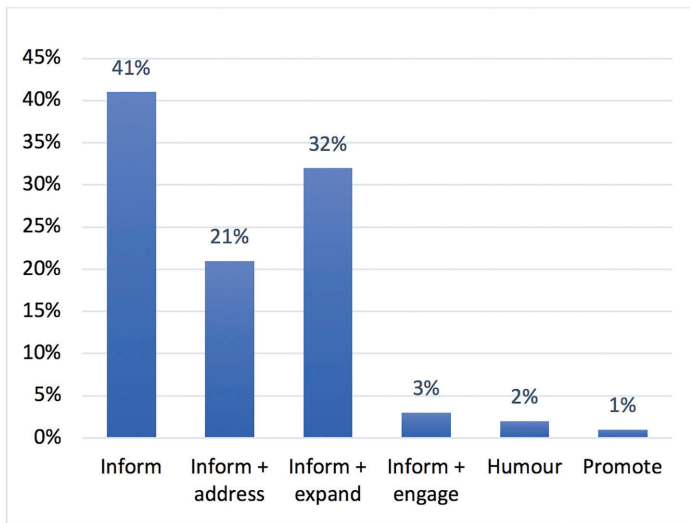
We have monitored *Will's* Instagram profile over two periods of two weeks each (February 8-21 and April 1-15, 2021), considering every feed posting for a total of 100 posts. We also monitored *Will's* published Stories daily for the first of the two periods, collecting 62 items: in this case, each item consists of a series of consecutive slides addressing the same issue (we never encountered items composed of a single slide).

**Table 2.** Purpose of Stories on Will's Instagram profile (8-21 February and 1-5 April 2021).

Purpose	Format
Simply Inform	One or more slides (images) without link
Inform and address	One or more slides (video) + link to other content on the profile (IGTV, Reels)
Inform and expand	One or more slides (video) with comment from journalist
Inform and call to interaction	One or more slides (video or images) + quiz/survey or comment on followers' comments
Promote	Self-referential post to promote own content

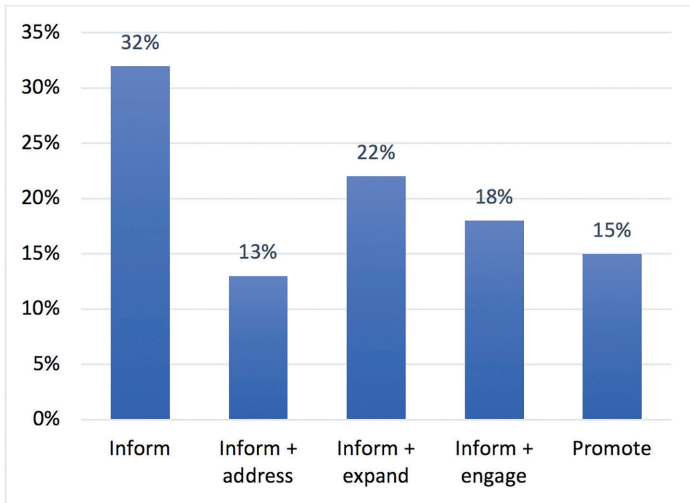
First, we have classified feed posts and stories by format and purpose (see tab. 1 and 2), elaborating on the classification proposed by Vázquez-Herrero *et al.* (2019). The results, summarized in fig. 9 and 10, highlight some of the main differences between ephemeral and permanent content. For example, stories, in virtue of the

wider range of technical possibilities they offer, such as interactive quizzes and surveys, are used to communicate with and engage the audience by posing questions and asking for opinions on selected news stories. Higher user engagement on algorithm-driven platforms is usually rewarded with higher visibility, which explains the significant percentage of stories devoted to this purpose. Examples of this type of content include a quiz on the Italian Constitution, a survey on video games (*Do you ever play e-sports?*) and several screenshots of direct messages sent by followers that include answers to questions and doubts. Stories are also more likely to be used as a vehicle for promotion: in the period we examined, followers were reminded of the release of podcasts, newsletters, and of a series of lectures sponsored by automobile manufacturer Audi. The only self-promoting post published in the news feed regarded the launch of a new podcast called “Globally”, dedicated to geopolitical issues.



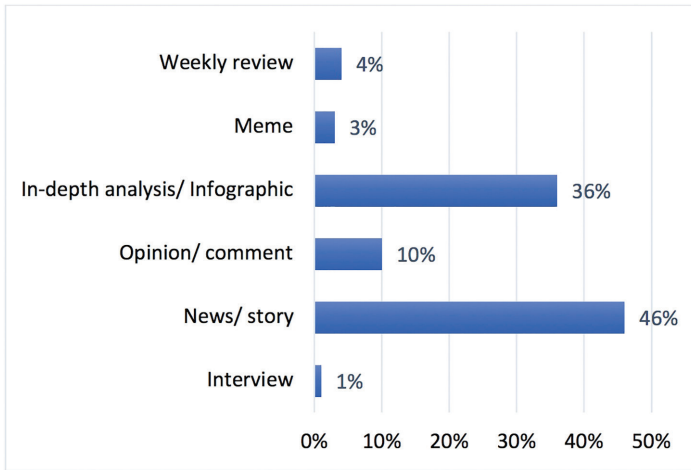
**Figure 9.** Percentage of feed posts by purpose (N=100).



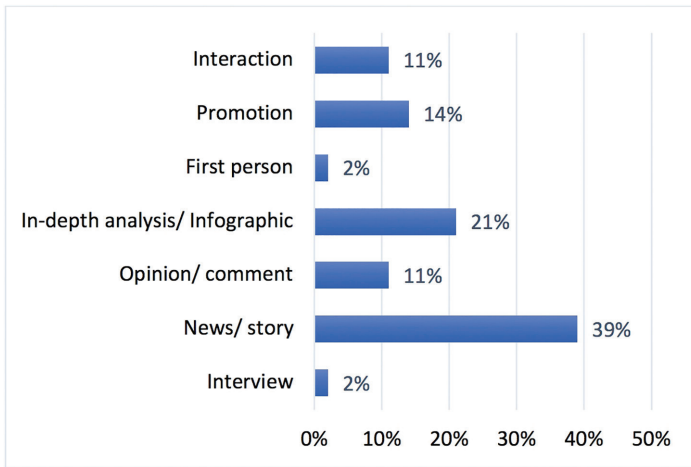


**Figure 10.** Percentage of stories by purpose (N=62).

Secondly, we have categorized each item by type (figures 11 and 12) to be able to compare our sample to more traditional news sources, including Vice. Although Instagram feed posts and stories have a quite different format than traditional newspaper articles or website/blog posts, we have attempted at finding similarities between the two by defining the main function of each post. Short news stories are, predictably, one of the most frequent types of posts published by *Will* since they are more easily adaptable to the immediacy of the image+caption or slide microformats that are typical of the platform. However, slideshows, longer video formats such as IGTV videos, and even 30-second Reels are used as substitutes for more developed stories or in-depth analysis of specific events, as well as for opinion pieces. It is interesting to notice how the first-person narratives that were one of Vice's trademarks are in this case almost completely absent, replaced by more traditional editorial pieces or comments on specific issues by foreign correspondents, as in the case of one journalist based in Shanghai, who periodically reports on China. Another interesting absence is represented by interviews: our sample contained only one interview with former skier Kristian Ghedina as part of a series of stories on sports and the environment sponsored by Audi. Short, factual stories, easy to be consumed at a glance or while in motion, or videos, that still represent one of the most popular types of content among younger social media users, constitute the preferred formats for *Will's* news stories, which show a tendency of Instagram native journalism to adapt to the medium's specific features rather than trying at using them creatively.



**Figure 11.** Percentage of feed posts by type of news story (N=100).



**Figure 12.** Percentage of stories by type of news story (N=62).

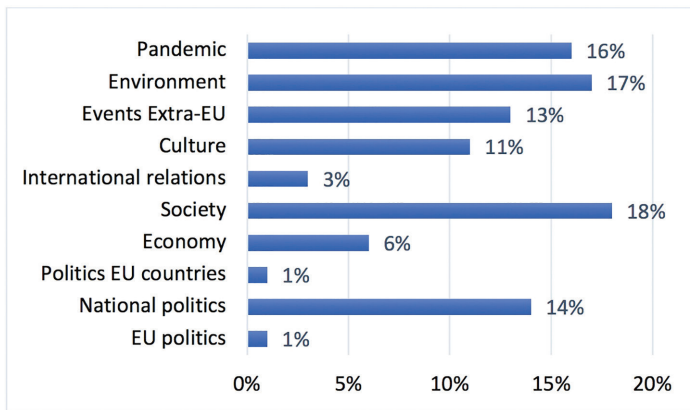
The analysis of frames suggests the presence of themes that at first glance are closer to mainstream news media than to youth-oriented digital news outlets like *BuzzFeed* or *Vice*<sup>12</sup>. Feed posts from our sample (fig. 13) tend to be equally distributed across different frames, which include economics, national politics, and

12 For the analysis of frames and issues we have considered only feed posts, since our sample for stories covers only one of the two periods and is therefore difficult to proceed with a comparison between the two.

international affairs – themes that were underrepresented in Vice stories. There is, however, a clear selection of issues that indicates a different agenda's effect on what is newsworthy and deserves a young audience's attention. A few elements point to specific and conscious choices in terms of framing, like the overarching presence of the frame "Environment", which covers 17% of the feed posts and indicates a continued effort to present stories in a way that can expand on the theme of environmentalism and contribute to the current debate on climate change and sustainability. Environmentalism is evoked in the coverage of the formation of a new government in Italy, in opinion pieces on marketing, as well as in more traditional stories that present data on the excessive consumption of plastic or the endangerment of whales, and in branded content sponsored by Levi's or Audi. Society and culture also occupy a sizable portion of the sample, although they are not as dominant as in the case of *Vice*. Overall, however, we are in the presence of a news outlet that is constructed around current youth culture and interests, not to mention partially guided by the need to remain visible on a system-customized platform, which tends to reward content that users are more likely to engage with and appreciate.

While the Covid19 pandemic predictably occupies a large part of *Will's* total coverage, it should be noted that the significant presence of stories regarding national politics has certainly been influenced by the Italian Parliament's vote of confidence to Mario Draghi's new government, which dominates the first two-week period included in our sample. However, international news is still a relevant presence, except for the European dimension, which seems to fall into the background and is rarely evoked as an explicit frame for news stories. Coding the stories for geographical perspective further substantiated this observation: stories with a national or international (extra-European) perspective occupy respectively 49% and 46% of the sample, while stories on the European context are limited to the remaining 5%.

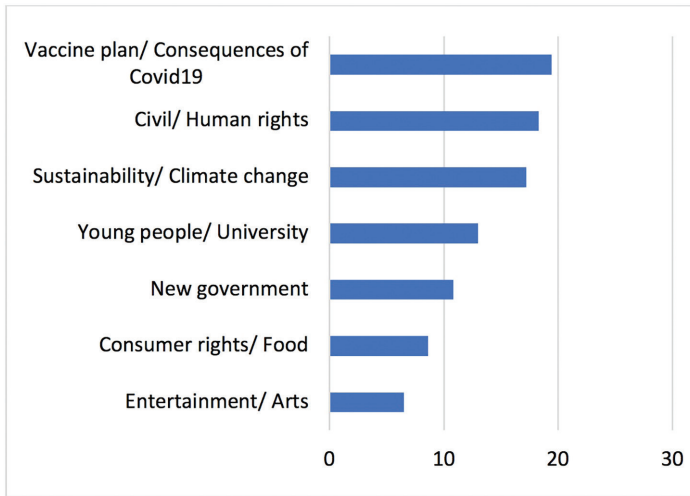
This could confirm the tendency, observed during our 2016 research on European mainstream news media, to focus primarily on the national context while keeping EU politics as an implicit background, a taken-for-granted element in the social and political life of the country, whose importance is recognized but rarely thematized or discussed. *Will*, too, seems to follow in this direction: relevant EU political actors, such as Ursula Von Der Leyen or Margrethe Vestager, are not only mentioned, but also given space and voice, while the EU never emerges as a frame for the discussion of relevant or even urgent transnational issues such as the consequences of the Covid19 pandemic or the environmental emergency. Once again, this points to a representation of young people, who constitute *Will's* primary audience that is at once solidly based in the national territory, but also looks to the global landscape.



**Figure 13.** Percentage of feed posts identified by each frame (N=96).

A look at the issues that are more frequently covered by *Will* confirms our observations regarding framing (fig. 14). Sustainability and climate change are the third most prominent issues in *Will*'s coverage, but the most frequent is represented by a wide thematic group that we have labelled "Civil/Human rights", which includes stories regarding inequalities in terms of race and gender, LGBTQ+ rights, but also two stories on disability. Current events do have a visible impact on the selection of news: Italy's vaccination program is the most frequently covered issue, especially in the April sample, as are the larger implications of the pandemic for the country's economy; the first period is dominated by the new Italian Prime minister's swearing in. Most of the identified issues fall however into a recognizable, coherent set of choices in terms of agenda that seems to define *Will*'s identity as a social media native news source: social issues such as battles for civil rights, arts and entertainment, the theme of sustainable consumption and consumer rights, can all be easily subsumed into the category of "news for young people". Young people also emerge as a central actor in *Will*'s news coverage, with a recurrent presence that almost becomes an additional, underlying frame.

It is also interesting to note that what had started as a niche source on finance and the economy is, after little over a year, dedicating only a minor part of its coverage to this theme, both in terms of framing and of selected issues. Among the economics-related news stories, labour is the only topic that is covered with some regularity and linked to different issues such as young people and the job market, inequality (concerning disabled people, for example), or specific decisions taken by the Italian government.



**Figure 14.** Percentage of stories featuring each issue (N=93).

Finally, explicit branded content represents only a small percentage of the posts in our sample:

- 5 posts (3 in the first period and 2 in the second) are disclosed as partnerships with Audi, Levi’s and Italian publishing house Garzanti in the posts’ headers, using Instagram native tool.
- 5 stories are also sponsored by Audi, which, as we have previously seen, collaborated with Will on a series of lectures, and interviews on sports, nature, and sustainability. (The preoccupation with the environment also frames the content of the feed post sponsored by Levi’s: the caption discusses how recycling clothes reduces the fashion industry’s environmental impact, while the slideshow illustrates diverse ways of using worn-out jeans to create new objects).
- An IGTV video is included in the post in partnership with Garzanti, used to promote the publication of American poet Amanda Gorman’s book *The Hill We Climb* in its Italian translation. *Will* journalist Bianca Del Balzo traces a long profile of Gorman, calling her «an icon for the new generations» and focusing on her activism as well as on her ability to merge «poetry and fashion», while showing the book about to be published by Garzanti.

Similarly to the *Vice* sample, branded content is used here to create revenue, but also to reinforce *Will*’s own brand equity, by framing these posts with themes that are

already familiar to its followers, and to flaunt the partners' efforts of corporate social responsibility as coherent with their interests.

As we already discussed, further research is needed to explore the details of the business model adopted by *Will* as well as by other digital news start-ups that are native to Instagram. Our analysis, however, can give us some insight into the extent to which such a model influences both *Will's* agenda and its framing of news. Moreover, the dependence of these new digital news organizations on the affordances of the platform that hosts them is still to be understood in its overall implications. However we may hypothesize that system-driven customization and the need of visibility encourage these outlets to meet their followers' expectations to attract participation, as well as to influence these expectations that are inferred from algorithms, and to reinforce the labeling process of the "young" generation.

## Conclusions

Over the past two decades, we have heard frequent and dramatic proclamations of traditional journalism's certain and irreversible crisis. Undeniably, print news media continue to shrink, and the whole industry has been accumulating enormous losses in terms of circulation, revenue, and especially of perceived authority (Gitlin 2011). A steep decline of trust in journalists has been observed in different audiences across the globe, although it is the younger generations who have been the most affected by a sense of apparent "disconnectedness" from the news (Kjeldsen 2008, p. 126), «with a chimerical sense of the all-consuming complexity» (Bowman 2006, p. 166). However, while cultural studies have shown the ideology behind the blurring of such disconnectedness with market-consuming actions, with the goal of creating an illusion of subjective relativism (*ibidem*), empirical data have, on the other hand, pointed to how young people's turn away from mainstream news media has in fact resulted in their migration towards new digital sources that are designed specifically for their age group and whose forms and identity are intricately linked to the platforms they use for news distribution, such as websites and algorithm-driven media. At a time when, according to the dominant narrative, news media are inevitably destined to a grim fate, these new entrants in the field of journalism have attracted considerable investments, are creating new jobs, and experimenting with different business models. These characteristics place them - once again - halfway between the fields of marketing and journalism and have an effect of hybridization on the content they produce, which is often positioned at the intersection between news, entertainment, and advertising. A further, radical transformation in the forms

taken by these start-ups has occurred with the introduction and global diffusion of SNS, which have marked the birth of a new generation of social-media native news sources that have adapted to the algorithm-driven content curation practices that define these environments.

It might be too soon to predict if they will survive future transformations in terms of technology and communications, but their present success raises urgent questions for the public sphere that young citizens are expected to participate in, especially regarding the practices of framing and agenda setting that new digital news start-ups adopt in virtue of their hybrid identities. The first results of our research suggest that their choices in terms of issues covered and frames are influenced by several factors:

They are tailored on the consumption habits and interests of their targeted audience, which loosely coincides with what market researchers have labelled Generation Z, a cohort of young people born after 1996: in this respect they depend on platforms that act as *infomediators* but present themselves as active producers of hybrid content, combining themes more likely to be rewarded by algorithms with the ability of young communicators to engage users and stimulate their active participation.

- 1) They are negotiated with financial partners, who collaborate with social-media news sources to produce branded content, emphasizing a soft but large agenda in terms of corporate social responsibility.
- 2) They are influenced by the need to remain visible within the highly competitive environment of SNS, regulated by system-driven customization practices that are based on a core principle of personal significance of content, which once again is linked to the users' expressed preferences and prior actions, introducing another "chimerical illusion", as if they could really predict present or future values and actions.

Considering how these factors have in turn an impact on the representations of young people offered by these news sources, it could be said that young audiences and social-media native news sources interact with each other by reinforcing and perpetuating a set of representations and narratives that are the result of a circular relationship, or even of another «*self-fulfilling prophecy*» (Merton 1948), here connected both to the power exercised by algorithms and by the interactional identities they support. While Merton could not have in mind the algorithmic prediction models of the Internet, he nonetheless precisely defined the concept of self-fulfilling prophecy: «in the beginning, a false definition of the situation evoking a new behaviour which makes the original false conception come "true" [...]. They experience these beliefs, not as prejudices, not as prejudgments, but as irresistible products of their

own observation» (*ivi*, pp. 195, 196). Probably, the question does not concern, in our case, what is true or false, but what and where we can detect the social mechanisms leading both to the infomediating power of definition and the expanding frontiers of information accessibility, together with their applicability, that is their effective acknowledgement as trustful and salient (McCombs *et al.* 2014, p. 786)

Our thematic analyses have highlighted the significant difference that exists between the representations of these digital native and youth-oriented media and the ones proposed by mainstream news media, which tend to frame young people as an apathetic or problematic collective actor. However, it seems that these fresh players in the public sphere, where web marketing communication and journalism tend to go hand-in-hand, have turned away from traditional media's normative tendencies only to fall into other normative representations of what it means to be a supposedly young, «well-informed citizen» (Schutz 1946). In a political and social environment where the role of media and the issues of trust in news are at the centre of a controversial and ongoing public debate, further research on youth-oriented news sources and young people's news consumption practices is needed to address the question of agency and effective participation of younger generations in the contemporary public sphere. These complex questions go well beyond the limits of the research we presented here, which has merely considered a small sample of generalist digital native news media, and could not possibly tackle, for example, the interesting and effervescent *mare magnum* of social media practices born out of activism and social movements.

## References

- AgCom (2018). *Rapporto sul consumo di informazione*. <https://www.agcom.it/report> (Last accessed 08/06/2021).
- AgCom (2020). *L'informazione alla prova dei giovani*. <https://www.agcom.it/report> (Last accessed 08/06/2021).
- Bell, E. & Owen, T. (2017). *The Platform Press. How Silicon Valley Reengineered Journalism*. Tow Center for Digital Journalism, Columbia University, [https://www.cjr.org/tow\\_center\\_reports/platform-press-how-silicon-valley-reengineered-journalism.php](https://www.cjr.org/tow_center_reports/platform-press-how-silicon-valley-reengineered-journalism.php) (Last accessed 08/06/2021).
- Bini, F. (2020). Cresce l'informazione su Instagram: Will raccoglie 1,2 milioni di euro. *La Repubblica*, April 10, [https://www.repubblica.it/economia/2020/04/10/news/will\\_raccoglie\\_1\\_2\\_milioni-253625360/](https://www.repubblica.it/economia/2020/04/10/news/will_raccoglie_1_2_milioni-253625360/) (Last accessed 08/06/2021).



- Blekesaune, A., Elvestad, E. & Aalberg, T. (2012). Tuning out the world of news and current affairs. An empirical study of Europe's disconnected citizens. *European Sociological Review*, 28(1), 110–126.
- Blumer, H. (1971). Social problems as collective behavior. *Social Problems*, 18, 298–306.
- Bødker, H. (2016). Vice Media Inc.: Youth, lifestyle – and news. *Journalism*, 8, 1-17.
- Bowman, P. (2006). Cultural studies and Slavoj Žižek. In Hall, G. & Birchall C. (Eds.), *New Cultural Studies. Adventures in Theory*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 162-178.
- Buckingham, D. (2000). *The Making of Citizens: Young People, News and Politics*. London: Routledge.
- Caporale, A. (2020). Perché "Will" resta l'esperimento giornalistico più interessante del 2020. *Mediaddress*, June 25, <https://www.mediaddress.com/it/2020/06/25/will-media-futuro-giornalismo/> (Last accessed 08/06/2021).
- Carlson, M. & Lewis, S.C. (Eds.) (2015). *Boundaries of Journalism. Professionalism, Practices and Participation*. London and New York: Routledge.
- Carlson, M. & Usher, N. (2016). News startups as agents of innovation: for-profit digital news startup manifestos as metajournalistic discourse. *Digital Journalism*, 4(5), 563–581.
- Cohen, S. (2002). *Folk Devils and Moral Panics: The Creation of the Mods and Rockers*. London, New York: Routledge.
- DeVito, M.A. (2017). From editors to algorithms. A values-based approach to understanding story selection in the Facebook news feed. *Digital Journalism*, 5(6), 753–773.
- Dhillon, S. (2018). How Instagram is eating the world. *Forbes*, June 25, <https://www.forbes.com/sites/valleyvoices/2018/06/25/how-instagram-is-eating-the-world/> (Last accessed 10/06/2021).
- Diakopoulos, N. (2015). Algorithmic accountability. *Digital Journalism*, 3(3), 398-415.
- Dimock, M. (2019). Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. *Pew Research Center*, January 17, <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/> (last accessed 8/06/2021).
- Downs, A. (1972). Up and down with ecology: the issue–attention cycle. *The Public Interest*, 28, 38-50.
- Entman, R.M. (1993). Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43, 4.
- Ferrer-Conill, R & Karlsson, M. (2019). Native advertising and the appropriation of journalistic clout. In Eldridge, S.A. II & Franklin, B. (Eds.), *The Routledge Handbook of Developments in Digital Journalism Studies* London and New York: Routledge, pp. 463-474.
- Fletcher, R. & Nielsen, R.K. (2018). Are people incidentally exposed to news on social media? A comparative analysis. *New Media & Society*, 20 (7), 2450–2468.
- Galan, L., Osserman, J., Parker, T. & Taylor, M. (2019). *How Young People Consume News and The Implications For Mainstream Media*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.

- Gil de Zúñiga, H., Weeks, B. & Ardèvol-Abreu, A. (2017). Effects of the news-finds-me perception in communication: Social media use implications for news seeking and learning about politics. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 22 (3), 105–123.
- Goffman, E. (1974). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Cambridge (MA): Harvard University Press.
- Google (2017). *It's Lit: A Guide to What Teens Think Is Cool*. <https://storage.googleapis.com/think/docs/its-lit.pdf> (Last accessed 8/06/2021).
- Graber, D. (1984). *Processing the News*. New York: Longman.
- Griffin, C. (2004). Representations of the young. In Roche, J., Tucker, S., Thomson, R., & Flynn, R. (Eds.), *Youth in Society*, London: Sage, pp. 10-18.
- Hall, S. (1980). Encoding/decoding. In Hall, S., Hobson, D., Lowe, A., & Willis, P. (Eds.), *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies*. London: Hutchinson.
- Heller, L. (2015). Move over millennials, Generation Z is in charge. *Forbes*, August 14, <https://www.forbes.com/sites/lauraheller/2015/08/14/move-over-millennials-generation-z-is-in-charge/> (Last accessed 8/06/2021).
- Hermida, A. (2016). Social media and the news. In Witschge, T., Anderson, C. W., Domingo, D., and Hermida, A. (Eds.), *The SAGE Handbook of Digital Journalism*. London: Sage, pp. 81–94.
- Hermida, A. & Mellado, C. (2020). Dimensions of social media logics: mapping forms of journalistic norms and practices on Twitter and Instagram. *Digital Journalism*, 8 (7), 864–884.
- Hilgartner, S. & Bosk, C.L. (1988). The rise and fall of social problems: A public arenas model. *American Journal of Sociology*, 94 (1), 53-78.
- Iyengar, S. (1991). *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Kjeldsen, J.E. (2008). Mediated publics and rhetorical fragmentation. In Carpentier, N. et al. (eds.), *Democracy, Journalism and Democracy: New Developments in an Enlarged Europe*, Tartu: Tartu University Press, pp. 115-128.
- Kümpel, A.S. (2020). The Matthew Effect in social media news use: Assessing inequalities in news exposure and news engagement on social network sites (SNS). *Journalism*, 21(8), 1083-1098.
- Lalli, P. (2005). Représentations sociales et communication: l'agora du sens commun. *Hermès*, 41, 59-64.
- Lalli, P. (2015). Giochi di significato, visibilità e infomediazione: i sentieri interrotti della comunicazione oggi. *Sociologia della comunicazione*, 50, 191-201.
- Lasorsa, D. L., Lewis, S. C. and Holton, A. E. (2012). Normalizing Twitter: Journalism practice in an emerging communication space. *Journalism Studies*, 13 (1), 19–36.
- Lewis, S.C. & Molyneaux, L. (2018). A decade of research on social media and journalism: Assumptions, blind spots, and a way forward. *Media and Communication*, 6 (4), 11–23.
- Loader, B.D. (Ed.). (2007). *Young citizens in the digital age: Political engagement, young people and new media*. London: Routledge.

- Loader, B.D., Vromen, A. and Xenos, M.A. (2014). The networked young citizen: Social media, political participation and civic engagement. *Information, Communication & Society*, 17 (2), 143-150.
- Marres, N. (2018). Why we can't have our facts back. *Engaging Science, Technology, and Society*, 4, 423-443.
- McCombs, M.E., Shaw, D.L. & Weaver, D.H (2014). New directions in agenda-setting theory and research. *Mass Communication and Society*, 17, 781-802.
- Merton, R.K. (1948). The self-fulfilling prophecy. *The Antioch Review*, 8 (2), 193-210.
- Moscovici, S. (1984). Notes towards a description of social representations. *European journal of social psychology*, 18 (3), 211-250.
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S. & Nielsen, R.K. (2020). *Reuters Institute Digital News Report 2020*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, <https://www.digitalnewsreport.org> (Last accessed 12/06/2021).
- Nicolaou, A. (2019). Disney writes down \$353m from Vice stake. *Financial Times*, May 9, <https://www.ft.com/content/9f4988de-71df-11e9-bf5c-6eeb837566c5> (Last accessed, 8/06/2021).
- Nicolaou, A. & Fontanella-Kahn, J. (2021). Vice Media joins streaming gold rush in new bid for profitability. *Financial Times*, May 11, <https://www.ft.com/content/942bf107-3824-4611-b0f7-b4816d4ee2a5> (Last accessed, 8/06/2021).
- Nielsen, R.K., Fletcher, R., Newman N., Brennen, J.S. & Howard, P.N. (2020). *Navigating the 'Infodemic': How People in Six Countries Access and Rate News and Information about Coronavirus*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Oster, E. (2014). This Gen Z infographic can help marketers get wise to the future. Here come the social natives. *AdWeek*, August 21, <https://www.adweek.com/brand-marketing/gen-z-infographic-can-help-marketers-get-wise-future-159642/> (Last accessed 08/06/2021).
- Pew Research Center (2015). *Most Millennials Resist the 'Millennial' Label*. <https://www.pewresearch.org/politics/2015/09/03/most-millennials-resist-the-millennial-label/> (Last accessed, 08/06/2021).
- Pew Research Center (2021a). *News Use Across Social Media Platforms in 2020*. <https://www.journalism.org/2021/01/12/news-use-across-social-media-platforms-in-2020/> (Last accessed, 08/06/2021).
- Pew Research Center (2021b). *Gen Z, Millennials Stand Out for Climate Change Activism, Social Media Engagement With Issue*. <https://www.pewresearch.org/science/2021/05/26/gen-z-millennials-stand-out-for-climate-change-activism-social-media-engagement-with-issue/> (Last accessed, 08/06/2021).
- Putnam, R. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon & Schuster.

- Rosen, J. (2006). The people formerly known as the audience. *PressThink: Ghost of Democracy in the Media Machine*, June 27, [http://archive.pressthink.org/2006/06/27/ppl\\_frmr.html](http://archive.pressthink.org/2006/06/27/ppl_frmr.html) (Last accessed 11/06/2021).
- Schutz, A. (1946). The well-informed citizen. An essay on the social distribution of knowledge. *Social Research*, 13 (4), 463-78.
- Sloam, J. (2013). 'Voice and equality': Young people's politics in the European Union. *West European Politics*, 36 (4), 836-858.
- Smyrniaos N. (2015). Google and the algorithmic infomediation of news. *Media Fields* 10, 1-10.
- Spangler, T. (2020). Vice Media lays off 155 employees with deepest cuts in digital group. *Variety*, May 15, <https://variety.com/2020/digital/news/vice-media-layoffs-155-employees-covid19-1234607610/> (Last accessed, 08/06/2021).
- Steele, E. (2017). At Vice, cutting-edge media and allegations of old-school sexual harassment. *The New York Times*, December 23, <https://www.nytimes.com/2017/12/23/business/media/vice-sexual-harassment.html> (Last accessed, 08/06/2021).
- Strauss, W. & Howe, N. (2000). *Millennials Rising: The Next Great Generation*. New York, Vintage Books.
- Thompson, H.S. (2003). The Kentucky derby is decadent and depraved. In Thompson, H.S., *The Gonzo Papers, vol.1: The Great Shark Hunt. Strange Tales from a Strange Time*, New York: Simon & Schuster, pp. 24-37.
- Tuchman, G. (1978). *Making news: A Study in the Construction of Reality*. New York: Free Press.
- Usher, N. (2017). Venture-backed news startups and the field of journalism. Challenges, changes, and consistencies. *Digital Journalism*, 5 (9), 1116-1133.
- Van Dijck, J. & Poell, T. (2013). Understanding social media logic. *Media and Communication*, 1 (1), 2-14.
- Vázquez-Herrero, J., Direito-Rebollal, S. & López-García, X. (2019). Ephemeral journalism: news distribution through Instagram stories. *Social Media + Society*, October-December, 1-13.
- Vice (2013). *Vice media kit 2013*. <https://scs-assets-cdn.vice.com/za/Vice-Media-Kit-2013-SOUTH-AFRICA.pdf> (Last accessed, 08/06/2021).
- Wayne, M., Petley, J., Murray, C., Henderson, L. (2010). *Television News, Politics and Young People: Generation Disconnected*. London: Palgrave Macmillan.
- Widdicombe, L. (2013). The bad-boy brand. The Vice guide to the world. *The New Yorker*, April 8.
- Wiedeman, R. (2018). A company built on a bluff. *Intelligencer*, June 10, <https://nymag.com/intelligencer/2018/06/inside-vice-media-shane-smith.html> (Last accessed, 6/06/2021).
- Williams, A. (2015). Move over, Millennials, here comes Generation Z. *The New York Times*, September 18, <https://www.nytimes.com/2015/09/20/fashion/move-over-millennials-here-comes-generation-z.html> (Last accessed 08/06/2021).

# CONHECER E ANTECIPAR COMPETÊNCIAS DIGITAIS DE JOVENS. PRIMEIROS CONTRIBUTOS DO PROJETO YSKILLS COM FOCO EM PORTUGAL

*Cristina Ponte\*, Lidia Marôpo\*\*, Teresa Sofia Castro\*\*\**

O que sabemos sobre competências digitais, os processos pelos quais são adquiridas pelos adolescentes e os seus impactos nas oportunidades e riscos online? De que modos adolescentes europeus avaliam as suas competências digitais? Que competências digitais são necessárias para enfrentarem os desafios presentes e futuros de sociedades cada vez mais digitais?

Respondendo a estas perguntas, o presente capítulo apresenta alguns dos primeiros resultados do projeto ySKILLS (2020-2024)<sup>1</sup>: a identificação de atores e de fatores que intervêm nas competências digitais. Para isso, analisa as considerações de informantes privilegiados – especialistas em Educação e Trabalho/Emprego; adolescentes entre os 13 e os 17 anos. O capítulo começa por apresentar resultados gerais das entrevistas com os especialistas realizadas nos seis países europeus onde está a decorrer a pesquisa longitudinal (Alemanha, Estónia, Finlândia, Itália, Polónia e Portugal), para depois apontar as linhas que emergiram dessas entrevistas no nosso país. A segunda parte segue a mesma abordagem: introduz resultados gerais sobre as mesas-redondas com adolescentes em três países (Finlândia, Bélgica e Portugal)

---

\* Instituto de Comunicação da NOVA (ICNOVA) Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade NOVA de Lisboa (Nova FCSH).

\*\* Centro de Investigação em Educação e Formação – Instituto Politécnico de Setúbal (CIEF-IPS) e Centro Interdisciplinar de Ciências Sociais (CICS.NOVA).

\*\*\* Instituto de Comunicação da NOVA (ICNOVA)

1 O projeto ySKILLS ([www.yskills.eu](http://www.yskills.eu)), financiado pelo Programa Horizon 2020, da Comissão Europeia (contrato de concessão nº 870612), visa conhecer o impacto de competências digitais no bem-estar de crianças e adolescentes (12-17 anos), maximizando o seu efeito positivo a longo prazo e minimizando os seus riscos negativos pelo fortalecimento da resiliência. O consórcio reúne investigadores de 13 países e a European School Net.

para depois se detalhar nas duas mesas-redondas feitas no nosso país, com participantes de idades e contextos distintos.

Esta dupla auscultação evidenciou diferentes perspetivas, entre a necessidade de estar dotado de competências informacionais, operativas e criativas, destacadas pelos especialistas, e as preocupações para com a segurança, a comunicação e o bem-estar, por parte dos adolescentes. A par da revisão sistemática do conhecimento sobre adolescentes e competências digitais,<sup>2</sup> estas vozes contribuíram assim para a construção de indicadores e de ferramentas para aferir dimensões de uso e de reflexão crítica (Helsper et al., 2021).

Visando também transformar a pesquisa em conhecimento alargado e envolvimento dos vários atores sociais envolvidos – nomeadamente os próprios adolescentes, profissionais de educação e outros profissionais que lidam com o seu bem-estar, decisores de políticas públicas a nível europeu, nacional e local, as próprias indústrias digitais - o capítulo encerra com a reflexão sobre desafios que se colocam à educação e formação e à própria mobilização da sociedade para a capacitação digital, numa perspetiva que se estende ao longo da vida. Para isso inclui também sugestões de recursos e ferramentas criados a partir destes diagnósticos.

Os resultados gerais das entrevistas e das mesas-redondas têm como fonte os relatórios de Donoso et al. (2020) e de Beilmann et al. (2020); os resultados portugueses têm como base transcrições (de entrevistas e mesas-redondas) e notas de campo. Em ambos os casos, a participação foi voluntária e seguiu-se a um consentimento informado sobre os objetivos da ação e, no caso dos entrevistados, sobre a revelação da sua identificação.

## **1. Entrevistas com especialistas em educação e do mercado laboral**

A escolha dos seis países onde vai decorrer a aplicação do inquérito por questionário ySKILLS em três momentos sucessivos junto dos mesmos adolescentes teve em conta distintos níveis de penetração da digitalização em termos europeus: sociedades altamente digitalizadas (Estónia e Finlândia); sociedades com penetração média (Alemanha e Portugal); e sociedades de penetração relativamente baixa (Itália e Polónia).

---

2 Revisão sistemática de estudos recentes (Haddon et al., 2020); novas análises ao questionário europeu EU Kids Online de 2020 (Mascheroni et al., 2020).

A fim de enquadrar os contextos digitais nestes seis países, foram entrevistados 34 especialistas em Educação (20) e Trabalho/Emprego (14) enquanto informantes privilegiados e disponíveis para refletir sobre competências digitais que consideram necessárias para adolescentes, no seu presente e futuro. Procurou-se reunir decisores de políticas públicas, profissionais experientes, académicos, membros de organizações não-governamentais. As entrevistas foram conduzidas durante a primeira vaga da pandemia COVID-19, entre Abril e Maio de 2020.

O guião de questões cobriu o papel da educação (formal ou informal) e das transformações tecnológicas no mercado de trabalho do século XXI. Tendo como base o recente quadro europeu de competências digitais, DigCom 2.1 (Quadro 1) os entrevistados foram convidados a pronunciar-se sobre as suas cinco principais escolhas nesse quadro de competências e a acrescentar alguma que considerassem não estar contemplada.

**Quadro 1.** Grupos de competências digitais – DigComp 2.1.

Navegar, procurar e filtrar dados	Avaliar dados, informação e conteúdo	Gerir dados, informação e conteúdo	Interagir através de meios digitais	Partilhar através de meios digitais
Envolver-se em atos de cidadania	Colaborar através de meios digitais	Net-etiqueta	Gerir identidade digital	Desenvolver conteúdos digitais
Integrar e reelaborar conteúdo digital	Copyright e licenças	Programar	Proteger dispositivos	Proteger dados pessoais e privacidade
Fazer usos criativos	Resolver problemas técnicos	Identificar necessidades e respostas tecnológicas	Proteger a saúde e bem-estar Proteger o ambiente	Identificar competências a melhorar em si e nos outros

Fonte: Carretero et al., 2018.

### 1.1. Resultados gerais das entrevistas

Como aponta o relatório ySKILLS de Donoso et al. (2020), há um consenso entre os entrevistados de vários países de que as competências são cruciais na medida em que as tecnologias digitais estão cada vez mais incorporadas na vida quotidiana. Ainda que considerem essenciais as competências operacionais, expressam que ser ‘digitalmente qualificado’ significa mais do que possuir *know-how* técnico. A maioria destaca competências de interação social digital - colaboração e interação - e pensamento crítico como as mais importantes.

A maioria exprimiu também a rejeição da ideia de ‘nativos digitais’. Como referem, muitos jovens não são tão versados em tecnologia quanto os adultos ou os

próprios jovens poderiam esperar e precisam de ser apoiados de modo ativo para adquirirem as competências necessárias.

Os testemunhos mostram que o acesso a ferramentas, recursos e educação necessários ao desenvolvimento de competências digitais varia não apenas entre os países, mas também dentro de cada país. Notando que certas frações da sociedade continuam excluídas do acesso à educação e a formação de qualidade, os entrevistados expressam preocupação com o risco de o digital vir a agravar as desigualdades sociais.<sup>3</sup> Além destas desigualdades sociais, identificaram desigualdades relacionadas com idade e género.

*Trabalho/Emprego* - Para os entrevistados desta área, o avanço da digitalização e desenvolvimentos como a automação e o uso de inteligência artificial vão conduzir a um papel ainda maior das tecnologias digitais nas vidas profissionais futuras. Se uns antecipam que os avanços tecnológicos vão levar ao desaparecimento de profissões inteiras, muitos acreditam que essas mudanças também criam novas oportunidades de emprego. Preparar os jovens para esse novo mercado de trabalho é um desafio: os jovens precisam de ser ensinados a adaptarem-se, a usarem os recursos de que dispõem, a aprenderem por si e a adquirirem novas competências.

Se a educação formal tem um papel central para o desenvolvimento de competências digitais, por poder alcançar todas as crianças e as suas famílias, para especialistas do mercado de trabalho, o sistema educacional tarda a adaptar-se aos desenvolvimentos digitais no setor privado e não reflete as exigências do mercado de trabalho.

*Educação*: Os entrevistados da área da educação, por sua vez, tendem a enfatizar aspetos positivos do desenvolvimento de competências digitais no sistema de educação formal, destacando a motivação, abertura e interesse de professores em tecnologias digitais e a sua incorporação criativa nas experiências de ensino-aprendizagem. Ao mesmo tempo, referem que muitas vezes escolas e professores se sentem perdidos perante a tarefa de dotar os seus alunos com competências digitais, sem orientações claras sobre que competências devem ser ensinadas e como devem ser avaliadas.

---

3 Um ano após o início da pandemia COVID-19, alguns destes especialistas foram de novo ouvidos sobre o impacto que a pandemia tinha tido nos seus países. O breve vídeo, disponível no *site* do projecto, com depoimentos de profissionais de educação e de consultores de políticas públicas, acentua como - mesmo nos países de nível elevado de penetração digital na sociedade e no sistema educativo, como a Estónia e a Finlândia - a pandemia revelou desigualdades regionais nas infraestruturas, desigualdades sociais no acesso e nas literacias, e um défice na formação de professores



A partir destes testemunhos da área da educação, a comunicação escola-casa sobre competências digitais de crianças e jovens foi analisada no relatório ySKILLS de Beilmann et al. (2020). Assinala-se que essa comunicação entre os dois espaços em torno de competências digitais tende a ser pobre, insuficiente e a estar mesmo ausente a menos que ocorra algum problema sério relacionado com situações online (por exemplo, um caso de cyberbullying). As barreiras a essa comunicação entre a escola e as famílias são de ordem social: pais com menos competências digitais podem sentir-se menos preparados para participar nessa comunicação com a escola; o papel das famílias no desenvolvimento das competências digitais dos filhos é muitas vezes marginal; o contexto educacional, laboral e socioeconómico dos pais é muitas vezes particularmente difícil, com constrangimentos de tempo ou falta de interesse.

Por isso, o relatório considera que compete à escola a iniciativa de envolver os pais e filhos numa educação em competências digitais, coordenada e planificada de um modo ponderado e que não leve à exaustão os envolvidos: alunos, pais e professores. Aponta-se que os professores devem desenvolver competências comunicacionais para chegarem a famílias de condição desfavorecida, onde se encontram os pais que mais precisam dessa educação e que são os mais difíceis de alcançar. Entre soluções possíveis para a capacitação apontam-se também oportunidades de formação (por exemplo a entreajuda de pais para pais).

Na maioria dos países, entrevistados das duas áreas relatam que a força de trabalho atual não está suficientemente qualificada digitalmente e que a aprendizagem ao longo da vida deve ser apoiada, permitindo aos cidadãos requalificarem-se, desenvolverem competências e educarem-se para além da escola. Ou seja, embora o setor de educação formal tenha um papel especial no desenvolvimento de competências digitais, não deve ser o único responsável. A cooperação entre o sistema educacional formal, o setor económico privado e a universidade pode melhorar a educação em competências digitais. Para muitos especialistas, a atual falta de cooperação entre esses agentes leva a um sistema fragmentado. Todas as partes devem, por isso, envolver-se num esforço coordenado para uma abordagem sistémica do desenvolvimento de competências digitais.

## **1.2. A voz de especialistas portugueses**

Os contributos dos seis especialistas portugueses, quatro da área da Educação e dois da área do Trabalho/Emprego (Quadro 2) foram já analisados noutra publicação (Ponte et al., 2021), fazendo-se aqui uma breve caracterização.

**Quadro 2.** Especialistas de Educação e Trabalho/Emprego entrevistados em Portugal.

Francisco Machado	Psicólogo e docente universitário (ISMAI, Maia); orientador de estágios em Educação e Psicologia.
Liliana Silva	Professora de Filosofia; mais de 20 anos de trabalho com alunos, sobretudo adolescentes. Atua na rede de bibliotecas escolares, na área da educação cívica.
Margarida Lucas	Investigadora em Tecnologia, Universidade de Aveiro. Membro do Programa INCoDE 2030, que adaptou o quadro europeu das competências digitais para Portugal.
Paulo Dias	Ex-Reitor da Universidade Aberta, participou no desenho de programas de tecnologias na educação.
António Câmara	Professor de Engenharia, Universidade NOVA de Lisboa. Empreendedor, criou empresas, serviços e aplicações digitais. Prémio
José Vieira da Silva	Economista; Ministro da Economia (2005-2009), e Ministro do Trabalho e Segurança Social (2015-2018).

Fonte: ySKILLS Portugal.

A reflexão destes especialistas coincide na conciliação entre tecnologia e humanismo, ao destacarem dois grandes conjuntos de competências do quadro DigCom 2.0: i) *Competências críticas e de cidadania*, apoiadas por meios digitais, relevantes para o bem-estar e envolvimento na comunidade; ii) *Competências operacionais e instrumentais*, como saber programar, estar em segurança online, proteger dados.

A este inventário comum, Francisco Machado acrescentou competências digitais relacionadas com o saber cuidar de si e desenvolvimento pessoal, defendendo o investimento em competências sociais e emocionais (as chamadas *competências soft*), para que “crianças e jovens percebam que o que fazem online tem repercussões no mundo real”, e façam uma gestão adequada da sua presença digital. Para Paulo Dias, competências emocionais são fundamentais para construir o sentido de “comunidade de acolhimento”, um comportamento social positivo que deve existir no espaço digital como existe no espaço não digital. Liliana Silva destacou, nessa linha, a necessidade de uma educação para os direitos humanos e a resiliência.

Há diferenças no modo como equacionam o domínio por parte dos jovens relativamente a ferramentas e aplicações para o uso pessoal e profissional em atividades específicas. Para Francisco Machado a capacitação técnica já é explorada de forma autónoma pelos jovens, até porque constitui para eles “uma linguagem que lhes é natural e com a qual se sentem confortáveis”. Já Margarida Lucas considera que essas competências técnicas não devem ser dadas como adquiridas nem subvalorizadas: “a capacitação digital irá cada vez mais gravitar à volta do domínio das habilidades técnicas e das vantagens que se podem tirar desse conhecimento.” Apesar da divergência, ambos apontam que, no país, a sobrevalorização do sucesso académico

por parte de pais e professores faz com que a aquisição de competências digitais e a sua capacitação crítica, cívica e criativa sejam relegadas para o fundo da lista de prioridades.

Recordando que em Portugal a média de idade dos professores roça os 50 anos, Francisco Machado refere como gerações mais velhas (de professores e de pais) negligenciam oportunidades digitais por receio de que as crianças se tornem dependentes da tecnologia. Para Margarida Lucas, a proibição do uso de equipamentos pessoais como telemóveis ou *tablets* nas escolas faz com que as crianças olhem para esses dispositivos apenas como meios de entretenimento, quando “poderiam ser utilizados na sala de aula desde muito cedo como ferramenta útil para a vida escolar e para a aprendizagem, transformando-os de ameaças em oportunidades”. Na mesma linha, Liliana Silva e Paulo Dias defendem uma pedagogia mais aberta e centrada em temas e problemas multidisciplinares, que permita transformar a aprendizagem em experiências vivenciadas pelos estudantes com recurso ao digital. Ambos referem que as orientações sobre o perfil do aluno à saída da escolaridade obrigatória vão nesse sentido.

Na perspetiva do trabalho e emprego, António Câmara critica o ensino por ser demasiado teórico e desligado de situações reais, quando deveria fomentar nos estudantes a capacidade de resolver problemas e de desenvolver ideias: “A escola em Portugal deveria ensinar às crianças desde muito cedo como abordar as questões de forma estratégica e racional para fomentar uma atitude crítica.” Para isso, o fundador de empresas de tecnologia reafirma a importância de o sistema educativo promover a empatia dos seres humanos com a natureza e até com as máquinas. A médio-longo prazo, refere, “será esta capacidade que permitirá às pessoas não serem substituídas por *robots* no mercado de trabalho”.

José António Vieira da Silva ressalta que existe no país uma crescente cultura de empreendedorismo e de inovação entre os mais jovens, mas que falta atenção por parte das empresas à formação continuada, que precisa de ser vista “como investimento decisivo e não como uma despesa”. Para o ex-ministro, o não domínio de ferramentas digitais “coloca já hoje o indivíduo numa situação de fragilidade que pode conduzir a efeitos de exclusão em várias áreas da sua vida”. Por isso, aponta que as competências digitais - a um nível básico, intermédio ou avançado - se impõem numa sociedade digital e em mudança: só pela requalificação e formação ao longo da vida se pode estimular a competitividade, a inovação e a investigação, na indústria, nos serviços públicos, ou em atividades mais tradicionais como a agricultura.

Os desafios da capacitação são acrescidos quando se pensa no futuro próximo da esfera do trabalho. António Câmara refere três níveis. Em primeiro lugar, “conhecer a *gig economy*, marcar presença na rede, compreender o marketing digital”. Deste

conhecimento o professor universitário passa para o pensamento computacional, segundo nível: “aprender *Big Data*, Inteligência Artificial, Realidade Aumentada, Realidade Virtual, etc.” O terceiro nível cruza estes saberes informacionais com competências criativas: “é aquele em que você tem de pensar como irá sobreviver e desenvolver atividades próprias, compreender como se geram ideias, como se selecionam, protegem, comunicam e financiam, como vai desenvolver um mercado e vender produtos ou serviços associados a ideias”. Estes saberes, acrescenta Câmara, já estão presentes nos currículos escolares da Coreia do Sul e de países nórdicos.

Liliana Silva destaca o pensamento criativo como uma das grandes competências online. Para isso, “é preciso que os alunos tenham consciência das suas próprias ideias e consigam que as suas vozes sejam ouvidas e influenciem outras”. Defende por isso uma aprendizagem centrada nos alunos, “onde estes sejam protagonistas” e estejam envolvidos “na formulação de problemas e de hipóteses ou na escolha entre diferentes cenários e trabalho com diferentes agentes na sociedade”.

“A ideia do professor no centro da aprendizagem precisa de ser desconstruída”, reitera Margarida Lucas. Para isso, os professores devem flexibilizar a sua intervenção pedagógica de modo a tirar partido da aptidão das crianças para as tecnologias e do acesso que estas têm, em contextos informais e domésticos, a estas novas ferramentas digitais. De forma assertiva afirma que “é possível fazer as coisas de forma diferente”. Assim, “aprendizagens, competências digitais e não digitais, incluindo a criatividade, podem (e devem) ser trabalhadas em paralelo”.

Na perspetiva de António Câmara, a escola tem um papel primordial no desafio dos jovens se reinventarem e inovarem de modo contínuo. Num mundo em que a única coisa permanente é a mudança – e onde a pandemia veio realçar esse carácter de imprevisibilidade – a instituição escolar passa por um processo de seleção natural. “Um processo que opõe escolas capazes de se adaptar a um novo paradigma e as escolas que permanecem agarradas a um modelo de falsa segurança alicerçado em modelos esgotados - só as primeiras serão capazes de sobreviver”, destaca. Na sua perspetiva, este diagnóstico é válido não só para a instituição escolar, mas também para os próprios jovens que devem ser capazes de “criar as suas próprias ideias”.

Para Vieira da Silva, a digitalização será um processo cada vez mais exigente e disruptivo e, por isso mesmo, o investimento em capital tecnológico e em competências digitais é um desafio que setores da economia e empreendedores “terão que abraçar em parceria com o conhecimento e investigação produzidos nas universidades”.

## 2. Mesas-redondas com adolescentes

As seis mesas redondas com adolescentes e jovens decorreram entre setembro e novembro de 2020, na Bélgica, Portugal e Finlândia. Nos dois primeiros países decorreram face a face, em condições de distanciamento e segurança, enquanto no terceiro se realizaram por zoom. No total, participaram 46 adolescentes e jovens: 23 com idades entre os 12-15 anos; 23 com idades entre os 15-18 anos.

### 2.1. Resultados gerais das mesas redondas

O relatório que sumariza estas mesas-redondas (Donoso et al., 2020) começa por destacar como diferem dos especialistas na consideração do que constitui competências digitais. Na maioria das mesas redondas, os participantes tiveram dificuldade em pensar o conceito de “ser competente digital” para além de competências técnicas e operacionais, valorizadas como ferramentas para a sua futura vida profissional: saber usar computadores, software de tipo utilitário (por exemplo, folhas de cálculo) e o correio eletrónico.

Também em contraste com as entrevistas, grande parte do tempo foi passado a discutir preocupações e dificuldades relacionadas com ambientes online. Aparentemente, para os participantes parece ser mais fácil falar de aspetos negativos relacionados com as tecnologias online do que identificar e discutir aspetos positivos. Até que ponto isso reflete experiências negativas reais ou é o resultado das representações em geral negativas das redes sociais e das tecnologias digitais nas notícias é uma interrogação deixada neste relatório, que acrescenta: “a facilidade em discutir os aspetos negativos também pode ter a ver com a sua exposição a esforços educacionais e de consciencialização que tendem a concentrar-se (em demasia) em iniciativas de segurança online, em vez de esforços mais abrangentes para promover a alfabetização mediática e digital” (Donoso et al., 2020, p. 16).

Em geral, meios ‘tradicionais’ de comunicação, como cara a cara, telefonar ou enviar mensagens de texto são valorizados e escolhidos para partilhar informações mais íntimas e pessoais com colegas e familiares, numa distinção entre comunicação pública e privada. Na interação social em ambientes digitais, utilizam grande variedade de ferramentas de acordo com diferentes públicos e diferentes fins. A escolha de aplicativos e serviços para fins de comunicação variou entre os países e, em alguns casos, também por idade e género. O Instagram é mais popular entre adolescentes mais velhos, enquanto o WhatsApp é comum a ambas as faixas etárias, como plataforma para grupos de contactos, incluindo os familiares. Participantes mais novos

referem consolas de jogos e a plataforma online *Discord* como ferramentas populares para interagir com os colegas.

A maioria dos participantes das mesas redondas parece ter consciência das suas audiências no ambiente digital. Vários referem a atenção a como as suas mensagens de texto e outros conteúdos que partilham online (por exemplo, fotos, videoclipes) são percebidos e recebidos por outros. Outras preocupações relacionadas com as suas interações online incluem o uso excessivo de redes sociais, o aumento da pressão para estarem constantemente online, o medo de perderem algo importante se não estiverem *on* (conhecido pelo Síndrome FOMO – *Fear of Missing Out*), conflitos com colegas derivados de mal-entendidos, e formas mais graves de agressão online, como cyberbullying ou mensagens de ódio. Referem em menor grau riscos relacionados com a devassa de privacidade e fraudes comerciais. Algumas adolescentes também atribuíram importância às consequências potenciais do conteúdo partilhado online para a sua reputação.

Relativamente ao tipo de conteúdo digital que produzem, como o produzem e como avaliam a qualidade dos conteúdos digitais ressaltam baixos padrões de criatividade. A maioria referiu produzir conteúdos audiovisuais, especialmente fotografias e (curtos) videoclipes de pessoas, locais ou coisas que consideram interessantes ou bonitos. Em pequeno número surgiram outros tipos de conteúdo como tutoriais (de videojogos) e conteúdos mais “elaborados”, como sites, blogues ou criações artísticas. Nos critérios de qualidade, a maioria referiu aspetos estéticos e imagens de boa qualidade técnica (por exemplo, pixels suficientes). Poucos referiram aspetos como direitos autorais.

Na avaliação da qualidade do conteúdo digital que consomem, a maioria destacou aspetos semelhantes aos que consideram na criação dos seus próprios conteúdos. Participantes mais velhos acrescentaram que valorizam o facto de alguns tipos de conteúdo online (por exemplo, vídeos sobre questões do mundo atual) lhes permitirem contactar com realidades que, de outra forma, desconheciam. Nestes casos, o carácter informativo do conteúdo também foi valorizado e considerado uma mais-valia.

Em geral, os jovens assinalaram que, durante o seu confinamento, as tecnologias digitais foram usadas com muito mais intensidade do que antes. Muitos tiveram que passar mais tempo em frente aos ecrãs para acompanhar as aulas online ou a fazer os trabalhos de casa. A maioria também disse ter usado redes sociais com mais intensidade durante o confinamento para manter contacto com amigos e colegas, não só para compensar a distância social, mas também para combater o tédio. O encerramento das escolas levou à falta de contacto físico com os colegas, referida pela maioria. No que se refere ao ensino à distância assinalaram diferentes abordagens,

mesmo dentro da mesma escola, e destacaram que alguns professores estavam claramente mais preparados para ensinar online do que outros professores, sobretudo os mais velhos. Alguns participantes também assinalaram que, embora acompanhassem as aulas online, faziam outras tarefas online em simultâneo, como conversar com os amigos, e nem sempre se concentravam no que estava a ser lecionado.

## 2.2. A voz de adolescentes portugueses

As duas mesas redondas realizadas em Portugal agregaram 18 participantes de contextos sociais distintos, com nove participantes em cada (Quadro 3), que participaram por sua vontade expressa. Em ambos os grupos, o número de raparigas superou largamente o dos rapazes. A duração de cada mesa-redonda foi sensivelmente a mesma (hora e meia) e foi seguido o guião de questões: competências digitais em geral; competências digitais para interações sociais; competências sociais criativas e de produção.

**Quadro 3.** Caracterização das mesas-redondas com adolescentes e jovens.

Mesa Redonda	Espaço e localização	Participantes	Duração
A	Centro de recursos de uma escola privada de cidade de dimensão média	9 (2 rapazes, 7 raparigas), entre 12 e 14 anos	95 minutos
B	Sala de centro juvenil do Programas Escolhas, em área metropolitana	9 (3 rapazes, 6 raparigas), entre 15 e 17 anos (1 com 18 anos)	90 minutos

Fonte: ySKILLS Portugal.

A mesa-redonda A, de participantes mais novos e de uma escola privada, decorreu num ambiente organizado, com os participantes a falarem cada um por sua vez, o que permitiu a transcrição das suas falas. Várias raparigas colocaram ênfase em discutir sobre socialização e em contar detalhes sobre as suas experiências de interação com os pares, enquanto um dos rapazes se destacou no seu domínio de aspetos operativos e de navegação digital.

A mesa-redonda B, de participantes mais velhos e de um meio social desfavorecido, decorreu num ambiente vivo, com os participantes várias vezes a falarem e discutirem experiências ao mesmo tempo, o que dificultou a transcrição das falas. Em cada questão, quase todos quiseram dar a sua opinião. No final, assinalaram o gosto que tinham tido em participar na mesa-redonda e pediram mais sessões como esta, porque sentem necessidade de falar mais sobre este e outros tópicos.

Antes da apresentação das suas respostas, importa reter como estes participantes viveram de forma distinta os primeiros meses da pandemia COVID-19. Para os jovens da mesa-redonda B, em casa, a vida familiar não mudou pois, pelas suas profissões, os seus pais continuaram a sair para ir trabalhar nos seus locais habituais. Disseram não ter havido diferença nas suas relações com os amigos durante a pandemia, embora alguns mencionassem que conversaram mais por vídeo do que dantes. Todos concordaram que é melhor comunicar-se cara a cara do que por meio de plataformas online.

Já os participantes da mesa-redonda A falaram demoradamente de como esse período foi difícil, “mesmo depressivo”, pela perda abrupta de contacto pessoal com os amigos, desentendimentos online que se geraram e divulgação de mensagens suas que tinham enviado como privadas. Alguns referiram tensões familiares, com os pais em teletrabalho e a exercerem uma maior pressão. Entretanto, eles e elas disseram que adquiriram competências digitais neste período, como usar o e-mail, pesquisar no Safari, entre outras, antecipando o que pensavam que só teriam de aprender mais tarde.

*O que é ser competente digital? Que competências digitais são mais importantes?* Em linha com os resultados gerais apontados por Donoso et al. (2020), em ambas as mesas redondas os participantes começaram por restringir o conceito de competências digitais às redes sociais ou ao uso de telemóveis (Quadros 4 e 5). Nestes usos identificam várias competências necessárias, como a interação com outros e a partilha de dados por meio de tecnologias digitais.

**Quadro 4.** O que é uma pessoa ser competente digital?

<i>Mesa-redonda A</i>	<i>Mesa redonda B</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Consideraram que uma pessoa competente digital é a que consegue usar um smartphone e as suas funcionalidades, como navegar nas redes sociais.</li> <li>- Alguns também mencionaram a capacidade de usar o computador.</li> <li>- Para uma participante, a pessoa mais habilidosa digitalmente que conhecia era o seu professor de TIC, comentário com que todos concordaram.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apesar de no início terem dificuldade com o conceito, os jovens foram avançando e concluindo que uma pessoa habilitada digitalmente é alguém que entende de tecnologia, que sabe programar/codificar e que sabe pesquisar no Google.</li> <li>- No final deste ponto, um dos participantes comentou que se deu conta de que sabia fazer mais coisas do que pensava.</li> </ul>



**Quadro 5.** Competências digitais destacadas.

Mesa-redonda A	Mesa redonda B
<p>- [Saber usar] o Safari porque contém muitas informações que as pessoas não conhecem e podem encontrar lá.</p> <p>- Fazer chamadas e trabalhar no PC. Acho que é importante porque, se não soubermos disso, não podemos fazer nada.</p> <p>- Conhecimento de hardware, pois na hora de comprar um aparelho eletrônico podemos comprar por muito mais do que realmente vale. Conhecimento de software, pois permite navegar na internet com mais confiança.</p> <p>- É importante saber usar o e-mail, porque hoje em dia é uma mais-valia. É importante saber usar o WhatsApp ou enviar mensagem de texto porque com este aplicativo podemos enviar uma mensagem para uma pessoa sem ter que gastar dinheiro.</p> <p>- Pesquisar no Google porque é necessário saber usar as ferramentas que nos são dadas e o Google tem acesso a quase todas as informações que uma pessoa pode precisar em toda a sua vida. Saber como se manter seguro na Internet, não visitar sites inseguros ou compartilhar informações pessoais com estranhos, pois é perigoso navegar na Internet sem segurança.</p> <p>-É importante saber trabalhar com Excel, Word, PowerPoint, pois será importante no futuro, para a faculdade e para o trabalho. E a outra competência digital importante é o envio de email porque é a comunicação profissional mais utilizada.</p> <p>- Saber fazer chamadas porque se morarmos longe ou não tivermos outra forma de contato com a família ou amigos ficaremos sozinhos e eles vão se preocupar conosco. Saber seguir as notícias porque é importante estarmos informados do que está a acontecer no mundo e com a tecnologia é mais rápido e fácil ficarmos informados.</p>	<p>Pontos referidos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Saber como pesquisar.</li> <li>• Mostrar o que eu quero e não o que eles querem ver.</li> <li>• Conhecer bem as aplicações.</li> <li>• Publicar apenas o que achamos correto. Saber comunicar com a sociedade.</li> <li>• Saber pesquisar as nossas dificuldades na internet.</li> <li>• Saber como proteger as nossas informações pessoais.</li> <li>• Saber como instalar uma aplicação. Saber enviar um email.</li> <li>• Saber usar redes sociais.</li> <li>• Saber usar sinais de pontuação.</li> <li>• Saber usar dispositivos digitais.</li> </ul>

Fonte: ySKILLS Portugal (Notas de campo; a itálico, transcrições literais de falas de participantes).

As diferenças de contexto parecem refletir-se nas falas registadas no Quadro 5. Os participantes da mesa-redonda A, mais novos e ainda que com um horizonte mais restrito de práticas digitais, projetam oportunidades futuras e competências informáticas, reproduzem *ipsis verbis* orientações de segurança das campanhas de consciencialização, referem usos e competências trabalhadas no currículo TIC e destacam o docente TIC como referência. Por sua vez, os participantes da mesa-redonda B parecem afastados desses discursos e mais entregues a si mesmos (pesquisar as *nossas dificuldades*; *proteger as nossas informações pessoais*), e conseguiram, por via da dinâmica de grupo, tomar consciência do seu próprio domínio digital.

O ambiente da mesa-redonda A permitiu também identificar e discutir ideias sobre navegação, busca e filtragem de dados, informações e conteúdos digitais, bem como a importância da Internet para aprender e pesquisar. À questão lançada sobre se uma pesquisa no Google, por exemplo sobre as alterações climáticas, levaria aos mesmos resultados, sucederam-se várias respostas erróneas até se chegar à competência informacional:

- O resultado de pesquisa varia por causa do tipo de telemóvel usado. Se é de última geração ou não.
- O resultado não é o mesmo e pode estar relacionado com o tempo de segundos com que a pesquisa é feita. Quando se faz uma pesquisa aparecem os segundos e milésimos de segundo em que a pesquisa é concluída.
- A alteração dos resultados depende da localização em que estamos.
- Podem aparecer os mesmos resultados, mas por ordem diferente.
- O algoritmo funciona com visualizações e... [não perceptível]. Em teoria, o primeiro site a aparecer é o que tem mais visualizações e com o período de atualização mais recente.

*Competências digitais e interação social* - Ao falarem sobre saberes importantes na interação social digital (Quadro 6), a mesa-redonda A aponta a adequação dos aplicativos, práticas de segurança e de etiqueta digital e ainda a forma do que se publica. A atenção à forma também é referida na mesa-redonda B, onde os participantes apontaram questões relacionadas com a exposição permanente e a pressão de pares.

**Quadro 6.** Competências mais importantes para a interação social.

Mesa-redonda A	Mesa redonda B
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Escolher o meio:</i> por exemplo usar aplicativos como Whatsapp e Facetime para comunicações mais pessoais.</li> <li>- <i>Proteger-se:</i> não partilhar dados com estranhos; criar perfis com outros nomes;</li> <li>- <i>Respeitar a Net-Etiqueta:</i> não tornar públicas mensagens que foram enviadas como privadas</li> <li>- <i>Escolher a forma:</i> saber evitar mal-entendidos nas mensagens; avaliar a adequação das imagens que publicam (por exemplo, não publicar fotos com o corpo demasiado exposto).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Escolher a forma:</i> A maioria opta por enviar áudios em vez de mensagens de texto, ou comunica por fotos. Realçam que as pessoas podem interpretar de forma errada mensagens de texto, pela forma como a mensagem está escrita. Os emojis ajudam a transmitir emoções e a evitar que os outros possam pensar que as suas respostas são rudes ou que revelam indiferença, como por exemplo, respostas curtas, como "ok" ou "hum".</li> <li>- <i>Defender a sua privacidade:</i> Um participante disse ter ativado a opção de remover a sua visibilidade quando estava online, para ter mais privacidade.</li> <li>- <i>Gerir o tempo de resposta:</i> Esperam que a pessoa a quem enviaram mensagem responda num curto espaço de tempo, em particular, quando veem que a pessoa está online, ou quando diz que vai sair, mas continua online. A maioria afirma que faz o mesmo aos outros, como vingança.</li> </ul>

Fonte: ySKILLS Portugal.; notas de campo.

Convidados a referirem que redes sociais usariam ou não em determinadas situações do seu quotidiano (Quadro 7), vemos que, em ambos os grupos, a comunicação cara a cara é a privilegiada (embora ceda o primeiro lugar ao Instagram, entre os mais velhos). Em segundo lugar, e também com valores expressivos, surge o WhatsApp, uma aplicação encriptada que permite privacidade no seu alcance. Juntamente com o Snapchat, é usado em todas as situações, mas com maior presença.

**Quadro 7.** Plataformas usadas ou não em certas situações

Plataformas/ situações	Snapchat	WhatsApp	TikTok	YouTube	Instagram	Cara a cara	Outra (mensagem, chamada telefónica)
Passar exame difícil	1 (A) 1 (B)	7 (A) 5 (B)	-	-	- 6 (B)	9 (A) 8 (B)	2 (A) 1 (B)
Ganhar prémio/ Vencer jogo	1 (A) 1 (B)	5 (A) 7 (B)	-	-	3 (A) 8 (B)	8 (A) 8 (B)	2 (A) 1 (B)
Ir a uma festa, a um festival	2 (A) 1 (B)	6 (A) 4 (B)	-	-	5 (A) 8 (B)	8 (A) 4 (B)	1 (B)
Romper relação	- 1 (B)	4 (A) 6 (B)	-	-	- 8 (B)	8 (A) 8 (B)	1 (A)
Fazer uma visita de estudo a lugar distante	2 (A) 2 (B)	5 (A) 5 (B)	- 1 (B)	- 1 (B)	1 (A) 8 (B)	6 (A) 6 (B)	3 (A); 1 (B)
Total	6 (A) 6 (B)	27 (A) 27 (B)	- 1 (B)	- 1 (B)	9 (A) 38 (B)	39 (A) 34 (B)	8 (A) 4 (B)

Fonte: ySKILLS Portugal (Junção dos resultados das duas mesas-redondas).

Nesta atividade, a maioria dos participantes da mesa-redonda A partilhou dados com a sua privacidade nas redes sociais. Gostam e usam as redes sociais, mas têm preocupação e critérios no que publicar, para se protegerem de comentários dos outros e por considerarem que a maioria das situações não merece ser conhecida pelos seguidores nos seus perfis sociais. Por isso, quase todas as situações referidas não foram consideradas importantes para serem partilhadas e quando o foram fizeram-no quase sempre pelo WhatsApp ou por mensagens. Como vemos abaixo, os seus argumentos distinguem, por exemplo, o ‘ofício do aluno’ de que faz parte ter bons resultados escolares, o orgulho merecido pelo objetivo alcançado numa competição, o sentido de missão e o lugar de influenciador. Assim, discordam mais que se partilhe um bom resultado escolar - *É desnecessário e ridículo partilhar isso, porque ninguém precisa saber disso e, se for o caso, as pessoas vão pensar que sou um pouco arrogante; Se partilharmos isso, os outros podem pensar que queremos mostrar a eles que somos melhores do que eles* – do que se partilhe que se ganhou um prémio ou venceu uma prova desportiva:

- Neste caso faz sentido partilhar, porque não é uma coisa comum, como a classificação de um teste.

- Esta situação é uma situação para nos orgulharmos dela, por isso será uma coisa importante a partilhar.

- Eu partilharia, acho que é aceitável que os influenciadores partilhem porque pode chamar a atenção das pessoas para ingressar neste desporto.

A mesa redonda A não identificou outra plataforma além das apresentadas, mas todos os participantes da mesa-redonda B jogavam Playstation e identificaram o jogo/rede social Among Us. Além de jogarem, usavam essa plataforma para comunicarem com amigos e para conhecerem novas pessoas. O maior obstáculo que sentiam nessa procura de novos contactos era o idioma. O jogo é utilizado a nível internacional e referiram dificuldades no inglês, que comprometiam a desejada interação com pessoas de outros países.

As redes sociais mais populares mencionadas nas duas mesas-redondas foram o 'Insta' (Instagram) e WhatsApp. Na mesa-redonda B, todos as usam, mas apenas para a comunicação com pares, e destacam a função 'histórias' (stories), onde podem partilhar vídeos e fotos das coisas 'fixes' que fazem, como ir a festas. Vários possuíam conta no Facebook, apenas para jogar ou porque se tornava mais fácil associar contas em outras plataformas ou sites.

A rede TikTok, que foi muito popular em todo o mundo durante o confinamento, foi mais referida na mesa-redonda A, usada para entretenimento, do que na mesa-redonda B. Os jovens deste grupo referiram que a oferta de vídeos não correspondia aos seus interesses e uma adolescente referiu o seu desagrado com sugestões de vídeos com conteúdo sexual.

Nas duas mesas-redondas, ficaram patentes problemas de relacionamento suscitados pela comunicação online. Na mesa-redonda A, uma participante referiu que, durante o confinamento, uma amiga tornou pública uma conversa privada sem a sua autorização e que ela, para a amiga não ver que via as publicações partilhadas, pedia a outra amiga para lhe contar. Outra contou que uma pessoa que editava as suas mensagens veio depois a reconhecer que tinha mudado os conteúdos, e que a sua relação com essa pessoa mudou pelo impacto que teve. Para uma terceira, estas situações *afetam as pessoas em termos físicos e psicológicos e, como adolescentes que somos, estas coisas têm mais impacto do que realmente deviam ter.*

Os participantes da mesa redonda B, que já tinham referido situações relacionadas com mal-entendidos, apontaram um leque mais alargado de situações: experiências de amigos sobre *bullying* online com graves consequências na vida real; maior rudeza de julgamentos nos comentários e outras interações online do que nas

interações presenciais. Dois participantes contaram o caso de um amigo que fez uma tentativa de suicídio bebendo soda cáustica. Outros mencionaram conhecer jovens na escola que praticavam a automutilação por não falarem sobre os seus problemas e por serem assediados online. A vigilância social nas redes foi também destacada. Na busca de aumentarem as suas redes de contactos, preferem aceitar pedidos de amizade de pessoas que não conhecem do que de pessoas que conhecem, mas que sabem que querem apenas supervisionar a sua vida digital.

*Competências para criar e partilhar conteúdos* - A produção e partilha de conteúdos surge como algo natural no uso das redes sociais. Tirar fotos de situações que querem celebrar e partilhá-las nas suas redes sociais foram as práticas de criação de conteúdos mais referidas na mesa-redonda A, enquanto na mesa-redonda B, os jovens preferem criar vídeos e partilhá-los com amigos, em grupos privados.

Na reflexão sobre criação de conteúdos, os mais novos (mesa-redonda A) falaram na importância de se protegerem e de proteger os seus dados, em linha com o que já tinham apontado no início, e não abordaram questões técnicas. Sabendo que o que é partilhado online tem amplo alcance, referiram que era importante estar atento ao impacto das publicações de cada um, que todos devem estar cientes dos impactos psicológicos e também da partilha perigosa de dados pessoais. Quando publicam fotos suas, as raparigas consideram importante não expor o corpo e algumas recorrem a pessoas da sua idade e confiança como curadores.

Os mais velhos, de um modo geral, consideram importante a qualidade técnica dos vídeos antes de os publicarem, editando e fazendo pequenos ajustes nas imagens, mas não perdem tempo a pensar numa boa legenda para o *post*. Dizem que publicam o que querem, sem estar preocupados em agradar a outros, em ter muitos *gostos* ou as reações que podem suscitar, num desprendimento que pode ser defensivo. Dizem também que nunca se arrependem do que fizeram (“porque é com os erros que se aprende”, diz um). Questões comerciais e sobre direitos autorais não vieram à tona.

Para os mais novos, bons conteúdos digitais são conteúdos sobre seus temas preferidos, como jogos, documentários da National Geographic, culinária, música e dança, conteúdos sobre maquilhagem, o *5 Minutes Craft*, do Canal do YouTube. Os mais velhos juntam aos seus temas preferidos conteúdos que sejam divertidos e valorizam a qualidade da sua produção.

## Conclusões e recursos emergentes

Este capítulo passou em revista entrevistas e mesas-redondas sobre o que constitui competências digitais para adolescentes a crescer em sociedades cada vez mais digitalizadas. Essas intervenções foram realizadas no âmbito do desenho de quadros de referência e de instrumentos de aferição de competências digitais pelo projeto ySKILLS. Tendo sido ouvidos especialistas em Educação e em Trabalho e Emprego, por um lado, e adolescentes, por outro, emerge uma clara abordagem diferenciada às competências. Essa diferença foi apresentada em maior detalhe, a partir das entrevistas com especialistas e das mesas-redondas com adolescentes, realizadas pela equipa portuguesa.

Como os seus congéneres de outros países europeus, os especialistas portugueses da área da Educação e do Trabalho/Emprego coincidem no foco nas oportunidades e desafios do digital que se colocam em mercados de trabalho em transformação e nas novas tarefas no campo da educação. Coincidem, também, no destaque para competências criativas e de aprendizagem autónoma. Saber criar conteúdos e ser inovador, saber navegar na rede e conhecer a sua economia, estar dotado de um pensamento computacional são competências destacadas por estes especialistas, onde o *saber de uso* se articula com o saber crítico. Traçam esse quadro apontando fragilidades não só do sistema educativo português – incluindo a difícil relação de professores mais velhos com usos de tecnologias -, mas também do tecido empresarial, onde escasseia a atenção à crescente cultura de empreendedorismo e de inovação, e da própria cultura das famílias a desconsiderar também aquelas competências.

Esperamos que as suas palavras, aqui inscritas, possam ser consideradas nas políticas públicas de Educação e Formação e alimentar os debates e reflexões de todos os agentes sociais implicados.

Enquanto os especialistas falaram sobretudo de oportunidades, os adolescentes europeus falaram sobretudo de situações problemáticas e outros aspetos negativos relacionados com tecnologias online, como que reproduzindo o que tem sido o discurso público dominante quando vem à tona o tema da internet entre os mais novos. A análise das mesas-redondas realizadas no nosso país revela detalhes que dão sentido a esse quadro, de onde emerge a complexidade das relações sociais mediadas pela tecnologia, entre elas a exposição à omnipresente vigilância dos outros, mal-entendidos e expectativas em relação a comportamentos. Apesar de as suas idades e contextos sociais serem distintos, os participantes das duas mesas-redondas falaram largamente dos modos como ensaiam e exploram formas de lidar com essas situações, tendo sido esse o ponto que recolheu o seu maior envolvimento no debate.

Pode-se ver como a vivência online é não só marcada pela idade - interesses fortes dos mais novos que parecem se desvanecer nos mais velhos, como a popularidade do TikTok – mas também pelas suas situações sociais, como foi a diferença na evocação do contexto de confinamento e relações com familiares.

Tudo isto aponta para a necessidade de conjugar contributos diferentes quando se pretende traçar um programa de conhecimento e de intervenção relacionado com competências digitais, como é o caso deste projeto europeu. O capítulo assinado por outros membros da equipa ySKILLS Portugal neste livro avança já na apresentação do que foi o desenho emergente destes contributos – e da revisão de estudos anteriores – na elaboração de um quadro conceptual de quatro domínios de competências digitais. Estes quatro domínios de competências – tecnológicas e operativas; de navegação e pesquisa de informação; criativas e de produção; sociais e comunicacionais – incluem um nível de uso e um nível de reflexão crítica (Helsper et al., 2021), a servir de base à construção de instrumentos para aferir de processos de aquisição e de manejo dessas competências entre adolescentes.

Para além da progressão no conhecimento construído, é também objetivo do projeto ySKILLS contribuir para que esse conhecimento se traduza em recursos capazes de serem apropriados pelos adolescentes e por outros agentes sociais: professores, psicólogos e outros profissionais, famílias, decisores de políticas públicas, as próprias indústrias digitais.

Um desses recursos - *ySKILLS Debates digitais* – tem como base o guião que serviu de base às mesas-redondas aqui apresentadas. Esse guião foi desdobrado e poder ser para ser utilizado como meio gerador de discussão em contexto escolar ou em ambientes informais, incluindo jovens em situação de vulnerabilidade social, como aconteceu com o centro do Programa Escolhas que participou numa das mesas redondas. Como vimos, os jovens manifestaram o seu agrado por terem tido a oportunidade de falarem e de refletirem em conjunto sobre estes temas, com os quais têm dificuldade em falar em família.

Situações de vulnerabilidade envolvem também outros adolescentes, como aqueles que têm deficiências cognitivas e motoras ou que estão em Centro Educativo. O que têm esses adolescentes – particularmente silenciados - a dizer sobre estas questões? O objetivo de *ySKILLS A minha voz conta* é precisamente contrariar esse silenciamento, identificar as particularidades de adolescentes em situações de vulnerabilidade e também as preocupações comuns, numa busca de soluções capaz de mobilizar também a própria tecnologia e os seus criadores.

Outro recurso a desenvolver, identificado a partir deste levantamento da relação dos adolescentes com os conteúdos – onde são muito menos criadores do que consumidores – tem a ver com leituras críticas do audiovisual. O recurso *ySKILLS Criativos* pode tomar a forma de oficinas e ambientes experimentais onde se combine uma avaliação crítica da qualidade de produtos mediáticos em geral, agregando critérios estéticos e éticos ao debate sobre os temas da sua preferência, com processos de criação e de produção consonantes.

Estes e outros recursos dirigidos a adolescentes e às escolas irão sendo lançados pelo projeto *ySKILLS*, que em Portugal está a trabalhar com a equipa da Direção Geral de Educação. Caso tenha interesse em acompanhar mais de perto este projeto, ou em fazer-nos chegar sugestões e contributos, temos todo o gosto em que nos contacte.

## Agradecimento

Agradecemos aos seis entrevistados da área da Educação e do Trabalho/Emprego e aos 18 adolescentes que participaram nas mesas redondas o seu precioso contributo.

## Referências

- Beilmann, M., Opermann, S., Kalmus, V, Donoso, V, Retzmann, N., & d’Haenens, L. (2020). Home-school communication on children’s digital skills development: Based on interviews with experts from the education sector. KU Leuven, Leuven: *ySKILLS*.
- Carretero, S., Vuorikari, R., Punie, & Y. (2017). DigComp 2.1: The digital competence framework for citizens with eight proficiency levels and examples of use. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Disponível em: [https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC106281/web-digcomp2.1pdf\\_\(online\).pdf](https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC106281/web-digcomp2.1pdf_(online).pdf)
- Donoso, V., Retzmann, N., Joris, W., & d’Haenens, L. (2020). Digital Skills: An Inventory of Actors and Factors. KU Leuven, Leuven: *ySKILLS*.
- Helsper, E.J., Schneider, L.S., van Deursen, A.J.A.M., & van Laar, E. (2020). The youth Digital Skills Indicator: Report on the conceptualisation and development of the *ySKILLS* digital skills measure. KU Leuven, Leuven: *ySKILLS*.
- Haddon, L., Cino, D., Doyle, M-A., Livingstone, S., Mascheroni, G., & Stoilova, Mariya. (2020). Children’s and young people’s digital skills: a systematic evidence review. KU Leuven, Leuven: *ySKILLS*



- Mascheroni, G., Cino, D., Mikuška, J., Lacko, D., & Šmahel, D. (2020). Digital skills, risks and wellbeing among European children. Report on (f)actors that explain online acquisition, cognitive, physical, psychological and social wellbeing, and the online resilience of children and young people. KU Leuven, Leuven: ySKILLS.
- Ponte, C., Marôpo, L., Castro, T. & Lage, J. (2021). A ponto Pé de Flor: discutindo competências digitais entre jovens em Portugal. In Saber e criação na cultura digital: diálogos interdisciplinares, In N. L. de Lima, M. Stengel, M. R. Nobre & V. C. Dias. 2 ed. ebook - Belo Horizonte [MG]: Fino Traço, pp.95-110



# O QUE SABEMOS E COMO MEDIMOS COMPETÊNCIAS DIGITAIS DOS JOVENS PORTUGUESES? REFLEXÕES EM TORNO DE RESULTADOS DE PROJETOS DE INVESTIGAÇÃO

*Susana Batista\*, Cristina Ponte\*\*, Eva Gonçalves\*\*\**

## **Introdução**

O mundo dos jovens portugueses hoje caracteriza-se por uma presença importante da internet, através de uma multiplicidade de plataformas e dispositivos. Este contexto digital marca a forma como socializam, comunicam, jogam, aprendem e exploram o seu engajamento cívico.

No discurso público sobre a relação entre os jovens e internet, prevaleceu num primeiro momento a preocupação com os riscos e danos potenciais gerados pelas tecnologias. Este receio, muito visível até nos programas de educação e formação, tem expressão no entendimento de que são precisas competências digitais para se poder formar cidadãos digitais que navegam de forma segura, sendo o objetivo passar os valores e normas em torno de um uso responsável e apropriado das tecnologias (Jones & Mitchell, 2016).

Não tendo desaparecido, este debate foi-se alargando para se interessar sobre os desafios e oportunidades das tecnologias digitais. Pode dizer-se que o estabelecimento das competências digitais enquanto objeto de investigação se concretizou quando se reconheceu que estaríamos num segundo patamar de desigualdades digitais – agora não só quanto ao acesso à internet, mas sim quanto à capacidade de

---

\* Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade NOVA de Lisboa, CICS.NOVA - Centro Interdisciplinar de Ciências Sociais.

\*\* Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade NOVA de Lisboa, ICNOVA - Instituto de Comunicação da NOVA.

\*\*\* Centro de Investigação e Estudos de Sociologia (CIES-Iscte), Iscte - Instituto Universitário de Lisboa.

usar as tecnologias de formas que beneficiem o bem-estar e que permitam enfrentar situações problemáticas online (Haddon et. al, 2020).

Uma terceira ideia relacionada com as competências digitais é aquela que procura por essa via garantir direitos de cidadania. Assim, a ausência de competências pode ser entendida como limitação ao direito de participar como cidadão em ambientes digitais (Livingstone et. al, 2018).

A necessidade de dotar os jovens de competências digitais para participar do mundo atual tornou-se ainda mais evidente depois do contexto esportado pela pandemia COVID-19, em que foi privilegiado o meio digital para os contactos sociais e também para a educação formal. Esse contexto proporcionou ambientes para o desenvolvimento de competências digitais (Dias & Brito, 2021) e mostrou como são indispensáveis para um uso proveitoso das tecnologias (CNE, 2021).

Importa referir que não nos apoiamos numa abordagem que se limita a competências técnicas e operacionais na interação com a tecnologia – como saber usar os programas e os dispositivos – mas numa definição mais abrangente e multi-dimensional da literacia digital (Sefton-Green et al., 2016), que engloba também dimensões culturais e críticas, considerando por isso questões como a capacidade de interpretar, de comunicar eficazmente ou de apreciar criticamente informação. Ancoramo-nos na definição genérica avançada pelo projeto ySKILLS<sup>1</sup>, que entende as competências digitais como a capacidade de cada um de usar as tecnologias e dispositivos digitais de forma a alcançar resultados benéficos e de qualidade no seu dia-a-dia para si e para os outros e ao mesmo tempo reduzir os danos potenciais associados a aspetos mais negativos do envolvimento digital (Haddon et. al, 2020).

À medida que se fortalece o interesse e a investigação sobre o conceito de competências digitais, também se intensificam e diversificam as formas de o medir, contemplando diversos tipos de competências e metodologias para as aferir.

O presente capítulo apresenta e discute como se medem e o que se sabe sobre as competências digitais dos jovens portugueses. Mais especificamente, procura responder às seguintes perguntas:

- Qual o panorama das competências digitais dos jovens portugueses?
- Como tem mudado ao longo do tempo?
- Como foi mudando a forma de medir as competências digitais?

A exploração dos resultados de três inquéritos aos jovens portugueses realizados no âmbito de projetos pan-europeus (em 2010, 2014 e 2018) permite-nos, num

---

1 Ver mais informações no site do projeto: <https://yskills.eu/>

primeiro momento, analisar como reportam eles as suas competências digitais, identificando grandes tendências. Nessa discussão, é visível a complexificação progressiva dos indicadores, escalas e tipos de competências medidas, embora mantendo constante a forma de as apurar, através da declaração dos próprios inquiridos sobre o que consideram que sabem ou não sabem fazer.

Num segundo momento, apresenta-se o modelo conceptual de competências digitais recentemente elaborado no quadro do projeto *γSKILLS* que, para além da proposta de novos indicadores em perguntas de autoreporte, avança uma outra metodologia para aferição de competências digitais dos jovens: os testes de desempenho, onde estes executam tarefas relacionadas com os diferentes tipos de competências.

A comparação entre a abordagem que privilegia o autoreporte e aquela que observa as competências em ação, através dos testes, ajuda a identificar lacunas nas competências e coloca novas interrogações. Assim, exploram-se os resultados dos testes de desempenho piloto realizados no país, relativos aos dois tipos de competências onde os jovens portugueses se revelam consistentemente menos confiantes ao longo do tempo: informacionais e criativas.

## **1. Como reportam os jovens portugueses as suas competências digitais em três inquéritos pan-europeus**

Portugal participou em três inquéritos pan-europeus, cujos tempos e contextos começamos por apresentar brevemente.

Em 2005, a Comissão Europeia financiou a rede *EU Kids Online – Questões Culturais, de Contexto e de Risco para um Uso Seguro da Internet e dos Novos Media*, com o objetivo de que esta produzisse pesquisa para iluminar políticas públicas em matéria de segurança. O projeto *EU Kids Online*<sup>2</sup> visava então conhecer *como* as crianças europeias estavam a usar a internet, *o que significava* para elas este novo meio em termos de emoções, atitudes e perspetivas, *de que modos e para que crianças* essas práticas e significados resultavam em *riscos e/ou em oportunidades*.

Um dos primeiros contributos da rede foi a clarificação do conceito de risco da internet, que assentou na consideração da probabilidade de os riscos digitais se constituírem ou não como danos, dissociando risco de dano. Enfrentar situações de risco pode constituir uma experiência positiva, que permite desenvolver resiliência e capacidades para lidar com dificuldades. Saber lidar com essas experiências implicaria educar para competências várias, digitais e sociais.

---

2 Ver mais informações no site do projeto: [www.eukidsonline.net](http://www.eukidsonline.net)

Para responder de forma robusta à relação entre riscos e danos, a rede elaborou um inquérito por questionário em torno da seguinte questão: *para que crianças e em que circunstâncias o uso da internet pode levar a riscos que resultem em dano ou em resiliência, e porquê?* As situações de risco consideradas foram as mais presentes então: cyberbullying, pornografia, sexting e encontros com estranhos. O questionário EU Kids Online (EUKO) foi respondido por mais de 25 mil crianças e jovens (9-16 anos) com base em amostras nacionais e incluiu um dos seus pais, em 25 países, entre os quais Portugal<sup>3</sup>. Publicações como o relatório europeu (Livingstone et al., 2011) e análises e comentários ao caso português (Ponte et al., 2012) traçam o retrato desse tempo.

Em 2014, alguns países da rede realizaram uma nova investigação, o projeto *Net Children Go Mobile* (NCGM), com vista a identificar como os emergentes dispositivos digitais móveis, como os *tablets* e a disseminação acelerada de telemóveis inteligentes estavam a marcar novas práticas – não só digitais, mas também sociais e culturais. O projeto, que envolveu sete países entre os quais Portugal<sup>4</sup>, combinou a atualização do questionário de 2010, mantendo algumas perguntas, com novas questões que evidenciassem impactos da nova ecologia digital móvel – e incluiu entrevistas e grupos focais a crianças e jovens, pais, professores e outros profissionais que trabalham com crianças. Em Portugal, a amostra representativa envolveu 501 crianças e jovens (9-16 anos). O relatório NCGM Portugal (Simões et al., 2014) apresenta os resultados quantitativos nacionais, e está disponível num site<sup>5</sup> onde também se encontram outros relatórios decorrentes da pesquisa qualitativa e quantitativa.

Em 2018, para atualizar o conhecimento sobre as novas condições do digital, a rede EU Kids Online mobilizou-se para vir a realizar um novo estudo pan-europeu, que ocorreu entre 2017 e 2019 em 19 países<sup>6</sup>. Assim, procedeu-se a uma revisão do questionário de 2010 a fim de identificar mudanças mais relevantes nas práticas online de crianças e jovens, comparar a sua experiência online a nível europeu, incluir as principais inovações da tecnologia e de serviços/plataformas de modo a apresentar resultados atualizados sobre o ambiente mediático contemporâneo e registar desenvolvimentos sociais relevantes, como o papel das redes sociais na

---

3 Os 25 países participantes no primeiro inquérito EU Kids Online foram: Alemanha, Áustria, Bélgica, Bulgária, Chipre, Dinamarca, Eslovénia, Espanha, Estónia, Finlândia, França, Grécia, Holanda, Hungria, Irlanda, Itália, Lituânia, Noruega, Polónia, Portugal, Reino Unido, República Checa, Roménia, Suécia e Turquia.

4 Participaram neste estudo a Dinamarca, Irlanda, Itália, Noruega, Portugal, Reino Unido e Roménia.

5 Ver mais informações no site do projeto: <https://netchildrengomobile.wordpress.com/>

6 Alemanha, Bélgica (Flandres), Croácia, Espanha, Estónia, Finlândia, França, Itália, Lituânia, Malta, Noruega, Polónia, Portugal, República Checa, Roménia, Rússia, Sérvia e Suíça.

difusão do extremismo político e religioso. Os resultados portugueses estão disponíveis no relatório nacional (Ponte e Batista, 2018) e analisados em vários capítulos do livro organizado por Ponte (2020). O relatório europeu deste novo inquérito (Smahel et al., 2020) traça esse novo panorama, e assinala diferenças entre os 11 países que participaram também no questionário de 2010.

Portugal, como vimos, é um desses países. Participaram no inquérito de 2018, 1861 crianças e jovens entre os 9 e os 17 anos, numa amostra representativa nacional que decorreu em escolas e que não teve possibilidade de auscultar também as famílias, como nos estudos anteriores.

### 1.1. Número / índice médio de competências

Nos três inquéritos referidos, crianças e jovens foram interrogados sobre um conjunto de competências específicas, embora tenha variado o número de competências consideradas, a escala, bem como a idade dos respondentes. A Figura 1 apresenta o número médio de competências ou o índice de competências autoreportadas nos três momentos.

No EUKO 2010 e no NCGM 2014, as perguntas versavam sobre se sabiam (ou não) fazer alguma coisa na internet, num total de 8 e 12 itens, respetivamente<sup>7</sup>.

No primeiro questionário, onde apenas as crianças mais velhas (11 a 16 anos) foram inquiridas sobre esta temática, a média dos 25 países participantes situou-se em 4,2, ou seja, pouco mais de metade. No segundo, a média europeia da mesma faixa etária correspondeu a 7,1, ultrapassando em um ponto metade das competências listadas. Em ambos os casos, Portugal superou a média europeia, notando-se um ligeiro aumento da diferença no último questionário; foi, aliás, o país com a média mais alta dos sete, superando a Dinamarca (7,7) e o Reino Unido (7,3). O mesmo é verdade se considerarmos o total da amostra no questionário do projeto NCGM (9 a 16 anos), embora o número médio de competências diminua, tanto a nível europeu como a nível nacional.

No último questionário do EUKO, em 2018, a pergunta sobre competências específicas utilizou respostas em escalas de cinco pontos<sup>8</sup>, a partir das quais

7 As perguntas colocadas para a listagem das competências nos dois momentos foram as seguintes: “*Que coisas destas sabes fazer na internet? Responde por favor sim ou não para cada uma das coisas seguintes*” (EUKO 2010); “*Quais das seguintes coisas sabes fazer?*” (NCGM 2014).

8 A pergunta colocada no EUKO 2018 foi a seguinte: “*Numa escala de 1 a 5 (onde 1 significa ‘para mim não é verdade’ e 5 significa ‘para mim, é mesmo verdade’), até que ponto estas situações são verdade para ti?*”

se calculou um índice médio de competências. Num máximo de cinco valores, a média dos países participantes foi de 3,9 entre os 9 e os 16 anos e 4,1 entre os 11 e os 16. Embora a vantagem do índice dos jovens portugueses tenha diminuído face aos inquéritos anteriores, este valor médio continua superior e elevado na escala. Portugal aparece sensivelmente a meio da tabela dos países participantes, com valores abaixo dos países nórdicos e alguns de leste, surgindo distanciados de outros países do Sul (como Espanha e Itália) e da França, que regista o índice mais baixo (3,6 para os jovens de 11-16 anos).

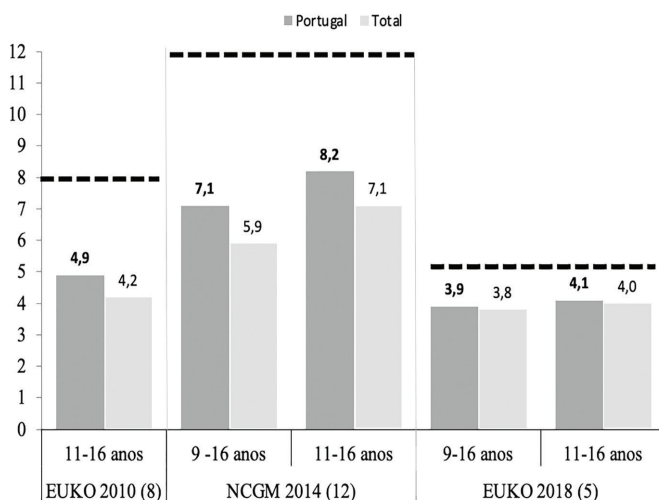


Figura 1. Número / índice médio de competências nos três questionários.

## 1.2. Tipo de competências

A Tabela 1 compara os valores daqueles que disseram saber fazer diferentes coisas na internet entre 2010 e 2014 (sendo que para efeitos de comparabilidade usámos a faixa etária 11-16 anos). Como se pode observar, houve um aumento das percentagens em todas as competências, mantendo genericamente as posições entre os tipos de competências.

Em 2010, cerca de três quartos das crianças e jovens afirmavam saber “marcar um *site* nos favoritos”, a competência listada que se relaciona com uma utilização básica da internet. Este valor ascende, em 2014, a 87%, mantendo-se a competência mais comum.



Estas percentagens contrastam fortemente com outras duas competências que dizem respeito à procura de informação: a “comparação de diferentes *sites* para decidir se uma informação é verdadeira” – uma competência que remete para compreensão crítica – e “mudar as preferências de filtros” – uma questão técnica, mas crucial para realizar uma pesquisa eficiente. Ambas se encontram em baixo da Tabela e nos dois anos com os valores mais baixos: em 2010 com menos de metade (43% e 36%), em 2014 com 63% e 53%, respetivamente.

Quanto às competências relacionadas com o uso seguro da internet, ocupam a posição intermédia. Foram referidas por pouco mais de metade dos jovens em 2010, com exceção de “apagar o histórico de *sites* visitados”: 49% em 2010, ascendendo a uns surpreendentes 79% em 2014.

**Tabela 1.** Competências relacionadas com o uso da internet dos jovens portugueses (11-16 anos), EUKO 2010 e NCGM 2014 (%).

Competências/Questionários	EUKO	NCGM
<b>Uso da internet</b>		
Marcar um <i>site</i> nos favoritos	76	87
<b>Uso seguro da internet</b>		
Bloquear mensagens de alguém com quem não se quer conversar	66	82
Mudar as configurações de privacidade numa rede social	63	75
Encontrar informação sobre como usar a internet de modo seguro	62	74
Bloquear publicidade indesejada ou lixo eletrónico	64	70
Apagar o histórico de <i>sites</i> visitados	49	79
<b>Compreensão crítica</b>		
Comparar diferentes <i>sites</i> para decidir se informação é verdadeira	43	63
Mudar preferências de filtros	36	53

Estes valores situam-se, de forma geral, acima dos valores de todos os países participantes nos dois estudos, sendo de referir a menor percentagem em 2010 das seguintes competências: “comparar diferentes *sites* para decidir se informação é verdadeira” (43% para 56%) e “apagar o histórico de *sites* visitados” (49% para 52%).

No questionário do projeto NCGM foram questionadas outras competências, entre as quais três sobre práticas de comunicação. Importa referir que enquanto dois terços dos jovens internautas declaravam saber “fazer *upload* de imagens, vídeos ou música para redes sociais” ou “publicar um comentário num blogue, *site* ou fórum”, “criar um blogue” era comum a pouco mais de metade entre os 11 e 16 anos (55%), descendo para 45% caso consideremos toda a amostra (9 a 16 anos).

No questionário EUKO 2018 foi avançada uma nova forma de avaliar as competências digitais autorreportadas pelos jovens (van Deursen, Helsper & Eynon, 2014), dividindo-as em cinco tipos, cujos itens sistematizamos na Tabela 2.

Embora, como vimos acima, crianças e jovens portugueses avaliem de forma globalmente positiva as suas competências digitais, existem diferenças visíveis consoante os tipos considerados<sup>9</sup>:

- As *competências sociais*, que remetem para capacidades de comunicar com os outros online e muito necessárias para quem utiliza redes sociais, são as que geram mais confiança: cerca de 9 em cada 10 consideram que sabem remover pessoas da sua lista de contactos e que informação devem ou não partilhar.
- As *competências operacionais*, mais instrumentais e aplicáveis a qualquer atividade ou plataforma, também registam valores elevados: a esmagadora maioria diz saber guardar uma foto ou alterar as suas definições de privacidade.
- Nas três competências relacionadas com o *uso de dispositivos móveis*, há uma variação notória: enquanto saber instalar aplicações é verdade para 9 em cada 10 inquiridos, só perto de dois terços afirmam saber o que gastam com aplicações ou como se compram aplicações.

Estes três tipos de competências estão em linha ou até acima dos valores europeus nos vários itens. O mesmo não é verdade se consideramos *competências informacionais*, sobre navegação e apreciação crítica de informação, ou *competências criativas*, que envolvem a criação e modificação de conteúdo publicável na internet, em que os jovens revelam claramente menos confiança, abaixo da média de todos os países envolvidos no estudo:

- Em relação às *competências informacionais*, dois terços dos inquiridos consideram saber escolher palavras-chave para pesquisas, mas pouco mais de metade admite ser fácil verificar se a informação que encontra é verdadeira.
- As *competências criativas* são as menos referidas. Mais de metade (64%) diz saber criar e publicar vídeos e músicas online, mas pouco mais de um terço (39%) considera saber editar ou alterar conteúdos criados por outros.

---

9 De maneira a termos aqui a comparação com o valor médio de todos os países considerados, apresentamos os resultados para os jovens entre os 12 e 16 anos, embora as conclusões sobre as diferenças nos tipos de competências sejam idênticas se utilizarmos toda a amostra portuguesa, dos 9 aos 17 anos (ver Batista & Brito, 2020).

**Tabela 2.** Competências relacionadas com o uso da internet, jovens portugueses e média dos 19 países (12-16 anos), EUKO 2018 (% dos que disseram ser quase/ mesmo verdade).

Competências/Portugal e média europeia	Portugal	Média europeia
<b>Competências sociais</b>		
Sei remover pessoas da minha lista de contactos/ amigos	91	89
Sei que informações devo e não devo partilhar online	88	86
<b>Competências operacionais</b>		
Sei guardar uma foto que encontrei na internet	83	84
Sei alterar as minhas definições de privacidade	87	79
<b>Competências relativas ao uso de dispositivos móveis</b>		
Sei instalar aplicações num dispositivo móvel	93	90
Sei como se compram aplicações online	67	64
Sei ver o dinheiro que estou a gastar com aplicações nos dispositivos móveis	67	69
<b>Competências informacionais/ de navegação</b>		
É fácil para mim escolher as melhores palavras para fazer pesquisas na internet	68	72
É fácil para mim verificar se a informação que encontro online é verdadeira	56	59
<b>Competências criativas</b>		
Sei criar e publicar vídeos e músicas online	64	66
Sei editar ou fazer pequenas alterações a conteúdos online criados por outras pessoas	39	43

Fonte: Questionário EUKO 2017-19. QE1. Numa escala de 1 a 5 (onde 1 significa “para mim não é verdade” e 5 significa “para mim é mesmo verdade”), até que ponto estas situações são verdade para ti?

### 1.3. Desigual distribuição de competências segundo o género e a idade

Para além de existirem diferenças consoante o tipo de competências considerado, observa-se ao longo do tempo, e em consonância com os resultados encontrados noutras investigações (veja-se a revisão sistemática da literatura providenciada em Haddon et al, 2020), uma desigual distribuição das competências segundo o género e a idade.

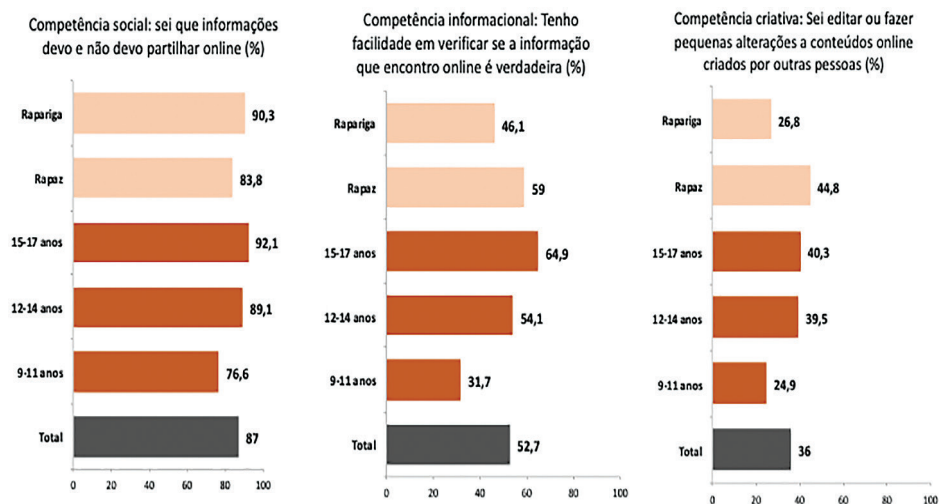
O método de solicitar aos próprios que declarem as suas competências, ainda que sendo indireto, permite assim apreciar diferenças importantes entre inquiridos, o que condiciona o que podem fazer na internet. Com efeito, as atividades mais comuns continuam a ser aquelas ligadas ao entretenimento e comunicação (Smahel et al., 2020).

A idade é a característica mais relevante e com tendências mais consistentes. A nível dos usos da internet, a investigação já tinha identificado há uns anos a existência de uma “escada de oportunidades” (Livingstone & Helsper, 2007), na qual os jovens vão trepando e ao longo da qual as suas atividades se vão diversificando e complexificando, para incluir questões mais criativas e participativas. No caso das competências, e conforme seria expectável, os adolescentes reportam consideravelmente mais competências que as crianças mais novas, o que tem impactos nos seus usos e também nas suas experiências online. Como referiam os autores do relatório português do projeto NCGM:

Embora grande parte das crianças e jovens detenham competências que lhes permitem tirar partido dos recursos disponíveis na internet, a verdade é que uma parte significativa (sobretudo os mais jovens) parece não possuir os conhecimentos necessários para avaliar criticamente a informação que encontra online ou para ser capaz de gerir as definições dos conteúdos que utiliza, com implicações evidentes ao nível dos seus usos seguros da internet. (Simões et al., 2014, p. 24)

Em relação ao género, os resultados foram registando alterações ao longo do tempo. Se, em 2010, se verificavam diferenças ligeiras, sendo os rapazes a declarar mais competências que as raparigas (Livingstone et. al, 2011), a partir de 2014 uma análise mais fina por tipo de competências permitiu vislumbrar outras tendências. Assim, se nas competências instrumentais não se detetam diferenças, no uso de dispositivos móveis, nas competências informacionais ou criativas os rapazes tendem a declarar saber fazer mais coisas, enquanto nas competências comunicativas ou sociais são as raparigas que lideram (Simões et al., 2014; Ponte & Batista, 2018).

Na Figura 2 apresenta-se a distribuição de jovens portugueses que disseram ser *quase* ou *mesmo* verdade ter uma das competências sociais, informacionais e criativas listadas. Em todas elas, verifica-se que a percentagem aumenta com a idade, sendo as diferenças menos expressivas no caso da competência criativa e mais evidenciadas no caso da competência informacional. Em relação às diferenças de género, observa-se que as raparigas declaram em maior peso deter a competência social (90% para 84%), liderando os rapazes nos outros tipos de competências.



**Figura 2.** Distribuição de competências sociais, informais e criativas dos jovens portugueses (9-17 anos) por género, idade e estatuto socioeconómico, EUKO 2018 (% dos que disseram ser quase/ mesmo verdade).

Fonte: Questionário EUKO 2018. QE1. Numa escala de 1 a 5 (onde 1 significa “para mim não é verdade” e 5 significa “para mim é mesmo verdade”), até que ponto estas situações são verdade para ti?

Como vemos, entre 2010 e 2018 é visível a complexificação progressiva dos indicadores, escalas e tipos de competências medidas. Fica clara nesses vários momentos a confiança geral dos jovens portugueses nas suas competências digitais, embora as competências informacionais/ de navegação e as criativas sejam aquelas que apresentam, de forma consistente, os valores mais baixos. Além disso, evidenciam-se diferenças de género e de idade. Nos próximos pontos, veremos qual a nova abordagem e alguns resultados exploratórios do estudo atual sobre competências digitais.

## 2. Para uma nova medição das competências digitais

O recente projeto europeu ySKILLS (Youth Skills) envolve treze países com o objetivo de aumentar e maximizar o impacto positivo de longo prazo do ambiente digital em várias vertentes do bem-estar de crianças e adolescentes. O foco situa-se no desenvolvimento da sua resiliência através da promoção de competências digitais, consideradas fulcrais para mediar riscos e oportunidades relacionados com o uso de tecnologias digitais.

Como foi referido em capítulo anterior desta publicação, o primeiro ano deste projeto envolveu a construção de instrumentos que permitissem uma aferição das competências digitais em adolescentes em larga escala e numa perspetiva longitudinal. Essa aferição vai decorrer pelas respostas ao mesmo questionário aplicado em três momentos (2021, 2022 e 2023) a adolescentes de seis países europeus, a que se juntam também testes de desempenho digital que mobilizam diferentes competências.

Portugal é um dos seis países do projeto ySKILLS envolvido nesta tarefa em larga escala e a equipa nacional participou ativamente nos trabalhos de preparação do novo indicador e sua aplicação.

## **2.1. yDSI – Medir competências através de desempenhos de tarefas**

Um dos primeiros resultados do projeto ySKILLS foi a elaboração de um instrumento de medição de competências e desempenhos digitais, o Youth Digital Skills Indicator (yDSI). Os seus 31 itens, distribuídos em competências digitais e em questões de conhecimento digital, podem ser usados para investigações em grande escala e encontram-se já traduzidos em português no site do projeto, associados ao relatório yDSI.

O processo de elaboração do yDSI, descrito no relatório de Helsper et al. (2020), recorreu a várias práticas de validação, que incluíram as entrevistas com especialistas e mesas-redondas com jovens, referidas no capítulo anterior, e a outras formas de validação junto de jovens, como entrevistas cognitivas sobre o questionário e testes de desempenho, através dos quais se procura avaliar diretamente as competências digitais dos jovens pela execução de tarefas reais num dispositivo digital.

A revisão de estudos de Helsper e colegas conduziu a uma estrutura que identifica quatro dimensões: (1) competências técnicas e operacionais; (2) competências de navegação e processamento de informação; (3) competências de comunicação e interação; e (4) competências de criação e produção de conteúdo.



**Figura 3.** Modelo conceitual das competências digitais.

Fonte: Helsper et al, 2020.

Em todas as quatro dimensões, deve-se distinguir o nível prático do uso – ser capaz de usar as funcionalidades das tecnologias de informação e comunicação – e o nível crítico de conhecimento sobre o desenho destas tecnologias e a produção dos seus conteúdos, para usar esse conhecimento na gestão de interações. Por exemplo, nas competências de criação e produção de conteúdo, o item “sei como criar algo que combina diferentes recursos” remete para o aspeto funcional, enquanto o item “sei como garantir que muitas pessoas vão ver o que publiquei online” já incorpora aspetos críticos.

As entrevistas cognitivas para identificação de problemas nas questões do inquérito e a realização de testes de desempenho mostraram que muitos jovens não dominavam competências. É sobre a aplicação e os resultados dos testes de desempenho piloto que incidem os próximos pontos.

## 2.2. Aplicação de testes de desempenho ySKILLS junto de estudantes portugueses

Paralelamente aos resultados dos inquéritos, que atualizam e ampliam as competências autoreportadas, a exploração de alguns resultados dos testes de desempenho piloto realizados junto de 49 jovens portugueses permitem-nos levantar novas questões. Os testes foram realizados num único Agrupamento de Escolas a jovens entre os 12 e os 17 anos, distribuídos de forma relativamente equitativa entre género, sendo apenas de registar o maior peso de raparigas entre os mais velhos:

**Tabela 3.** Amostra dos inquiridos portugueses nos testes piloto de desempenho por idade e género (N), ySKILLS 2020.

Idade/Género	Rapaz	Rapariga	Total
12-13 anos	7	7	14
14-15 anos	8	9	17
16-17 anos	6	12	18

Realizados em finais de novembro de 2020, em contexto pandémico, decidiu-se circunscrever a aplicação a um único Agrupamento, selecionado pela facilidade de contacto e pelo acesso a alunos das faixas etárias necessárias já munidos das respetivas autorizações dos seus encarregados de educação. A aplicação decorreu com a participação dos alunos de três turmas de 8.º, 9.º e 12.º ano de escolaridade, numa sala de informática que dispunha de 16 computadores de mesa a que se acrescentaram dois portáteis quando necessário, e sempre com a presença do professor de informática de cada turma.

Antes da aplicação, foi instalado um programa de gravação de ecrã em cada computador/portátil que gravou a sessão de cada aluno. Essa gravação foi depois recolhida pela equipa de investigação para futura análise do desempenho dos alunos na execução das tarefas indicadas no questionário. Ao longo da aplicação verificou-se que alguns dos computadores disponíveis não tinham as licenças *Microsoft* atualizadas, o que, como veremos, dificultou a realização de algumas tarefas por parte de participantes. Esta situação era desconhecida pelos professores do Agrupamento, a quem tinha sido pedido para verificar que os equipamentos informáticos a utilizar tivessem programas informáticos como o *Power Point* devidamente instalados.

Vamos focar-nos na exploração dos dois tipos de competências em que os jovens portugueses revelam sistematicamente menor confiança: informacionais e criativas. Na verdade, cada secção dos testes procurava corresponder a uma dimensão de uma competência específica, embora para se poder completar com sucesso cada uma delas, fosse necessário deter um amplo espectro de competências.

### 2.3. Desempenhos de competências informacionais

Relativamente às competências informacionais, foram desenvolvidas três tarefas de pesquisa com perguntas baseadas em factos e com uma resposta correta. Em todas, solicitou-se aos jovens que usassem um motor de pesquisa (como o Google) e codificou-se i) se a resposta escrita estava certa, ii) o número de pesquisas, iii) as

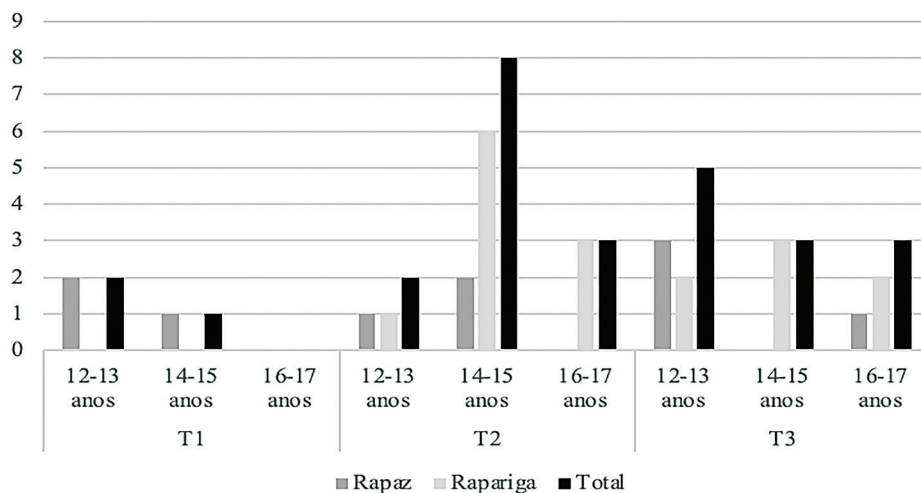


palavras-chave utilizadas, iv) se houve uma avaliação da veracidade da informação encontrada. Na segunda tarefa, pediu-se para os jovens especificarem a sua pesquisa por data e tipo de informação, sendo esta informação também registada. As perguntas das três tarefas foram as seguintes:

- (T1) A Netflix é um serviço de streaming muito popular e que permite ver muitas séries de televisão, filmes, documentários e muito mais. (...) Os fundadores da Netflix são...
- (T2) Em 2018, a Netflix lançou o seu primeiro filme interativo (...). Desta vez só tens de procurar notícias de 2018. O nome deste filme é....
- (T3) Um filme popular na Netflix é o “Parque Jurássico”. Na realidade, os dinossauros viveram na era Mesozóica. Esta era inclui três períodos. (...) Os nomes dos três períodos são...

Um primeiro resultado que importa referir é que a maioria dos jovens inquiridos respondeu corretamente às três tarefas, sendo a segunda tarefa aquela que causou maiores dificuldades (27%, 13 jovens, erraram), seguida da terceira (um quinto, 11 jovens, não respondeu corretamente); na primeira, apenas 3 jovens não chegaram à resposta certa completa.

Na Figura 4 estão representadas o número de respostas erradas em cada uma das três tarefas, por género e grupo etário. Em termos globais, nota-se tanto na primeira tarefa como na terceira uma diminuição do número de respostas erradas à medida que aumenta a idade; o mesmo não é verdade para a T2, onde houve mais respostas erradas entre os jovens de 14-15 anos, especialmente raparigas. Outro aspeto relevante é que, enquanto entre os mais jovens há geralmente mais respostas erradas entre os rapazes (2 para 0 na T1; 3 para 2 na T3), nos restantes grupos etários são as raparigas que menos chegam às respostas certas.



**Figura 4.** Número de respostas erradas às três tarefas relativas às competências informacionais, por género e grupo etário (N), testes de desempenho.

A análise mais fina, apenas possível graças à visualização da gravação das tarefas, permite-nos ainda avançar outras considerações. Em primeiro lugar, a quantidade de jovens que utiliza expressões demasiado grandes para as pesquisas efetuadas, fazendo-nos questionar se são palavras-chave ou repetições da pergunta. Tal aconteceu com maior frequência entre os 14-15 anos, embora se verificasse em todos os grupos etários, com expressões do género:

*“Quem são os fundadores da netflix”* (três vezes entre 12-13 anos, uma vez entre 14-15 anos; uma vez entre 16-17 anos)

*“Quem fundou/ criou a netflix”* (duas vezes entre 12-13 anos; seis vezes entre 14-15 anos; uma vez entre 16-17 anos)

*“Quem fundou a plataforma streaming netflix?”* (Rapariga, 17 anos)

A expressão que combina a palavra “fundador/es” com “netflix” foi usada com maior frequência entre os mais velhos, sendo que a maioria utilizou também pronomes (“da”, “os”, etc.).

Isto acontece apesar de, como vimos, a maioria dos inquiridos no questionário de 2018 ter referido que *“é fácil para mim escolher as melhores palavras para fazer pesquisas na internet”* (68%, entre os 12 e 16 anos).

Noutro aspeto, as expressões utilizadas especialmente para a T3 denunciam a dificuldade de interpretação da própria pergunta, o que condiciona os resultados alcançados. Ficam aqui apenas alguns exemplos ilustrativos:

*“períodos jurássico”* (Rapaz, 13 anos)

*“períodos da historia”/ “mesozoico”/ “eras geológicas”* (Rapariga, 14 anos)

*“Quais os nomes dos três período do Parque Jurassico”* (Rapariga, 17 anos)

Além disso, foi reduzido o número daqueles que avaliaram a informação encontrada, por exemplo, através do confronto com a informação num *site* diferente, em qualquer uma das três tarefas: um dos mais novos, três dos 14-15 anos e quatro do grupo etário mais velho. Lembramos que mais de metade no EUKO 2018 declarou saber *“verificar se a informação que encontrou online é verdadeira”* (56%, entre os 12 e os 17 anos).

Finalmente, na segunda pergunta pedia-se aos jovens para utilizarem filtros. Esta opção (geralmente para apenas um dos dois filtros solicitados) foi apenas seguida por oito jovens, distribuídos equitativamente entre o grupo do meio e o mais velho, sendo sete delas raparigas.

## 2.4. Desempenhos de competências criativas

Quanto às competências criativas, debruçamo-nos sobre duas tarefas: uma de reflexão sobre produção de conteúdo e outra sobre criação própria de conteúdo. Ambas apareciam relacionadas com uma mesma atividade, onde se apresentava um *slide* presumivelmente criado por um colega de turma (Figura 5). Analisamos as tarefas em que se pedia aos participantes para: (T1) analisar o design do *slide*; (T2) criar um novo slide com um vídeo.

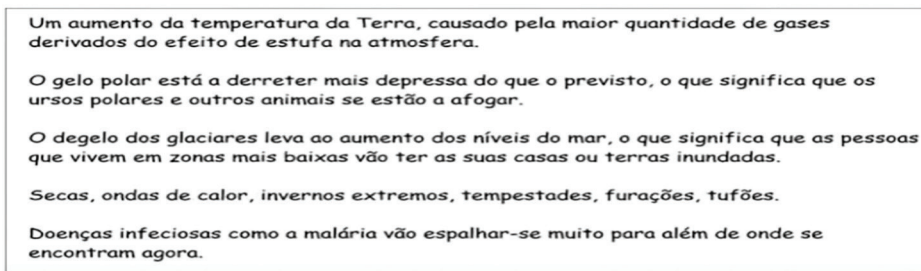


Figura 5. Slide base da atividade com as tarefas criativas analisadas.

Relativamente à T1, onde se perguntava sobre melhorias a introduzir ao *slide*<sup>10</sup>, apenas cerca de metade dos dois grupos etários mais novos identificou possíveis alterações. Esse número sobe para 10 em 18 entre o grupo dos 16-17 anos.

Todos os mais novos referiram o acrescento de imagens, sendo que dois referiram modificações ao texto, um propondo mudar “o tipo de letra” e outro “reduzir o texto espalhando-o por vários slides”. Os participantes mais velhos revelaram ainda maior preocupação com a redução do texto e alguns indicaram alterações de formato e de cor no *slide* ou no tipo de letra, como ilustram os casos abaixo:

“Colocava imagens atraentes, título, letra colorida” (Rapariga, 14 anos)

“Meter imagens, meter uma cor no fundo e pôr as frases por pontos” (Rapariga, 14 anos)

“Marcar melhor os parágrafos, dar mais espaço entre as letras” (Rapaz, 17 anos)

“Adicionar símbolos para que as frases ficassem por tópicos, escolher uma estrutura com um tema que chamasse à atenção” (Rapariga, 17 anos)

A resposta mais original foi fornecida por um rapaz de 15 anos:

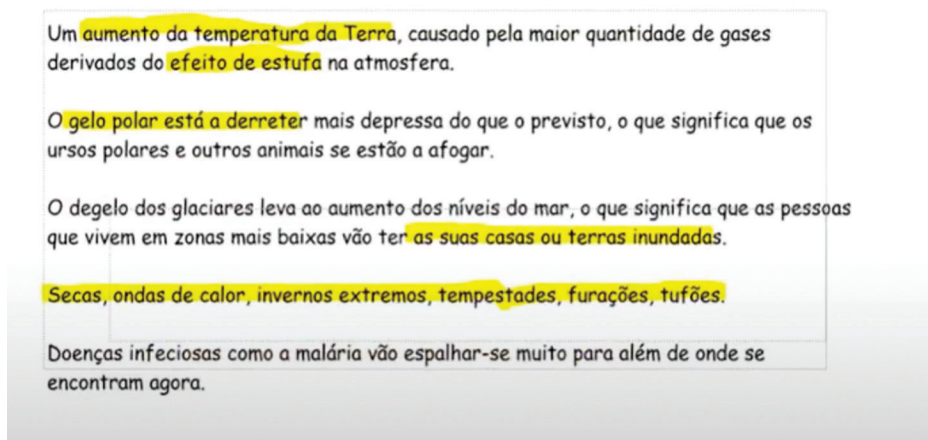
“Poderia colocar um link de um site seguro que tenha a informação e destacar alguns pontos mais importantes” (14-15 anos)

No entanto, embora um pouco mais de metade tenha sugerido alterações (25 em 49), apenas pouco mais de um terço (18) produziu o conteúdo em forma de apresentação. Relembramos que esta competência foi a menos referida pelos jovens portugueses no EUKO 2018: apenas 39% dos inquiridos entre 12 e 16 anos declarou saber “editar ou fazer pequenas alterações a conteúdos online criados por outras pessoas”.

Entre os mais novos, apenas uma rapariga entre os 12-13 anos criou um *slide*, utilizando a imagem fornecida e apenas sublinhando a cor aquilo que considerou mais importante (Figura 6).

---

10 A pergunta era a seguinte: “Queres melhorar o slide? Descreve abaixo o que poderias fazer”.



**Figura 6.** Slide criado por uma rapariga de 13 anos.

Um pouco mais de metade no grupo etário do meio (nove em 17) e um pouco menos no mais velho (oito em 18) também criaram um novo *slide*, havendo um equilíbrio entre o género. Desses, a maioria (sete dos nove do grupo 14-15 anos e os oito de 16-17 anos) conseguiu fazer o *upload* do *slide* para a plataforma, embora apenas três tenham conseguido adicionar um vídeo como solicitado (um de 14-15 anos e dois de 16-17 anos).

Observámos, com efeito, que muitos se depararam com problemas técnicos no programa – como uma mensagem de ativação da licença ou mensagem de erro quando tentaram adicionar o vídeo – que dificultaram a aplicação de conhecimentos que pareciam possuir.

Quanto às modificações efetivamente operadas, existe uma grande diversidade. Porém, nota-se uma maior diversificação das alterações entre os participantes com 14-15 anos, que investiram em maior número que os mais velhos na alteração do fundo ou do *template* (cinco para dois), mudanças no texto (sete para três) ou no acrescento de uma imagem (seis para três). De facto, os participantes de 14-15 anos pareceram, tanto na T1 como na T2, mais preocupados com a questão visual, e por isso o investimento em cores, imagens e alteração do fundo e do tipo de letra (tal como mostra o caso na Figura 7).

\* Aumento das temperaturas;

\* Degelo dos glaciares o que aumenta os niveis de água e a destruição de abitats;

\* Secas, ondas de calor, tempestades, invernos extremos, furacões, tufões...

\* Aumento das doenças.



**\* Consequências das alterações climáticas.**

Figura 7. Slide criado por um rapaz de 14 anos.

Já os participantes mais velhos concentraram-se mais no conteúdo e na organização das ideias, mas isso não fez com que reduzissem a quantidade de texto (Figura 8). Resta saber se não consideraram importante alterações visuais, não sabiam introduzi-las ou não quiseram fazer esse esforço.

Consequências do aquecimento global

**Uma aumento de gases de efeito de estufa na atmosfera, poderá vir a trazer vários problemas:**

- Um aumento do degelo das calotes polares, o que provocará uma extinção de animais que aí vivem, assim como o aumento do nivel do mar, o que fará com que pessoas fiquem sem as suas habitações.
- Secas, Inundações, Ondas de calor, Tempestades...
- Doenças infecciosas espalhar-se-ão mais do que estão agora.

Figura 8. Slide criado por uma rapariga de 17 anos.

## Reflexões finais

Num contexto em que a internet é parte integrante do seu quotidiano, os jovens portugueses mostram-se bastante confiantes quanto às suas competências digitais, em comparação com jovens de outros países europeus. Nos dois primeiros estudos pan-europeus aqui referidos, de 2010 e 2014, destacava-se uma elevada consideração de que sabiam mais do que os seus pais, um resultado que também tem de ter em conta que o uso da internet entre a população adulta foi mais tardio do que noutros países europeus.

Nota-se que as competências reportadas ao longo dos anos estão sempre acima da média dos países participantes nos estudos pan-europeus mobilizados (EUKO 2010, NCGM 2014 e EUKO 2018). Contudo, em 2018, quando o questionário EU Kids Online considera de forma mais explícita competências de vários tipos (técnicas, sociais, informacionais, criativas, associadas a meios móveis), observa-se uma discrepância significativa das competências informacionais e criativas reportadas pelos jovens portugueses em relação aos valores reportados nos outros tipos de competências, sendo estas as únicas em que surgem abaixo da média dos países participantes. Daí este capítulo ter privilegiado a análise de desempenhos de tarefas associadas a esses dois tipos de competências e que fazem parte do novo estudo ativado no projeto ySKILLS.

Um aspeto que a análise longitudinal evidenciou foi contrariar a convicção generalizada de que os jovens são “nativos digitais”, com capacidade natural para aprender e usar as novas tecnologias. A verdade é que, quando se observa a distribuição de competências por idade e género, se torna evidente que nem todos os jovens dominam as competências necessárias para tirar partido deste recurso. As competências são mais reportadas pelos mais velhos, mas também variam em função do género, com os rapazes a liderar (excetuando no caso das competências sociais).

Como vimos também, grande parte do que sabemos hoje sobre competências digitais tem resultado de declarações dos próprios jovens, ainda que o enquadramento teórico, as dimensões, respetivos indicadores de medição e escala (de dicotómica sim/ não para uma escala de cinco valores, permitindo apreciar intensidade) se tenham complexificado. Uma questão que se continua a colocar é até que ponto esses testemunhos correspondem às práticas.

Ainda que os resultados de tarefas informacionais e criativas realizadas junto de 49 jovens portugueses no âmbito do projeto ySKILLS não sejam generalizáveis, permitiram-nos tecer um conjunto de considerações. Destaca-se a confirmação da idade como fator de diferenciação, embora nem sempre de forma linear. Fica patente, ainda, que uma análise mais fina só é possível com uma análise qualitativa

que evidencie diferenças, por exemplo, no tipo de palavras-chave utilizadas nas pesquisas ou que aprecie o conteúdo criado. Como vimos, apesar de muitos chegarem à resposta correta na tarefa sobre competência informacional, nem sempre isso foi feito da forma mais eficaz (tendo em conta as expressões de procura, os filtros utilizados ou a avaliação da informação encontrada).

O mesmo comentário se pode tecer quanto às tarefas relacionadas com competências criativas: embora alguns refiram possíveis melhorias a um dado *slide*, no sentido de o tornar mais criativo e apelativo para a sua audiência (dimensão de uso e dimensão crítica), são muito menos aqueles que as concretizam. Neste ponto, importa também destacar os condicionamentos decorrentes da indisponibilidade de licenças de *software* e outras restrições, como vimos.

Tornou-se claro que, para a mobilização de competências digitais específicas são necessárias não só competências técnicas (por exemplo alterar as definições de filtros nas pesquisas de informação); mas também competências que extravasam o contexto das tecnologias, nomeadamente de interpretação de questões, de avaliação crítica de informação, de consideração pelos potenciais públicos e seus quadros de interpretação, e de próprias condições de acesso e uso dos recursos informáticos. Sublinha-se, por isso, o caráter transversal das competências digitais.

Deste exercício emergem três principais questões a que o projeto ySKILLS procura responder (ver, por exemplo, Donoso et. al, 2020) e que deixamos aqui como pistas de reflexão:

1) Como e em que contextos – familiar, escolar, entre pares – se adquirem as competências digitais?

2) Como é que jovens com diferentes níveis de competências tiram partido das oportunidades oferecidas online e lidam com os riscos que aí encontram? Que impactos têm, também, na sua vida offline?

3) De que outras formas dispomos para investigar as competências digitais dos jovens? Em que medida a etnografia online poderá aportar conhecimento aos resultados obtidos através de testes de desempenho?

Pouco depois de se ter iniciado o projeto ySKILLS centrado nos processos de aquisição de competências digitais por adolescentes, em janeiro de 2020, foi declarada a pandemia COVID-19 e essa situação não pode ser ignorada. Em Portugal, a situação foi particularmente difícil devido ao cenário geral de equipamentos obsoletos disponíveis nas escolas e pelo considerável número de alunos que não tinham um portátil ou computador e/ou acesso a ligação de internet estável em casa (CNE, 2021). A geração dos jovens que iremos acompanhar ao longo de três anos viveu esse tempo em condições particularmente desafiantes de socialização, comunicação, pesquisa de informação, com aulas digitais a serem seguidas nos seus



dispositivos basicamente associados a lazer e entretenimento. O que resulta deste ‘caldo do momento’ será igualmente considerado, bem como a vigilância e monitorização resultante de processos de dataficação. Tudo isto torna ainda mais prementes os objetivos deste projeto de investigação que procura envolver adolescentes e suas famílias, professores e outros profissionais de educação, saúde e bem-estar, decisores de políticas públicas, investigadores e académicos. Esperamos que esta análise centrada nas diferenças entre o que se *diz* e o que se *faz* contribua para alimentar esse envolvimento.

## Referências

- Batista, S.; Brito, R. (2020). Literacias digitais no contexto escolar. Em Ponte, C. (Coord.). *Nós na rede. Ambientes digitais de crianças e jovens* (pp. 55-72). Coimbra, Almedina.
- Dias, P.; Brito, R. (2021). *A vida digital das crianças em tempos de Covid-19: práticas digitais, segurança e bem-estar de crianças entre os 6 e os 18 anos*. Relatório nacional Portugal.
- Donoso, V., Retzmann, N., Joris, W., & d’Haenens, L. (2020). Digital Skills: An Inventory of Actors and Factors. KU Leuven, Leuven: ySKILLS.
- CNE (2021). Educação em tempo de pandemia |Problemas, respostas e desafios das escolas. Lisboa: Conselho Nacional de Educação ISBN: 978-989-8841-37-7
- Haddon, L., Cino, D., Doyle, M-A., Livingstone, S., Mascheroni, G., & Stoilova, Mariya. (2020). *Children’s and young people’s digital skills: a systematic evidence review*. KU Leuven, Leuven: ySKILLS.
- Helsper, Ellen J., Schneider, Luc S., van Deursen, Alexander J.A.M., & van Laar, Ester. (2020). *The youth Digital Skills Indicator: Report on the conceptualisation and development of the ySKILLS digital skills measure*. KU Leuven, Leuven: ySKILLS. <http://doi.org/10.5281/zenodo.4608010>
- Jones, L; Mitchell, L (2016). Defining and measuring youth digital citizenship. *New Media & Society*, 18(9), 2063-2079.
- Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A., and Ólafsson, K. (2011). *Risks and safety on the internet: The perspective of European children. Full Findings*. LSE, London: EU Kids Online.
- Livingstone, S.; Mascheroni, Giovanna; Staksrud, Elisabeth (2018). European research on children’s internet use: Assessing the past and anticipating the future. *New Media & Society*, 20(3), 1103-1122.
- Livingstone, S. & Helsper, E. (2007). Gradations in digital inclusion: Children, young people and the digital divide. *New Media & Society*, 9(4), 671–96.
- Ponte, C. (Coord.). *Nós na rede. Ambientes digitais de crianças e jovens*. Coimbra, Almedina.
- Ponte, C.; Batista, S. (2018). *EU Kids Online Portugal – 2018. Usos, competências, riscos e mediações da internet reportados por crianças e jovens (9-17 anos)*. EU Kids Online e NOVA FCSH.

- Ponte, C.; Jorge, A.; Simões, J.A.; Cardoso, D. (Org.). (2012). *Crianças e internet em Portugal. Acessos, usos, riscos, mediações: resultados do inquérito europeu EU KIDS ONLINE*. Coimbra, Minerva.
- Sefton-Green, J; Marsh, J; Erstad, O.; Flewitt, R. (2016). *Establishing a Research Agenda for the Digital Literacy Practices of Young Children: a White Paper for COST Action IS1410*. Disponível em: <http://digilitey.eu>.
- Simões, J.A.; Ponte, C.; Ferreira, E.; Doretto, J.; Azevedo, C. (2014). *Net Children Go Mobile. Crianças e Meios Digitais Móveis em Portugal: Resultados Nacionais do Projeto Net Children Go Mobile*. Lisboa, CESNOVA.
- Smahel, D., Machackova, H., Mascheroni, G., Dedkova, L., Staksrud, E., Ólafsson, K., Livingstone, S., and Hasebrink, U. (2020). *EU Kids Online 2020: Survey results from 19 countries. EU Kids Online*. Doi: 10.21953/lse.47fdeqj01ofo
- Van Deurson, A.; Helsper, E.J.; Eynon, R. (2014). Measuring Digital Skills. In *From Digital Skills to Tangible Outcomes: improving measures and models of Internet use*. Disponível em: <https://www.oii.ox.ac.uk/research/projects/?id=112>

# CULTURAS DIGITAIS JUVENIS E OS INFLUENCIADORES NA ERA DA PLATAFORMIZAÇÃO DA INTERNET

*Lidia Marôpo\**, *Maria do Rosário Rodrigues\*\**, *Catarina Delgado\*\**, *João Torres\*\**,  
*Patrícia Dias\*\*\**, *Eduarda Ferreira\*\*\*\**

## Introdução

Inúmeros estudos atestam a popularidade dos chamados influenciadores digitais entre crianças e jovens (Ândo, 2016; Pereira, Moura & Fillol, 2018; Marôpo, Sampaio & Pereira, 2018; Jorge, Marôpo & Nunes, 2018). Este termo amplamente conhecido (também referido como “influenciador de media social”) refere-se a “utilizadores comuns da Internet que acumulam um número relativamente grande de seguidores em media sociais através da narração textual e visual de suas vidas pessoais e estilos de vida, se envolvem com seus seguidores em espaços digitais e físicos e monetizam seus conteúdos integrando publicidade nas suas postagens” (Abidin, 2015: para. 1). Embora académicos e jornalistas subestimem a popularidade das celebridades digitais, estas promovem mensagens com grande repercussão entre os mais novos (Abidin, 2018), que formam a sua opinião principalmente em plataformas como o Youtube e o Instagram (Eurointelligence, 2019).

Na era da plataformação da internet (Poell, Nieborg & van Dijck, 2019), os media sociais investiram fortemente para transformar utilizadores comuns em produtores de conteúdos credíveis e profissionais. Deste modo, alimentam o seu modelo

---

\* Centro de Investigação em Educação e Formação – Instituto Politécnico de Setúbal (CIEF-IPS) e Centro Interdisciplinar de Ciências Sociais (CICS.NOVA).

\*\* Centro de Investigação em Educação e Formação – Instituto Politécnico de Setúbal (CIEF-IPS) e Centro Interdisciplinar de Ciências Sociais (CICS.NOVA).

\*\*\* Centro de Estudos de Comunicação e Cultura – Universidade Católica Portuguesa (CECC-UCP).

\*\*\*\* Agrupamento de Escolas Sebastião da Gama (AESG) e Centro Interdisciplinar de Ciências Sociais (CICS.NOVA).

de negócio baseado na cooptação dos conteúdos e dados dos utilizadores (Stehling, Vesnic-Alujevic, Jorge & Marôpo, 2018).

O objetivo deste capítulo é discutir a emergência dos influenciadores digitais e o seu papel nas culturas digitais juvenis, tendo em conta o ambiente “dataficado” e mercantilizado da internet. Abordamos estas questões com base numa ampla revisão de literatura e nos dados de 429 inquéritos por questionário e quatro grupos de foco realizados com crianças e jovens entre 10 e 17 anos no âmbito do Projeto Competências de Informação para Jovens da Era Digital (CIJED), financiado pelo Instituto Politécnico de Setúbal.

## **Os influenciadores na era da plataformização da Internet**

Com o desenvolvimento da chamada web 2.0, a partir do início do século, a Internet transformou-se num espaço cada vez mais colaborativo e interativo, no qual os utilizadores tornaram-se simultaneamente produtores de conteúdo (Bruns, 2006). Esta “cultura participativa” foi celebrada pelos que destacavam o potencial democrático da *world wide web* (*www*) (Jenkins, 2006). Outros, no entanto, ressaltaram a rápida mercantilização deste ambiente em torno de plataformas cada vez mais poderosas, cujo modelo de negócio se baseia na cooptação de dados e conteúdos gerados pelos utilizadores (CGU) para atrair publicidade direcionada (Stehling et al., 2018).

Nesta era da plataformização da Internet – penetração das plataformas digitais em diferentes setores económicos e esferas da vida, bem como a reorganização de práticas culturais e imaginações em torno dessas plataformas (Poell, Nieborg & van Dijck, 2019) –, os media sociais investiram para profissionalizar as atividades não pagas e voltadas ao entretenimento dos seus utilizadores, transformando-as em fonte de lucro (Gandini, 2021). O YouTube, por exemplo, criado em 2005 como um repositório de vídeos baseado em conteúdos gerados pelos utilizadores e livre de publicidade, foi comprado no ano seguinte pela Google por 1,65 mil milhões de dólares e em poucos anos foi transformado no segundo site mais visitado do mundo e num meio incontornável de distribuição de cultura popular (Burgess & Green, 2009; Holanda, 2017).

O modelo de negócio da plataforma inclui três tipos de investimentos (Jorge, Marôpo & Nunes, 2018). O primeiro envolve a organização dos recursos audiovisuais, que passam a seguir uma lógica comum à televisão com a classificação através de canais, ao invés de por vídeo, como era no início. Nesta perspetiva, o utilizador é cada vez mais tratado como espetador e consumidor (Van Dijck, 2013). Um segundo tipo de investimento inclui o desenvolvimento de ferramentas de media social (os

utilizadores podem criar um perfil individual, inscrever-se nos canais, receber notificações de novos conteúdos, e interagir com ‘gosto’, ‘não gosto’, compartilhar vídeos, comentar e criar listas de reprodução). Estas interações geram dados que, por sua vez, permitem aos algoritmos fazerem recomendações de conteúdos personalizadas. Além disso, o YouTube investiu fortemente para transformar utilizadores em criadores de conteúdo profissionalizados. O Programa de Parceria do YouTube incentiva e estabelece regras para a monetização dos canais (YouTube, s.d), o canal YouTube Creators oferece orientações e tutoriais para produtores de conteúdos e os chamados YouTube Spaces – nove estúdios altamente equipados – estão disponíveis em diversas cidades do mundo para os participantes no programa. Estes ‘parceiros’ são recompensados economicamente com uma percentagem dos lucros gerados pelos anúncios publicitários exibidos nos seus canais e transformaram-se no que hoje é amplamente reconhecido pelo termo *youtuber* ou mais genericamente influenciador digital (Jorge et al., 2018).

Outras grandes plataformas de media social igualmente populares entre os jovens também desenvolveram estratégias equivalentes de promoção dos utilizadores enquanto produtores de conteúdo credíveis. Em 2018, o Instagram lançou as *Creator Accounts*, com funcionalidades especiais para criadores de conteúdos, ao mesmo tempo que disponibiliza informações úteis para promover a comercialização destas contas na plataforma (Instagram, s/d). De modo semelhante, o *TikTok Creators Fund* estabelece as regras de adesão ao programa e possibilidades de remuneração. “O Fundo para Criadores do TikTok recompensa os criadores por fazerem o que fazem de melhor – fazer vídeos incríveis do TikTok. É a maneira do TikTok de celebrar e apoiar os criadores por sua dedicação, engenhosidade e espírito” (TikTok, s.d). Com discursos como este, a plataforma fortalece o mito de que o sucesso dos influenciadores é fruto da criatividade e paixão pelo que fazem (van Driel & Dumitrica, 2020). Por outro lado, esconde a precariedade do trabalho, que exige uma permanente adaptação dos produtores de conteúdo às frequentes mudanças nos recursos das plataformas e no sistema algorítmico (Duffy, Pinch, Sannon, & Sawey, 2021).

Neste cenário instável e de subordinação às plataformas, os influenciadores procuram atrair atenção, que é medida em número de seguidores, visualizações e “likes” (Banet-Weiser, 2011). Suas estratégias incluem o ténue equilíbrio entre parecerem autênticos e ao mesmo tempo promoverem um discurso consumista que serve ao negócio dos media sociais e aos interesses dos anunciantes (van Driel & Dumitrica, 2020). As autoras afirmam que o ‘poder’ dos influenciadores advém do seu estatuto enquanto ‘pessoas comuns’, cujos conteúdos são baseados nas suas vidas pessoais. No entanto, paradoxalmente, esta autenticidade é gerida de forma estratégica numa

mistura entre histórias pessoais emotivas e a apresentação de marcas/produtos que encaixam bem com as suas personas digitais. Nesta perspetiva, os influenciadores geralmente especializam-se em tópicos específicos: moda e beleza, alimentação, fitness, viagens, saúde ou jogos (Hudders, de Jan & de Veirman, 2020).

As suas técnicas de autoapresentação, geralmente em múltiplas redes sociais, incluem táticas de micro-celebridade – comportam-se como personas públicas a serem consumidas pela audiência (Senft, 2013; Hou, 2019, Marwick, 2015; Marwick & Boyd, 2010) -, no que Raun (2018) chama de celebrificação do eu. Incluem ainda revelar a intimidade, interagir e demonstrar proximidade com os seguidores, criando assim vínculos parassociais<sup>1</sup> (Wang, 2020).

Em estudos com foco no marketing de influência, os influenciadores são divididos consoante o número de seguidores: mega influenciadores (mais de um milhão de seguidores), macro influenciadores (entre 100.000 e um milhão de seguidores), micro influenciadores (entre 10.000 e 100.000 seguidores) e nanoinfluenciadores (menos de 10.000 seguidores) (Campbell & Farrel, 2020). Os autores acrescentam a essa lista um grupo que se diferencia porque a sua fama foi construída fora dos media sociais, são os chamados influenciadores celebridades.

Comprovando o processo emergente de profissionalização dos influenciadores, Locatelli (2020) dividiu o sistema no qual estão inseridos em cinco áreas, além das plataformas, utilizadores e marcas: 1. Empreendedorismo dos influenciadores: representado por agências e marcas criadas pelos próprios influenciadores para gerir as suas imagens, os seus perfis em redes sociais, as suas parcerias com marcas e as suas linhas de produtos; 2. Agências: podem ser externas (e não geridas pelos influenciadores) e gerem todos os aspetos da carreira dos influenciadores. São a prova da lucratividade do mercado; 3. Comunicação profissional: intermediários que procuram formalizar e profissionalizar a relação entre os influenciadores e as marcas. Estes monitorizam a performance, classificam e selecionam os influenciadores para campanhas de marketing de influência; 4. Órgãos reguladores: responsáveis por definir o que é publicidade e as condições para uma comunicação transparente. Em Portugal, por exemplo, a Direção Geral do Consumidor publicou o documento “Informação sobre as regras e boas práticas na comunicação comercial no meio digital – Guia para influenciadores e anunciantes”; 5. Media digitais e tradicionais que contribuem para a visibilidade dos influenciadores e para o seu reconhecimento enquanto celebridades por meio de notícias e artigos sobre os mesmos.

---

1 Os relacionamentos parassociais são caracterizados pela ilusão de intimidade, amizade e identificação do público com figuras mediáticas. Este tipo de envolvimento é particularmente estimulado entre seguidores e produtores de conteúdos nas redes sociais devido a interatividade que caracteriza as plataformas de media social (Liebers & Schramm, 2019).

Os influenciadores oferecem aos media sociais, conteúdos, tráfico, utilizadores e interações que alimentam constantemente os seus algoritmos. Por outro lado, os media sociais oferecem o espaço e a estrutura que os permite alcançar o estatuto de influenciadores, embora subordinados às regras e ao enorme poder destas plataformas (Locatelli, 2020). A relação entre os influenciadores e o seu público, maioritariamente jovem, é profundamente influenciada por este contexto.

## **Culturas digitais juvenis e os influenciadores**

As tecnologias digitais são utilizadas de forma pioneira e intensa pelos jovens, transformando o modo como interagem e se percebem a si e uns aos outros (Maclsaac, Kelly & Gray, 2018). Essa cultura digital juvenil é profundamente afetada pela economia-política das plataformas *online* que apresentamos acima. Nesta perspetiva, os mais novos são expostos predominantemente a discursos sobre estilos de vida intrinsecamente marcados pelo consumismo e protagonizados por criadores de conteúdos cada vez mais profissionalizados e mercantilizados (Hund & McGuigan, 2019). Por outro lado, enquanto membros da audiência no ambiente digital, partilham a ideia de que podem ser ao mesmo tempo audiências e criadores de conteúdo (Livingstone, 2013).

Os jovens são cativados por diferentes estratégias utilizadas pelos influenciadores, como a pseudointimidade construída por meio da partilha de conteúdos afetivos e emocionais e pela aura de autenticidade, que inclui parecer sincero, espontâneo, normal e semelhante aos seguidores. Nas suas narrativas, falam diretamente para a câmara com muito menos formalidade em relação à televisão; a sua estética é comumente marcada pela ironia, cinismo e irreverência para fazer rir; a sua linguagem é frequentemente marcada pelo atrevimento verbal, uso do grotesco e da emoção por meio de “palavrões” e a juventude é levada a sério em suas práticas, como base para comentarem a vida (Rincón in Félix, 2016). O formato que melhor representa essas características são os chamados *vlogs*, semelhantes a um diário em forma de vídeo em que os *youtubers* apresentam um monólogo, exibindo-se na frente da câmara e falando sobre questões pessoais, da vida quotidiana ou outros tópicos, muitas vezes tendo os seus quartos como cenário, ou mais raramente em estilo documentário (Aran, Biel, & Gatica -Perez, 2014; Bakioğlu, 2018).

Na caracterização de vídeos do *youtuber* sueco PewDiePie (frequentemente citado como o mais famoso do mundo) e do português Wuant (bastante popular entre os jovens em Portugal), Pereira et al. (2018) afirmam que referenciam frequentemente os seus estatutos enquanto celebridades digitais, propagam uma

cultura da Internet com o uso de expressões/palavrões em inglês e apresentam-se como companheiros dos seus seguidores em *vlogs* com tom confessional que misturam *stand-up comedy* e desafios. As suas performances são marcadas por uma apresentação eufórica, humor e *nonsense*, além de mudanças bruscas no tom da voz, no visual e nos efeitos sonoros. A estética dos vídeos incorpora uma edição sofisticada e dinâmica, que requer equipamentos profissionais e inclui no caso de Pewdiepie um estúdio *chroma key* que possibilita diferentes cenários digitais. Os autores afirmam que as razões dos adolescentes para gostar e seguir estes *youtubers* podem ser resumidas em três palavras: diversão, autenticidade e aprendizagem (especialmente sobre videogames). Os *youtubers* partilham a mesma linguagem que os seus jovens seguidores, promovem entretenimento e riso fácil, desafiam as normas de correção social e criam um ambiente de proximidade e intimidade muito apreciado. O público jovem cria, em contrapartida, uma interação parassocial e aprecia seguir essas personalidades e conversar sobre as mesmas com os seus pares (Pereira et al., 2018).

Nesta cultura digital do YouTube e de outros *sites* de redes sociais, os seguidores não são apenas testemunhas da 'autobiografia oblíqua' que os influenciadores constroem, mas também se sentem como participantes ativos nela. Goldsmith (2011) define o conceito como a exposição de pequenos detalhes quotidianos que revelam aspetos das suas personalidades, permitindo que os jovens seguidores se sintam conectados uma vez que são atualizados sobre com quem e onde estão os influenciadores, o que estão a fazer e quais são seus gostos e estilos pessoais (Marôpo, Jorge e Tomaz, 2020).

Neste contexto, estudos sobre influenciadoras digitais que tendem a privilegiar o foco em produtoras de conteúdos de beleza, moda e *lifestyle*, apontam a tensão entre autenticidade e comercialismo nas suas narrativas audiovisuais. Discutem também as pressões da economia neoliberal posfeminista que articula a identidade feminina a padrões pré-estabelecidos de feminilidade, beleza e sensualidade (Genz, 2014). Questões que parecem não despertar críticas na audiência jovem. Com base nos comentários aos conteúdos divulgados, estudos concluem que os seguidores (maioritariamente jovens do sexo feminino) veem estas produtoras de conteúdos como exemplos inspiradores de autoempendedorismo e celebram o seu crescente reconhecimento. Demonstram também sentir proximidade e reivindicam interações exclusivas, sentem-se compreendidos e pedem orientação sobre diferentes aspetos da vida quotidiana, enviam mensagens afetivas e elogiam o desempenho das influenciadoras. Mostram ainda frequentemente interesse por produtos e marcas exibidos nos vídeos e raramente criticam a mercantilização dos conteúdos (Abidin, 2013; Jorge, Marôpo & Nunes, 2018).



Balleys, Millerand, Thoër e Duque (2020) analisaram a produção e recepção de vídeos no YouTube por adolescentes. Concluíram que jovens produtores amadores se dirigem diretamente para a sua audiência de pares, discutindo as suas preocupações e problemas em declarações íntimas e confessionais nos conteúdos que produzem. Promovem, assim, a impressão de que estão a conversar com amigos, estimulando um processo de reconhecimento identitário em que criam um ‘nós’ binário marcado por afiliações de género (‘nós, raparigas’ vs. ‘nós, rapazes’). Enquanto audiência, os jovens demonstram uma ligação com os *youtubers* no sentido de ‘pertencerem a’ (sentem-se parte de uma comunidade formada pelos *youtubers* e seguidores) ou estarem ‘conectados com’ (mostram afeição pelos *youtubers*). Neste sentido, percebem os *youtubers* como disponíveis e comentam os vídeos para serem vistos e lidos e para aumentar o sentido de conexão. Mesmo quando não obtêm resposta, seu sentimento de intimidade persiste quando percebem os *youtubers* como genuínos e honestos. Além disso, desenvolvem um senso de comunidade entre amigos e demais seguidores. Os *youtubers* são vistos como figuras familiares e como amadores, e não como estrelas inacessíveis, mesmo quando se tornam celebridades. Entre as razões que apontam para seguir determinados *youtubers* está o facto de falarem das suas vidas pessoais e partilharem experiências, interesses e problemas. Balleys et al. (2020) concluem que, embora os *youtubers* falem de temas específicos como beleza ou videojogos, a audiência na verdade se conecta com a forma íntima e bem-humorada com a qual as histórias são narradas e com a oferta de soluções e conselhos para os problemas que enfrentam (e não propriamente com o tema apresentado).

Este sentimento de proximidade que desenvolvem com os *youtubers* e outros influenciadores digitais também parece influenciar o modo como as crianças e os jovens se apresentam e interagem nos media sociais (Khamis, Ang & Welling, 2017). Estudos atestam que os mais novos passam bastante tempo a ‘seguir’ a vida destas celebridades em plataformas como o Instagram e acabam por usar técnicas de autoapresentação semelhantes para conseguir visibilidade e popularidade, valorizadas como prova de distinção (MacIsaac, Kelly & Gray, 2018). Estes autores referem quatro características da socialização digital juvenil que parecem refletir a lógica preponderante nas plataformas de media sociais: (i) a importância de “conhecer” os outros e tornar-se conhecido/popular (‘celebrificação de si mesmo’), (ii) imitação da lógica das celebridades (o ‘eu’ como um produto à venda), (iii) percepção de estar sob vigilância constante (pressão para seguir padrões de beleza impostos) e (iv) interações vistas como entretenimento (escrutínio e fofoca em torno das postagens dos colegas).

Tendo em conta o contexto de plataformação da Internet, a ascensão dos influenciadores digitais e a sua relação com os seus seguidores predominantemente

jovens, analisaremos a seguir os resultados do projeto CIJED para discutir essas questões no que toca à realidade portuguesa.

## **O projeto CIJED e as culturas digitais juvenis no contexto de Setúbal**

Financiado pelo Instituto Politécnico de Setúbal (IPS), e tendo como parceiros a Universidade Católica Portuguesa e o Agrupamento de Escolas Sebastião da Gama (AESG), o projeto Competências de Informação para Jovens da Era Digital (CIJED) tem como objetivo central analisar o papel das tecnologias digitais nas vidas de crianças e jovens e a forma como obtêm conhecimentos sobre a realidade que os cerca. Inspirado na teoria do desenvolvimento cultural (Vygotsky, 1978), na perspetiva ecológica do desenvolvimento humano (Bronfenbrenner, 1979) e nos pressupostos da sociologia da infância (James & Prout, 1997), o estudo tem em atenção a forte influência dos ambientes envolventes no desenvolvimento infanto-juvenil e considera crianças e jovens como cidadãos de direitos, com voz e capacidade de ação.

Nesta perspetiva, procura responder a quatro questões: 1. Quais são os seus usos e práticas online especialmente nas redes sociais? 2. Como percebem a estrutura económica que envolve as redes sociais? 3. Como se relacionam com os influenciadores digitais e como constroem sentidos sobre estes e sobre os conteúdos que produzem? 4. Como pesquisam, avaliam e partilham conteúdos informativos sobre a realidade que os cerca?

Foram utilizados métodos quantitativos e qualitativos para melhor conhecer o ponto de vista das crianças e jovens sobre os seus usos e práticas digitais. Em relação à técnica quantitativa, foram aplicados inquéritos por questionário a um total de 429 alunos do 5.º ao 9.º, com idades entre 10 e 17 anos, durante o mês de novembro de 2020. Para a análise dos dados quantitativos, recorreu-se à participação de estudantes da Licenciatura em Comunicação Social da ESE/IPS matriculados na unidade curricular Matemática para a Comunicação Social (Delgado, Torres, Rodrigues & Mâropo, no prelo). A principal técnica usada foi a estatística descritiva, recorrendo à folha de cálculo (Excel) como um recurso que permite uma maior compreensão dos conteúdos e possibilita a obtenção, com alguma rapidez, de representações gráficas de conjuntos de dados (Silva, Lima & Vieira, 2018). Para a análise das perguntas abertas, foram seguidas as diretrizes da análise temática (Boyatzis, 1998): os tópicos mencionados pelos inquiridos foram agrupados em categorias similares que sintetizam os pontos mais frequentes. Em relação à técnica qualitativa, foram realizados

quatro grupos de foco (GF) com um total de 27 participantes do 5.º ao 9.º ano de escolaridade, entre novembro de 2020 e abril de 2021. Com duração em torno de uma hora, os GF aprofundaram as questões colocadas no inquérito em torno dos usos digitais e acerca da capacidade de reflexão crítica sobre o modelo de negócio das plataformas digitais, sobre os influenciadores e sobre a desinformação na Internet. Os dados foram discutidos com estudantes da unidade curricular Teorias e Modelos da Comunicação da Licenciatura em Comunicação Social da ESE/IPS e categorizados por meio de análise temática (Boyatzis, 1998) no programa informático MAXQDA.

O AESG, onde decorreu a investigação, situa-se na cidade de Setúbal, zona metropolitana de Lisboa. Com uma taxa de 26.5% dos estudantes que recorrem ao apoio estatal a famílias com necessidades económicas – chamado Ação Social Escolar – (a média nacional é de 39,4%) e com uma escolaridade média dos pais de 11,61 anos (no país apenas 43,8% da população tem 12 anos de escolaridade completa), o AESG está acima da média nacional tendo em conta estes dados considerados pelo Ministério da Educação para caracterizar o contexto socioeconómico das escolas.

Como resultado, foram delineadas ações de promoção da literacia mediática e digital – nomeadamente cinco workshops para estudantes (uma para cada ano de escolaridade do 5.º ao 9.º ano) e uma ação de formação de curta duração para professores (3 horas) – tendo em conta os resultados da investigação.

Neste capítulo, discutiremos de modo mais direto a questão nº 3 da investigação: “como os jovens se relacionam com os influenciadores digitais e como constroem sentidos sobre estes e sobre os conteúdos que produzem?”

Antes de respondermos a essa questão no próximo tópico, apresentamos alguns dados disponíveis no relatório final do projeto CIJED (Marôpo et al., 2021) que ajudam a melhor contextualizar as culturas digitais do grupo participante no estudo. Os *smartphones* são quase omnipresentes: 90% possuem aparelhos individuais e em média receberam o dispositivo por volta dos 9 anos. O telemóvel é bastante valorizado como um símbolo de ascensão ao mundo dos crescidos, como um recurso para a socialização, entretenimento e também para a aprendizagem (informal ou formal). Computadores, portáteis e tablets são frequentemente partilhados com outros membros da família, mas 1,6% dos estudantes afirma não ter acesso a nenhum desses equipamentos em casa. A grande maioria (89%) diz ter perfil em pelo menos uma rede social, sendo as mais populares o YouTube, o Instagram e o TikTok. O perigo mais referido quando estão *online* é, nas suas palavras, o *vício*. Relatam dificuldade em controlar o tempo *online* e conciliar com outras tarefas, mas também estratégias como desinstalar aplicações, afastarem-se de redes sociais ou desligarem as

notificações para lidar com esse e outros problemas como a pressão para corresponderem a padrões de beleza.

Sobre o conhecimento que as crianças e jovens possuem acerca da estrutura económica das redes sociais, 76% consideram que as redes sociais são um negócio para os seus donos. No entanto, não conseguem fazer uma clara distinção entre os criadores de conteúdos profissionais (influenciadores digitais) e as redes enquanto empresa. Para muitos, os influenciadores seriam os que mais lucrariam com as redes sociais. Neste sentido, percebem que o lucro advém da publicidade, mas não fazem referências ao modelo de negócio das plataformas digitais baseado na cooptação de dados dos utilizadores para atrair anunciantes. 61% ‘concorda totalmente’ ou ‘concorda’ que as redes sociais têm grande influência sobre os produtos que compram ou que gostariam de comprar. É importante ressaltar que uma percentagem significativa (25%) não reconhece os interesses económicos por trás das redes sociais.

É neste contexto de omnipresença dos smartphones e de outros dispositivos de acesso à Internet e de pouca clareza em relação ao modelo de negócio das plataformas de redes sociais, que as crianças e jovens contactam com os influenciadores digitais.

## Os influenciadores digitais na perceção das crianças e jovens

Conforme explicado acima, a maioria dos jovens participantes no estudo afirma que as redes sociais são um negócio e, embora não percebam claramente os mecanismos que utilizam para gerar lucro, compreendem em grande parte que o rendimento dos influenciadores advém da publicidade. Na resposta à pergunta “Na tua opinião, como os donos das redes sociais ganham dinheiro?” confundiram frequentemente os ‘donos’ das redes sociais com os influenciadores. Nestes casos, a maior parte das respostas destacava a publicidade ou patrocínio como fontes de renda dos influenciadores. Em menor número, as respostas referiam a própria atividade de produção de conteúdos, sem especificar como a mesma se reverteria numa fonte de rendimento.

**Tabela 1.** fontes de rendimentos dos influenciadores.

Exemplos de respostas que destacam a publicidade como fonte de rendimento dos influenciadores	Exemplos de respostas que destacam os conteúdos produzidos como fonte de rendimento dos influenciadores
‘Quando são pagos para fazer publicidade e metem à venda roupa original’.	‘Expondo a vida’.
‘Pela publicidade através de produtos’.	‘Produzindo bom conteúdo e tendo muitos seguidores’.
‘A fazer publicidade para outras marcas criando as suas próprias marcas’.	‘Produzindo bom conteúdo’.

'Com os patrocínios, presenças em certos lugares e projetos que eles criam'.	'Produzindo conteúdo interessante para outras pessoas'.
'Através de patrocínios das marcas de produtos e também pelo número elevado de visualizações'.	'Eles ganham dinheiro com as suas redes sociais e com as suas personalidades'.
'Fazendo as próprias parcerias e conteúdo'.	'Tendo bom conteúdo nos vídeos e visualizações e likes'.

Na pesquisa, perguntamos aos participantes sobre a sua concordância em relação a afirmações acerca do que seria um influenciador. Como mostra a Tabela 02, 54,8% concordaram que “um influenciador é um utilizador de media social que tem muitos seguidores” e 41,7% concordaram que “um influenciador é um utilizador de media social que lança tendências e modas”. A primeira afirmação foca-se na visibilidade e na popularidade e não inclui qualquer referência ao modo como os influenciadores obtêm retorno financeiro sobre o conteúdo que criam e publicam. A segunda afirmação destaca o tipo de influência que esses utilizadores exercem sobre os seus seguidores. Em consonância com esta afirmação, 61% dos entrevistados concordaram que os media sociais influenciam os produtos que compram ou gostariam de comprar, indicando que os jovens estão cientes de que os media sociais influenciam os seus hábitos e desejos de consumo.

As afirmações que se referiam mais diretamente às ligações comerciais dos influenciadores digitais foram selecionadas por menos entrevistados: 35,4% concordam que “um influenciador é um utilizador de media social que compartilha opiniões sobre produtos” e 27,5% concordam que “um influenciador é um utilizador de media social que é pago para postar conteúdo sobre marcas e produtos”. Assim, para os participantes, ser um influenciador está mais relacionado a obter visibilidade e popularidade nas redes sociais e criar conteúdo sobre o seu estilo de vida para influenciar as escolhas de consumo de seus seguidores. Por outro lado, a ideia de que os influenciadores são produtores profissionais de conteúdo, cuja receita é proveniente da publicidade, de parcerias com as plataformas digitais ou de contratos com marcas é menos reconhecida pelos jovens.

**Tabela 2.** Características que os inquiridos associam a 'influenciador digital'.

Características associadas a 'influenciador digital'	Número de inquiridos	% de inquiridos
Um utilizador de uma rede social que tem muitos seguidores	235	54,8%
Um utilizador de uma rede social que lança modas e tendências	179	41,7%
Um utilizador de uma rede social que dá a sua opinião sobre produtos	152	35,4%
Um utilizador de uma rede social que é pago para publicar conteúdos sobre marcas e produtos	118	27,5%

Nos grupos de foco também sobressai a ideia da popularidade e fama como primeiras características dos influenciadores (‘É uma pessoa conhecida, ya, famosa’ – Rapaz, 15, 9.º ano), que se destacariam como modelos de estilo de vida (‘É inspiração para muitas pessoas’ – . (Rapariga, 14, 9.º ano). A publicidade e os patrocínios são, em geral, vistos como uma recompensa pelo trabalho destes produtores de conteúdo ou como algo natural que garante a sua sobrevivência.

São pessoas que nós gostamos de ver e que nos influenciam, principalmente porque algumas nos aconselham a algumas coisas e influenciam-nos a escolher essas coisas. Normalmente são patrocinadas, mas acontece. Todos têm de ganhar o seu dinheiro. E são pessoas que também nos podem ajudar a tomar algumas decisões (Rapaz, 12, 7.º ano).

Em relação à pergunta do inquérito “tens influenciadores digitais preferidos? Se sim, indica três, por ordem de preferência, e explica porque gostas destes influenciadores.”, obtivemos um total de 266 respostas válidas. Ou seja, 62% dos respondentes indicaram pelo menos um influenciador de preferência. No total, foram indicados 164 diferentes influenciadores, um número bastante elevado, o que demonstra a grande pulverização dos conteúdos que os participantes consomem. Na grande maioria, estes influenciadores tornaram-se conhecidos pelos conteúdos que publicam nas suas redes sociais e não por outras atividades que desenvolvem (no desporto, na música ou no cinema, por exemplo), o que pode ser indicativo da consolidação do conceito de influenciador entre os jovens, que geralmente o percebem como alguém que é reconhecido especificamente como produtor de conteúdos digitais e não alguém que já é considerado uma celebridade em outras áreas.

As razões que apontam no inquérito para escolher um determinado influenciador prendem-se primeiramente com a diversão que proporcionam expressa através da valorização de “ser engraçado”, “fazer rir”, “alegrar o dia”, “contar boas piadas” etc. A identificação e admiração são também razões bastante citadas. Estas são expressas em elogios à performance e à personalidade dos influenciadores: “gosto do estilo e personalidade dela”; “eu acho que ele tem as opiniões corretas, e usa o Twitter como um bom palanque para expressar sobre as suas opiniões”; “ele é muito boa pessoa e não tem histórico de enganar o seu público”; “...é uma pessoa na qual me identifico bastante”, “concordo com várias ideias que ela defende e o facto de ser uma mulher inspira-me...”; “É uma *Youtuber* que consegue chegar-nos ao coração fazendo-nos ter mais autoconfiança”. Uma terceira razão apresentada tem a ver com o facto de terem interesses comuns sobre os quais gostam de aprender: “ensina-me astronomia”; “dicas de moda, maquilhagem e rotinas”; “é um grande youtuber que

nos ensina coisas”; “ele faz vídeos de minecraft e eu gosto de jogar minecraft”; “porque eu gosto muito de animais e o conteúdo dele é acerca de animais”.

No quadro abaixo apresentamos uma seleção dos influenciadores escolhidos pelos participantes no estudo e as razões apontadas para esta escolha.

**Tabela 3.** Influenciadores preferidos e razões de escolha.

Alexandria Ocasio-Cortez	Concordo com várias ideias que ela defende e o facto de ser uma mulher inspira-me, visto que também sou uma e sei que no meio de trabalho onde ela se encontra trabalham muitos mais homens que mulheres.
Billie Eilish	Minha cantora favorita.
Blackout	Porque joga bem Fortnite e ensina.
Charli D’amelio	É uma pessoa muito simpática. Porque é uma dançarina muito boa.
Cristiano Ronaldo	Gosto de o ver a jogar e acho que é o melhor. Porque eu no futuro tb quero ser futebolista.
Dylan O’Brien	Defende os direitos de todas as pessoas, é engraçado, respeita toda a gente e posta bom conteúdo.
Felipe Neto	Tem uma ideia assertiva da vida, e uma opinião forte sobre a política no Brasil. Eu acho que ele tem as opiniões corretas, e usa o Twitter como um bom palanque para expressar sobre as suas opiniões. Ele faz vídeos de minecraft e eu gosto de jogar Minecraft. Faz um ótimo conteúdo, veio de uma família humilde e hoje é dos maiores do mundo, faz vídeos de curiosidades, jogos, desafios, vlogs...
Findkaryna (Karyna Rangel)	Dá a sua opinião de forma livre, escreve textos autorais muito realistas e tem muita originalidade na sua vida; além do mais tem uma loja (find me house) com roupas únicas e magníficas.
Franciny Ehlke	Gosto de ver pessoas a fazer maquilhagem e gosto do estilo e personalidade dela.
Inês Rochinha	Dicas de moda, maquilhagem e rotinas.
James Charles	Lançou a sua marca de maquilhagem e várias tendências de moda.
Luana Santos	Porque fala sobre roupas giras e gosto dos vídeos dela.
Mafalda Creative	Acho que ela apresenta coisas muito engraçadas que me faz rir quando vejo os vídeos. Ela tem conteúdo para todas as idades e que me faz rir maior parte das vezes.
Mafalda Sampaio	Gosto muito desta influenciadora porque partilha o dia a dia dela de uma forma super gira e tem uma filha muito fofinha.
Messi	Gosto da maneira que ele joga e a motivação positiva dele.
Millie Bobby Brown	Porque é a minha ídola. Faz muitas parcerias com as marcas famosas.
Mr Beast	Adoro os vídeos dele porque envolvem desafios e doar dinheiro a pessoas que necessitam.

Renato Garcia	Primeiro <i>youtuber</i> q vi e eu me apaixonei pelos vídeos dele e meu sonho é conhecer ele. Ele é uma inspiração para mim.
	Muito humilde, consegue realizar-se e faz bem os vídeos.
Ric Fazeres	Ele é muito boa pessoa e não tem histórico de enganar o seu público.
	Porque é o meu <i>youtuber</i> favorito, faz vídeos de jogos que eu também jogo, é engraçado e gosto de ver as séries dele.
	É bastante engraçado e divertido, gosto bastante dos vídeos dele visto que são ligados à área do gaming.
	Porque acompanho o ric desde a minha infância inteira e ele sempre alegrou o dia.
Sea3po	É uma <i>youtuber</i> que consegue chegar-nos ao coração fazendo-nos ter mais autoconfiança.
Windoh	É um grande <i>youtuber</i> que nos ensina coisas e nos faz rir.
Wuant	Sempre me ajudou em tempos difíceis.
	É divertido.

Nos grupos de foco, foi possível aprofundar o debate sobre as razões que levam os participantes a seguir determinados influenciadores. Os argumentos foram coerentes com os dados coletados no inquérito e ajudam a acrescentar uma maior profundidade às respostas breves que obtivemos nos questionários. Em resumo, podemos afirmar que os influenciadores são valorizados pelo entretenimento que proporcionam, enquanto modelos de comportamento ou estilo de vida e como uma fonte de aprendizagem sobre assuntos de interesse dos seguidores.

Embora não questionem o modelo de negócio das redes sociais ou a dependência dos influenciadores da publicidade e dos patrocínios, os participantes do estudo demonstraram alguma reflexão crítica sobre diversos aspetos do discurso mercadológico dos influenciadores que não consideram corretos ou éticos. Criticam quando divulgam artigos cuja qualidade não justifica o preço na sua perspetiva:

Eu acho que, por exemplo, na compra, eles podem patrocinar produtos que não sejam tão bons quanto eles dizem e fazem parecer que é bom e nós depois gastamos o dinheiro e não é assim tão bom... (Rapaz, 12, 7.º ano)

Também questionam quando os títulos dos seus posts/vídeos não correspondem ao respetivo conteúdo ('Basicamente eles colocam um título que cause interesse, só para atrair mais pessoas e depois, na realidade, não acontece isso.' – Rapaz, 12, 7.º ano) ou quando fazem promoção de atividades ilegais como a divulgação de *sites* de apostas ou de negócios com criptomoedas e quando promovem produtos que consideram inadequados para a faixa etária dos seguidores.



E outra coisa que é má é que, às vezes, houve aqui um assunto há muito pouco tempo atrás que é sobre a criptomoeda, que nos levam a fazer coisas que são más, que supostamente não deviam estar a fazer” (Rapariga, 10, 5.º ano).

Já foram apanhadas várias pessoas com menos de dezoito anos, que apostavam nessas apostas curiosamente porque muitos *youtubers* e *instagrammers* faziam essas promoções’ (Rapaz, 13, 8.º ano).

Além destas críticas, um dos participantes (Rapaz, 13, 8.º ano) criticou os influenciadores por dizerem asneiras que não seriam aceites nos media tradicionais e sugeriu que deveriam abordar mais temas socialmente importantes como as alterações climáticas.

Outra reflexão crítica que se sobressaiu em diversos momentos dos grupos de foco foi a perceção de que a performance dos influenciadores na Internet não tem uma correspondência direta com as suas vidas *offline*, como exemplifica o depoimento abaixo.

(...) Nós não sabemos como é que eles são no exterior. Nós só vemos a vida que eles levam dentro das redes sociais e nós temos de nos mentalizar que a vida deles e aquilo que eles nos vão influenciar pode não ser a mesma coisa no mundo exterior, no mundo onde não há internet (Rapariga, 10, 5.º ano).

Embora provavelmente a maioria seja desconhecida do público adulto, alguns dos produtores de conteúdos referidos pelos jovens chegam a milhões de seguidores nas suas redes sociais e alcançam grande popularidade entre os jovens portugueses.

**Tabela 4.** Influenciadores mais referidos.

Colocação	Influenciador	Nº de referências
1	Felipe Neto	38
2	RicFazeres	23
3	Charli D’Amelio	22
4	Wuant	15
5	Addison Rae	14
6	Mafalda Creative	13
7	Cristiano Ronaldo	12
8	Renato Garcia	9
9	Billie Eilish	8
10	Franciny Ehlke	8

Com base no relatório final do projeto CIJED (Marôpo et al, 2021), podemos desvendar um pouco do universo dessas celebridades da Internet tendo em conta os dez influenciadores mais referidos.

Destes dez primeiros colocados, somente dois têm a sua popularidade originada em outras áreas de atuação, além da produção de conteúdos digitais: Cristiano Ronaldo, jogador de futebol português frequentemente considerado o melhor do mundo e também referido como o n.º 1 entre os influenciadores digitais internacionalmente (Visual Capitalist, 2021) e Billie Eilish, cantora pop americana, vencedora de prêmios Grammy e MTV, entre outros.

Todos os influenciadores mais citados estão presentes em múltiplas redes sociais, no entanto, iniciaram as suas carreiras especificamente no YouTube (Felipe Neto, RicFazeres, Wuant, Renato Garcia, Mafalda Creative e Franciny Ehlke) ou mais recentemente no TikTok (Charli D'Amelio e Addison Rae).

Há uma presença superior de influenciadores internacionais, nomeadamente brasileiros (Felipe Neto, Renato Garcia e Franciny Ehlke) e americanos (Charli D'Amelio, Addison Rae e Billie Eilish), do que de influenciadores portugueses (RicFazeres, Wuant, Cristiano Ronaldo e Mafalda Creative). Além da habitual influência cultural exercida pelos Estados Unidos, destacamos também a brasileira, especialmente por Felipe Neto, primeiro da lista, com distância considerável para o segundo mais referido.

Com exceção de Cristiano Ronaldo e dos *youtubers* RicFazeres (nascido em 1979) e Felipe Neto (nascido em 1988), os outros influenciadores têm idades muito próximas do seu público adolescente, sendo também menores de 19 anos (Charli D'Amelio, Addison Rae e Billie Eilish) ou estão na faixa dos 20 e poucos anos. Esta proximidade da idade parece facilitar a identificação: são jovens a falar para jovens.

No caso dos influenciadores que ficaram famosos devido à sua performance nas redes sociais (todos, menos Cristiano Ronaldo e Billie Eilish, como referido anteriormente), os seus conteúdos são essencialmente voltados ao entretenimento: jogos e/ou humor (Felipe Neto, RicFazeres, Wuant, Renato Garcia e Mafalda Creative), beleza e estilo de vida (Franciny Ehlke) e dança (Addison Rae e Charli D'Amelio). Em meio a esses conteúdos, revelam fragmentos das suas vidas e gostos pessoais ao mesmo tempo que divulgam produtos e marcas com frequência.

No meio destes temas aparentemente banais, por vezes surgem questões políticas e sociais. Felipe Neto tem sido uma voz crítica ao governo Bolsonaro no Brasil com grande repercussão nas redes sociais. Billie Eilish posicionou-se contra Donald Trump nas eleições americanas e declarou apoio a Joe Biden nas redes sociais. Charlie D'Amelio usou o símbolo da campanha Black Lives Matter como imagem de perfil da sua conta no TikTok. Estes conteúdos parecem ser uma forma inicial de

crianças e jovens contatarem com estas temáticas, referidas com alguma frequência nos grupos de foco.

Como eu sigo mais pessoas do Brasil, eu vejo mais notícias de lá, mas às vezes aparecem umas daqui e é dessa maneira que eu fico sabendo mais das coisas, porque eu não costumo ver muito o jornal (Rapariga, 12, 7.º ano).

## **Reflexões finais**

Este capítulo discutiu a emergência dos influenciadores digitais e o seu papel nas culturas digitais juvenis marcadas pela plataformação da Internet. Primeiramente, descrevemos o contexto e o investimento das plataformas de media sociais para transformar utilizadores comuns em produtores de conteúdos profissionais, servindo assim ao seu modelo de negócio baseado na venda de dados para publicidade direcionada. É possível perceber que a emergência dos influenciadores não aconteceu naturalmente como resultado do seu empreendedorismo individual, mas foi intensamente estimulada pelo YouTube, Instagram e TikTok, entre outras redes sociais.

Num segundo momento, discutimos sobre as características dos influenciadores digitais e sobre a sua relação com os seus seguidores, que são em grande parte jovens. Os influenciadores utilizam estratégias de micro-celebridade, pseudointimidade e humor, numa linguagem informal e atrevida para falar sobre experiências semelhantes às do seu público. Nesta perspetiva, são vistos como autênticos e próximos da sua audiência que, por vezes, desenvolve relações parassociais com os seus ídolos da Internet, a quem admiram e veem como exemplo. O discurso comercial dos influenciadores é imerso em seus conteúdos aparentemente espontâneos e amadores. Por esta razão, o endosso de marcas e produtos parece ter uma influência maior do que a publicidade tradicional.

Por último, apresentamos os dados do projeto de investigação Competências de Informação para Jovens da Era Digital (CIJED) desenvolvido em Setúbal, com crianças e jovens entre 10 e 17 anos. O objetivo foi discutir como se relacionam com os influenciadores digitais e como constroem sentidos sobre estes e sobre os conteúdos que produzem. Os resultados apontam para um uso generalizado dos smartphones e das redes sociais entre os participantes do estudo. Os influenciadores digitais são reconhecidos pelos participantes como alguém que conquista popularidade nos media sociais por meio dos conteúdos digitais que produzem, influenciando pessoas no que diz respeito ao seu estilo de vida. Por outro lado, constatou-se um menor

reconhecimento dos influenciadores enquanto alguém que produz conteúdos de forma profissional e cuja principal fonte de renda advém da publicidade.

Em consonância com a nossa revisão de literatura, os influenciadores são valorizados pelo entretenimento que proporcionam, enquanto modelos de comportamento ou estilo de vida e como uma fonte de aprendizagem sobre assuntos de interesse dos jovens. Os discursos dos jovens sobre os influenciadores frequentemente revelam uma relação de identificação, de admiração e de proximidade. A relação entre as plataformas de media social e os influenciadores não é questionada, nem a promoção de conteúdos comerciais por estes, mas são feitas críticas a discursos mercadológicos que não consideram corretos ou éticos. Alguns dos participantes nos grupos de foco também fizeram ressalvas em relação à linguagem de influenciadores que consideram pouco adequada (dizer palavrões, por exemplo) e lamentaram o facto de não discutirem temas que consideram importantes, como as alterações climáticas. Além disso, vários manifestam a percepção de que a atuação dos influenciadores nas redes sociais é uma performance diferente da vida real, revelando alguma capacidade de reflexão sobre os conteúdos que produzem, embora ao mesmo tempo elogiem a sua 'autenticidade'.

A lista de influenciadores preferidos referida pelos participantes no inquérito aponta para uma grande dispersão: foram citados 164 produtores de conteúdos no total. As escolhas em grande parte parecem correlacionar os interesses pessoais de crianças e jovens e as respetivas áreas de atuação dos produtores de conteúdo: desporto, *gamers*, moda e maquilhagem, pinturas ou animais, por exemplo. Por outro lado, o humor parece ser uma característica dos influenciadores bastante valorizada e que os faz populares entre seguidores com diferentes interesses.

A lista dos dez influenciadores mais seguidos inclui brasileiros (3), americanos (3) e portugueses (4) e é composta principalmente por jovens (entre adolescentes e jovens adultos) que iniciaram suas carreiras no YouTube ou TikTok com conteúdos voltados essencialmente ao divertimento. Todos utilizam estratégias comuns aos produtores de conteúdos digitais: partilha das suas vidas quotidianas e gostos pessoais ao mesmo tempo que divulgam os produtos e marcas que lhes garantem rendimentos. Por outro lado, promovem alguma visibilidade sobre questões políticas e sociais entre os seus seguidores, conforme constatámos nos grupos de foco.

Em conclusão, podemos afirmar que os influenciadores são uma parte importante das culturas digitais dos participantes no estudo. Estes, no entanto, revelam desconhecer o modelo de negócio das redes sociais e a sua relação com os produtores de conteúdos que ajudaram a promover. Neste sentido, em geral não questionam o discurso comercial ou a performance estratégica dos influenciadores para conseguir seguidores e visualização dos seus conteúdos. Questões que apontam para

a necessidade de promoção da literacia mediática entre os jovens profundamente inseridos neste ambiente digital datafocado e mercantilizado.

## Bibliografia

- Abidin, C. (2013). Cyber-BFFs: Assessing women's 'perceived interconnectedness' in Singapore's commercial lifestyle blog industry. *Global Media Journal Australian Edition*, 7(1). Disponível em: <https://www.hca.westernsydney.edu.au/gmjau/?p=217>
- Abidin, C. (2015). Communicative ♥ Intimacies: Influencers and perceived interconnectedness. *Ada: A Journal of Gender, New Media & Technology* 8. <https://doi.org/10.7264/N3MW2FFG>
- Abidin, C. (2018). *Internet Celebrity: Understanding Fame Online*. Emerald Publishing: Bingley.
- Andò, R. (2016). The ordinary celebrity: Italian young vloggers and the definition of girlhood. *Film, Fashion & Consumption*, 5 (1), 123–139.
- Aran, O., Biel, J. I., & Gatica-Perez, D. (2014). Broadcasting oneself: Visual discovery of vlogging styles. *IEEE Transactions on Multimedia*, 16 (1), 201–215.
- Bakioğlu, B. S. (2018). Exposing convergence: YouTube, fanlabour, and anxiety of cultural production in Lonelygirl15. *Convergence*, 24(2), 184–204. <https://doi.org/10.1177/1354856516655527>
- Balleys, C., Millerand, F., Thoër, C., & Duque, N. (2020). Searching for Oneself on YouTube: Teenage Peer Socialization and Social Recognition Processes. *Social Media + Society*, 6(2), 2056305120909474. <https://doi.org/10.1177/2056305120909474>
- Banet-Weiser, S. (2011). Branding the post-feminist self: girls' video-production and YouTube. In M. C. Kearney (Ed.) *Mediated Girlhoods: new explorations of girls' media culture* (pp. 277-294). PeterLang: New York.
- Boyatzis, R. (1998). *Transforming Qualitative Information: Thematic Analysis and Code Development*. London: Sage.
- Bronfenbrenner, U. (1979). *The Ecology of Human Development: Experiments by Nature and Design*. Cambridge: Harvard University Press.
- Bruns, A. (2006, June-July). Towards produsage: Futures for user-led content production. In F. Sudweeks, H. Fay, & C. Ess (Eds.). *Proceedings of the Fifth International Conference on Cultural Attitudes towards Technology and Communication* (pp. 1–10). Murdoch, W.A.: School of Information Technology, Murdoch University.
- Burgess, J. & Green, J. (2009). *YouTube e a revolução digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade*. São Paulo: Aleph.
- Campbell, C., & Farrell (2020). More than meets the eye: The functional components underlying influencer marketing. *Business Horizon* 63 (4), 469-479.
- Delgado, C., Torres, J., Rodrigues, M. R., & Marôpo, L. (2021). A aprendizagem da estatística de estudantes da Licenciatura em Comunicação Social alicerçada num projeto de investigação:

- potencialidades e desafios in *Anais/Atas do Seminário Cultura Digital e Educação na década de 20* (pp. 174-180). Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Setúbal. [http://projetos.ese.ips.pt/cde20/wp-content/uploads/2021/05/ATAS\\_do\\_CDE20\\_2021.pdf](http://projetos.ese.ips.pt/cde20/wp-content/uploads/2021/05/ATAS_do_CDE20_2021.pdf)
- Duffy, B. E., Pinch, A., Sannon, S., & Sawey, M. (2021). The Nested Precarities of Creative Labor on Social Media. *Social Media + Society*, 7(2), 20563051211021370. <https://doi.org/10.1177/20563051211021368>
- Eurointelligence (2019). *Generation Z, youtube and political accountability*, 25 de setembro de 2020. <https://www.eurointelligence.com/public/briefings/2019-09-25.html?cHash=7a2800f012f3ef41a19e1c0934d1c4fc>
- Félix, C. B. (2016). *Youtubers: entre la estrategia profesional y la calidad de los contenidos*. *Revista Zócalo*, 196. Disponível em [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:vce3xUXIiQgJ:www.academia.edu/28629696/Youtubers\\_entre\\_la\\_estrategia\\_profesional\\_y\\_la\\_calidad\\_de\\_los\\_contenidos+&cd=2&hl=pt-PT&ct=clnk&gl=br](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:vce3xUXIiQgJ:www.academia.edu/28629696/Youtubers_entre_la_estrategia_profesional_y_la_calidad_de_los_contenidos+&cd=2&hl=pt-PT&ct=clnk&gl=br)
- Gandini, A. (2021). Digital labour: an empty signifier? *Media, Culture & Society*, 43(2), 369–380. <https://doi.org/10.1177/0163443720948018>
- Genz, S. (2014). My job is me. *Feminist Media Studies*, 15(4), 545–561.
- Goldsmith, K. (2011). *Uncreative writing: Managing language*. New York, NY: Columbia University Press.
- Holland, M. (2017). How YouTube developed into a successful platform for user-generated content. In I. Eleá & L. Mikos (eds.), *Young & creative – digital technologies empowering children in everyday life* (pp. 53-64). Gotemburgo: Nordicom/University of Gothenburg.
- Hou, M. (2019). Social media celebrity and the institutionalization of YouTube. *Convergence*, 25(2), 534–553. <https://doi.org/10.1177/1354856517750368>
- Hudders, L., Jans, S. D., & Veirman, M. D. (2020). The commercialization of social media stars: a literature review and conceptual framework on the strategic use of social media influencers. *International Journal of Advertising*, 0(0), 1–49. <https://doi.org/10.1080/02650487.2020.1836925>
- Hund, E. & McGuigan, L. (2019). A Shoppable Life: Performance, Selfhood, and Influence in the Social Media Storefront. *Communication, Culture and Critique*, 12 (1) 18–35. <https://doi.org/10.1093/ccc/tcz004>
- Instagram (s/d): *Instagram for Business*. <https://business.instagram.com/getting-started>
- James, A., Prout, A. (Eds.) (1997). *Constructing and Reconstructing Childhood: Contemporary Issues in the Sociological Study of Childhood*. Routledge: Londres.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where new and old media collide*. New York: New York University Press.
- Jorge, A., Marôpo, L., & Nunes, T. (2018). ‘I am not being sponsored to say this’: a teen *youtuber* and her audience negotiate branded content. *Observatorio (OBS\*)*, Special issue on the co-

- option of audiences in the attention economy (12), 76–96. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15847/obsOBS0001382>
- Khamis, S., Ang, L., & Welling, R. (2017). Self-branding, “micro-celebrity” and the rise of social media influencers. *Celebrity Studies*, 8 (2), 191–208.
- Liebers, N. & Schramm, H. (2019). Parasocial Interactions and Relationships with Media Characters-An Inventory of 60 Years of Research. *Communication Research Trends* 38 (2), 4-31.
- Livingstone, S. (2013) The participation paradigm in audience research. *Communication. Review*, 16 (1-2). pp. 21-30.
- Locatelli, E. (2020). Influencers as socio-technical actors: mapping the paths of influence and the traces of the digital influencers’ system in Italy. *Journal of Sociocybernetics*, 17(1). [https://doi.org/10.26754/ojs\\_jos/jos.202013940](https://doi.org/10.26754/ojs_jos/jos.202013940)
- MacIsaac, S., Kelly, J. & Gray, S. (2018). ‘She has like 4000 followers!’: the celebrification of self within school social networks. *Journal of Youth Studies* 21 (6), 816-835. <https://doi.org/10.1080/13676261.2017.1420764>.
- Marôpo, L. & Jorge, Ana (2020). Literacia do youtube para crianças e adolescentes: uma agenda de intervenção in B. Guedes & B. Janiques de Carvalho (org.). *Infâncias, juventudes e debates emergentes em comunicação*. São Paulo: Pimenta Cultural.
- Marôpo, L., Jorge, A., & Tomaz, R. (2020). “I felt like I was really talking to you!”: intimacy and trust among teen vloggers and followers in Portugal and Brazil. *Journal of Children and Media*, 14(4), 22–37. <https://doi.org/10.1080/17482798.2019.1699589>
- Marôpo, L., Sampaio, I., & Miranda, N. (2018). Meninas no YouTube: Participação, celebração e cultura do consumo? *Estudos em Comunicação*, 1(26), 175–195.
- Marôpo, L., Delgado, C., Rodrigues, M. R., Torres, J., Dias, P., Ferreira, E. & Costa, A. M. (2021). *Projeto Competências de Informação para Jovens da Era Digital (CIJED) – Relatório Final*. [http://projectos.ese.ips.pt/cctic/wp-content/uploads/2021/07/ESE-IPS-cijed\\_p10.pdf](http://projectos.ese.ips.pt/cctic/wp-content/uploads/2021/07/ESE-IPS-cijed_p10.pdf)
- Marwick, A. E. (2015). You May Know Me from YouTube: (Micro)-Celebrity in social media. In P. D. Marshall & S. Redmond (Eds.), *A Companion to Celebrity* (pp. 333–350). John Wiley & Sons Inc.
- Marwick, A. E., & boyd, danah. (2010). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New Media & Society*, 13(1), 114–133. <https://doi.org/10.1177/1461444810365313>
- Pereira, S., Moura, P. F. R. de, & Fillol, J. (2018). The *Youtubers* phenomenon: what makes YouTube stars so popular for young people? *Fonseca, Journal of Communication*, 17, 107–123. <https://doi.org/https://doi.org/10.14201/fjc201817107123>
- Poell, T. & Nieborg, D. & van Dijck, J. (2019). Platformisation. *Internet Policy Review*, 8(4). <https://doi.org/10.14763/2019.4.1425>

- Raun, T. (2018). Capitalizing intimacy: New subcultural forms of micro-celebrity strategies and affective labour on YouTube. *Convergence*, 24(1), 99-113.
- Senft, T. M. (2013). Microcelebrity and the Branded Self. In J. Hartley, J. Burgess, & A. Bruns (Eds.), *A Companion to New Media Dynamics* (pp. 346-354). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118321607.ch22>
- Silva, M. S., Lima, R. S. N., & Vieira, A. R. L. (2018). Excel como recurso didático nas aulas de estatística. *Atas do 11.º Encontro Internacional de Formação de Professores – 12.º Fórum Permanente de Inovação Educacional*. <https://eventos.set.edu.br/enfope/article/view/9132/3951>
- Stehling, M., Vesnic-Alujevic, L., Jorge, A., & Marôpo, L. (2018). The co-option of audience data and user-generated content: The empowerment and exploitation of audiences through algorithms, produsage and crowdsourcing. In R. Das & B. Ytre-Arne, B. (Orgs.), *The Future of Audiences: a foresight analysis of interfaces and engagement* (pp. 79-99). London: Palgrave Macmillan.
- TikTok (s.d.): *TikTok Creator Fund*. <https://www.tiktok.com/creators/creator-portal/en-us/getting-paid-to-create/creator-fund/>
- Van Dijck, J., & Poell, T. (2013). Understanding social media logic. *Media and Communication*, 1(1), 2-14.
- Van Driel, L., & Dumitrica, D. (2020). Selling brands while staying “Authentic”: The professionalization of Instagram influencers. *Convergence*, 27(1), 66-84. <https://doi.org/10.1177/1354856520902136>
- Visual Capitalist (2021). *Generational Power Index*. <https://www.visualcapitalist.com/wp-content/uploads/2021/05/generational-power-index-2021-1.pdf>
- Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in society: the development of higher psychological processes*. London: Harvard University Press.
- Wang, Y. (2020). Humor and camera view on mobile short-form video apps influence user experience and technology-adoption intent, an example of TikTok (DouYin). *Computers in Human Behavior*, 110. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106373>
- YouTube (s.d.): *YouTube Partner Program overview & eligibility* <https://support.google.com/youtube/answer/72851?hl=en>



# JUVENTUDE, POLÍTICA E GÉNERO NA ARGENTINA (2015-2020): COMO A MOBILIZAÇÃO DAS MULHERES RECONFIGUROU A JUVENTUDE DOS PARTIDOS POLÍTICOS

*Alejandro Cozachcow*

## **Introduction**

This paper examines the relationships between young people's political mobilization and political parties by analyzing women's mobilization effects on political parties' youth wings over the last five years in Argentina (2015-2020). The discussion raised in this article is part of a broader research focused on the Argentinean case that studies the production of "youth" as a central issue in national political parties during the last decade.<sup>1</sup> Some of the major questions posed here include: How does the youth get involved in partisan politics? Which positions –in governmental appointments or elected offices, in party leadership or others– can be held by young people? How do party organizations deal with young political commitments by creating separated branches or by defining what is considered "youth"? How is the receptiveness of youth wings to social and political activism?

On June 3rd 2015, massive women mobilizations against femicide and gender violence took the streets and irrupted into Argentinean publica arena with the

---

1 "Young people and politics in Argentina: the production of the youth question in national parties between 2008 and 2019". Two-year Postdoctoral Fellowship granted by the CONICET (Nacional Council of Scientific and Technological Research). The study is part of the projects of the Research Group of Youth and Politics (Grupo de Estudios de Políticas y Juventudes – GEPoJu, Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires): PICT 201-0078 (2017-2010) "Youth militancy on democracy. A comparative study on political activism during democratic recovering (1982-1982) and the recent past (2008-2015)" PI: Melina Vázquez; UBACYT 20020190200397BA "Political cycles and youth militancy: political commitment figures and social and state productions (2008-2019)", Director: Melina Vázquez, Co-Director: Pablo Vommaro.

slogan “Ni una menos”.<sup>2</sup> This national experience became the epicenter of a *new wave* of feminism in Latin America during recent years, in countries like Uruguay, Chile, and Brasil as stated by Larrondo and Ponce (2019). These emerging activisms are also related to movements developed in other regions, like the #metoo movement started in North America. According to Elizalde (2018 & 2019), heterogeneous and broad women’s movement gained visibility and set a new gender-oriented agenda towards women’s rights with a marked presence of young women, who contributed to promoting this agenda within their political organizations.

Political parties and young people both play a critical role in contemporary democracies. Newer generations have been central in political mobilizations in Latin America and are also high on the agendas of national governments, political organizations, the academia, and the media, in terms of how they relate to politics. The relationship between young people and politics draws particular interest within the field of youth studies in the Ibero-American region (Benedicto & Feixa, 2015; Pampols & Castro Pozo, 2019). Research undertaken from a historical approach gathered valuable information on the rise of the youth. Works as the ones of Perez Islas (2004) or Martín Criado (2009) focused on the production of youth. Feixa (2006) takes account on the irruption of new generations into the public sphere. Moreover, over the last years, the study of young people’s political participation has been renewed by research into the emerging experiences of youth political activism in Latin America, as stated by Valenzuela (2015) and Vommaro (2019) in the broader context of global political mobilization (Pleyers, 2018). In Argentina, a specific configuration of youth politization was thrown into the picture over the last decade where the state settled as a legitimate sphere of militancy among young people in sharp opposition to previous periods in the country as pointed out by Vommaro (2013), Núñez (2017) and Vázquez (2015b). Vommaro (2013) points out that the field of youth studies in Argentina has a strong tradition in the study of political participation; yet, it was not until the last decade that researchers paid close attention to partisan activism. Research on recent youth participation in Argentinean political parties addresses issues such as the relation between militant practices and generations in different political organizations such as La Cámpora, studied by Vazquez & Vommaro (2012) or Propuesta Republicana, analyzed by Grandinetti (2015). Youth militancy in ruling parties was studied in Vazquez (2015), Rocca Rivarola, (2018) and Cozachcow (2020). Militants’ profiles from three political parties were addressed in Vazquez, Rocca Rivarola and Cozachcow (2018).

---

2 “Not a single one less”.

This research is centered on youth studies in Argentina, contributing to the perspectives that take account of the social production of youth, carried on by researchers as Perez Islas (2004) or Feixa (2006), and the generational approach developed by authors as Martín Criado (2009) or Leccardi and Feixa (2011). According to Vommaro (2014), it puts forward a multidimensional and situational analysis of youth regarding gender, age, territory, and social class. This perspective takes us to the consideration of *youth* as a constitutive dimension of meanings, disputes, and practices. Regarding the studies of political parties, the research is based on the socio-historical approach developed by Offerlé (1987) which focuses on the sociological constructions of political objects and on the genesis and plural uses of each institution, as stated by Gené and Vommaro (2011). The question addressing the relation between youth political mobilization and parties is answered, on the one hand, following theories of social movements research on their relationship with democracy and political parties (Della Porta & Diani, 2020; Halvorsen, 2020), and research on Argentinean politics (Vommaro & Gené, 2017), from societal theories of the relation between social life and the political system (Lipset & Rokkan, 1967; Ostiguy, 2009; Sawicki, 2011). On the other hand, such a question is answered looking at subnational politics (Mauro, Ortiz de Rozas & Paratz, 2016), considering the multi-scaled production of young political commitments, at a subnational, national, and global level. Gender is conceptualized as a cultural and relational produced category as defined by Scott (1986), and as one of main social inequalities among young people in Latin America according to Vommaro (2019). The present research proposes an interdisciplinary approach from youth studies, sociology, and political science.

Taking into account that between 2008 and 2010 there was a revitalization of youth militancy in the Argentinean political parties (Vazquez, Rocca Rivarola & Cozachcow, 2018:521), and the significant impact that women's mobilizations have made since 2015, this article attempts to explore the impact achieved on political parties' youth wings.

The temporary cut-off criteria are based on previous research which established that in Argentina, from 2008 to 2010, a specific youth politization process took place, noted for the revitalization of partisan militancy as it was analyzed in Vazquez, Rocca Rivarola and Cozachcow (2018). To advance on this idea, it is proposed that the change in the national government in 2015<sup>3</sup> and the emerging demands of the new youth since 2016 both influence how youth is produced. The research adopts a qualitative approach (Vasilachis de Gialdino, 2009) from a sociohistorical and

---

3 Center-right Mauricio Macri was elected president in 2015 until 2019 against Daniel Scioli, the candidate of former Peronist president Cristina Fernandez (2007-2011 and 2011-2015).

sociopolitical perspective. This allows analyzing comprehensively the modes of youth production in political parties and in the state, by identifying the relationships established between organizational narratives, between meanings and militant practices, between the social background of militants, and between public and academic narratives. Data collection strategies include three semi-structured interviews to young militants and party leaders,<sup>4</sup> five observations of political events and a survey on 14 documentary and journalistic sources. Regarding case selection, an ideologically heterogeneous group of political parties is analyzed. This has allowed carrying out a comparative analysis of how youth is produced and of the generational characteristics of the militant youth at a national and subnational level. Political parties are: the center-right party Propuesta Republicana (PRO); the historical party Unión Cívica Radical (UCR), now in the center-right coalition CAMBIEMOS with PRO; the center-left party Partido Socialista; the Trotskyist left coalition Frente de Izquierda y de los Trabajadores; the Peronist coalition Frente para la Victoria/Unidad Ciudadana/Frente de Todos, today's governing party (2019-2023).

This paper first gives a brief overview of the recent history of the relationship between young people's political mobilization and political parties' youth wings since the return of democracy in 1983 up to the present.<sup>5</sup> Then, it examines the emerging gender-oriented agenda between younger generations since the 2015 women's mobilizations. The third part discusses the main transformations observed on the political parties' youth wings in relation to this process, including organizational structures, internal agenda, generational experience of young women, actions taken to work against gender violence, ideological orientations and relationships between youth militancy and adult leadership during the 2018 abortion legalization debate at the National Congress, gender parity law, and young women running for elected office. The last section comments on the main findings revealed by the relations between social movements and political parties, and boundaries between political system and social life. The paper finally argues that, in Argentina, younger generations of women are reshaping political parties and advance on their ongoing struggle for social, economic and gender equity.

---

4 Questionnaires includes: configurations and reconfigurations of young militant spaces inside the parties; meanings produced on "youth"; main youth demands and how the parties are processing them; young candidatures; representations on youth policies.

5 Argentina was under a military dictatorship between 1976 and 1983.

## **Young people's political mobilization and political parties' youth wings in argentina (1983-2020): a changing relationship**

Youth political participation takes place simultaneously and with varying intensities in multiple fields, such as partisan politics, social movements, and student organizations. Historical, political, and social contexts explain the characteristics of this participation in different regions and periods. According to Feixa, “20th century’s history can be seen as the succession of different generations of young people breaking into the public arena to lead reforms, revolutions, wars, peace, rock, love, drugs, globalization or antiglobalization” (Feixa, 2006:3). Similarly, Manzano (2017) develops a historical approach to understanding the relationships between youth and politics in Argentina, claiming that “youth” as a category and political actor had relative importance during first half of the 20th century; yet, the establishment of an “age of youth” can only be identified from 1950s-1970s onwards. To gain greater insights into the nation’s recent political transformations, and as youth wings have come to light in Argentinean political parties at least since the beginning of the 20th century, this paper focuses on the current democratic period that began in 1983 when, after an eight-year dictatorship, the nation’s democracy was reestablished. This sets a scenario to study the political participation of younger generations under democratic regimes for almost forty years. In the field of youth studies in Argentina, significant research has been conducted to study the relations between youth and politics. In relation to this lengthy democratic process, at least four periods can be identified to fully understand youth political mobilization in Argentina taking into account the periodization pointed out in Vommaro (2013) and Vázquez, Vommaro, Nuñez and Blanco (2017). In each, partisan politics takes on different meanings as a legitimated or rejected arena among mobilized youth.

The so-called “transition” period can be dated between 1982 –a year before the end of the military government– and 1987. As stated by Vazquez and Larrondo (2020), young people’s political commitment has been reconfigured during that period. In 1982 the Argentinean military government declared war on the United Kingdom for the Malvinas Islands. The defeat against the UK accelerated the ending of the dictatorship, with a call to elections in 1983, where Raúl Alfonsín, the leader of Unión Cívica Radical<sup>6</sup> party, was elected president. Such atmosphere was marked by joy and enthusiasm with cultural and social liberalization and the reestablishment of political rights and freedom. The younger generations channeled this enchantment with democracy into political parties, human rights organizations,

---

6 UCR, along with Peronism, is one of the historic political movements in Argentina.

and student mobilization at schools and public universities. Lots of young people joined “Juventud Radical”, the youth wing of the ruling party at the time. Also, the youth organizations from the main political party of the Peronist movement, Partido Justicialista, was reestablished, and third parties formed during the period, such the center-left Partido Intransigente and the center-right Unión del Centro Democrático, were also meaningful to young people politically engaged. In addition, as was analyzed in Larrondo and Cozachcow (2017), a unique cooperation between the young leaders of almost all political parties was evident in those years: the Political Youth Movement (MOJUPO), which organized massive mobilizations supporting democracy or disapproving liberal economic reforms. The enchantment ended by 1987, where the government freed, under a general amnesty, imprisoned military officers convicted of human rights abuses. The economic crisis also contributed to citizen’s frustration with democracy. This led youth people to be politically disengaged with partisan politics, until the first years of the 21st century (Vázquez *et. al*, 2017).

The 1990s, where a Peronist government forced an ideological change of direction towards neoliberal policies, turning its back to the party’s traditional doctrine (Levitsky, 2003), partisan politics divorced most relevant youth mobilization experiences. As stated by Vázquez and Vommaro (2008), research produced in the period revealed that young people’s representations of traditional politics were negative, but those were years of political resistance to the state and criticism of representative democracy between young people politically mobilized. Political party’s youth wings were present during those years but were generally reduced to the selection of leadership in some cases, in a context where political institutions were discredited or lacked legitimacy. Even left parties, traditionally against a capitalist state and a representative democracy, were subject of this criticism voiced by young people, who preferred creating left-wing independent political organizations (Vommaro & Picotto, 2010). This prolonged neoliberal period lasted until the 2001 crisis, where youth political expressions led protests against the government, the state, and the parties.

After the economic crisis and the transitional government of Peronist leader Eduardo Duhalde in 2002, during the presidential period of Nestor Kirchner (2003-2007), political parties’ youth wings were not as important as in subsequent years. However, the re-legitimation of state authority and political institutions that characterized the presidency of Nestor Kirchner –a Peronist leader–, laid the foundations of what would happen later with young people’s political mobilization.

During the presidential periods of Cristina Fernández<sup>7</sup> (2007-2011/2011-2015), research on youth political participation shows that the newer generations

---

7 Current Argentina’s vice-president (2019-2023).

built a positive relationship with traditional political participation such as the that in political parties, as stated by Vazquez and Vommaro (2012), Grandinetti (2015), Mutuverría (2016), and Cozachcow (2020). According to Vazquez (2015), “youth” became a category that mobilized political commitment among young people. The government of Cristina Fernandez (2007-2015) also promoted, on the one hand, the creation of youth political organizations such as La Cámpora; on the other hand, youth public policy promoting youth political participation. Previous research on this period shows that between 2008 and 2010 there was a revitalization of youth militancy in Argentinean political parties, as stated in Vazquez *et. al.*, (2017). Some of the main relevant events of the period, such as the public funeral of former president Nestor Kirchner in 2010, where young participants had a major presence, showed that newer generations established different relationships with the government, the parties, and state institutions, compared to previous periods. This process was extended not only to the national ruling political party, but also to other major national political parties in the opposition. Main results of a previous study on youth militants in ruling parties during the period pointed out in Cozachcow (2020), showed that the form taken by the youth politization process inside the political parties in their articulations with the state led to a thematization of youth characterized by nominating “youth” as a positive value that can be assumed as a legitimation attribute and as a sign that expresses a juvenilization process. These articulations between party and state, that take on specific configurations regarding the opposition or government role of each party, express on legislative body with the promotion of “young” candidates and projects on youth policies. In addition, in the executive branch of the Argentinean government, youth policy offices tend to be disputed and assumed by the young militants of the governing parties as showed the research of Vazquez (2015) and Liguori (2019). This common characteristic can be observed in two opposite governments: that led by Peronist Cristina Fernandez (2007-2015) and that led by right-wing Mauricio Macri (2015-2019), revealing changing interrelations between militancy, youth, government, and party. Also, youth demands emerging in the period reshaped the internal agendas of the political parties in two sub-periods. Between 2008 and 2015, young militants made demands for the rights of institutionalized political participation, specifically since the enactment of an Act in 2012 aimed at extending the right to vote by lowering the voting age to 16 (although voting is only compulsory for those over 18). This led to a rise in legislative proposals on youth rights at the National Congress as stated in Cozachcow (2016). Since 2015, according to Elizalde (2019) efforts have centered on the public debate of gender violence, equality between women and men, gender parity, and the legalization of abortion for any reason up to 14 weeks of pregnancy.

This youth demands also influenced generational relations between young militants and adult leaders based on intergenerational tension or cooperation, as evidenced in the 2018 debate on abortion in the National Congress.

### **The emerging gender-oriented agenda and the new generations in argentina (2015-2020)**

On June 3rd, 2015, a massive demonstration joining over 300 thousand women was held in downtown Buenos Aires. The protest was organized on social media under the hashtags #NiUnaMenos (“Not one less”, meaning not one more woman lost to male violence), marching against the growing problems of gender violence in Argentina after a 14-year-old girl was found buried underneath her boyfriend’s house. According to Elizalde (2018), since this demonstration took place, calls for effective actions on crimes against women and calls for a cultural change were particularly visible. The author also states that this movement transcended the country’s borders, reaching other Latin America and European regions where massive marches were also held, positioning the concepts of femicide and feminism at the core of public discourse, in mass media, but also in social meetings. Also, that this movement gained full acceptance among young women, especially among middle-class high school and university students from urban areas. This new gender-oriented agenda that includes issues ranging from the legalization of abortion to the promotion of inclusive language as part of the struggle against gender inequality is produced in a context:

permeable to a discourse of rights – which girls live as their own – in the field of gender, sexual dissidence, pleasure, autonomy of bodies, and sexual and reproductive health, their participation in the social and media scenario has thus gained undoubted centrality [an increasingly prominent role] (*Idem*, 2018:173).

The author also underlines that this step forward results from the struggles waged by previous generations of mobilized women, and also from the collective action of this new generation concerning “street harassment, harassment and sexual harassment in social networks, at schools and universities, micro-machisms, and the enactment of an Act legalizing and decriminalizing abortion” (*Idem*, 2018:173). This emerging new generation views itself as a heiress of previous generations, and this process was conceptualized as/referred to as “the daughter’s revolution” (Peker, 2018 on Elizalde, 2019). According to Elizalde (2019), new female political genealogies



are emerging as part of the outcomes of this mobilization process. One of the public arenas where this process takes part includes political organizations, such as parties. This issue will be addressed in the next section.

## **Women's mobilization and transformations within political parties' youth wings**

Andrea, a 29-year-old leader from the Juventud Peronista, youth wing of the Peronist Partido Justicialista from Buenos Aires city, explains in an interview held in 2020 that her self-identification as a feminist is linked to the process described on the previous section:

At the beginning of the process were feminism become more central on the agenda, it's not that one day I said 'I felt like a feminist'. But one day somebody asked me, 'Are you a feminist?', and the truth is that if you ask me today, I say yes. First, I feel Peronist. As Peronism talks about living in a fairer society, so inevitably for me it is included.

The effects of this emerging agenda on political parties' youth wings can be seen in organizational structures and militant practices. Those are heterogenous processes that have been going through over the last years, with a different impact depending on each political party. Transformations are identified according to six dimensions related to what happens inside or outside youth wings.

### *Changes in youth wing structures*

The first one, in the structures of the youth wings, where two issues can be addressed: a) the election of female authorities, and b) gender parity in organizational leadership. The historic political party Unión Cívica Radical (UCR) has two youth branches: Juventud Radical and Franja Morada. The partisan Juventud Radical presidency was traditionally held by a man since 1983. In 2017, and for the first time, a woman was elected for a two-year period, and in 2019, a woman was again elected. The student organization Franja Morada is the most important political organization in Argentinean state-owned universities, as the presidency of the national federation of public university students, Federación Universitaria Argentina (FUA), has been in their hands since 1983. Women were not elected as main leaders; yet, note that in 2016, for the first time, a woman, Josefina Mendoza, was elected as the president

of the FUA, until 2018.<sup>8</sup> The center-left Partido Socialista (PS) also has two youth organizations: Juventud Socialista and Movimiento Nacional Reformista. In the student organization “Movimiento Nacional Reformista” (MNR), a young woman, Gisel Mahmud,<sup>9</sup> was elected for the first time in 2018 as the National Secretary. In 2021 she was elected as the first woman leading the partisan youth branch, Juventud Socialista, settled since 2010. In the center-right party Propuesta Republicana (PRO), also in 2018, a woman, Camila Crescimbeni, was elected as the national president of the youth wing Jóvenes PRO. Regarding the second transformation referred to above, i.e., gender parity in organizational leadership, a more complex issue though, some organizations such as the Juventud Socialista are moving in this direction. Its National Council has two members from each province; in most cases, one man and one woman. In other national youth wings, such as that of Partido Justicialista, reorganized at a federal level in 2019, this is an issue under discussion. In La Campora, since its foundation, main leaders comprise men and women. In some national parties, at a sub-national level, parity is also found among youth leaders, such as Nuevo Encuentro<sup>10</sup> in Moron<sup>11</sup> district, until 2016. The party managed to appoint two youth leaders (one male and one female) per neighborhood. Afterwards, the organization was unable to sustain parity regarding its passage to opposition. This led to a reorganization of the youth branch with one young leader for each vicinity, fundamentally because young activists had less time to engage in partisan tasks.

*Growing emphasis on gender-oriented issues in the internal agenda*

This second dimension is related to the internal agenda, where gender as an issue has become increasingly important. To illustrate this process, evidence from interviews and event observation in youth factions of the Partido Socialista (PS) will be examined. This center-left party has a long tradition of organizing specific youth events to train them as activists, such as week study groups or annual national and regional camps, where political discussions take place in workshops, debates, lectures with specialists and adult political leaders. Close links between young militants are also built. From 2014 to 2020, the gender issue has grown in importance when organizing the camps.<sup>12</sup> Between 2013 and 2015, gender was part of specific

---

8 Annex, Table 2, No. 1

9 Annex, Table 2, No. 2

10 Nuevo Encuentro is a center-left Peronist oriented organization, part of present-day Frente de Tod@s.

11 Moron is a local district on the urban metropolitan area surrounding Buenos Aires city.

12 List of events on Annex, Table 3.

optional workshops in national camps. Gender was also part of the wider subject “Social and Environmental Welfare” in one of the most relevant subnational youth factions of the party, from Santa Fe Province,<sup>13</sup> in the political program of 2014<sup>14</sup>. In the 28th national camp organized at the beginning of 2018, one of the resolutions of the plenary session was: “To encourage learning and stimulate discussion with male members with the aim of forging a more feminist Juventud Socialista”.<sup>15</sup> At the second national meeting also organized in 2018, women mobilization was central in lectures and debates. That year, at the youth camp in the province of Santa Fe, plenary lectures were given by eminent women who led those mobilizations. This process that here is described in the changes of the subjects of the events can also be seen from the perspective of young militants: “I completely disagree with gender committees on political parties”, says Anabella, a 30-year-old militant from Rosario city. From her viewpoint, the debate over gender must be held with party leaders, not in special committees: “I am against quotas for women. It does not have to be a PS discussion about the percentage. Let us no longer include gender workshops in the camp. Instead, let us do a workshop on abortion legalization, no more on gender. This broad perspective of “gender” started to grow in importance in the organization of debates.

### *Gender as a generational experience*

The third dimension refers to the generational experience of young women in political parties. In the words of Lucía, a 31-year-old former young leader of Partido Socialista from Rosario city, the idea of being part of a beginning of a change process is one of the main elements: “We are in a transition of having all male leaders. We are the transition; we are the generation where women begin to occupy those places”. Another key element of this process is the widespread perception that women are placed at a disadvantage in relation to men. According to Lucía: “It is much easier for male companions who carry out the same tasks as I do. You can feel and see that. This is discussed a lot within the party, and we talk about it”. This sense of disadvantage is linked to the idea that doing what is politically correct is not enough. Anabella agrees with Lucía on the persistence of gender inequalities: “I think there are certain positions for women because there must be, as an obligation. But gender discrimination remains there”. This generational identification

---

13 Partido Socialista controlled provincial government between 2007 and 2019.

14 Annex, Table 2, No. 3

15 Annex, Table 2, No. 4

is also based on the perception that younger generations –she is 31 and talks about younger people between 16 and 20– have different experiences in their militant practices, as expressed by Lucía: “I think young people from 16 to 20 is experiencing another way of doing politics”. The debates mentioned by Lucía also lead to greater understanding of the meaning of “gender”.

### *Measures against gender violence*

The fourth dimension relates to the actions taken in the organizations to fight against gender violence: internal protocols for violence detection and prevention, and measures such as expelling members if violence is perpetuated by them, and public communication of those events. This kind of measures seems to be relatively new in Argentinean partisan politics. In 2018, a female member of La Cámpora publicly reported that one of the leaders living in the province of Buenos Aires and member of the provincial senate committed sexual abuse against her. The young woman also accused the organization of covering up.<sup>16</sup> The accused leader replied through the mass media; he did not deny the charges, and was willing to accept the organization’s protocol, requesting leave of absence at the Senate. La Cámpora explained on its website the application of an internal protocol for the “detection of and approach to gender-based violence”, which aims at transforming practices in the organization: “Assuming a spirit that does not seek to be punitive, but to profoundly transform the structures of power relationships, men must go through processes of reviewing their practices, raising an awareness which allows starting a process of real/true deconstruction”.<sup>17</sup> The organization also publicly emphasizes the collective decision to advance on the process, regardless of the individual choice of the accused to communicate his intentions:

We assume the seriousness of the situation and have the political will and responsibility with our militants and the society as a whole to deepen the transformation of our organization, so that we can advance on the essential social changes; we need to consolidate true social justice in feminist terms.

The idea of a long-term process is also informed:

---

16 Annex, Table 2, No. 5

17 Annex, Table 2, No. 6

Understanding that, like any paradigm shift, this is a very difficult, hard, and painful process, which requires a general debate with a strong and real political will, not merely declarative, to eradicate male chauvinist practices once and for all. We recognize that all female militants have suffered the consequences of patriarchal logic. That is why we work on the deconstruction of men within the organization to advance on a generational transformation, so that no one else suffers from any kind of violence.

In Trotskyist left parties such as Partido Obrero, Movimiento Socialista de los Trabajadores or Partido Socialista de los Trabajadores Unificados (PSTU), a public debate over this issue was held in 2017. An anonymous blog posted the message “No more sexist violence in leftist parties”, in relation to sexual harassment accusations made against male members within the Partido Obrero.<sup>18</sup> The statement accused the organization of covering, due to the decision of not publicizing the names of the accused. Partido Obrero issued a statement with a response entitled: “A response to a provocation against Partido Obrero and its women workers plenary”.<sup>19</sup> Later, other parties such as the PSTU issued a statement regarding sexist violence on left Trotskyist-oriented political parties: “Regarding the cases of male chauvinism on left”.<sup>20</sup> This debates in connection with measures taken within political parties must be understood in terms of a wider phenomena where young women, such as actresses or band followers denounced gender-based violence.

### *The 2018 abortion debate: an emerging cleavage?*

The fifth dimension involves the abortion issue within political parties’ youth wings. As described before, in 2018, abortion legalization was debated and rejected in the National Congress after massive women marches.<sup>21</sup> Those pushing for reform wore green handkerchiefs which became the campaign’s recognizable flag across the entire region, as part of a pro-abortion “green wave”, in clear opposition to the “blue wave” of activists wearing the light blue of the Argentinean flag, who believe that allowing abortion is tantamount to murder. Indeed, four types of positions were laid out among youth wings: the “green ones” totally in favor (the majority); the ones who decided to officially include green and light blue (Jóvenes PRO, the youth wing of the center-right party PRO); organizations that intentionally decided not to adopt

---

18 Annex, Table 2, No. 7

19 Annex, Table 2, No. 8

20 Annex, Table 2, No. 9

21 In December 2020, after this paper was presented for review, the bill was approved.

a public position, such as the Juventud Peronista of the Partido Justicialista, where green and light blue ones co-exist; and, to a lesser extent, organizations against abortion.

The relationship developed between generations is a main issue dealt with in youth studies, as showed Leccardi and Feixa (2011). In political institutions and organizations, age is one of the main dimensions that structure power relationships between its members. Being *young* or *adult* depends on the political culture of the organization, its statutes, etc. Political debate in Argentina over legalizing abortion in 2018 and 2020 introduced a new ideological and social divide among generations. Argentina has a Bicameral Congress. The lower house the Argentinean National Congress, the Chamber of Deputies, is made up of 257 members elected for a four-year period with a proportional representation system every two years, where each province is allocated a certain number of representatives according to its population. According to the National Constitution, the minimum age to qualify as an elected member of the National Congress is 25. The upper house, the Senate, consists of 72 members elected to six-year terms, renewing its third part every two years. Members need to have reached at least 30 years old. Each province has three members regardless of population density, two for the majority and one for the second list with more votes. The Senate is a more conservative chamber, where the smaller provinces have more bargaining power. In some provinces, the constituency's values are more oriented to catholic religion. This was reflected in the 2018 voting, where the project was approved in June in the lower chamber but rejected in the Senate in August. Congress sessions were accompanied with massive mobilizations outside Congress in favor and against the bill seeking to legalize abortion. During these debates, the relation between youth wings and the adult leadership of political parties were characterized, in some cases, by *generational dispute* and, in other cases, by *generational articulation*.

During the lower chamber debate, the youth wing of the Partido Socialista, along with its adult leadership, organized a public campaign urging the representative Luis Contigiani to vote in favor or resign from his position.<sup>22</sup> The congressman voted against the project due to his religious position/beliefs. Young leaders of Partido Socialista organized a campaign in Twitter with the hashtag #LuisVotaAFavor with the aim of changing the vote, without success though. During the upper chamber debate, the youth wing of the Unión Cívica Radical also organized a campaign urging senators to vote in favor, where only three of the twelve senators of the party

---

22 Annex, Table 2, No. 10

voted in favor.<sup>23</sup> In both cases, during the public mobilizations outside Congress, the youth wings were protesting in favor of legalizing abortion, while most of their representatives voted against, clearly expressing this kind of *generational disputes*. In other cases, also during this debate, there was agreement between adult leaders and youth demands. During the Senate session, former president Cristina Fernandez (2007-2015) decided to change her historical position to vote in favor of the bill, arguing that the mobilization of young women made her change her mind: “It was the thousands of girls who took to the streets that made me change my mind”, she stated. Also, former senator Fernando “Pino” Solanas, who was historically in favor, expressed: “I speak on behalf of an Argentina that wants to end all fears and does not want a repressed youth. That glorious youth in the streets: a green wave of girls fighting for equal recognition of their rights”. And he added: “No one will be able to stop the wave of the new generation. It will be law; a law will be passed against all odds”.<sup>24</sup> A sort of *generational articulations* can be seen here between adults and young people, where younger generations can make senior leaders change their positions.

#### *Young women and their legislative careers at a national and subnational level*

Has this process opened up more opportunities for young women when starting their legislative careers during the period? Although this is a very complex question to answer, and further quantitative research is will be required, this sixth dimension attempts to show some key elements from a preliminary analysis of the political careers of young women at a national and subnational level in the 2017 and 2019 elections. During previous elections, from 2011 to 2015, leaders of the youth wings of the governing party on those districts were elected mostly because of their previous career as youth leaders rather than because of their gender. In 2017 Josefina Mendoza was elected to the lower chamber as part of the CAMBIEMOS governmental coalition, as the youngest representative in the history with the minimum age of 25. As explained before, she was a young leader in the Unión Cívica Radical party, and former president of the university student’s national organization.

At the end of 2017, the National Congress passed a law on gender parity in representative institutions, stipulating that: “political parties must run as many women candidates as men, guaranteeing 50 per cent female representation at the National Congress and Mercosur Parliament”.<sup>25</sup> As Freidenberg (2020) stated on the

---

23 Annex, Table 2, No. 11

24 Annex, Table 2, No. 12

25 Annex, Table 2, No. 13

analysis of the Mexican case, gender quotas improve women political representation. This new institutional basis for the representation of Argentina lawmakers at Congress must be considered regarding the access of young women to legislative careers.

In 2019, in the CAMBIEMOS list for the national lower chamber, Camila Crescimbeni, a pro-choice representative of Buenos Aires province and former president of Jóvenes Pro Nacional, and Dina Rezinovsky, a pro-life representative of Buenos Aires city, were elected. In the Frente de Tod@s list of Buenos Aires city, Paula Penacca, a member of La Cámpora, was elected in the second position of the list. At the subnational level, in Buenos Aires city legislature, in the Frente de Tod@s list, Lucía Cámpora, member of La Cámpora and a former Peronist student youth leader, and Ofelia Fernandez, were elected. Ofelia is the youngest member of the city legislature in Argentinean history, with only 19 years old. She was a former high school student leader and was elected in 2020 as one of the most important youth leaders of the world by Time magazine with the heading: “*Latin America’s Youngest Lawmaker Is Fighting to Expand Abortion Access—While Working Out of Her Mom’s Living Room*”.<sup>26</sup> In the lower chamber of the province of Santa Fe, youth leaders of the Partido Socialista were elected: Gisel Mahmud, 10th position and Lionela Cattalini, 15th positions in the candidate list. Recently, a gender parity project was approved in this provincial lower chamber.

## Conclusions

The analysis developed in this article advanced on analyzing the impact of recent women’s mobilization in political parties’ youth wings from Argentina, examining six dimensions: 1) *transformations in the organization structure*; 2) *growing emphasis on gender-oriented issues in the internal agenda*; 3) *gender as a generational experience*; 4) *measures taken against gender violence*; 5) *the abortion legalization debate as an emerging social divide*; 6) *young women and their legislative careers*. Each of those dimensions has allowed describing empirically the impact exerted by this mobilization process, a necessary step towards the settlement of some key issues related to youth studies, political science, and sociology.

In the first place, following Della Porta & Diani (2020) and Halvorsen (2020), social movement theory inquiries about the relation between contentious politics and the state, political parties and democracy. Women’s mobilization in Argentina

---

26 Annex, Table 2, No. 14



since 2015 started with the protest against the assassination of a young woman and continued with massive and sustained collective actions for the last five years, promoting transformations at the core of political organizations, such as the youth wings of parties that we have analyzed in this paper. This leads to the question of the relationship between youth and politics, and more specifically, to the question of political engagement and the relation between young people's political mobilization and partisan politics. As described in the second section of this paper, *Young people's political mobilization and political parties' youth wings in Argentina (1983-2020): a changing relationship*, the connection between political parties and young people is dynamic and changing, in view of the historical context studied. Over the last five years, the interaction between the internal dynamics of political parties' youth wings and women's mobilization shows that contentious politics and youth collective actions are not divorced from partisan politics.

In the second place, the boundaries between political system and social life – following Vommaro & Gené (2017) can be addressed/can be further examined. The actions taken against gender violence mostly represent a response to accusations from young women of the parties against adult/senior male leaders. Such accusations were made in other settings, such as rock concerts, where young fans accused musicians of violence; television and theater settings, where young actresses accused actors and directors of sexual abuse; or at universities, where female students reported crimes committed against them by other male students or professors. Those boundaries can also be analyzed in connection with the abortion legalization debate that took place in 2018, where personal, moral, and political positions on this issue sparked off a dispute that can be analyzed as an emerging generational divide. The abortion debate is particularly relevant as the Argentinean president Alberto Fernandez, who expressed himself in favor of the abortion act during his presidential campaign in 2019, brought a new bill to the floor in December 2020, similar to the one rejected in 2018.

In the third place, a classic subject of youth studies can be dealt with: political mobilization of younger generations and their ability to produce social transformations. Adultcentrism and patriarchy are key elements to characterize asymmetrical power relations between young and adults and men and women in general, particularly, in partisan politics. The description provided in this paper shows that young women's mobilization is reshaping political parties; however, many inequalities and disputes remain unchanged. This can be seen in the relations between generations in different parties, leading, in some cases, to *generational articulations*, where adults/senior leaders changed their positions or endorsed youth militancy, and in other cases, to a *generational conflict* between youth and adults, and also between the

youth militancy of some parties with different positions, as in the abortion legalization debate.

In the fourth place, this paper leaves some pending issues for further research. The analysis of the reactions against women's mobilization among young people, specially between the light blue ones and catholic and evangelic youth, and also between libertarians, against this gender-oriented agenda, must be highlighted to gain greater insights into the complexities of the phenomenon. A thorough analysis of gender inequalities and the roles played in the political parties' youth wings is required to advance on the study of youth people's political participation from a multidimensional approach as the one described by Vommaro (2014 & 2019), and on the persisting gender-oriented demands within partisan youth activism during pandemics, especially the approval of the abortion legalization bill in December 2020.

To sum up, this paper attempted to approach political mobilization from a national perspective, related to regional and global youth activism in a gender-oriented agenda, which allowed, in this case, advancing in the study of the relation between young people's demands and political parties, as a key issue in contemporary democracies.

## References

- Benedicto, Jorge & Feixa, Carles. (2015) "Los estudios sobre la juventud en España: Pasado, presente, futuro". *Revista de Estudios de Juventud* (110).
- Cozachcow, Alejandro. (2016) "La construcción de la juventud como problemática de política pública en la Argentina: análisis de iniciativas de legislación sobre juventudes entre 1983 y 2015". *Universitas*. vol. n°24. 197 – 223.
- Cozachcow, Alejandro. (2020) *Juventudes militantes en partidos en el gobierno*. Tesis Doctoral, Buenos Aires: UBA.
- Della Porta, Donatella., & Diani, Mario. (2020). *Social movements: An introduction*. Oxford, Blackwell Publishing.
- Elizalde, Silvia. (2018). "Contextos que hablan. Revisiones del vínculo género/juventud: del caso María Soledad al #niunamenos". *Ultima década*, 26(50), 157-179.
- Elizalde, Silvia. (2019). "Hijas, hermanas, nietas: genealogías políticas en el activismo de género de las jóvenes". *Revista Ensamblés*, (8), 86-93.
- Feixa, Carles. (2006), "Generación XX. Teorías sobre la juventud en la era contemporánea". *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*. Vol. 4 n° 2.

- Feixa Pàmpol, Carles., & Urteaga Castro-Pozo, Maritza. (2019). "Is There an Ibero-American "Youthology"? A Conversation". *Youth and Globalization*, 1(2), 307-314.
- Freidenberg, Flavia. (2020) "La revolución silenciosa: de cómo las reglas que obligan a la paridad de género pueden mejorar la representación política de las mujeres en México", en Coello Clicerio y Felipe de la Mata. Eds. *Perspectivas del Derecho Electoral*. México, IBIJUS
- Gené, Mariana. & Vommaro Gabriel. (2011) "Presentación. Por una sociología de lo político". En Offerlé, M., *Perímetros de lo político: contribuciones a una socio-historia de la política*. Buenos Aires, Antropofagia.
- Grandinetti, Juan., (2015). " 'Mirar para adelante.' Tres dimensiones de la juventud en la militancia de Jóvenes PRO". En Vommaro, G. y Morresi S. (coords.) *Hagamos equipo: Pro y la construcción de la nueva derecha en Argentina*. Universidad Nacional de General Sarmiento, Argentina.
- Halvorsen, Sam. (2020), "Territorialising Movement Parties: The Case of Nuevo Encuentro in Buenos Aires". *Antipode*, 52: 1710-1730.
- Larrondo, Marina. & Cozachcow, Alejandro (2017). "Un llamado a la unidad. La experiencia del Movimiento de Juventudes Políticas (MOJUPO) en la transición a la democracia". En Vázquez, Melina., Vommaro, Pablo., Núñez, Pedro. & Blanco, Rafael. (2017) (Coords.). *Militancias juveniles en la Argentina democrática. Trayectorias, espacios y figuras de activismo*. Buenos Aires, Imago Mundi.
- Larrondo, Marina., & Ponce, Camila. (2019). "Activismos feministas jóvenes en América Latina. Dimensiones y perspectivas conceptuales". *Activismos feministas jóvenes: emergencias, actrices y luchas en América Latina*. Buenos Aires, CLACSO, 21-38.
- Leccardi, Carmen. & Feixa, Carles. (2011). "El concepto de generación en las teorías sobre la juventud". *Última Década* n°. 34.
- Levitsky, Steven. (2003). *Transforming Labor-Based Parties in Latin America. Argentine Peronism in Comparative Perspective*. Cambridge, University Press.
- Liguori, Mariana. (2019). *Juventudes y Estado durante la recuperación democrática en Argentina: un estudio acerca de las instituciones nacionales de juventud (1982-1989)*. Tesis de maestría. UBA.
- Lipset, Seymour & Rokkan, Stein. (1967). *Party Systems and Voter Alignments*. Nueva York: Free Press
- Martín Criado, Enrique. (2009). "Generaciones/clases de edad". En R. Reyes (Dir.), *Diccionario Crítico de Ciencias Sociales. Terminología Científico-Social*. Madrid-México, Ed. Plaza y Valdés.
- Mauro, Sebastián, Ortiz de Rozas, Victoria & Paratz, Martín (2016). *La política subnacional en Argentina. Enfoques y problemas*. Buenos Aires, UBA.
- Manzano, Valeria. (2017) *La era de la juventud en Argentina: cultura, política y sexualidad desde Perón hasta Videla*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- Mutuverría, Marcos. (2016). "Militantes y Estado". *Prácticas de Oficio*, v.2., n°.18. IDES.

- Núñez, Pedro. (2017) "Sensibilidades, derechos y participación juvenil en el escenario político. Itinerarios de investigación y agendas de discusión". *Ciudadanías. Revista de Políticas Sociales Urbanas*. n° 1, 1er Semestre.
- Offerle, Michell (1987) *Los partidos políticos*. Chile, LOM Ediciones [2004].
- Pérez Islas, J.A. (2004), Historizar a los jóvenes. Propuesta para buscar los inicios. En Pérez Islas, J. A. & Urteaga, M. (Coords.), *Historia de los Jóvenes en México. Su presencia en el Siglo XX*, SEP-IMJ/AGN, México, pp. 17-32.
- Pleyers, Geoffrey. (2018). *Movimientos sociales en el siglo XXI: perspectivas y herramientas analíticas*. Buenos Aires, CLACSO.
- Rocca Rivarola, Dolores. (2018). "Sentidos de la militancia en Argentina y Brasil: análisis de los significados asignados al compromiso político en tres generaciones de militantes". *Ánfora: Revista Científica de la Universidad Autónoma de Manizales*, 25(44), 205-231.
- Sawicki, Frederic. (2011). "Para una sociología de los entornos y las redes partidistas". *Revista de sociología*. n°. 25.
- Scott, Joan. (1996). "El género: Una categoría útil para el análisis histórico". En: Lamas Marta Compiladora. *El género: la construcción cultural de la diferencia sexual*. PUEG, México. 265-302p.
- Valenzuela Arce, Juan Manuel (2015) (Coord.) *El sistema es antinosotros. Culturas, movimientos y resistencias juveniles*. México, UNAM/COLEF/GEDISA
- Vasilachis de Gialdino, Irene (2009). "Ontological and Epistemological Foundations of Qualitative Research". *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 10(2).
- Vázquez, Melina. & Vommaro, Pablo. (2012), "La fuerza de los jóvenes: aproximaciones a la militancia kirchnerista desde La Cámpora". En Pérez G. & Natalucci A. (comps.) *Vamos las bandas*". *Organizaciones y militancia kirchnerista*, Buenos Aires, Nueva Nueva Trilce.
- Vázquez, Melina. (2015) "Del que se vayan todos a militar por, para y desde el Estado. Desplazamientos y reconfiguraciones del activismo y las causas militantes luego de la crisis de 2001 en Argentina" en Jose.M. Valenzuela Arce (Coord.) *El sistema es antinosotros. Culturas, movimientos y resistencias juveniles*. México, UNAM/COLEF/GEDISA
- Vázquez, Melina., & Larrondo, Marina. (2020). "Transiciones". *Desarrollo Económico. Revista de Ciencias Sociales*, 88-117.
- Vázquez, Melina., Rocca Rivarola, Dolores. & Cozachcow, Alejandro. (2018) "Compromisos militantes en juventudes político-partidarias (Argentina, 2013-2015)". *Revista Mexicana de Sociología*. Vol. 80, n°3, pp- 519-548.
- Vázquez, Melina., Vommaro, Pablo., Núñez, Pedro. & Blanco, Rafael. (2017) (Coords.). *Militancias juveniles en la Argentina democrática. Trayectorias, espacios y figuras de activismo*. Buenos Aires, Imago Mundi.
- Vommaro, Gabriel., & Gené, Mariana. (2017). *La vida social del mundo político. Investigaciones recientes en sociología política*. Los Polvorines, UNGS.

- Vommaro, Pablo. (2013). "Balance crítico y perspectivas acerca de los estudios sobre juventudes y participación política en la Argentina (1960-2012)". *Sudamérica Revista de Ciencias Sociales*, (2), pp. 91-130.
- Vommaro, Pablo. (2014). "Juventudes, políticas y generaciones en América Latina: acercamientos teórico-conceptuales para su abordaje". *En busca de las condiciones juveniles latinoamericanas*. COLEF-CINDE Manizales-CLACSO, Tijuana, México.
- Vommaro, Pablo. (2019). "Desigualdades, derechos y participación juvenil en América Latina: acercamientos desde los procesos generacionales". *Revista Direito e Práxis*, 10(2), 1192-1213.

## Annex

Table 1: List of interviews

Interview	Name	Date	Age	Party	Role
1	Andrea	July 2020	29	Partido Justicialista	Youth leader
2	Lucía	July 2016	31	Partido Socialista	Former youth leader
3	Anabella	July 2016	30	Partido Socialista	Youth militant

Table 2: Documentary sources

N	Title	Publisher	Date Published	Link	Access-date
1	Quién es Josefina Mendoza, la diputada nacional más joven de la historia	Infobae	Dec-17	<a href="https://www.infobae.com/politica/2017/12/10/quien-es-josefina-mendoza-la-diputada-nacional-mas-joven-de-la-historia/">https://www.infobae.com/politica/2017/12/10/quien-es-josefina-mendoza-la-diputada-nacional-mas-joven-de-la-historia/</a>	Oct-20
2	Gisel Mahmud Diputada Provincial	Partido Socialista	2020	<a href="https://dipsocialistas.org/diputado/gisel-mahmud/">https://dipsocialistas.org/diputado/gisel-mahmud/</a>	Oct-20
3	Programa Político – Juventudes Socialistas Santa Fe	Partido Socialista	Nov-14	<a href="https://issuu.com/juventudsocialistasf/docs/prog_pol_js_santa_fe_2014_pdf">https://issuu.com/juventudsocialistasf/docs/prog_pol_js_santa_fe_2014_pdf</a>	Oct-20
4	Balance político del 28 Enero Socialista en Yala, Jujuy	Partido Socialista	Jan-17	<a href="http://www.partidosocialista.com.ar/balance-politico-del-28o-enero-socialista-en-yala-jujuy/">http://www.partidosocialista.com.ar/balance-politico-del-28o-enero-socialista-en-yala-jujuy/</a>	Oct-20
5	Finalmente, pidió licencia el senador de La Cámpora denunciado por abuso sexual	Tiempo Argentino	May-19	<a href="https://www.tiempoar.com.ar/nota/finalmente-el-senador-de-la-campora-denunciado-por-abuso-sexual-pidio-licencia">https://www.tiempoar.com.ar/nota/finalmente-el-senador-de-la-campora-denunciado-por-abuso-sexual-pidio-licencia</a>	Oct-20
6	Comunicado de La Cámpora	La Campora	Dec-18	<a href="https://www.lacampora.org/2018/12/18/comunicado-de-la-campora-2/">https://www.lacampora.org/2018/12/18/comunicado-de-la-campora-2/</a>	Oct-20
7	Basta de violencia machista en los partidos de izquierda. Con violadores en nuestras filas no vamos a construir el socialismo	Anonymous	Sep-17	<a href="https://porunaizquierdaantipatriarcal.wordpress.com/">https://porunaizquierdaantipatriarcal.wordpress.com/</a>	Oct-20
8	Respuesta a una provocación contra el PO y el Plenario de Trabajadoras	Prensa Obrera	Sep-17	<a href="https://prensaobrera.com/mujer/respuesta-a-una-provocacion-contrael-po-y-el-plenario-de-trabajadoras/">https://prensaobrera.com/mujer/respuesta-a-una-provocacion-contrael-po-y-el-plenario-de-trabajadoras/</a>	Oct-20
9	Ante los casos de machismo en la izquierda	Partido Socialista de los Trabajadores Unificado	Aprox 2017	<a href="https://www.pstu.com.ar/ante-los-casos-machismo-la-izquierda/">https://www.pstu.com.ar/ante-los-casos-machismo-la-izquierda/</a>	Oct-20

10	#LuisVotáAFavor Carta Abierta al Presidente del Bloque del Partido Socialista de la Cámara de Diputados ante la votación de la Ley de Aborto Legal, Seguro y Gratuito	Juventud Socialista	Jun-18	<a href="https://www.facebook.com/JuventudSocialistaArg/posts/1678296008951089/">https://www.facebook.com/JuventudSocialistaArg/posts/1678296008951089/</a>	Oct-20
11	La Juventud Radical reclama a sus senadores que voten a favor del aborto legal	Perfil	Aug-18	<a href="https://www.perfil.com/noticias/politica/la-juventud-radical-reclama-a-sus-senadores-que-voten-a-favor-del-aborto-legal.phtml">https://www.perfil.com/noticias/politica/la-juventud-radical-reclama-a-sus-senadores-que-voten-a-favor-del-aborto-legal.phtml</a>	Oct-20
12	El histórico discurso de Pino Solanas en el debate por el aborto que se hizo viral: "Será Ley, contra viento y marea"	Infobae	Nov-20	<a href="https://www.infobae.com/politica/2020/11/07/el-historico-discurso-de-pino-solanas-en-el-debate-por-el-aborto-que-se-hizo-viral-sera-ley-contra-viento-y-marea/">https://www.infobae.com/politica/2020/11/07/el-historico-discurso-de-pino-solanas-en-el-debate-por-el-aborto-que-se-hizo-viral-sera-ley-contra-viento-y-marea/</a>	Nov-20
13	LEY 27412 PARIDAD DE GÉNERO EN ÁMBITOS DE REPRESENTACIÓN POLÍTICA	Argentinean State	Nov-17	<a href="https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/ley_27412_paridad_de_genero_en_ambitos_de_representacion_politica.pdf">https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/ley_27412_paridad_de_genero_en_ambitos_de_representacion_politica.pdf</a>	Oct-20
14	Latin America's Youngest Lawmaker Is Fighting to Expand Abortion Access—While Working Out of Her Mom's Living Room.	Time Magazine	Oct-20	<a href="https://time.com/collection-post/5896373/ofelia-fernandez-next-generation-leaders/">https://time.com/collection-post/5896373/ofelia-fernandez-next-generation-leaders/</a>	Oct-20

Table 3: List of events observed in the Socialist Party

N	Date	Type	Event	Place
1	Jan-13	National Camp	24 Campamento Nacional de las Juventudes Socialistas de Argentina	Paraná, Entre Ríos
2	Jan-15	National Camp	26 Campamento Nacional de las Juventudes Socialistas de Argentina	Mar del Plata, Buenos Aires
3	Sep-16	Provincial Camp	Campamento Provincial JS Santa Fe	Cañada de Gómez, Santa Fé
4	Jan-17	National Camp	28 Campamento Nacional Juventudes Socialistas de Argentina	Yala, Jujuy
5	Sep-18	Provincial Camp	Campamento Provincial JS Santa Fe	Venado Tuerto, Santa Fé

**English language edition & review:** Carolina Mosconi





# OCCUPER LES LIEUX OU ÊTRE HABITÉES PAR EUX: DYNAMIQUES SPATIALES D'OCCUPONS MONTRÉAL

*Carmina Mac Lorin\**

## Résumé

À l'automne 2011, des centaines de villes à travers la planète ont vu naître en leur sein des mobilisations largement propulsées par la jeunesse, s'associant à la dénomination Occupy. Dans cet élan, Occupons Montréal s'installe sous les tours de la bourse de la métropole canadienne - mettant en lumière les ambitions préfiguratives (Frezzo et Karides, 2007) de plusieurs·es. Or, les relations sociales qui animaient Occupons Montréal ont dû composer avec les contraintes du lieu investi. L'article « Occuper les lieux ou être habitée·s par eux: dynamiques spatiales d'Occupons Montréal », contribue à la compréhension des espaces transnationaux de mobilisation de la deuxième décennie du XXI<sup>e</sup> siècle. Il questionnera, grâce à un regard ethnographique teinté par la géographie critique, les rapports entre les dynamiques au sein d'une mouvance transnationale et le lieu qu'elle occupe.

## Resumo

No Outono de 2011, centenas de cidades de todo o mundo assistiram ao nascimento de mobilizações em grande parte impulsionadas pela juventude, que se associaram através do nome «Occupy». Neste momento, Occupy Montreal instalou-se sob as torres da bolsa de valores da metrópole canadiana - evidenciando as ambições prefigurativas (Frezzo e Karides, 2007) de muitos ocupant·es. No entanto, as relações sociais que animavam os Occupons Montréal tiveram de lidar com os constrangimentos do lugar em que se investiram.

O artigo «Ocupar lugares ou ser ocupades por eles: dinâmica espacial do Occupons Montréal», contribui para a compreensão dos espaços transnacionais de mobilização na segunda década do século XXI. Através de uma perspectiva etnográfica mesclada de geografia crítica, questiona a relação entre a dinâmica dentro de um movimento transnacional e o lugar que ocupa.

---

\* Docteure en sciences humaines appliquées de l'université de Montréal.

À l'automne 2011, des centaines de villes à travers la planète (et en particulier en Amérique du Nord) ont vu naître en leur sein des mobilisations s'associant à la dénomination *Occupy*, et largement porté par la jeunesse (Reimer, 2012). Celles-ci furent initialement motivées par l'appel que la revue activiste canadienne *Adbusters* lançait en juillet 2011, menant vers l'occupation de Wall Street à New York ainsi que d'autres espaces publics symboliques dans le monde.

Ces mobilisations s'inscrivaient dans un climat de contestation largement répandu en 2011, notamment dans la région du Maghreb-Mashrek, en Europe et dans les Amériques. On reconnaît ainsi le désir des populations d'accroître leur pouvoir d'action dans un contexte global, où la grande majorité des ressources est détenue et contrôlée par des élites économiques et politiques<sup>1</sup>. L'appel du 15 octobre 2011 fit écho dans plus de 1500 villes (Albanel, 2013) à travers la planète, provoquant la réémergence de l'occupation de lieux publics<sup>2</sup> au sein des répertoires d'actions (Aminzade et al., 2001; Taylor et Van Dyke, 2004; Tilly, 1984). *Occupy* ouvrait la possibilité d'expérimenter des espaces où chacun·e pourrait faire valoir sa voix.

Cela dit, l'expérience collective qui a pu émerger de *Occupy* reste à ce jour difficile à distinguer dans sa globalité, celle-ci ne pouvant être fondée que sur l'articulation de représentations et de pratiques d'acteurs et actrices très divers – que seul un œil omniscient pourrait cerner dans son intégralité. Des pistes de compréhension seraient à chercher sous une dimension ancrée spatialement ? Car, bien que la mouvance *Occupy* ait souvent été caractérisée par son aspect transnational (Ancelevici et al., 2016, p. 29), l'étude empirique d'un cas précis révèle clairement que les dynamiques qui y évoluaient étaient bel et bien situées dans un lieu précis.

---

1 Ceci n'est pas sans rappeler ce que Banerjee (2001) affirmait, presque dix ans auparavant, à propos des soulèvements altermondialistes contre l'Organisation Mondiale du Commerce à Seattle, le Fonds Monétaire International à Washington et la Banque Asiatique de Développement à Bangkok : «The tensions symbolize powerlessness of the local public over global corporate interests; inexorable trends of cultural homogenization; growing income polarization; environmental degradation on a local and global scale; a crisis of cultural, local, and social identities in multiethnic urban communities; and the like. These demonstrations are expressions of frustration over a lack of local control, which increasingly leads to mobilization at the local and neighborhood level» (p. 15-16).

2 Rappelons que les occupations ne sont pas des phénomènes nouveaux dans les répertoires d'actions des mobilisations sociales (Pickerill et Krinsky, 2012).



**Figure 1.** Photo de l'enseigne « Place du (des) peuples », métro Square Victoria, automne 2011. Crédit: rsmithlal.

Le Square Victoria (rebaptisé Place du Peuple ou Place des Peuples), situé devant la Bourse de Montréal en plein centre-ville, a été investi par Occupons Montréal (OM) du 15 octobre au 25 novembre 2011<sup>3</sup>. En dépit des ambitions préfiguratives (Frezzo et Karides, 2007) de plusieurs occupantes (qui exprimaient le désir d'expérimenter une nouvelle forme de société, créant de toutes pièces un espace idéal de contestation, ouvert et horizontal), les relations sociales qui animaient Occupons Montréal ont dû, comme on le verra, composer avec les contraintes du lieu investi.

Cet article a comme objectif de contribuer à la compréhension des espaces transnationaux de mobilisation de la deuxième décennie du XXI<sup>e</sup> siècle. Il questionnera notamment les rapports entre les dynamiques au sein d'une mouvance transnationale et le lieu qu'elle occupe. Il s'inspire de nombreuses recherches provenant d'horizons disciplinaires divers (et notamment de la géographie critique) qui se sont penchées sur les lieux occupés par les mobilisations sociales (Auyero, 2005; Routledge, 1993; Sewell, 2001; Soja, 1989). La littérature qui interroge la notion d'« espace ouvert » au sein des Forums sociaux (Conway, 2013; Keraghel et Sen, 2004; Sen et al., 2004) apporte une perspective distincte qui alimente également cette réflexion; tout comme plusieurs études sur *Occupy* ou d'autres mouvances post-2011 (Bulley, 2016; Halvorsen, 2017; Hammond, 2013; Tabusi, 2013).

La dimension spatiale est observée afin de révéler certaines dynamiques – faisant quelquefois émerger des contradictions qui ont traversé la mouvance *Occupy* (Halvorsen, 2016). Le potentiel de la notion d'espace sera doublement interrogé: d'une

3 Notons que cet espace avait déjà été occupé à des fins de contestation sociale au début des années 80, comme l'énonce Myles (2011): «La dernière tentative d'occuper durablement le square Victoria remonte à 1984. Marc O. Rainville, un commentateur du site Internet du Devoir, était de cette bataille épique pour mettre un terme aux pratiques discriminatoires à l'aide sociale (les moins de 30 ans étaient injustement pénalisés)».

part en tant qu'outil analytique pour un objet transnational complexe post-2011, mais aussi en tant que concept significatif pour les activistes, comme le suggère Massey:

(...) it is part of my argument, not just that the spatial is political (which, after many years and much writing thereupon, can be taken as given), but rather that thinking the spatial in a particular way can shake up the manner in which certain political questions are formulated, can contribute to political arguments already under way, and – most deeply – can be an essential element in the imaginative structure which enables in the first place an opening up to the very sphere of the political (Massey, 2005, p. 9).

Je proposerai une analyse qualitative guidée par un regard ethnographique du lieu dans lequel OM a pris vie, en automne 2011. L'étude empirique ici présentée vise ainsi à revisiter un processus de territorialisation, « à travers lequel l'espace incorpore de la valeur anthropologique » (Turco, 1988, p. 76). Le portrait qui émergera à travers les pages suivantes se base sur onze entrevues semi-dirigées individuelles (faites avec des personnes qui se définissent comme ayant été activement impliquées dans OM), sur des documents recueillis et des notes que j'ai prises pendant l'occupation du Square Victoire.

Il ne s'agira évidemment pas ici de faire une description exhaustive des dynamiques prenant vie sur la Place du Peuple, ni du phénomène Occupons Montréal. Plutôt, il sera question de faire dialoguer les perspectives des personnes interviewées sur différents espaces représentatifs pour elles, pour faire ressortir quelques logiques qui ont traversé OM. Je cherche à approfondir de la sorte la compréhension sur la nature du phénomène étudié, en questionnant ce que révèle la tension entre son hétérogénéité intrinsèque et son implantation spatio-temporelle.

La narrative adoptée suit l'implantation chronologique d'OM sur le Square Victoria en automne 2011, dans l'ambition de faire ressortir des antagonismes<sup>4</sup> spatialement ancrés, qui ont émergé au long de l'occupation – faisant notamment emphase sur les dernières semaines. Ainsi, tout d'abord sera présenté un portrait des aspects symboliques que véhiculait l'implantation d'Occupons Montréal au Square Victoria, alimenté par quelques perspectives théoriques. Ensuite nous nous pencherons sur deux lieux centraux de l'occupation et sur des groupes distincts<sup>5</sup> qui y évo-

---

4 La mise en lumière des dissonances qui ont pu émerger à travers les paroles des acteurs et actrices ne souhaite porter aucun jugement de valeurs. Elle se fait dans l'ambition plus large de nourrir des réflexions et des actions futures.

5 Il faut noter que ces groupes (dont la constitution évolua à travers le temps) avaient des frontières poreuses, et que certaines personnes pouvaient osciller entre les deux. De plus, comme mentionné plus haut, ces quelques pages ne présentent qu'une étroite brèche de ce qu'à pu

luaient : l'espace autour de la statue de la Reine Victoria où se tenaient les Assemblées (considérées par la majorité comme l'organe décisionnel de la mobilisation), et la yourte (dans laquelle se développait une dynamique propre à un certain groupe d'actrices et acteurs très impliqués dans la logistique du campement et auprès des médias). Il sera par la suite question de mettre en lumière des dynamiques (quelquefois polémiques) ayant émergé entre ces groupes spatialement ancrés – notamment à travers l'analyse de la conférence de presse du 21 novembre 2011, qui fut organisée dans l'espace des AG par des personnes gravitant autour de la yourte. Pour terminer seront présentées quelques tensions, dont l'observation enrichit la compréhension des espaces observés et qui, à mon sens, doivent être prises en considération par les activistes et les académiques.

L'arrivée de *Occupy* dans la ville que j'habite fut pour moi un appel incontournable à l'action<sup>6</sup>. C'est ainsi que, deux semaines avant le début de OM – et durant les six semaines qu'a duré l'occupation du centre-ville de Montréal – je me suis retrouvée très impliquée dans cette mouvance<sup>7</sup>. Durant cette période j'ai été maintes fois invitée par les médias<sup>8</sup> à donner ma perspective sur les événements et les fondements de cette mobilisation. La compréhension que je présentais à l'époque était basée sur une perspective que j'ai voulu élargir grâce à mes recherches doctorales, dont voici quelques résultats. J'explique ainsi une démarche de chercheuse activiste (Canet et al., 2008), consciente qu'une attitude réflexive est fondamentale pour atteindre une distance critique face à son objet d'études et à son engagement socio-politique. Je me joins à celles et ceux qui maintiennent que la connaissance et l'action peuvent

---

être la mobilisation étudiée, ne rendant pas justice à la pluralité d'expériences et perceptions de ce complexe phénomène. Il est ainsi important de rappeler que les dynamiques et espaces analysés évoluaient parmi bien d'autres au sein de la Place du Peuple, qu'il serait aussi pertinent d'observer plus en détail pour mieux cerner l'expérience collective issue d'Occupons Montréal (comme par exemple, la cuisine, les comptoirs d'informations et de dons, les différents groupes de travail ou de réflexion...).

- 6 Me mobilisant avec de nombreuses personnes de ma génération (j'étais alors dans la vingtaine).
- 7 J'ai d'ailleurs choisi d'analyser dans ce cadre deux espaces au sein d'Occupons Montréal dans lesquels je ne me suis pas particulièrement investie: la statue de la Reine Victoria où se tenaient les Assemblées générales et la yourte. Mon engagement se situait notamment au sein du *We Are Thinking (WAT) Hub* (qui souhaitait mettre de l'avant la créativité et la réflexivité au sein de *Occupy*, ainsi qu'encourager une participation plus vaste dans OM, organisant par exemple les « Grands événements de créativité citoyenne »), et dans les relations médiatiques.
- 8 Participant notamment à l'émission de Radio-Canada « Tout le Monde en Parle » largement diffusée au Québec, entre plusieurs autres programmes de radio et de télévision québécois et canadiens.

s'avérer réciproquement féconde (Genelot, 2002; Néllisse et al., 1997; Schön, 1994; St-Arnaud, 1997).

## Symbolique et implantation d'Occupons Montréal

L'appel d'Occupons Montréal fut lancé dans les réseaux sociaux deux semaines avant le début de l'occupation du Square Victoria. Maint·e·s occupant·e·s de la première heure affirment avoir suivi avec intérêt les mobilisations à New York, intriguées autant par le long silence (qui dura plusieurs semaines) des médias de masse sur les occupations aux États-Unis, que par le chahut que ce mutisme provoquait dans les réseaux sociaux. L'ancrage de *Occupy* en terres montréalaises n'était pas explicitement associé à un groupe préexistant, mais était plutôt la réponse éclectique à des appels lancés sur internet et sur des imprimés (voir Figure 1) – amplifiant ainsi la portée d'une clameur qui se voulait populaire, aussi locale que transnationale.



**Figure 2.** Photo de l'espace utilisé par l'Assemblée d'Occupons Montréal.  
Crédit photo: Julien Poitout Photography.

Le slogan adopté en premier lieu à Wall Street et largement utilisé par les occupant·e·s montréalais, « Nous sommes les 99%<sup>9</sup> », confirmait l'ambition de mobiliser une population vaste et plurielle, affirmant un positionnement critique face à la démocratie représentative (Hardt et Negri, 2011) et aux excès des milieux financiers, qui concentrent le pouvoir et les ressources entre les mains de quelques-un·e·s. Plusieurs personnes interviewées dans le cadre de cette recherche s'appuyaient sur ce

9 Pour une analyse détaillée des enjeux que soulève ce slogan, se référer à l'article « Le mouvement *Occupy* et la question des inégalités: ce que le slogan "Nous sommes les 99%" dit et ne dit pas » (Ancelevici, 2012).

slogan pour expliquer les fondements d'Occupons Montréal – tout comme le faisait Parker (2011) dans la première édition du journal 99%, dit « l'organe officiel d'Occupons Montréal »:

Le 15 octobre (2011), je me suis installé à la Place Victoria afin de lutter contre l'écart obscène qui existe entre les riches et les pauvres de notre pays et de notre planète. Le 1% a trop de pouvoir économique et politique. Nous, les 99% devrions reprendre ce pouvoir si nous vivons dans une société démocratique... si nous sommes éduqués, engagés et motivés. C'est un des principes fondamentaux de ce mouvement.

L'esprit de cette mobilisation aux contours flous était répandu à travers des communications largement diffusées par les personnes mobilisées par OM, même avant le début de l'occupation, comme le laisse entrevoir le communiqué du 12 octobre 2011:



**ENSEMBLE TOGETHER**  
DÈS LE 15 OCT  
STARTS OCT 15

Pour diffusion immédiate  
Montréal, le 12 octobre 2011

**OCCUPONS MONTRÉAL - OCCUPY MONTREAL**

« Occupons Montréal - Occupy Montreal » est un rassemblement non-violent : des citoyens se réuniront au Square-Victoria à compter du 15 octobre prochain pour donner naissance à un nouveau mouvement collectif et exprimer leur désaccord quant à la direction de nos institutions politiques et économiques.

De plus, « Occupons Montréal - Occupy Montreal » est l'occasion d'ouvrir un espace politique où une discussion sur les excès financiers, encouragés depuis trop longtemps, sera possible.

Tout en étant ancré dans la réalité montréalaise, « Occupons Montréal - Occupy Montreal » s'inscrit en solidarité avec les démarches initiées par « Occupy Wall Street » à New York. Le 15 octobre 2011, une mobilisation globale donnera lieu à des manifestations dans près d'un millier de villes à travers le monde.

Nous sommes là pour exercer nos droits et nos devoirs civiques. Ainsi, nous invitons tous les citoyens à se joindre à « Occupons Montréal - Occupy Montreal », sans distinction d'âge, de statut, de revenu, d'origine, de langue, de religion ou d'allégeance politique.

**Ensemble, reprenons notre place. Occupons Montréal!**  
Dès le 15 octobre 2011  
au Square Victoria (à l'extérieur du métro)

-30-  
Source: Occupons Montréal - Occupy Montreal

Pour plus d'information ou pour en savoir plus  
sur les prochaines assemblées générales, veuillez consulter :

[occupymontreal.tk](http://occupymontreal.tk)  
[www.facebook.com/occupymontreal](http://www.facebook.com/occupymontreal)  
[www.livestream.com/everythingisok](http://www.livestream.com/everythingisok)  
[WWW.OCCUPYTOGETHER.ORG](http://WWW.OCCUPYTOGETHER.ORG)

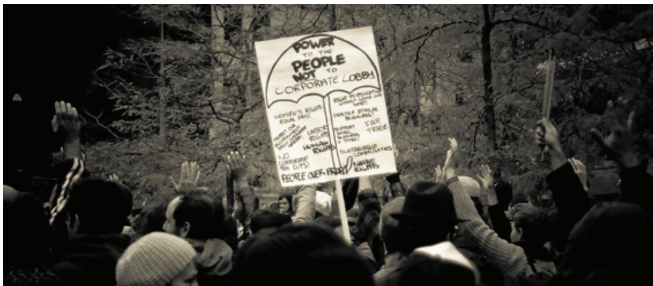
Figure 3. Communiqué d'Occupons Montréal, 12 octobre 2011. Archives personnelles.

Bien que le terme «mouvement» ait été souvent utilisé pour se référer à *Occupy*, ce phénomène semble se distinguer des « nouveaux mouvements sociaux » (Tilly, 2008) – mobilisés dans les années 60 par des enjeux environnementaux ou articulés autour d’une revendication identitaire. En contraste, une multiplicité de perspectives et de revendications se croisent au sein de l’espace politique ouvert à travers *Occupy*.

Les points de repère de *Occupy*, à Montréal comme ailleurs (Halvorsen, 2016), vont ainsi au-delà des causes mises de l’avant à travers des rhétoriques revendicatrices. On y manifeste une ambition préfigurative<sup>10</sup> qui encourage pluralité, autonomie et horizontalité – plaçant le processus au centre d’une démarche ancrée dans des lieux:

The importance of location to the *Occupy* movement—consistently sited in public spaces so as to gather participants face to face—cannot be underestimated or seen as something coincidental: it is at the heart of the politics of the movement (...). The crux of the politics is that the point of reference is not above (it is not the state), but is across, (looking to one another and in horizontal ways). And from that vantage point tactics and strategies are decided (Sitrin, 2012, p. 3).

Ainsi, s’éloignant d’une acception plus traditionnelle de ce que serait un «mouvement», l’idéal qui émerge des narrations des occupant·e·s se rapproche de celui qu’énonce Negt (2007) quand il décrit l’«espace oppositionnel<sup>11</sup>»: un lieu hétérogène de prise de parole directe, pour le rapprochement d’«expériences singulières», d’«exigences non reconnues et de souhaits» (Negt, 2009, p. 192).



**Figure 4.** Photo d’Occupons Montréal le 15 octobre 2011. Crédit: rsmithlal.

10 Ambition déjà vécue par de nombreuses mouvances sociales dans l’histoire (Frezzo et Karides, 2007; Silvestro et Lebrun, 2010).

11 L’auteur partage l’enthousiasme qui fit naître *Occupy*, affirmant que la multiplication de tels espaces est essentielle à la fondation d’une résistance au système établi, à la formulation d’alternatives, et à la « production d’une conscience de notre temps » (Negt, 2009, p. 192).



Suivant une logique de confrontation du pouvoir à son propre seuil (Roger Hall, 2011), amorcée déjà chez les voisins du sud et ailleurs dans le monde, le Square Victoria situé devant la bourse de Montréal (et maintes autres grandes institutions médiatiques et bancaires) fut rapidement fixé en tant que lieu à occuper. Cet espace symbolique (Auyero, 2005), stratégiquement placé, incarnait l'ouverture et l'accessibilité nécessaires à l'expression des perspectives plurielles mises de l'avant sous la bannière *Occupy*, face au solide établissement d'un système économique-politique mondial fondamentalement inégalitaire (Chomsky, 2012; Van Gelder et al., 2011).

*Occupy* invitait à re-questionner l'espace public<sup>12</sup>, comme le fait si justement Nate Berg : « But when the public chooses to use its public space in ways it wasn't intended to be used, who's right? The public or the public space? » (Berg, 2011).

L'émergence d'occupations a, en effet, remis en scène l'espace public – le replaçant au cœur des débats sociaux, à une époque où celui-ci devient de plus en plus rare, contrôlé<sup>13</sup>, marchandisé et normatif (Banerjee, 2001; Bellot, 2008; Mitchell, 1995). La Place du Peuple était ainsi perçue comme une plateforme concrète pour la démocratisation de démocraties (Lamoureux, 2008) en crise, comme en témoigne Roger Hall, très activement impliquée dans OM dès son lancement:

The occupation as a tactic reclaims visibility and voice in the face of systemic repression. We are reclaiming public spaces by enacting the types of practices we would like to see, legitimately holding them for anyone willing to actively participate, and particularly those most marginalized and suffering from our current economic systems (Roger Hall, 2011, p.2).

Le site Occupons Montréal fut lancé le 15 octobre 2011, avec une participation estimée entre un et trois milliers de personnes (« assez pour couvrir les deux grands

---

12 L'espace public est un concept décidément polysémique, comme l'explique Negt (2007, p. 56): « Les références à l'espace public varient d'une manière étourdissante. D'un côté, l'espace public désigne certaines institutions, dispositions, activités (par exemple, la force publique, la presse, l'opinion publique, le public, les relations publiques, des rues et des places), alors que, de l'autre, l'espace public se présente comme un champ d'expérience de la société, et qui comprend tout ce qui est important pour ses membres, que cette importance soit réelle ou supposée ».

13 Les chiffres de commission parlementaire à l'automne 2008 sur l'itinérance avec la participation du Ministère de la Justice du Québec sont parlants en ce sens : « 37.775 constats d'infractions ont été émis entre 1994 et 2006, dont 60% étaient établis sur la seule présence dans l'espace public ». Occupons Montréal apparaît dans ce contexte en confrontation avec une législation en effet très contraignante pour ceux qui vivent la rue.

squares de la place » se rappelle Marilou<sup>14</sup>, occupante de la première heure), qui manifestaient dans une ambiance festive et familiale.



**Figure 5.** Assemblée Occupons Montréal, 15 octobre 2011. Crédit: Justinform.

Dès le début de l'Occupation, les médias de masse se ruèrent à la recherche de personnes pouvant leur présenter l'initiative, donnant écho au buzz médiatique dont bénéficiait enfin *Occupy Wall Street*, et intrigués par le mystère entourant le manque de revendications de cette mouvance.



**Figure 6.** Camions de presse à Occupons Montréal. Crédit: rsmithlal.

14 Tous les prénoms que l'on attribue aux personnes interviewées sont fictifs pour préserver leur anonymat.

Un véritable village s'installa progressivement, malgré les températures qui commençaient déjà à baisser, comme le laisse entrevoir le témoignage d'André – acteur très impliqué dans le processus d'Assemblée générale (AG), qui arriva à la Place du Peuple durant la première semaine de l'occupation:

La première fois que je suis sorti de la bouche du métro (...) je suis sorti du côté de la statue (...). J'ai vu la statue toute décorée, les gens qui commençaient à mettre des affaires dessus. Je n'ai pas vu les tentes tout de suite. J'ai marché un peu puis j'ai vu le premier village. J'ai vu la cuisine, la bibliothèque, l'espace médias, le *WAT Hub*<sup>15</sup>... Je trouvais ça enchanteur. Il pleuvait, le temps était déjà mauvais quand le campement a commencé. Il y avait déjà des bâches qui commençaient à être installées (...). Je me rappelle que j'étais timide, je me promenais dedans, je voulais m'impliquer, puis je voyais des tentes et du monde qui travaillait déjà dedans, je me disais ok, les choses roulent (Communication personnelle, 12 décembre 2012).



**Figure 7.** Photo de l'occupation à Montréal. Crédit: Cyril Gervais.

- 
- 15 *WAT Hub*, pour « We are Thinking Hub », groupe d'affinité visant à encourager la créativité critique au sein de OM, dans lequel j'ai été très activement impliquée durant l'occupation du Square Victoria, en automne 2011.

Les tentes – qui occupaient déjà les imaginaires collectifs, notamment grâce à la médiatisation des images du Zuccotti Park à New York ou de la Plaza del Sol à Madrid – sont rapidement devenues des symboles de la mobilisation. Ces habitations bien caractéristiques des sorties récréatives en Amérique du Nord (et ailleurs dans le monde) s'imprègnent ainsi d'une connotation politique:

Les tentes, c'est leur «branding». Ce sont les réfugiés du système financier, qui ne sont plus dans le jeu. Ils ont été mis dehors par les financiers et ils se regroupent autour d'une statue qui est leur totem. Ils se rendent visibles, mais pas de n'importe quelle manière (Myles, 2011).

Au cœur de la Place du Peuple, les Assemblées ouvraient un lieu idéalisé de parole et de prise de décisions<sup>16</sup>, où les aspirations gandhiennes (d'être le changement souhaité pour le monde) manifestées par plusieurs occupantes, faisaient écho à leurs espoirs démocratiques.

### **Regard ethnographique sur Occupons Montréal : dialectique des espaces, entre idéaux et spatialité**

Les prochaines pages seront consacrées à la présentation du phénomène Occupons Montréal, à partir d'un regard ethnographique posé sur des dynamiques ancrées dans deux lieux emblématiques de l'occupation du Square Victoria en automne 2011. Leur mise en dialogue permettra de faire émerger une compréhension affinée de cet espace transnational de mobilisation, mettant en lumière une tension entre les idéaux des activistes et leurs pratiques.

---

16 Comme ce fut le cas dans d'autres lieux investis par *Occupy* ou d'autres mobilisations à travers le monde, telles que les emblématiques assemblées émergées en Argentine au début des années 2000 (Sitrin et Azzellini, 2014).

## L'Assemblée générale: expérimenter des idéaux



**Figure 8.** L'espace autour de la statue de la Reine Victoria où avaient lieu les Assemblées. Crédit: David-Olivier Gascon.

Durant l'occupation de la Place du Peuple en 2011, les Assemblées générales ont eu lieu en grande majorité au cœur du campement, devant la statue de la Reine Victoria devenue emblématique (celle-ci arborant des pancartes colorées). L'implantation de ces espaces délibératifs (Girard-Lemay, 2007), dans des lieux extérieurs et accessibles, confirmait une ambition collective d'investir un organe décisionnel éminemment public, ouvert et horizontal (Sitrin, 2012). L'idéal démocratique<sup>17</sup> qui émanait de l'AG est ainsi défini sur le site web [www.occupons-montreal.org](http://www.occupons-montreal.org):

17 L'horizontalité, la recherche de consensus et d'autonomie qui apparaissent au cœur des ambitions d'Occupons Montréal placent la mouvance dans la lignée non seulement de ses prédécesseurs à Wall Street et en Espagne, mais aussi de la mouvance altermondialiste (Juris, 2008; Sen, 2009; Wallerstein, 2004; Whitaker, 2000), du mouvement de justice globale (Bello et Mertes, 2004; Della Porta et Rucht, 2013; Kingsnorth, 2004) et de la culture anarchiste (Baillargeon, 2004).

The Assemblée générale is the main decision-making body and symbolic heart of Occupons Montreal. It is structured on principles of direct-democracy and anyone can participate and vote either in person, or online through the livestream. It derives its legitimacy through participation, symbolic significance, and public perception (Occupons Montréal, 2011).

Dès les premières Assemblées générales, les occupantes ont manifesté le désir de collectiviser la dynamique interne de OM, et d'encourager également l'initiative individuelle. Cela justifia l'intarissable recherche de méthodes de facilitation d'assemblée fonctionnelles et réellement inclusives, durant toute l'occupation du Square Victoria (et même au-delà):

La plupart des gens étaient d'accord pour appliquer les principes de démocratie directe : respecter les tours de parole, écouter, trouver une manière de discuter permettant de prendre les décisions en groupe... C'était déjà là au début. C'est pour ça que beaucoup de temps a été mis sur la procédure (Steve, communication personnelle, 17 décembre 2011).

La dynamique des Assemblées générales – entamée durant les cinq rencontres préparatoires<sup>18</sup>, et évoluant tout au long de l'occupation de la Place du Peuple et durant les trois mois qui suivirent – fut marquée par les réticences face à l'adoption d'un code existant a priori<sup>19</sup>, amplifiant la quête d'une identité collective nouvelle. En conséquence, les personnes impliquées dans le comité AG<sup>20</sup> (nommé aussi « équipe de facilitation ») ont tenté de créer et puis d'adapter un *modus operandi* qui puisse assurer la création d'un espace de délibération et de décision collective, horizontal et non violent, répondant concrètement aux idéaux des occupantes.

Or, malgré les efforts considérables et la bonne volonté de celles et ceux qui travaillaient sur son déroulement (et le nombre incalculable d'heures que ces personnes y investirent), le fonctionnement de l'AG resta en fin de compte relativement improvisé. Qui plus est, même si les Assemblées générales furent irréfutablement

18 Cinq Assemblées générales rythmèrent les deux semaines que dura l'étape de préparation d'Occupons Montréal.

19 Bien que, en fin de comptes, divers codes existants furent testés avant et pendant l'occupation, comme notamment le code Morin (1994) rapidement écarté, ou les symboles faits avec les mains pour communiquer durant les Assemblées sans déranger son déroulement (déjà utilisés à Wall Street ou en Espagne entre autres, dont certains utilisés dans les langages des signes), etc.

20 Teresa affirme que beaucoup de personnes qui ont travaillé activement sur le fonctionnement de l'Assemblée générale n'avaient d'ailleurs pas d'expérience dans ce type d'activités.

les lieux de rassemblement par excellence, le rêve d'ouverture et de démocratie de l'espace investi par Occupons Montréal fut ébranlé à plus d'une reprise. Par exemple, les occupantes furent amenées à se questionner sur la possibilité d'exclure certaines personnes ou groupes du campement. Tel a été le cas lorsqu'une personne accusée d'agression a été renvoyée du site, ou encore lorsque l'AG est arrivée à la conclusion d'«interdire la présence des groupes militaires et certains symboles, sans interdire les personnes, mais les symboles (...)» (Compte rendu de l'AG du 16 octobre 2011). Ceci n'est pas sans rappeler les hypothèses du sociologue portugais de Sousa Santos, selon lequel les processus sociaux et politiques se définissent aussi par des «absences», à travers des processus d'exclusion et de marginalisation: «what does not exist is in fact actively produced as non-existent » (de Sousa Santos, 2004, p. 14).

Ces exemples mettent en évidence les tensions entre spatialité, pratiques et idéaux préfiguratifs. Voulant mettre leurs idéaux en pratique, les occupantes se sont retrouvées au cœur d'un processus d'expérimentation parsemé de défis<sup>21</sup> – vivant dans l'urgence qu'imposait le contexte de mobilisation, et directement confrontés aux contraintes que posait l'implantation physique du campement.

### **La yourte de «facilitation»: de la spatialité des enjeux de pouvoir**

Les contraintes concrètes des espaces investis et le poids considérable des tâches assumées (qui occupaient plusieurs à temps plein) devenaient sources d'une tension émergente dans le quotidien de la contestation – qu'Auyero (2005) présente aussi comme l'«espace routine» – d'Occupons Montréal. En effet, la mise en dialogue des perspectives d'Alex (très engagé dans la logistique de terrain et les communications avec les médias durant toute l'occupation du Square Victoria) et de Teresa (très active dans le comité AG) laisse transparaître des antagonismes – révélant d'une part, le peu d'engagement dans les Assemblées générales des personnes les plus impliquées dans la logistique de terrain, et réciproquement, le manque d'implication de ceux et celles en charge du fonctionnement de l'AG dans le concret du campement. Ainsi,

---

21 Les principaux obstacles rapportés par les personnes interviewées (ainsi que sur le forum en ligne) sont reliées à des difficultés de communication interpersonnelle, à la lourdeur de la recherche de consensus, ou encore à l'établissement de dynamiques de pouvoir: on cite, entre autres, le manque d'écoute, la dispersion des sujets de discussion, les difficultés d'expression éprouvées par certaines personnes dans ce contexte, la frustration qui découlait de la longueur du processus (il n'était pas rare que les AG durent plus de quatre heures).

Alex pour sa part avoue que la légitimité de l'AG s'est dégradée à ses yeux avec le temps, à l'instar de ses motivations initiales:

Une des très grandes raisons pourquoi j'ai participé à Occupons Montréal, c'est parce que je sentais qu'on ne vit pas dans une démocratie, et que je n'ai pas mon droit de parole dans le processus décisionnel, autre que le fait de voter, mais après ça, les élections c'est une transmission du pouvoir, puis ce n'est pas nécessairement ça que je désire dans la société dans laquelle je vis. Je n'ai pas participé aux AG durant le campement parce que je n'accordais plus de légitimité à l'Assemblée générale, étant donné son fonctionnement qui n'était justement pas fonctionnel (...). Ça ne voulait pas dire qu'il ne fallait pas qu'il y en ait, mais que ça aurait dû, à mon avis, être fait plus sous forme de laboratoire, plutôt que d'instance décisionnelle suprême sur tout (Communication personnelle, 30 novembre 2012).

Or, l'Assemblée générale fut amplement utilisée pour débattre et prendre des décisions concernant le site occupé. Teresa soulève d'ailleurs l'importance qui était accordée durant l'AG aux aspects logistiques du campement, malgré la faible présence des personnes directement concernées:

Dans l'Assemblée générale, on passait tout notre temps à parler du camp. On ne parlait pas de ce qu'on allait faire comme mouvement d'Occupons. Et les gens qui s'occupaient de l'infrastructure du camp n'étaient pas dans les Assemblées (...). Ça devenait ridicule, on passait notre temps à discuter sur le camp, entre des gens qui n'habitaient pas là (...). Car la plupart des gens du comité AG ne dormaient pas là-bas, on était là beaucoup, mais on ne dormait pas là-bas. D'ailleurs, il y avait beaucoup de gens du camp qui n'étaient pas d'accord avec le fait que ça soit nous qui gèrent l'Assemblée générale parce qu'on ne dormait pas là-bas (Communication personnelle, 20 décembre 2012).

Ainsi, un sentiment de frustration émergeait chez plusieurs personnes qui s'impliquaient dans le maintien concret du camp, face à ce qu'elles ressentaient comme une prise de pouvoir infondée des AG, comme l'énonce Alex:

C'est sûr que ça devient frustrant pour des gens qui vivaient sur le campement, puis qui se faisaient imposer des règles... Mais il n'y avait personne pour les faire respecter, autre que ceux qui étaient sur le campement. C'est comme si on avait voté : « ah, parfait on vote en Assemblée générale qu'on fait la révolution », mais que tout le



monde rentre chez eux comme s'il y avait une autre instance qui allait faire la révolution à leur place (Communication personnelle).



**Figure 9.** Occupy Wall Street. Crédit: Tidal (2011).

De la sorte, le rôle politique idéalisé que les occupantes voulaient attribuer à l'espace occupé se heurtait à des conflits entre groupes d'affinité (Dupuis-Déri, 2003) spatialement situés: d'une part le comité AG (dont la composition évolua beaucoup durant l'occupation) ancré dans l'espace ouvert autour de la statue de la Reine Victoria, et d'autre part, un groupe très impliqué dans la logistique de terrain, la sécurité et les communications (incluant plusieurs personnes qui lancèrent l'initiative Occupons Montréal) qui évoluaient autour d'un autre lieu symbolique.



**Figure 10.** La yourte de «facilitation», Occupons Montréal, 8 novembre 2011. Archives personnelles.

Une magnifique yourte d'inspiration centre-asiatique fut prêtée à Occupons Montréal, moins d'une semaine après le début de l'occupation, «moyennant des frais de 1\$ pour une location indéterminée et 5 signatures de personnes se rendant responsables en cas de bris» (Compte rendu du comité AG, 20 octobre 2011). Elle fut construite à côté de la bouche du métro au centre du Square Victoria, séparée de l'espace qui accueillait les Assemblées générales par une artère assez passante, la rue St-Antoine. Cette installation devait être la première de plusieurs, sous condition qu'elle ne subisse aucun dommage, ce qui justifiait son utilisation prioritaire par un groupe de personnes impliquées dans divers aspects médiatiques de l'occupation (et plusieurs d'entre-elles, très actives aussi dans la coordination logistique du campement) qui craignaient pour leurs équipements technologiques:

Avant, toutes les communications étaient à l'extérieur sans protection (...), ça impliquait beaucoup d'inconvénients. Une fois que c'était dans un endroit fermé c'était beaucoup plus protégé des vols et des intempéries. (...) La yourte se voulait un espace commun pour la discussion en général, la philosophie autant que la gestion de terrain, donc de rencontres de toutes sortes de comités, et c'était un endroit aussi où les journalistes pouvaient aller cogner s'ils voulaient avoir un peu plus de contenu si on voulait dire, comme « officiel » (...). Ça a été aussi un endroit qui a été utilisé pour dormir, parce qu'à un moment donné il faisait froid... (André, communication personnelle, 12 décembre 2012).

Or, bien que la yourte fut conservée intacte jusqu'à son démantèlement le jour de l'éviction d'OM le 25 novembre 2011, il n'y eut pas d'autres prêts de ce genre, ce qui conféra un statut tout particulier à celles et ceux qui y passaient beaucoup de temps, renforçant certains clivages internes.

Albert (impliqué autant dans les communications que dans le comité AG, et travaillant souvent dans la yourte) décrit les occupants habituels de cet endroit – qu'il considérait certes très esthétique vu de l'extérieur, mais dont l'intérieur était d'après lui plutôt sombre et bercé en permanence par le ronronnement de la génératrice qui alimentait les équipements:

Il y avait souvent un groupe de personnes qui avaient une tendance un peu plus Anonymous<sup>22</sup>, qui avaient plus de colère quand il y avait des manifestations... Ces gens-là n'étaient pas là souvent aux Assemblées générales, donc ça créait un écart (...). En même temps, ils faisaient du bon travail, mais c'était comme deux mondes dans le

---

22 Voir Fuchs (2013).

même campement (...). C'était une place de pouvoir parce que c'est là où il y avait le plus d'argent, et il y avait des décisions prises là (...) (Communication personnelle, 11 décembre 2012).

Cette perception est confirmée par plusieurs personnes que j'ai pu interroger. Alex est particulièrement éloquent à ce sujet, ayant lui-même passé beaucoup de temps dans la yourte (que plusieurs ont étonnamment nommé de «facilitation»):

C'est devenu pour plusieurs, je pense, comme le centre de commandement sur le terrain, même si... non-officiellement parce que, de toutes façons, qu'est-ce que l'on commandait ? Ou, qu'est ce qui était commandé ? Ce n'est pas un mouvement qui se voulait centralisé, mais il y avait quand même une différence entre l'idéal et ce qui est possible de mettre en pratique (...).

Ça devenait un peu trop comme quelque chose d'officiel, de restreint, de fermé, qui donnait un certain statut sur le camp, que pour y accéder ça devenait comme un jeu de privilèges (...). C'est sûr que ça se voulait être un mouvement qui réclame une transparence dans la fonction publique, dans l'information, et on se retrouvait dans un endroit quand même assez contrôlé, qui n'était plus nécessairement très transparent, étant donné qu'il était fermé du reste du Square et que son accessibilité était restreinte par le nombre de personnes qui pouvaient s'y retrouver (...).

Il y a eu quelque chose qui était déplorable, c'est qu'on s'est ramassé dans une bulle, dans le fond, parce qu'avant, quand on était à l'extérieur on avait une vue sur tout ce qui se passait sur le Square Victoria. On avait un contact qui se voulait beaucoup plus ouvert que lorsqu'on est rentré dans la yourte. (...). Ça a amené une certaine déconnexion par rapport à tout ce qui se passait dans le Square et comme un mur entre les gens qui étaient à l'intérieur et à l'extérieur, alors que tout se passait à l'extérieur (...). À un moment donné ça a amené des clivages entre des groupes, ou de la suspicion parce que ce n'était pas ouvert, les gens ne savaient pas ce qui se passait, il y avait beaucoup de va-et-vient, donc les gens se questionnent, des rumeurs apparaissent (...) (Communication personnelle, 30 novembre 2012).

De la sorte, malgré plusieurs appels invitant à ce que la yourte soit investie par différents groupes, celle-ci fut occupée en grande mesure par un groupe plutôt restreint (dont plusieurs présents dès le lancement de l'initiative OM) qui acquiesça un pouvoir non négligeable – surtout compte tenu de son implication dans la logistique du campement et auprès des médias. L'isolation géographique et la fermeture de cet espace – qui contrastait avec l'ouverture de l'espace qui hébergeait les Assemblées – contribua à la consolidation d'une dynamique propre et distincte de celle promue

par les AG, accentuant la divergence entre groupes. De plus, la proximité physique encouragée par l'espace clos de la yourte semblait renfermer d'autant plus le groupe des personnes qui s'y retrouvaient souvent dans un positionnement collectif – qui justifiait des actions qui ne prenaient pas nécessairement en compte l'ensemble de la mobilisation.

Qui plus est, la topographie de la Place du Peuple semblait contribuer à la séparation des deux groupes affinitaires, comme le mentionne Alex:

Le campement était divisé également, étant donné que ce n'était pas une grande surface étendue, qu'il y avait différentes sections qui étaient séparées par des rues... donc c'était simplement drôle de voir que les zones délimitées par des rues avaient leurs propres caractéristiques, qu'il y avait déjà comme de clivages comme si c'était comme des quartiers d'une ville qui étaient divisés, et on pouvait voir qu'il y avait vraiment des attitudes différentes dans chaque partie du Square. Et à un certain moment donné j'avais été déçu parce qu'il y avait une petite portion de rue qui séparait là où il y avait la statue de la Reine Victoria et là où il y avait la yourte, et on aurait dû à un certain point bloquer ça parce que ça amenait un clivage entre les 2 portions les plus importantes du camp, et il y avait un écart important à ce niveau-là. Ça montre à quel point une rue, puis l'automobile peut vraiment façonner les choses et puis être un mur pour la communication (Communication personnelle, 30 novembre 2012).

Somme toute, l'implantation du campement sur un espace physique était bel et bien le symbole de la mobilisation, mais confrontait aussi les personnes impliquées à la remise en cause de leurs idéaux pour répondre aux besoins pratiques. Et plus le temps passait, plus les enjeux de pouvoir devenaient explicites et les tensions s'exacerbaient.

## **La conférence de presse: agir à travers les lieux**

La dernière semaine avant son éviction, une apparente quiétude traversait le campement d'Occupons Montréal (celui-ci faisant déjà face aux rigueurs de l'automne québécois) ; plusieurs militantes avaient déserté les lieux, et plusieurs conflits internes faisaient surface. Steve décrit une ambiance certes propice à la démobilisation:

C'était un climat où les gens étaient fatigués, malades, démoralisés, les gens étaient sous-alimentés... le cocktail parfait pour prendre les mauvaises décisions et pour pas avoir les ressources pour arriver à s'entendre, à bien réfléchir puis à faire usage plus de

la raison que de l'émotion (...). Aussi il y avait beaucoup de personnes qui étaient frustrées par rapport à ce qui se passait sur le campement, qui étaient frustrées également que d'Occupons Montréal on parle davantage de ce qui se passe en termes de campement, plutôt que pourquoi on est là (Communication personnelle, 17 décembre 2012).

En effet, comme on le constate en parcourant les articles des grands journaux quotidiens (notamment *La Presse* et le *Journal de Montréal*) des deux dernières semaines de l'occupation, de nombreux médias de masse focalisaient leur intérêt sur les difficultés du campement, à l'insu du contenu politique de la mobilisation (attitude que j'ai bien pu constater, lorsque interrogée maintes fois par les journalistes sur la sécurité dans le campement, ou sur le démantèlement des structures en bois)<sup>23</sup>. Roger Hall écrit à ce propos dans le journal de l'occupation le 99% du 15 novembre 2011:

By literalizing the frameworks for reading the occupations, the media strives to dismantle the symbolic power of the movement and its popular appeal. This seems to be the point we find ourselves at right now.

In the past week we have seen more stories focusing on the physical structures of the occupation, and problems and challenges of the occupiers, as if these considerations were the message of the movement itself (2011, p. 2).

Il est vrai que le campement pesait lourd sur les bras des quelques personnes qui avaient le courage de le porter, et de surcroît, elles devaient articuler leur quotidien avec celui des personnes vivant une panoplie de problématiques inhérentes à la vie dans la rue, comme le décrit Paula (impliquée autant dans le comité AG que dans la logistique de terrain): consommation d'alcool et de drogues la nuit et comportements volatiles ou violents; problèmes de santé mentale; dépendances aux ressources disponibles sur le camp (i.e. nourriture, vêtements, nettoyage de l'espace), etc. Toutefois, la plupart de celles et ceux qui se retrouvaient le plus directement

---

23 Plusieurs personnes interviewées mettent de l'avant le rôle normatif que pouvaient jouer les médias de communication de masse. Ceux-ci ont participé à la construction d'une image dégradée d'Occupons Montréal. Gibbons propose une analyse de deux grands journaux montréalais (la *Gazette* et *La Presse*), faisant ressortir des mécanismes d'exclusion à travers le langage couramment utilisé par ces médias. D'après cet auteur, des termes à consonance péjorative apparaissent fréquemment dans les pages de ces quotidiens, qui ont mis l'emphase sur « ce » qui se passait, plutôt que sur le « pourquoi », contribuant ainsi à la délégitimation de la mobilisation (2013, p. 135). Toutefois, on peut se demander si l'imbrication de rôles logistiques et médiatiques chez les activistes n'encourageait pas l'intérêt des médias et de la ville sur le campement.

confrontés à ces enjeux n'étaient pas assez outillés pour réagir à des situations quelquefois assez tendues. Et le nombre de personnes voulant prendre des responsabilités dans ce sens était loin d'être suffisant pour faire face aux besoins concrets.

Dans ce contexte, le 21 novembre 2011, un groupe<sup>24</sup> de personnes très impliquées dans la logistique de terrain depuis le début d'OM – qui gravitait autour de la yourte – posa un geste éminemment public et controversé. Elles convoquèrent une conférence de presse dans le même espace où avaient lieu les AG – soit devant la statue de la Reine Victoria – pour annoncer leur départ du campement et le passage vers une dite « phase 3 »<sup>25</sup> d'Occupons Montréal. Cette décision fut prise durant la nuit (en réaction aux prévisions d'un journaliste qui affirmait que le lendemain le journal *La Presse* publierait un article incendiaire sur les conditions de vie dans le campement intitulé « Nuit d'Enfer pour les Indignés »<sup>26</sup>), sans aucune implication de l'Assemblée générale. Le communiqué d'invitation initialement envoyé aux médias allait comme suit:

Les 99% passent à la phase 3

MONTRÉAL, 21 novembre, 2011 – Les organisateurs<sup>27</sup> d'Occupons Montréal invitent les médias à leur conférence de presse, aujourd'hui à 14h à la Place du Peuple, pour une annonce officielle concernant les développements imminents du mouvement des 99%.

Après le succès de l'occupation initiée le 15 octobre 2011, Occupons Montréal s'apprête à lancer la phase 3 du mouvement. La question des habitations hivernales étant maintenant réglée, les organisateurs peuvent concentrer leur énergie vers les vrais objectifs du 99%.

Durant la conférence de presse un groupe d'occupantes s'adresse à une foule de journalistes (ce qui se traduit par une multitude d'articles dans les journaux les jours suivants). Un communiqué un peu plus long est lu, mettant l'accent sur le passage d'Occupons Montréal vers une phase d'action:

24 Les estimations du nombre de personnes de ce groupe oscillent entre 12 et 21, ce qui lui valut les dénominations G12 ou G21.

25 Selon les paroles de Mario, confirmé par le compte rendu de l'AG du 22 novembre 2011: la phase 1 serait celle qui précédait l'occupation où la population s'est éduquée et informée, la phase 2 est celle de l'occupation, puis la phase 3 celle de l'action.

26 Voir Normandin, 2011.

27 Notons que le communiqué (plus étoffé) lu durant la conférence stipulait qu'il s'agissait non pas d'un geste des « organisateurs » comme il était mentionné dans ce premier communiqué, mais plutôt d'une initiative de « certains membres très actifs » d'OM – dénotant des polémiques qui surgirent déjà en amont de la conférence.

(...) Jusqu'à ce jour, l'occupation de La Place des Peuples a été un succès, nous mettant au centre des débats publics. Maintenant que nous avons capté l'attention citoyenne et son désir de changement, il est temps de passer à l'action. À partir des prochains jours, nous exécuterons des actions directes pacifiques de plus en plus significatives afin d'engendrer un effet domino sur l'ensemble de la société (Archives personnelles).

Alex affirme que le but premier des instigateurs et instigatrices de ce communiqué était d'amorcer une stratégie médiatique, en vue d'avancer vers un idéal qui s'était estompé au cours des semaines:

L'objectif était à quelque part de ramener l'attention plus sur le côté politique que sur le camp en lui-même, et essayer de diverger le centre d'intérêt des discussions, et aussi de brasser un peu la cage, d'aller au-delà de simplement le campement (Communication personnelle, 30 novembre 2012).

Or, creusant un peu plus sur le sujet, Alex rappelle que ce geste avait été posé par des individus épuisés et accablés, autant par l'acharnement des journalistes sur les aspects pratiques de l'occupation, que par le poids du campement et le manque de légitimité que l'AG avait à leurs yeux:

On était justement un groupe qui était lassé de ce qui se passait avec l'Assemblée générale, et qui voulait sortir du campement (...).

(...) Certains d'entre nous avaient eu la face beaucoup collée dans les médias, par rapport au campement, puis on voulait en même temps signifier, à partir de maintenant nous on n'est plus dans le campement, puis tout ce qui se passe ce n'est plus de notre responsabilité (Communication personnelle, 30 novembre 2012).

On constate ainsi un désir de re-politisation des actions, vécu par des personnes qui s'étaient éloignées du but premier qui les amenait à se mobiliser. Ce retour vers les idéaux était à leurs yeux essentiel pour redonner du sens à leur implication (et de surcroît, à Occupons Montréal en général), qui finalement avait été concentrée sur des aspects logistiques. Même si le lieu occupé portait déjà en lui-même le symbole de la mobilisation, celles et ceux qui avaient majoritairement en charge le fardeau de son implantation concrète ont été dépassés par le poids de sa gestion. Le geste médiatique de détresse posé par ce groupe était une autre preuve des difficultés auxquelles la mobilisation faisait face, un peu plus d'un mois après son implantation au centre-ville de Montréal.

Quelques jours plus tard, Occupons Montréal fut évincé du Square Victoria par les autorités de la Ville de Montréal. Or, il serait malaisé de s'inspirer des narratifs véhiculés par les médias de masse pour tracer des liens directs entre cette action médiatique et le démantèlement d'Occupons Montréal – d'autant plus que cet acte eut lieu dans un campement déjà affaibli.

Néanmoins, force est de constater que le soir même de la conférence de presse, le Maire de Montréal a envoyé son premier communiqué officiel à Occupons Montréal, dans lequel il invitait les occupantes à partir « la tête haute » (Tremblay, 2011). Le 23 novembre, la deuxième communication officielle de la Ville<sup>28</sup> adoptait un ton beaucoup moins amical, axé uniquement sur les règlements municipaux – ne laissant aucun doute sur l'éviction éminente, qui se produit tôt le matin du vendredi 25 novembre dans le calme<sup>29</sup>.

La mouvance Occupons Montréal a de toute évidence évolué en tension avec des médias qui ont alimenté l'opinion publique tout au long de l'occupation de la Place du peuple. Dès ses débuts, celle-ci a bénéficié du regard curieux et très actif des médias de masse à Montréal, intrigués notamment par ce qui se passait depuis quelques semaines à Wall Street: «These mobilizations enjoyed exceptional media coverage and succeeded in pushing the issue of growing socio-economic inequality to the center of the public debate» (Ancelovici, Dufour & Nez, 2016, p. 11).

Cet engouement semblait en effet faire écho à une sympathie de leurs publics vis-à-vis de l'occupation. Néanmoins, le cadrage initial proposé par les journalistes était basé sur leur connaissance bien des fois superficielles des mouvements sociaux, regard qui a eu de la difficulté à s'adapter à la forme décentralisée de Occupons Montréal. Cela les portait à demander sans cesse, par exemple, quelles étaient les revendications d'une mobilisation qui refusait d'en identifier uniquement

28 Voir l'avis d'enlèvement des constructions et des installations sur le domaine public et de respect des heures de fermeture du parc (2011).

29 De nombreux projets se sont développés après l'éviction, portés par des groupes d'affinité (Dupuis-Déri, 2003) nés dans le réseau d'Occupons Montréal. Voici une liste des projets qui ont succédé à l'occupation de la Place du Peuple – construite grâce à l'apport de plusieurs personnes encore actives sous la bannière Occupons Montréal (elle m'a été envoyée à l'occasion d'une entrevue que j'ai faite pour Radio Canada en octobre 2012, un an après l'occupation) : « Occupations de quartier, Chorale du Peuple, la Cuisine du Peuple, le groupe Repères et ses alternatives sérieuses au néolibéralisme, les Archives vivantes [Pré]Occupations, Mouvement du 99%, le groupe d'appui aux autochtones SOS Poigan, les plateformes mises à la disposition de la population, les Journées d'Action pour un Printemps Érable et global durant Global May (JAPPEL12M), le *think tank* Idées de la Place du Peuple, les initiatives individuelles et le réseau d'entraide développé. Il y a eu beaucoup d'engagement durant la grève étudiante de 2012, les Assemblées Populaires Autonomes de Quartier, Têtes blanches carrés rouges, les initiatives individuelles et le réseau d'entraide développé » (Communication personnelle).



quelques-unes: « Les médias n'ont pas trouvé les réponses à leurs questions souvent parce qu'ils ne posaient pas les «bonnes» » (Gaudreau et Côté, 2012, p. 12).

Un décalage a également été constaté entre les postures politiques manifestées par les activistes de Occupons Montréal interviewées et le discours véhiculé par les médias plus tard pendant l'occupation – ces derniers mettant l'emphase sur des aspects essentiellement logistiques (i.e. structures en bois). La conférence de presse fut d'ailleurs une expression explicite d'une dialectique qui traversa la mobilisation, entre les médias de masse et des activistes voulant s'adresser à la population.

Il est évident que les tensions observées entre une mouvance sociale comme Occupy et les médias sont un terreau fertile qui gagnerait à être davantage explorées dans de futures recherches<sup>30</sup>

### **Enrichir la compréhension d'Occupons Montréal grâce à la reconnaissance de ses tensions**

À travers cet article, j'ai choisi de documenter la dialectique de deux lieux symboliques et physiques distincts au sein de la Place du Peuple, animés par des groupes spécifiques mobilisés par Occupons Montréal en automne 2011: l'Assemblée générale sous la statue de la Reine Victoria et la yourte. L'observation des ancrages et des mouvements au sein des lieux occupés est utile pour la compréhension des dynamiques caractérisant la mobilisation: « La structuration du territoire, son contrôle organisationnel, se démarque enfin dans l'organisation spatiale de la place, mais aussi dans les formes de gestion du pouvoir»<sup>31</sup>(Turco, 2010, p. 75).

Cette démarche permet d'affirmer l'importance du point de vue des actrices et acteurs, des processus observés. J'adopte ainsi une approche qualitative, surtout en ce qu'elle cherche à « make sense of, or interpret, phenomena in terms of the meanings people bring to them » (Denzin et Lincoln, 1994, p. 2). En effet, j'ai compté sur la souplesse des méthodologies qualitatives pour construire une démarche analytique hybride, qui s'adapte aux objets de mes recherches (reconnaissant que les savoirs ne se construisent pas uniquement à travers le travail académique, mais aussi dans l'action).

30 Comme cela a déjà été entamé par des ouvrages comme celui de Wolfson et Funke (2017), entre autres.

31 «La strutturazione del territorio, il suo controllo organizzativo, risalta infine dall'organizzazione spaziale della piazza ma anche dalle forme di gestione del potere».

Des rapports antagoniques des groupes évoluant dans ces lieux sont particulièrement visibles à l'étude de la conférence de presse vastement médiatisée. Le positionnement symbolique des personnes qui l'ont proposée – s'adressant au 99% – se voulait à la base collectif et collectivisant. Or, cette action fut mise en scène au pied de la statue de la Reine Victoria, lieu généralement utilisé par l'Assemblée générale, bien qu'apparaissant en contradiction avec la logique collective instaurée par cette dernière. L'initiative menée par un petit groupe auto-désigné d'«organiseurs/organisatrices» – qui décide de se déplacer sur l'espace physique de l'occupation pour donner de l'envergure à son action – est un exemple qui illustre l'importance des lieux investis dans les dynamiques d'un objet transnational complexe.

Le regard ethnographique révèle que l'espace créé par Occupons Montréal joue un double rôle: allégorique (représentant l'espace d'autonomie souhaité pour la société, et devenant l'emblème du phénomène) et normatif (posant des contraintes concrètes pour son maintien et sa gestion): «les lieux sont donc tout à la fois le terrain et l'enjeu des politiques de la contestation» (Auyero, 2005, p.130). Or, la compréhension d'Occupons Montréal s'enrichit lorsque l'on élucide certaines tensions aux allures paradoxales qui sont inhérentes aux espaces transnationaux de mobilisation.

Car l'analyse des discours de personnes activement impliquées dans cette mobilisation permet d'affirmer l'émergence d'une distance entre les perceptions idéalisées de ce qu'était (ou pouvait être) Occupons Montréal, et ce qu'a été la réalité du terrain. Et même si ça pourrait paraître évident a posteriori, cela semble avoir nettement surpris plusieurs personnes au point d'en démobiliser certaines. Qui plus est, on peut observer que les activistes d'Occupons Montréal ont dû composer l'identité de leur mobilisation avec une autre tension qui lui est inhérente : la conjugaison de la pluralité (des personnes présentes et des idées qui circulent en son sein ; des définitions ou des objectifs qu'on lui attribue) et de l'unité (suggérée par sa dénomination, la circonscription des lieux occupés et par le substantif «mouvement» que de nombreuses personnes ont adopté pour la définir).

En fin de compte, les contraintes que posaient les lieux investis par la mobilisation l'éloignaient du rôle symbolique que l'espace occupé aurait dû y jouer, lui conférant un statut quelque peu contradictoire: ce lieu, qui initialement faisait converger les aspirations politiques des personnes mobilisées par OM, a aussi été la source de conflits et de contraintes qui l'ont affaibli.

De plus, les impératifs découlant de l'implantation dans l'espace public de la mobilisation sur plusieurs semaines accentuaient le «paradoxe de l'urgence»: des accomplissements qui n'auraient pas vu le jour sans un impératif pressant se multiplient, certes ; mais dans l'enthousiasme, le manque de planification et de temps oblige souvent à mettre de côté certains idéaux. Pris dans l'urgence de l'action, on

a inévitablement moins de temps et d'énergie pour cultiver ses utopies en cours de route. Et comme on l'a vu dans le cas ici étudié, l'incohérence entre l'ampleur des idéaux – qui initialement ont motivé l'action – et les dynamiques concrètes reliées à la réalité du terrain, peuvent avoir des effets pervers sur la persistance de la mobilisation.

Ainsi, la contradiction apparente entre les idéaux et la réalité du terrain que vivaient les personnes impliquées dans Occupons Montréal, est révélatrice de l'aspect paradoxal que revêt la construction d'un tel espace, comme le souligne Sen:

A further contradiction is contained in the inherent dynamics and dialectics of open space where, and as pointed out already, the special quality that open space offers, of the potential of freedom and self-determination, also tends to the possibility of the determination of limits and closure. To repeat, openness and closedness (and finally, closure) are manifestations or expressions of the same movement, including movement for freedom and self-determination. The very act of defining a space – whether open or not – necessarily defines its limits, in this case as informed by the values and norms that are implicitly or explicitly contained in the definition; equally, the very action of opening up space further defines directions, dimensions, and limits – and relations (2009, p. 27).

Qu'en serait-il d'Occupons Montréal, si dès le début de la mobilisation les activistes avaient été conscientes de l'imminence de ces tensions (entre les idéaux démocratiques accueillant la pluralité et les contraintes de la logistique de terrain) ? Est-ce que les groupes auraient été formés différemment ? Les personnes investies auraient-elles agi autrement en leur sein ? Se seraient-elles préparées autrement, auraient-elles sollicité d'autres compétences pour pallier aux difficultés qui allaient inévitablement arriver ? Est-ce que somme toute, la conscience de l'imminence des tensions paradoxales n'aurait pas comme effet de favoriser la résilience chez les personnes concernées ?

Je suis de cet avis. L'adoption d'une posture ouverte aux tensions – ancrée dans une recherche de mécanismes concrets de mise en œuvre et d'apprentissage empathique – peut nous préparer à celles qui inévitablement émergeront lors de la construction d'espaces de mobilisation. Cette posture peut tout autant enrichir les possibilités de compréhension de ces phénomènes. À nous, académiques et activistes, d'alimenter des utopies créatrices qui laissent des traces positives sur nos présents et nos futurs.

## Bibliographie

- Albanel, P. (2013). *Mobilisations citoyennes: Au service d'une économie sociale et solidaire*. Paris, France: Mon Petit Éditeur.
- Aminzade, R. R., & al. (2001). *Silence and Voice in the Study of Contentious Politics*: Cambridge University Press.
- Ancelovici, M. (2012). Le mouvement Occupy et la question des inégalités: ce que le slogan "Nous sommes les 99%" dit et ne dit pas. In F. Dupuis-Déri, ed. *Par dessus le marché! Rélexions critiques sur le capitalisme*. (pp. 15-48). Montreal: Écosociété.
- Ancelovici, M., Dufour, P., & Nez, H. (2016). *Street politics in the age of austerity: from the Indignados to Occupy*. Amsterdam, Pays-Bas: Amsterdam University Press.
- Assemblée générale des indignés. (16 novembre 2011). *Compte rendu du comité AG*.
- Assemblée générale des indignés. (20 octobre 2011). *Compte rendu du comité AG*.
- Assemblée générale des indignés. (22 novembre 2011). *Compte rendu du comité AG*.
- Auyero, J. (2005). L'espace des luttes. Topographie des mobilisations collectives. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 160(5), 122-132. doi:<https://doi.org/10.3917/arss.160.0122>
- Baillargeon, N. (2004). *L'ordre moins le pouvoir: histoire et actualité de l'anarchisme*. Montréal, QC, Canada: Lux.
- Banerjee, T. (2001). The Future of public space: Beyond invented streets and reinvented places. *Journal of the American Planning Association*, 67(1), 9-24.
- Benessaïeh, K., & Normandin, P.-A. (2011). Gérald Tremblay invite les indignés à partir. Retrieved from <https://www.lapresse.ca/international/dossiers/les-indignes/201111/21/01-4470098-gerald-tremblay-invite-les-indignes-a-partir.php>
- Berg, N. (2011). The Occupy Movement and the New Public Space. Retrieved from <https://www.citylab.com/equity/2011/11/Occupy-and-new-public-space/554/>
- Bulley, D. (2016). Occupy differently: space, community and urban counter-conduct. *Global Society*, 30(2), 238-257. doi:<https://doi.org/10.1080/13600826.2015.1133567>
- Canet, R., Rhéaume, J., Parazelli, M., Jochems, S., & Rivard, M. (2008). L'éclosion d'une culture politique participative: L'expérience du forum social québécois. *Nouvelles pratiques sociales*, 21(1), 84-103.
- Chomsky, N. (2012). *Occupy*. New York, NY, Etats-Unis: Zuccotti Park Press.
- Conway, J. (2013). *Edges of Global Justice. The World Social Forum and it's 'others'*. Abingdon, New York: Routledge.
- De Sousa Santos, B. (2004). *The World Social Forum: A User's manual*. Madison, WI, Etats-Unis: University of Wisconsin.
- Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (1994). « Introduction: Entering the field of qualitative research », in *Handbook of qualitative research*, Thousand hope, CA: Sage

- Dupuis-Déri, F. (2003). *Manifestations altermondialisation et «groupes d'affinité». Anarchisme et psychologie des foules rationnelles*. Paper presented at the Les mobilisations altermondialistes.
- Ferrell, J. (2000). *Tearing down the streets: adventures in urban anarchy*. New York, NY, Etats-Unis: Palgrave Macmillan.
- Frezzo, M., & Karides, M. (2007). *Socialism for the 21st century? Prefigurative politics and subsidiarity at the World Social Forum*. Paper presented at the Annual meeting of the American Sociological Association, New York, NY, Etats-Unis.
- Gaudreau, L. & Côté, É. (2012). Retour sur l'occupation du square Victoria:entrevue avec Kristian Gareau, Josianne Millette et Valérie Provost, militants et militantes au sein du mouvement Occupons Montréal. *Nouvelles pratiques sociales*, 25(1), 7–16.
- Genlot, D. (2002). De l'absolue nécessité de la pensée transversale dans le management. In L'Harmattan (Ed.), *Ingénierie de l'interdisciplinarité: un nouvel esprit scientifique*, 113-119. Paris, France: Kourilsky, F., Tellez, J.
- Girard-Lemay, J., & Leydet, D. (2007). *Entre idéal et pratique l'égalité politique en théorie de la démocratie*. Montréal, QC, Canada: Université du Québec à Montréal.
- Halvorsen, S. (2016). Review of “Metropolitan preoccupations: the spatial politics of squatting in Berlin”, by Alex Vasudevan. *Journal of Historical Geography*, 54, 114-115.
- Halvorsen, S. (2017). Spatial dialectics and the geography of social movements: the case of Occupy London. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 42(3), 445-457. doi:https://doi.org/10.1111/tran.12179
- Hammond, J. L. (2013). The significance of space in Occupy Wall Street. *Interface: a journal for and about social movements*, 5(2), 499-524.
- Hardt, M., & Negri, A. (2011). The Fight for 'Real Democracy' at the Heart of Occupy Wall Street. The Encampment in Lower Manhattan Speaks to a Failure of Representation.
- Kingsnorth, P. (2004). *One no, many yeses: a journey to the heart of the global resistance movement*. Londres, Royaume-Uni: Free Press.
- Massey, D. (2005). *For space*. Londres, Royaume-Uni: SAGE publications.
- Mitchell, D. (1995). The end of public space? People's park, definitions of the public, and democracy. *Annals of the Association of American Geographers*, 85(1), 108-133.
- Myles, B. (29 octobre 2011). Occupons Montréal - Les réfugiés du système financier. *Le Devoir*. Retrieved from <http://www.ledevoir.com/societe/actualites-en-societe/334807/occupons-montreal-les-refugies-du-systeme-financier>
- Negt, O. (2009). L'espace public oppositionnel aujourd'hui. *Multitudes*, 39(4), 190-195.
- Nelisse, C. (1997). Catégorie floue et construction de l'objet. In R. Zuniga (Ed.), *L'intervention: Les savoirs en action*. Sherbrooke: Université de Sherbrooke.
- Pickerill, J., & Krinsky, J. (2012). Why Does Occupy Matter? *Social Movement Studies*, 11(3-4), 279-287.

- Reimer, M. (2010). "It's the kids who made this happen": The Occupy movement as youth movement. *Jeunesse: Young People, Texts, Cultures*, 1-14.
- Roger Hall, K. (2011). The many spaces between occupations. 99%: *publication of Occupy Montreal*. Routledge, P. (1993). *Terrains of resistance: nonviolent social movements and the contestation of place in India*. Westport, CT, Etats-Unis: Praeger.
- Schön, D. A., Schön, D. A., Heynemand, J., & Gagnon, D. (1994). *Le praticien réflexif: à la recherche du savoir caché dans l'agir professionnel*. Montréal: Les Ed. Logiques.
- Sen, J. (2009). On Open Space: Explorations Towards a Vocabulary of a More Open Politics. *Antipode*, 42(4), 994-1018.
- Sen, J., Anand, A., Escobar, A., & Waterman, P. (2004). *Challenging empires*. New Delhi, India: Viveka Foundation.
- Sen, J., & Keraghel, C. (2004). Explorer l'espace ouvert: le Forum Social Mondial et les cultures du politique. *Revue internationale des sciences sociales*.
- Sewell, W. H. J. (2001). Space in Contentious Politics. In R. R. Aminzade & al. (Eds.), *Silence and Voice in the Study of Contentious Politics* (pp. 51-88). Cambridge, Royaume-Uni: Cambridge University Press.
- Sitrin, M. (2012). Horizontalidad and Territory in the Occupy Movements. *Tikkun Tikkun*, 27(2), 32-63.
- Soja, E. W. (1989). *Postmodern geographies: the reassertion of space in critical social theory*. London: Verso.
- St-Arnaud, Y. (1997). Le savoir, un objet perturbateur non identifié (OPNI) dans l'intervention. In C. Néglise & R. Zuniga (Eds.), *L'intervention: les savoirs en action* (pp. 165-181). Paris: Presses universitaires de France.
- Tabusi, M. (2013). Lo spazio è (o può divenire) un' «arma» sociale? Riflessioni sul movimento. *ESO, travaux & documents*, 35.
- Taylor, V., & Van Dyke, N. (2004). "Get up, stand up": tactical repertoires of social movements. In D. A. Snow, S. A. Soule, & H. Kriesi (Eds.), *Blackwell companion to social movements* (pp. 262-293). Malden, MA, Etats-Unis: Blackwell Pub.
- Tilly, C. (1984). Les origines du répertoire d'action collective contemporaine en France et en Grande-Bretagne. *Vingtième Siècle*, 4, 89-108.
- Turco, A. (1988). *Verso una teoria geografica della complessità*. Milan, Italie: Unicopli.
- Wallerstein, I. (2004). The dilemmas of open space: the future of the WSF. *International Social Science Journal*, 56(182), 629-637. doi:10.1111/j.0020-8701.2004.00522.x
- Whitaker, C. (2000). Le Forum Social Mondial, origines et objectifs. *Correio da Cidadania*, 222.
- Wolfson, T. & Funke, P. N. (2017). Contemporary Social Movements and Media: The Emergent Nomadic Political Logic and its Nervous System. Government and International Affairs Faculty Publications. 133.

# O SISTEMA MUNDIAL E O PENSAMENTO ALTERNATIVO DA JUVENTUDE

*Paulo Vitorino Fontes\**

## **Introdução**

Estes tempos em que vivemos não são propícios a pensar em outros mundos possíveis, parece que a utopia já não tem sentido. As utopias chocam com os marcos institucionais, com as temporalidades e com as particularidades de construção dos lugares necessários para a sua materialização. No caso das utopias de mercado livre, são perceptíveis as suas contradições fundamentais, que não foram resolvidas e até foram aprofundadas desde o fim do século XX.

Precisamos de nos empenhar numa nova utopia dialética, que coloque em primeira linha o nosso interesse pela transformação; que dirija nossa prática política para a criação de uma nova ordem social e ecológica, que nos permita reconstruir as nossas relações sociais e com a natureza, num marco de democracia e justiça social, mais além das simples expectativas redistributivas.

Neste trabalho pretendemos contribuir para este desígnio, incluindo o contributo de vários autores e autoras, de forma a suportar e a situar as conceções teóricas que serão desenvolvidas. Pretende-se, por um lado, analisar o sistema mundial, a crise atual e os diferentes comportamentos sociais adotados na ação coletiva. Por outro lado, será problematizada a construção de alternativas, com relevância para o pensamento jovem, ao apresentarmos vários contributos teóricos para renovação do pensamento crítico e algumas propostas práticas para inovação das formas de vida humana.

---

\* Centro de Investigação em Ciência Política – Universidade de Évora.

A nossa investigação recorre ao método qualitativo na sua vertente de análise documental. A metodologia utilizada para analisar diferentes documentos é baseada numa hermenêutica crítica. As obras são o objeto de análise e são interpretadas dentro de um contexto teórico e determinado, mostrando as fundamentações e, em alguns casos, as contradições incorridas. É essencialmente uma análise de natureza formal, analítica e conceitual. Com efeito, as teorias e categorias dos vários autores e autoras são apresentadas a partir de uma interpretação e avaliadas criticamente.

## **Sobre o sistema mundial**

As alternativas que se produzem no sistema mundial atual, como refere José Maria Tortosa (2011, p. 1), poderão ser melhor compreendidas se as situarmos dentro da lógica do próprio sistema, ainda mais se tivermos em conta a possibilidade dessas alternativas serem destruídas ou absorvidas pela esmagadora capacidade do sistema de incorporar tudo, em especial os corpos estranhos.

Todavia, a História tem mostrado que vários sistemas aparentemente estáveis deixaram de funcionar e que realmente há poucas coisas humanas irreversíveis. Razão pela qual não se deve excluir a possibilidade de isso voltar a acontecer, da mesma forma, como já foi referido, não se deve excluir a capacidade de recuperação que o sistema mundial já mostrou ter (Tortosa, 2011, p. 2).

Giovanni Arrighi ao desenvolver uma das mais eminentes análises críticas do sistema mundial contemporâneo, acreditou, no fim da década de 70, juntamente com André Gunder Frank, Immanuel Wallerstein e Samir Amin, que o capitalismo tinha entrado numa fase de crise sistémica, com queda das suas taxas de crescimento, que nunca mais voltaria às suas taxas anteriores. A assunção inicial destes autores, que o capital iria reagir através duma realocação massiva, foi mais tarde confirmada. Arrighi associou esta crise ao declínio da hegemonia do Estados Unidos da América. As suas perspetivas foram amplamente desenvolvidas em dois livros coletivos (Amin et al. 1982, 1990). Analisando os movimentos sociais associados com a reorganização do sistema global, Arrighi dedicou-se às insurreições dos movimentos trabalhistas, os que são provavelmente mais afetados pela crise. Arrighi (1994, 2007) na sua vasta análise não confunde capitalismo com economia de mercado, ao integrar esta fase mais longa no seu conceito de capitalismo histórico. Interpreta assim o capitalismo, supostamente de origem europeia, como sendo um produto de séries de ondas de capitalismo originadas na China que, finalmente, chegaram à Europa através das cidades comerciais do Renascimento Italiano.



Arrighi no seu extenso estudo “O longo Século XX” (1996) demonstra que o capital financeiro não é uma etapa especial do capitalismo mundial, nem tão pouco o seu estágio mais recente e avançado. Pelo contrário, é um fenómeno recorrente, que marcou a era capitalista desde os primórdios, na Europa do fim da Idade Média e início da era moderna. Ao longo de toda a era capitalista, as expansões financeiras marcaram a transição de um regime de acumulação em escala mundial para outro. Estas expansões integram a destruição recorrente dos “antigos” regimes e a criação simultânea de “novos” regimes.

Através desta descoberta, Arrighi (1996) reformulou a conceção teórica do século XX, definindo três fases: (1) a expansão financeira do final do século XIX e início do século XX, no decorrer da qual as estruturas do “antigo” regime britânico foram destruídas e foram criadas as do “novo” regime norte-americano; (2) a substancial expansão das décadas de 1950 e 1960, durante a qual, a supremacia do “novo” regime, centrado nos Estados Unidos, traduziu-se numa expansão mundial da produção e do comércio; e (3) a expansão financeira que desde o fim da década de 1970 até aos dias de hoje, em cujo decurso as estruturas do já “antigo” regime norte-americano vêm sendo destruídas, com a criação – supõe-se – de um “novo” regime. A partir do sistema interpretativo de Braudel, Arrighi configura o longo século XX como o último de quatro longos séculos, estruturados de forma semelhante, cada um constituindo uma etapa específica do desenvolvimento do moderno sistema capitalista mundial. A análise de Arrighi (1996) das expansões financeiras deste longo período permitiu aprofundar a compreensão da atual expansão financeira como um momento conclusivo de um determinado estágio de desenvolvimento do sistema capitalista mundial – o estágio abrangido pelo longo século XX.

A partir da ideia de Fernand Braudel das expansões financeiras como fases finais dos grandes desenvolvimentos capitalistas foi possível a Arrighi decompor a duração completa do sistema capitalista mundial (a *longue durée* de Braudel) em unidades de análise mais manobráveis, a que chamou de ciclos sistémicos de acumulação, referindo-se ao sistema como um todo, em que a posição central foi sucessivamente assumida por genoveses, holandeses, britânicos e norte-americanos.

Arrighi (1996) demonstra ao longo do seu trabalho a extraordinária capacidade de adaptação da burguesia durante os vários ciclos sistémicos de acumulação, procurando a sobrevivência e a acumulação. O autor italiano considera tantas burguesias quantos os ciclos de acumulação. Pelo que ao entendê-las como o núcleo dos grupos de poder dominantes e ao tentar perceber os comportamentos desses grupos, devemos sempre ter em atenção, como insiste Arrighi (1996), o enorme potencial adaptativo desta classe social. Isto significa perceber que a incerteza se manterá no horizonte, independentemente do que se possa aprender com o passado.

Prosseguindo na compreensão da crise atual, como nos lembra Tortosa (2011, p. 2), embora se possa pensar na crise cíclica de 1929, ao reaparecerem elementos que novamente nos afetam: a crise econômica, o descrédito da democracia, o auge dos movimentos totalitários carregados de verdades absolutas e de intolerância e a potência hegemônica em crise. Mas, também é óbvio que não estamos no mesmo contexto: em 1929 não havia consciência da pegada ecológica deixada no planeta pela espécie humana em geral e pelos países mais ricos em particular, nem havia 1000 milhões de pessoas famintas no mundo, entre outras diferenças que iremos salientar.

Zygmunt Bauman ao recuperar algumas ideias de Rosa Luxemburgo no seu ensaio publicado em 2009: “O capitalismo como sistema parasita”, apresenta-nos como tese que o capitalismo funciona mediante a “colonização” de “territórios virgens” para serem explorados. Colonização que pode ser física, como nas conquistas, invasões, descobrimentos, entre outras; pode ser comercial ou financeira. Esta última, segundo Bauman (2009), tem-se intensificado no sistema atual, depois do capitalismo que falava Marx Weber (austero, arrojador, calculista) dar lugar a um capitalismo de consumo e, deste, ao capitalismo do crédito que por último entrou em crise, como todos os outros modos anteriores ao manterem em vigor a norma básica do sistema, que é a do benefício sem limites físicos, sociais e econômicos, que se traduz na acumulação incessante de capital.

Pois, tanto para Bauman (2009) como para Tortosa (2011, p. 4), “o que mantém vivo o sistema é a colonização do futuro: o benefício de hoje obtém-se carregando sobre as costas não dos selvagens ou dos primitivos pré-capitalistas como iniciou o sistema mundo contemporâneo, mas sobre as gerações futuras”. Como é a atual crise da dívida, que para geri-la, exige rigor orçamental e redução de investimento por parte dos Estados que pediram auxílio aos mais ricos.

Na continuidade do pensamento de Tortosa (2011, p. 5), podemos verificar que a lógica do sistema com as suas variantes regras subordinadas ao princípio básico do benefício sem limite físico, social ou econômico tem tido efeitos devastadores no planeta. Em primeiro lugar, temos uma crise econômica que afeta os países centrais em que um decrescimento ou crescimento baixo traduz-se em redução de emprego e aumento de problemas sociais. Os governos ao capitalizarem os bancos com problemas financeiros entraram em deficit ou aumentaram-no. Posteriormente, a sua necessidade de endividamento foi-se solvendo com empréstimos para fazer face aos gastos correntes e não à inversão produtiva, reduzindo-se assim a despesa pública e, por conseguinte, introduzindo um novo fator de desaceleração.

Não sendo a primeira vez que tal acontece, mas provavelmente o sucedido noutras ocasiões não afetou da mesma forma os países centrais. Em relação à crise de

1929, como Tom Engelhardt retratou na sua obra *United States of Fear* (2011), a diferença que agora se desenvolve é uma acumulação de novos problemas que interatuam com os económicos, gerando assim uma particular instabilidade do sistema no seu conjunto, começando pela sua potência hegemónica, os Estados Unidos da América.

Em primeiro lugar, estão os problemas ambientais: para além de se colonizar o futuro, parece claro que a exploração da natureza já alcançou níveis cuja “pegada ecológica” poderá ultrapassar limites de difícil recuperação. Podemos continuar a discutir se estamos perante a ameaça ou a realidade de uma mudança climática. Mas, depois do relatório da Universidade de Berkeley (2013) torna-se evidente o aquecimento global verificado até agora. Os seus efeitos sobre as secas, inundações e más colheitas já foram suficientemente constatados.

O *World Energy Outlook* publicado pela Agência Internacional de Energia em 2011 reconhecia dois acontecimentos relevantes para a nossa discussão: por um lado, atingiu-se o chamado “pico do petróleo”, momento em que o consumo já se faz à custa das reservas, sem que as novas descobertas (como por exemplo na Argentina, Brasil ou País Basco) sejam suficientes para compensar o esgotamento dos recursos. Por outro lado, o relatório reconhece o impacto que o consumo de combustíveis fósseis tem no aquecimento global e eventual mudança climática.

Convocando novamente a análise de Tortosa (2011, pp. 5-6), verifica-se que juntamente com a crise energética apresenta-se também uma crise alimentar que, como as anteriores, não afeta por igual todas as partes do mundo. Se a crise económica e a energética são problemas sobretudo dos países centrais (os mais ricos do Norte), os efeitos da crise ambiental notam-se mais, no momento, nos países periféricos e, certamente, a crise alimentar, seja ou não fabricada, afeta-os igualmente.

Um dos resultados desta acumulação de crises, como nos elucida Tortosa (2011, p. 6), é o sentimento de insegurança que se difunde entre amplas camadas da população. Não correspondendo exatamente aos “99%”, numa terminologia contemporânea, mas verifica-se nos sectores médios e médio-baixos dos países centrais. Como Joaquín Estefanía analisou na sua obra “A economia do medo” em 2011, estas inseguranças incluem, pois, a insegurança económica perante o futuro do próprio emprego e da própria pensão, que só representa uma parte do problema. Da mesma forma que incluem a insegurança energética com os efeitos do “pico do petróleo” e a necessária transição energética para a qual não se vislumbram muitas alternativas. E tudo isto, num ambiente generalizado de descrédito das democracias existentes e das suas respetivas classes governativas. O descrédito da classe política aparece ligado a uma evidente crise de confiança em muitas instituições, perceptível em amplas

camadas da população e, entre essas instituições, estão não só os partidos políticos como também os sindicatos, as igrejas, entre outras.<sup>1</sup>

Carlos Taibo no seu recente livro “Colapso” (2019), apesar de não afirmar com toda a certeza se vai haver um colapso geral do sistema mundial, anuncia que esse colapso é provável. As suas principais causas são as mudanças climáticas e o esgotamento das matérias-primas energéticas que utilizamos. Outras causas aparentemente secundárias poderão multiplicar as tensões, como a crise demográfica, que afeta sobretudo determinadas regiões do planeta; uma situação social tensa, materializada no facto de que metade da população mundial só dispõe de menos de dois dólares por dia, associado a um cenário de aumento da fome e dos problemas de acesso à água; o reaparecimento de doenças em forma de epidemias e pandemias de grande difusão; aumento dos cancros e doenças cardiovasculares; aumento da desigualdade de género que reafirma as regras da sociedade patriarcal; o efeito multiplicador da crise financeira na forma de cativação e instabilidade, aumento da incerteza e perda de confiança; a proliferação de violências várias, sobretudo através de autênticas guerras de rapina das grandes potências do Norte à procura das matérias-primas que necessitam; e, por fim, a idolatria que continuam a merecer a tecnologia e o crescimento económico.

Por sua vez, Fernández Durán (2008), grande impulsionador do movimento ecologista espanhol, realizou uma análise sistémica e integral sobre a evolução histórica do uso social da energia, desde o Paleolítico até ao século XX, concluindo que não basta mudar as fontes de energia, mas que deverá ser o sistema a mudar. O autor interrelaciona vários campos, disciplinas e enfoques de análise, relacionados com a questão energética, como a organização da produção, o trabalho, as instituições políticas, o dinheiro e as finanças, os exércitos e as guerras, a geopolítica, a crise ecológica e urbana, e os conflitos sociais. Ao analisar a evolução da conflitualidade social ao longo do século XX e a formação e transformação dos Estados, Fernández Durán (2010) verifica que a expansão do capitalismo ao longo do último século foi acompanhada da aparição de conflitos sociais ligados a mudanças da matriz energética de diversa índole e de soluções espaço-temporais encaminhadas a desativar e a deslocar o conflito social para novos espaços.

Fernández Durán (2011) aborda o mundo que se avizinha a partir da crise do capitalismo global desde o fim do século XX, opondo-se à utopia do crescimento ilimitado da civilização capitalista. Para este autor e ativista espanhol os tempos de “pão e circo”, de petróleo abundante, sociedade do espetáculo, consumo massivo e

---

1 Para uma análise comparativa ao nível europeu do interesse pela política e da confiança nas instituições políticas consulte o trabalho de Rui Brites (2015).

idolatria aos poderosos parecem chegar ao fim. O autor aponta as direções que pode tomar a evolução social nos próximos anos, com uma intensificação dos conflitos em torno dos combustíveis fósseis, a alteração das estruturas de poder com a quebra do capitalismo global e a ascensão de novos capitalismos de Estado Regionais, as maiores consequências da crise que afetarão principalmente os mais frágeis e, muito particularmente, as mulheres. Fernández Durán considera importante ter em conta todas estas variáveis para podermos construir coletivamente uma transição pós-fós-sil justa e emancipadora.

Para tentar ultrapassar esta crise, Fernández Durán (2011), remete-nos a outros imaginários, a outras conceptualizações da mudança social, livres dessa ilusão que a nossa sociedade foi construindo em torno dos mitos do progresso e do desenvolvimento.

Um desafio e paradoxo que subjaz, colocado por Tortosa (2011, p. 7), é a de como conseguir, sem mudar as regras do jogo, crescer para criar emprego e, ao mesmo tempo, decrescer para responder aos desafios ambientais, quando optando pelo primeiro propósito tão pouco se consegue o emprego, com o qual se acumulam os problemas. E como fazê-lo desde a política, depois de uma longa etapa em que a máxima tem sido “menos Estado e mais mercado”? Um percurso que foi produzindo e acumulando desregulações, sobretudo no sector financeiro, que conduziram à atual crise económica, que primeiro foi financeira, e que submeteu os governos aos interesses financeiros mundiais.

Para Tortosa (2011, p. 7), as reações contra estes acontecimentos não tiveram uma forte correlação com os mesmos, nem com a evolução da consciência sobre eles. Tão pouco assumiu as mesmas formas nos países centrais das conhecidas nos países periféricos, sendo frequente as reações dos países centrais receberem maior apoio mediático.

As reações em Portugal e, sobretudo na Grécia, aos sucessivos “planos de ajuste” e austeridade impostos do exterior foram ações de protesto de uma população que viu diminuída os seus níveis de vida. Para Tortosa (2011, p. 9), estas ações têm elementos em comum, neste sentido, com o sucedido nos anos 70 e 80 na América Latina, mas também os têm em comum com alguns países árabes onde ocorreu a “primavera”. Verifica-se sobretudo emoção e comportamento expressivo da mesma, geralmente dirigida contra o governo que aceitou a imposição exterior e não contra o organismo, instituição ou pessoas que a impuseram.

Dos vários movimentos sociais mais recentes, desde os protestos dos estudantes chilenos ao reivindicarem uma educação de qualidade, movimento este que ultrapassou fronteiras e se produziu também nos restantes países da América Latina, passando pela longa marcha dos indígenas na Bolívia que se opunham à construção

de uma autoestrada no seu território, até aos indignados de Israel por determinadas condições de vida que consideravam inaceitáveis, salienta-se a sua heterogeneidade e a dificuldade, para aqueles movimentos que ambicionam um impacto mundial, de ultrapassarem a suas limitações locais (Tortosa, 2011, p. 9).

A onda de protestos que se produzem no mundo como reação a um sistema, precipitada pelas condições imediatas de insegurança e insatisfação, refrata-se em cada circunstância local de forma que dificulta a articulação e a exportação ou importação de métodos e estratégias.

Outras duas reações populares, distintas das que já foram apresentadas, muito locais e significativas, foram os distúrbios iniciados em Inglaterra em Tottenham, puramente expressivos do descontentamento e muito parecidos ao dos jovens parisienses de 2005. Não havia nenhum objetivo a alcançar: somente a expressão da raiva e da frustração.

Por sua vez, o movimento do 15-M e suas variantes locais, bem como a sua evolução até o 15-O através dos diversos “Occupy (inicialmente Wall Street, mas depois a mais cidades) pode ser situado noutra dimensão, apesar do seu parentesco com outros movimentos já enunciados. Joseph Stiglitz no seu artigo “A globalização do protesto” (2011, p. 1) refere que “o movimento de protesto que nasceu em Tunes, para depois estender-se ao Egipto e daí a Espanha, já é global: a marcha de protestos chegou a Wall Street e a diversas cidades dos Estados Unidos” e comentava, quase como o padre Coughlin em 1932, “temos um sistema onde se resgatou os banqueiros, e abandonou-se as suas vítimas” (Stiglitz, 2011, p. 2).

Será importante analisar a evolução destes movimentos, sobretudo como interroga Tortosa (2011, p. 10), se o 15-O se consolida e perdura, algo que ainda não aconteceu. Tal como não se verificou ainda a articulação de muitas indignações locais em respostas coletivas à escala mundial. Pelo que importa refletir sobre os problemas que podem ter as alternativas propostas por esses movimentos, bem como sobre as dificuldades que afetam os mesmos.

Angela Davis, académica e ativista americana, ao participar no Occupy de Philadelphia em 2011, depois de na sua juventude ter participado nos movimentos sociais dos anos 60, sintetiza de uma forma clara o desafio:

A questão mais pertinente relativamente aos ativistas da “Occupy” é a de como criar uma união que respeite e celebre a imensa diferença existente entre os 99%. Como podemos aprender a nos unirmos? Isto é algo que os 99% que se encontram a viver nos locais da Occupy podem ensinar-nos. Como podemos unirmos numa união que não seja simplista e opressiva, mas complexa e emancipadora e que reconheça, nas palavras de June Jordan, que “somos aqueles por quem estávamos à espera”. (Davis, 2011, p. 3)

Chegados até aqui, a primeira questão a colocar, retomando o pensamento de Tortosa (2011, p. 10), é se o movimento observável é realmente mundial. Percetível que não é: não afeta a todos os países, sendo evidente a ausência africana e do sudoeste asiático, daqueles países que as Nações Unidas classificam de menos desenvolvidos.

A relativa ausência de abordagens sobre os países periféricos nos movimentos dos países centrais, sobretudo nos Estados Unidos, é tão visível como a ausência de movimentos coordenados com os dos países periféricos, embora eles tenham acontecido em alguns casos, como na América Latina (Tortosa, 2011, p. 11). Os movimentos locais pouco conseguem frente a um mal ou adversário que está à escala mundial se não se coordenarem à escala em que se dá o problema, restando-lhes acreditar num “efeito mariposa”, produzido por pequenas mudanças em zonas marginais do sistema.

Mas mais consequente para a nossa discussão será voltar à questão central colocada por Tortosa (2011): se estes movimentos propõem uma mudança de sistema ou uma mudança no sistema?

De uma forma geral, pode-se recorrer à reatualização de Tortosa (2011, p. 11) da tipologia de comportamentos sociais de Robert Merton (1968). Face às crises atuais, principalmente nos países centrais, o conformismo tem sido o comportamento mais frequente: observa-se naqueles e naquelas que aceitam tanto as metas como os meios legítimos do sistema para alcançá-las e, importa salientar, independentemente dos que consigam ou não alcançar esses fins (bem-estar, felicidade, segurança, liberdade, identidade) e inclusivamente com independência de que consigam aceder aos meios para alcançá-los. Para além do comportamento ritualista, que aplica mecanicamente os meios aceites, independentemente de que conduzam a fins socialmente aceites ou do comportamento inovador, que aceita os fins, mas procura novos meios para alcançá-los, interessa particularmente à nossa investigação o comportamento da indignação. No grupo das pessoas indignadas há uma rejeição tanto dos fins como dos meios socialmente aceites. Mas importa não incluir a todas as pessoas participantes no movimento na mesma categoria, o que explica essa oscilação entre os que propõem mudanças no sistema e os que procuram uma mudança de sistema (Tortosa, 2011, p. 12). Por conseguinte, e seguindo a tipologia proposta, entre os conformistas e os ritualistas, se não alcançam as metas sociais, produzem-se muitas vezes diferentes níveis de frustração. A frustração pode ser confundida com indignação. A frustração gera agressividade e a agressividade procura um objeto sobre o qual possa descarregar. O comportamento agressivo pode dirigir a sua agressividade contra si próprio, como se pode explicar pelo aumento dos suicídios nos países centrais, ou dirigir-se para fora, por exemplo na forma de uso do outro (imigrante, de diferente religião, sexualidade ou raça) como objeto

da própria agressividade física ou política, expressa no crescimento acentuado dos partidos xenófobos na Europa (Tortosa, 2011, p. 12). Importa referir que apesar dos sentimentos de indignação e frustração estarem presentes nos movimentos sociais, eles não são o fator único de influência dos comportamentos sociopolíticos, o que obrigaria a uma revisitação dos modelos explicativos do comportamento sociopolítico dos atores sociais<sup>2</sup>, que aqui não podemos desenvolver.

O repto final que Tortosa (2011, p. 12) coloca é claro: como passar de um comportamento expressivo da indignação, que sendo um comportamento emocional distingue-se da agressividade, a um comportamento racional relativamente aos fins, ou pelo menos racional relativamente a valores, segundo a terminologia de Max Weber, em que novos meios se ponham em prática para alcançar fins igualmente novos, correspondendo, segundo Tortosa (2011, p. 12), ao que Merton qualificava como revolucionário. Importa considerar os fins prováveis e os meios disponíveis, para que não se trate de uma infantil onnipotência das ideias, já que não é suficiente apontar o que está mal, importa propor vias viáveis de mudança.

Os movimentos alternativos têm sido liderados predominantemente por jovens, que têm impulsionado a mudança social e organizado eventos um pouco por todo o mundo. Ainda que criticados por alguns, são elogiados por outros pelo seu espírito e sagacidade.

Não sabemos se estes movimentos alternativos irão ter o impacto que outros já tiveram na história, pois a história não se repete. Mas também é certo que agora é mais fácil ter impacto sobre a realidade mundial, assim como também se pode aprender com os êxitos e com os horrores do passado.

Depois de termos percorrido algumas das especificidades e dificuldades que os movimentos alternativos apresentam e antes de apontarmos para propostas práticas, importa incluir a reflexão de Boaventura de Sousa Santos, académico e ativista português, de forma a perceber algumas das potencialidades dos novos movimentos sociais e a incluir as suas propostas metodológicas na construção de uma teoria crítica alternativa.

## **Sobre a construção de alternativas**

Para Santos (2012, pp. 139-140) a pluralidade do movimento global alternativo significa que a agregação de lutas, de interesses e de energias é feita de forma a respeitar

---

2 Para revisão dos modelos funcionalista cultural, socio-psicológico, de poder, marxista e outros confira Manuel Carlos Silva (1998).



as diferenças entre movimentos e a manter intatas as suas autonomias. Isto é, a construção da articulação e da agregação tem um valor e uma força independentes dos objetivos ou lutas que se agregam. É nesta construção que reside o potencial desestabilizador das lutas. Na capacidade de promover a passagem do que é possível num determinado momento para o que está emergindo como tendência ou latência de novas articulações e agregações. Muitas vezes, para este autor, são as lutas mais periféricas e os movimentos menos consolidados num determinado momento que transportam consigo a emergência de novas possibilidades de ação e de transformação.

Santos (2001; 2012) ao pretender construir uma teoria crítica, opõe-se ao que denomina “pensamento abissal”, eurocêntrico e colonizador, critica o “desperdício da experiência”, motivado pela exclusão do outro, cujo reconhecimento deveria ser a base de um diálogo intersubjetivo relevante.

O autor português realiza um diagnóstico das dificuldades e dilemas que a teoria crítica desenvolvida na tradição ocidental enfrenta nos últimos trinta anos. As dificuldades são ao mesmo tempo políticas, teóricas e epistemológicas. “São dificuldades quase dilemáticas porque ocorrem na própria imaginação política que sustém a teoria crítica e, em última instância, a política emancipadora” (Santos, 2010, p. 11). O autor formula a primeira dificuldade da imaginação política desta forma: “é tão difícil imaginar o fim do capitalismo como é difícil imaginar que o capitalismo tenha fim” (Santos, 2010, p. 11). Esta dificuldade, segundo o autor, tem sido fraturante no pensamento crítico, principalmente em duas vertentes que sustentam políticas distintas de esquerdas. A primeira vertente deixou de se preocupar com o fim do capitalismo e centrou a sua atividade no desenvolvimento de propostas que incluindo o capitalismo, permitam reduzir os custos sociais do sistema capitalista. A social-democracia, o “keynesianismo” e o Estado de Bem-Estar e de desenvolvimento dos anos sessenta do século passado constituíram os principais modelos políticos desta vertente. A segunda vertente da tradição crítica, prosseguindo o pensamento de Santos (2010, p. 12), apesar de não se deixar bloquear pela primeira dificuldade, vive intensamente a segunda dificuldade: a de imaginar como será o fim do capitalismo. Esta é uma dupla dificuldade já que, por um lado, reside em imaginar alternativas pós-capitalistas depois do fracasso do socialismo e, por outro, implica imaginar alternativas pré-capitalistas anteriores ao colonialismo. Para além disso,

esta dificuldade da imaginação política não está igualmente distribuída no campo político: se os governos imaginam o pós-capitalismo a partir do capitalismo, os movimentos indígenas imaginam o pós-capitalismo a partir do pré-capitalismo. No entanto, nem uns nem outros imaginam o capitalismo sem o colonialismo interno (Santos, 2010, p. 12).

Com a exploração capitalista ao combinar-se com a dominação do colonialismo interno, será mais difícil estabelecer um pacto entre as classes mais afetadas, pois estas são atravessadas por identidades culturais e regionais que multiplicam as fontes dos conflitos e favorecem a sua institucionalização de uma forma cada vez mais problemática e precária (Santos, 2010, p. 13).

A segunda dificuldade da imaginação política, segundo Santos (2010, p. 14), “pode formular-se assim: é tão difícil imaginar o fim do colonialismo como é difícil imaginar que o colonialismo não tenha fim”. Uma parte do pensamento crítico deixou-se bloquear pela primeira dificuldade e o resultado tem sido a negação da existência do próprio colonialismo a partir do processo que conduziu às independências, não sendo valorizadas as lutas étnico-raciais, mas sim a mestiçagem como sinal de superação do colonialismo. Ao contrário, a outra vertente da tradição crítica parte do pressuposto de que o processo histórico que conduziu às independências demonstra que o colonialismo interno não só se manteve depois das independências, como em alguns casos se agravou. A dificuldade em imaginar a alternativa ao colonialismo reside no fato deste não ser unicamente uma política de Estado, como sucedia durante o colonialismo de ocupação estrangeira. Ele “é uma gramática social muito vasta que atravessa a sociabilidade, o espaço público e o espaço privado, a cultura, as mentalidades e as subjetividades” (Santos, 2010, p. 15). O colonialismo tornou-se assim um modo de viver e de conviver entre aqueles e aquelas que beneficiam dele e quem o sofre. Para esta vertente da tradição crítica a luta contra o capitalismo deverá ser conduzida paralelamente com a luta contra o colonialismo. Uma vez que a dominação de classe e dominação étnico-racial alimentam-se mutuamente, a luta pela igualdade não pode separar-se da luta pelo reconhecimento da diferença.

Devido ao protagonismo dos movimentos sociais indígenas, camponeses, afro-descendentes e feministas, principalmente no continente latino-americano, com as suas bandeiras de luta e com as dificuldades da imaginação política progressista já referidas, constituem-se as razões que determinam a necessidade de manter alguma distância em relação à tradição crítica eurocêntrica. Para além destes fatores, Santos (2010, p. 15) enuncia outros de raiz teórica que reforçam essa necessidade, como são a perda dos “substantivos críticos” e “a relação fantasmal entre a teoria e a prática”.

Como já foi mencionado anteriormente, para além dos principais conceitos analíticos da teoria crítica terem perdido alguma centralidade e força crítica, Santos refere que a teoria crítica já não pode definir os termos do debate. Os novos movimentos sociais das últimas três décadas, ao mesmo tempo que reelaboram os antigos conceitos, introduzem novos conceitos que não têm precedentes na teoria crítica eurocêntrica, assim como não se expressam em nenhuma das línguas coloniais em que a teoria crítica foi construída (Santos, 2010, p. 16).

A última dificuldade que a teoria crítica enfrenta na perspectiva de Santos (2010, p. 17) reside na enorme discrepância entre o que está previsto na teoria e as práticas mais transformadoras que têm surgido essencialmente no hemisfério sul.

Nos últimos trinta anos as lutas mais avançadas foram protagonizadas por grupos sociais (indígenas, camponeses, mulheres, afrodescendentes, piqueteros, desempregados) cuja presença na história não foi prevista pela teoria eurocêntrica. Organizaram-se muitas vezes com formas (movimentos sociais, comunidades eclesiais de base, piquetes, autogoverno, organizações económicas populares) muito distintas das privilegiadas pela teoria: o partido e o sindicato. Não habitam os centros urbanos industriais mas lugares remotos nas alturas dos Andes ou nas planícies da selva amazónica. Expressam suas lutas muitas vezes nas suas línguas nacionais e não em nenhuma das línguas coloniais em que foi redigida a Teoria Crítica. E quando suas demandas e aspirações são traduzidas nas línguas coloniais, não emergem os termos familiares de socialismo, direitos humanos, democracia ou desenvolvimento, mas sim dignidade, respeito, território, autogoverno, a vida boa, a Mãe Terra (Santos, 2010, p. 17).

Para Santos, esta discrepância entre teoria e prática foi bem visível no primeiro Fórum Social Mundial (FSM) realizado em Porto Alegre em 2001, onde se percebeu que o fosso entre as práticas de esquerda e as teorias clássicas de esquerda era mais profundo do que nunca. “A cegueira da teoria acaba na invisibilidade da prática e, assim, na sua sub-teorização, enquanto a cegueira da prática acaba na irrelevância da teoria” (Santos, 2010, p. 18). A cegueira da teoria foi observada na forma como os partidos convencionais de esquerda e os seus intelectuais minimizaram o significado do FSM, enquanto a cegueira da prática manifestou-se no desprezo que muitos ativistas do FSM expressaram pela rica tradição teórica da esquerda eurocêntrica e pela sua renovação.

As causas desta relação fantasmal entre a teoria e a prática são múltiplas, mas Santos salienta a mais importante:

enquanto a teoria crítica eurocêntrica foi construída em poucos países europeus (Alemanha, Inglaterra, França, Rússia e Itália) com o objetivo de influenciar as lutas progressistas nessa região do mundo, as lutas mais inovadoras e transformadoras estão ocorrendo no Sul num contexto de realidades socio-político-culturais muito distintas (Santos, 2010, p. 18).

Esta distância fantasmal entre a teoria e a prática não resulta unicamente da diferença de contextos, é também epistemológica e ontológica. Pois estes novos movimentos sociais constroem as suas semânticas e lutas a partir de concepções

ontológicas sobre a vida e o ser muito diferentes do imediatismo e individualismo ocidentais. Os seres são comunidades de seres antes de serem indivíduos e nessas comunidades estão presentes os antepassados, os animais e a Mãe Terra. Estas cosmovisões não ocidentais, segundo Santos (2010, p. 19), obrigam-nos a um trabalho de tradução intercultural para que possam ser entendidas e valorizadas.

Durante muito tempo a teoria crítica teve como referência as lutas contra a opressão, a exclusão e o fim do capitalismo. Nas últimas décadas, as lutas sociais contribuíram para ampliar enormemente o campo político das lutas contra a opressão e a exclusão e o fim do capitalismo passou a articular-se com o fim do sexismo e do colonialismo.

Como vimos, o autor ao elencar as dificuldades e dilemas que a teoria crítica enfrenta propõe que, para superá-las, será importante criar alguma distância teórica e epistemológica em relação à tradição ocidental. Como Santos (2010, p. 19) explica: “a distância que proponho em relação à tradição crítica eurocêntrica tem por objetivo abrir espaços analíticos para realidades *surpreendentes*, porque são novas ou porque até agora foram produzidas como não existentes, donde podem brotar emergências libertadoras”. Para Santos, manter uma distância não significa descartar toda a riqueza da teoria crítica ocidental e muito menos ignorar as suas possibilidades de emancipação. Significa estar, ao mesmo tempo, dentro e fora do que se critica, de tal modo que se torne possível o que Santos (2010, p. 21) denomina de “dupla sociologia transgressiva das ausências e das emergências”, o que consiste essencialmente em contrapor as epistemologias do Sul às epistemologias dominantes do Norte Global.

Assim, como defende Santos (2011, p. 18),

as epistemologias do sul deverão dialogar, argumentar e contra argumentar com outras epistemologias. Este diálogo deverá ser duplo: por um lado, é uma confrontação com o pensamento hegemónico do Norte Global, em que todas as epistemologias positivistas entram neste conceito; mas, por outro lado, é também um diálogo e uma confrontação com o pensamento crítico eurocêntrico, cuja formulação mais brilhante se concretiza na Escola de Frankfurt, desde a época de Theodor W. Adorno e Max Horkheimer.

A tradução intercultural e interpolítica, proposta por Santos (2012, p. 158), é que irá possibilitar a criação de novas linguagens emancipadoras e a concretização de ações coletivas entre movimentos que combinam a luta pela igualdade com a luta pelo reconhecimento das diferenças. O pensador português opõe-se a uma teoria geral, como aquelas construídas pela civilização ocidental. Segundo Santos (2007, p. 39), “a diversidade do mundo é inesgotável, não há teoria geral que possa organizar toda essa realidade”. A alternativa proposta pelo autor à teoria geral é o trabalho de

tradução. A tradução é o procedimento que permite a inteligibilidade mútua entre as experiências do mundo, que são viáveis e possíveis, reveladas por uma sociologia das ausências e uma sociologia das emergências, capaz de lidar com os desafios do presente e propor alternativas viáveis.

O procedimento de tradução não estabelece hierarquias em abstrato entre os movimentos ou entre as lutas e muito menos determina a absorção de uns por outros. Através da tradução é possível tornar porosas as identidades dos diferentes movimentos e lutas presentes, de forma que tanto o que os separa como o que os une se torne cada vez mais visível e seja tido em conta nas alianças e articulações necessárias. Traduzir significa sempre afirmar a alteridade e reconhecer a impossibilidade de uma transparência total. O procedimento de tradução é um procedimento emancipatório de aprendizagem mútua (Santos, 2012, p. 154).

Para Santos (2012, p. 155), a tradução, ao assumir-se como interpolítica, deverá reconhecer as diferenças entre os vários movimentos e organizações sociais e procurar que o debate entre elas diminua as resistências e a insegurança. Da mesma forma, o procedimento de tradução é também intercultural porque pretende responder às mudanças culturais produzidas nos últimos trinta anos nas lutas de resistência contra o colonialismo, o sexismo e o capitalismo, entre outros. Santos destaca, como vimos, que as lutas mais inovadoras foram protagonizadas no Sul Global e envolveram grupos e classes sociais que tinham sido ignorados pela teoria crítica dominante, maioritariamente produzida no Norte Global<sup>3</sup>. Estas lutas ampliaram o repertório das reivindicações e dos objetivos, formularam-nos com novas linguagens referentes a universos culturais diferentes dos da modernidade ocidental. Assim, tornou-se evidente que a emancipação social tem muitos rostos e que os diferentes movimentos estão ancorados em diferentes culturas, transportam diferentes conhecimentos e diferentes misturas entre conhecimento científico e senso comum. A construção do diálogo entre movimentos e organizações, como refere Santos (2012, p. 155), deverá ter em conta esta realidade e interpretá-la como algo enriquecedor, em vez de considerá-la uma limitação à articulação entre os movimentos que constituem a globalização contra-hegemónica.

Para Juan-Ramón Capella (2007, p. 220), os fóruns de encontro dos movimentos alternativos são espaços de divulgação de experiências, de discussão aberta e, acima de tudo, são espaços de autorreconhecimento. No entanto, o teórico catalão assinala criticamente uma carência da ação coletiva alternativa: não dispõe ainda de um espaço público permanente e visível, de um espaço de comunicação da opinião pública livre, apesar de possuir numerosos centros editoriais, revistas e campos de

---

3 Para uma confrontação crítica das teses de Santos consulte Sandra Sousa & Tom Lewis (2014).

ação próprios na internet. Pelo que, o autor propõe um grande esforço de articulação e de ampliação dos âmbitos de ação destes movimentos. Por outro lado, para Capella (2007, p. 220) é necessário atrair as classes trabalhadoras, que continuam insuficientemente representadas. Pois são estas a base fundamental de toda a mudança, são elas que desenvolvem as funções sociais elementares que sustentam o sistema. Daí advém também a dificuldade de se desvincularem das perspectivas que a cada momento são oferecidas pela classe empresarial, o que exigirá um esforço particular de inteligência e de imaginação para construir caminhos de ação alternativos que possam ser empreendidos pelas pessoas enquanto trabalhadoras. Para o autor a incapacidade de atrair significativamente as pessoas na sua condição de trabalhadoras constitui a maior debilidade do movimento de resistência.

Capella (2007, p. 221) também propõe uma redefinição dos fóruns sociais, “para que o autorreconhecimento do movimento deixe de ser a sua principal função e se estimulem outras, como a discussão de temáticas especializadas, a comunicação, e também o debate difícil sobre o inevitável lado político de sua ação”.

Se a globalização neoliberal é o resultado de uma multitude de decisões adotadas à escala internacional, uma globalização alternativa também o deverá ser, na perspectiva de Capella (2007, p. 235). É necessário pensar e atuar, igualmente, no âmbito de grandes espaços económicos e sociais de uma forma global. A mesma noção de globalização alternativa conduz à necessidade de uma forte intervenção política global no âmbito das trocas produtivas.

É preciso concretizar a definição de um projeto de globalização alternativa e impô-lo por meio de instituições novas. O movimento alternativo realiza hoje antes de tudo operações de resistência: vive no tempo da resistência. Mas necessita incubar em si um tempo novo, com instituições globais públicas de natureza distinta das existentes e em que as existentes, se subsistirem, mudarão. Para isso, hoje, há que projetar, há que imaginar, comunicar e agir. (Capella, 2007, p. 235)

O internacionalismo ativo torna-se uma necessidade tanto do tempo de resistência como de um tempo de alteridade e deverá expressar-se em instituições transnacionais que possam consubstanciar as aspirações do movimento alternativo.

Por sua vez, o geógrafo David Harvey na sua obra “Espacios de esperanza” (2003) reivindica a necessidade de contruirmos um utopismo dialético que possibilite conceber alternativas às espaço-temporalidades injustas produzidas pelo sistema capitalista. Harvey não considera as utopias como idealistas sem consequências materiais. Para este autor, assuntos como o urbanismo, a planificação urbana, os grandes projetos geopolíticos como o colonialismo, o imperialismo ou o socialismo

têm como gérmen o pensamento utópico desenhador de cidades ideais, impérios mundiais ou mercados livres e globalizados. Só que as utopias nem sempre conduzem a mundos felizes. A maior parte delas pervertem-se nos seus processos de materialização e tem efeitos diferentes ou mesmo opostos aos ambicionados. Tanto as utopias socialistas como as capitalistas, por exemplo, têm tido muitas vezes o aumento do autoritarismo e das desigualdades em vez de democracia e igualdade. Para Harvey (2003) a pureza de qualquer utopismo altera-se pela sua forma de espacialização e pelas espacializações preexistentes, é condicionada pelos ordenamentos dominantes que atuam como impedimentos, dificuldades ou catalisadores.

A globalização, para Harvey (2003), é uma materialização degenerada da utopia burguesa, contra a qual se deve apresentar novos projetos espaço-temporais, que pretendem ser verdadeiras alternativas aos espaços produzidos pelo capitalismo, que sejam anticapitalistas.

A tarefa, disse Harvey (2003, p. 226),

é definir uma alternativa, não em função de uma forma espacial estática, nem sequer de um processo emancipador perfeito. A tarefa é reunir um utopismo espaço-temporal – um utopismo dialético – enraizado nas nossas possibilidades presentes e que ao mesmo tempo aponte através de diferentes trajetórias para os desenvolvimentos geográficos humanos desiguais.

Viver neste mundo e ser ao mesmo tempo como um arquiteto, que deverá pensar estratégica e taticamente o que mudar, onde mudar, como mudar e com que ferramentas é o dilema fundamental, segundo Harvey (2003, p. 267), que enfrenta quem estiver interessado na mudança progressista.

Mais recentemente, Harvey (2010) tem defendido a tese do crescimento zero para a economia global. Durante o Fórum Social Mundial de 2010 afirmou que é cada vez menos viável sustentar a taxa de crescimento ambicionada de três por cento para a economia (geralmente considerada a mínima satisfatória numa economia capitalista em boa forma), sem recorrer a inúmeras ficções, como aquelas que têm caracterizado os mercados financeiros e o mundo dos negócios das últimas décadas. Pelo que o autor considera haver razões para acreditar que não há alternativa senão uma nova ordem mundial de governança que deverá conduzir a transição para uma economia de crescimento zero.

Harvey (2010) a partir de movimentos sociais desde a Comuna de Paris até ao Occupy Wall Street desenvolve uma reflexão sobre a vida nas cidades, como ela poderia ser mais justa e ecologicamente mais saudável. O autor analisa o crescimento exponencial das cidades e relaciona-o com a crise sistémica da acumulação

capitalista. Observa que a ocupação do espaço público nunca foi tão discutida como neste início de século XXI e é nas cidades que acontecem os movimentos sociais e as revoltas mais significativas que reclamam mudanças sociais e políticas.

Harvey (2010) critica este mundo em que os direitos de propriedade e a taxa de lucro superam todas as outras noções de direito e explora outro tipo de direito humano: o direito à cidade. Saber qual a cidade que queremos não pode estar separado de saber que tipo de vínculos sociais, relação com a natureza, estilos de vida, tecnologias e valores estéticos desejamos. O direito à cidade ultrapassa a liberdade individual de ter acesso aos recursos urbanos: “é um direito de mudar a nós mesmos, mudando a cidade”, é um direito coletivo e não individual, na medida em que depende da prática de um poder coletivo para remodelar os processos de urbanização. Para Harvey este direito humano tem sido esquecido e é cada vez mais premente implantá-lo.

Por sua vez, Carlos Taibo (2019), avança com propostas práticas frente ao colapso, que ele denomina de movimentos pela transição ecossocial, resumidos a quatro verbos: decrescer, reruralizar, destecnologizar, despatriarcalizar e descomplexificar as nossas sociedades. Afirma que temos que sair com urgência do capitalismo e que hoje o que está ao alcance das nossas mãos é abrir espaços autônomos, autogestionados, desmercantilizados e despatriarcalizados. Esses espaços já existem em pequena escala no cenário espanhol e são exemplo para a sua difusão, como as eco aldeias, grupos de consumo, cooperativas integrais, formas de banca ética e social, assim como várias formas de economia solidária.

Para Taibo (2019) esses espaços autônomos só terão significado se forem capazes de se federarem entre si e aumentarem a sua capacidade de confrontação com o capital e com o Estado. O autor defende uma ideia alternativa e libertária assente na auto-organização das sociedades, desde baixo, a partir da autogestão, da democracia direta e do apoio-mútuo.

## **Conclusões**

Pretendemos neste trabalho aprofundar o nosso conhecimento sobre o sistema mundial, as alternativas que se produzem ou se poderão produzir, consubstanciadas em novos movimentos sociais. Percorremos as dificuldades da imaginação política e da ação coletiva e por fim apresentámos propostas para a construção de um pensamento crítico alternativo e de novas organizações e práticas sociais que deem resposta à crise sistémica em que vivemos.



Convocando o contributo de vários autores que investigam o sistema mundial, percebemos a complexidade deste sistema, com relevo para o contributo de Arrighi com a sua teoria dos ciclos económicos. Arrighi desenvolve uma exaustiva investigação dos ciclos de acumulação sistémica e transmite-nos duas importantes conclusões: uma que reforça a incerteza do futuro, com a grande capacidade histórica da burguesia se adaptar e progredir; outra que podemos não estar perto do fim do capitalismo, ao contrário das conceções de outros autores aqui expostas. Pois este ciclo económico que se encontra em decadência, desde o fim da década de 1970, dominado pelos Estados Unidos, pode dar origem a outro longo ciclo que ainda não iniciou. O fim da hegemonia norte americana não significa necessariamente a fase final do capitalismo como forma de organização político-económica do sistema interestatal.

Seguimos explorando esta fase atual do capitalismo em que vivemos, com incorporação de novos problemas, principalmente ambientais e de esgotamento de recursos, num sistema assente na ideia de crescimento linear e ilimitado. Percebemos os efeitos nefastos do capitalismo predatório que precisa de colonizar constantemente novos “territórios virgens” para sustentar a sua acumulação incessante.

Com Taibo entendemos a iminência do colapso do sistema mundial, ou pelo menos a grande probabilidade que aconteça. O autor enumera vários fatores que concorrem para esse cenário, desde as alterações climáticas, passando pelo esgotamento dos recursos, até ao aumento da conflitualidade social, dos níveis de violência e do retrocesso de algumas conquistas ao nível dos Direitos Humanos.

Por sua vez, Fernández Durán, grande cartógrafo do movimento ecologista espanhol expõe as lutas pelo poder ligadas às mudanças da matriz energética de diversa índole, assim como as soluções espaço-temporais conduzidas a desativar e a deslocar o conflito social para novos espaços. O autor acentua a ideia, também defendida por Tortosa, que estamos em declínio energético e sistémico após ter sido atingido o pico do petróleo no início do século XXI.

Fernández Durán opõe-se à utopia do crescimento ilimitado da civilização capitalista e remete-nos a outros imaginários, a outras conceptualizações da mudança social, livres dessa ilusão que a nossa sociedade foi construindo em torno dos mitos do progresso e do desenvolvimento. Para tentar ultrapassar a atual crise, Fernández Durán propõe a construção coletiva de uma transição pós-fóssil justa e emancipadora.

Seguimos o raciocínio de Tortosa na análise da construção de alternativas dentro e em relação ao próprio sistema mundial. Ao explorarmos alguns movimentos alternativos, percebemos que as pessoas que se envolvem na ação coletiva adotam diferentes comportamentos, consoante os seus objetivos. Pelo que importa não

incluir todos e todas que participam nos movimentos na mesma categoria, permanecendo a oscilação entre os que propõem mudanças no sistema e os que procuram mudanças de sistema.

Convocou-se a teoria de Santos, que depois de uma forte crítica à globalização hegemônica, chama os saberes do Sul do mundo, muitas vezes desprezados e marginalizados, para a construção de um pensamento alternativo.

Com o contributo de Santos verificamos a necessidade de atualização dos princípios orientadores da teoria crítica frente a um mundo mais vasto do que o europeu. A teoria crítica deverá expandir o seu repertório e tornar-se mais sensível às diferentes dinâmicas sociais e históricas, acrescentando as reflexões feitas a partir das múltiplas modernidades. Pois, para este pensador crítico pós-moderno, fazer crítica implica considerar o primado da práxis social frente à teoria, que é um dos momentos reflexivos dessa práxis.

O autor propõe o procedimento de tradução com o objetivo de estimular entre os movimentos e organizações sociais progressistas a vontade de criar em conjunto saberes e práticas suficientemente fortes para fornecer alternativas credíveis à globalização neoliberal.

De seguida, apresentámos alguns contributos de Capella que propõe colmatar as dificuldades apresentadas pelos movimentos alternativos através da criação de novas instituições transnacionais capazes de rivalizar com as existentes, e de poderem atuar assim no mesmo âmbito das instituições criadas pela globalização neoliberal.

Finalizámos, recorrendo a Harvey e a Taibo na defesa de um crescimento zero e, nos países mais desenvolvidos, na proposta de decrescer ao nível económico como forma mitigadora de um colapso que parece cada vez mais inevitável.

Os movimentos sociais que lutam por uma globalização alternativa constituem um novo fenómeno político focado na ideia de que a fase atual do capitalismo global e do colonialismo, que não deixou de existir, exigem novas formas de resistência e novas direções para a emancipação social. Os adolescentes e os jovens têm sido os grandes obreiros desses movimentos, que ao longo de décadas se posicionam na frente da mudança social um pouco por todo o mundo. Os/as jovens sempre tiveram um papel decisivo na ação coletiva, pelo que hoje, tal como ontem, continuamos a precisar da inquietação que não teme, que provoca, desafia e evolui no sentido do progresso.

## Bibliografia

- Amin, S./Arrighi, G./Frank, A. G./Wallerstein, I. (1982) *Dynamics of Global Crisis*. New York: Monthly Review Press.
- Amin, S./Arrighi, G./Frank, A. G./Wallerstein, I. (1990). *Transforming the Revolution: Social Movements and the World-System*. New York: Monthly Review Press.
- Arrighi, G. (1996). *O longo século XX: dinheiro, poder e as origens do nosso tempo*. Rio de Janeiro; São Paulo: Contraponto; UNESP.
- Bauman, Z. (2009). Del capitalismo como sistema parasito. *Clarín*. Disponível em: [http://edant.revistaenie.clarin.com/notas/2009/12/27/\\_-02107667.htm](http://edant.revistaenie.clarin.com/notas/2009/12/27/_-02107667.htm), acessado a 14/10/2017.
- Brites, R. (2015). Interesse pela Política e Confiança nas Instituições políticas: Portugal em comparação europeia. *Plataforma Barómetro Social*. disponível em: <http://barometro.com.pt/archives/1432>, acessado a 25/11/2015.
- Capella, J-R. (2007). *Entrada en la Barbarie*. Madrid: Editorial Trotta.
- Davis, A. (2011). The 99%: a community of resistance. *The Guardian*, disponível em: <http://www.theguardian.com/commentisfree/cifamerica/2011/nov/15/99-percent-community-resistance>, acessado a 12/02/2016
- Harvey, D. (2003). *Espacios de esperanza*. Madrid: Ediciones Akal.
- Harvey, D. (2010). Organizing for the Anti-Capitalist Transition. Conferência de David Harvey no Fórum Social Mundial. Porto Alegre. Recuperado de: <http://davidharvey.org/2009/12/organizing-for-the-anti-capitalist-transition/>
- Engelhardt, T. (2011). *The United States of Fear*. Chicago: Haymarket Books.
- Estefanía, J. (2011). *La economía del miedo*. Madrid: Galaxia Gutemberg.
- Fernández Durán, R. (2008). *El crepúsculo de la era trágica del petróleo. Pico del oro negro y colapso financiero (y ecológico) mundial*. Barcelona: Virus.
- Fernández Durán, R. (2010). *El Estado y la conflictividad político-social en el siglo XX. Claves para entender la crisis del siglo XXI*. Barcelona: Virus.
- Fernández Durán, R. (2011). *El Antropoceno. La expansión del capitalismo choca con la biosfera*. Barcelona: Virus.
- Merton, R. (1968). *Social Theory and Social Structure*. New York: Free Press.
- Santos, B. (2001). *Globalização: Fatalidade ou Utopia?* Porto: Edições Afrontamento.
- Santos, B. (2007). *Renovar a teoria crítica e reinventar a emancipação social*. São Paulo: Boitempo.
- Santos, B. (2010). *Descolonizar el saber – reinventar el poder*. Tradução de vários autores. Extensión universitária. Universidade de la República: Ediciones Trilce.
- Santos, B. (2011). Introducción: las Epistemologías del Sur. En *Formas-Outra: Saber, nombrar, narrar, hacer. Edición de las actas del “IV Training Seminar del Foro de Jóvenes Investigadores em Dinámicas Interculturales*. Centro de Estudios y Documentación Internacionales de Barcelona: CIDOB Edicions.

- Santos, B. (2012). *De las dualidades a las ecologías*. La Paz – Bolívia: Red Boliviana de Mujeres Transformando la Economía – REMTE.
- Silva, M. C. (1998). *Resistir e Adaptar-se. Constrangimentos e estratégias camponesas no noroeste de Portugal*. Porto: Afrontamento.
- Sousa, S. & T. LEWIS. (2014). Para além da divisão Norte/Sul em epistemologia e política emancipatória. *Configurações* [Online], 12 | 2013, disponível em: <http://configuracoes.revues.org/1962>. Acedido a 19 Janeiro 2016.
- Stiglitz, J. (2011). The globalization of protest. *Project Syndicate*. Disponível em: <https://www.project-syndicate.org/commentary/the-globalization-of-protest>, acedido a 20/03/2015.
- Taibo, C. (2019). *Colapso: Capitalismo terminal, Transição ecossocial, Ecofascismo*. Lisboa: Letra Livre / Mapa.
- Tortosa, J. M. (2011). Sobre los movimientos alternativos en la actual coyuntura. *Polis* [En línea], 30, disponível em: <http://polis.revues.org/2306>, acedido a 30/09/2015.
- Touraine, A. (1969). *La société post-industrielle. Naissance d'une société*. Paris: Denoël.
- Universidade de Berkeley (2013). *Berkeley Earth*. Disponível em: <http://berkeleyearth.org/analysis.php>, acedido: a 10/10/2015.

# GENDER AND POLITICS: REVIEWING THE NAKED BODY IN PUBLIC SPACE

*Maria Kalfa\**

## **Introduction**

The naked body becomes a stake in political and social demands, it invites those around it to pay attention to it and give it importance under a clean and not sexist and voyeuristic gaze. The naked body, the breast in this case, is perceived as a challenge and a sexual fetish that for the wider society cannot be linked to 'serious' political demands and social activism. The 'challenge' lies in projecting this naked, personal, private part of the female identity, which causes why it is made public. However, it is not made public as a sexual fetish, but as a point of harsh and violent negotiation for rights and claims of social and political content. The naked body of FEMEN is a form of resistance to sexism, religious fundamentalism, homophobia and other social and political issues.

## **Public / private space**

“The private is political”: the slogan of the 1970s born of the theoretical reflection on the invisibility of women's domestic work sums up the desire to take a fresh look at issues that had hitherto been left to family secrecy and privacy silences »Rochefort & Zancarini-Fournel, 2006: 453-454). How does the gender division of activities relate to gender norms? How did power relations shape the distinction between public and private space? “Butler argues that gender differentiation

---

\* Candidate in political science in Aristotle University of Thessaloniki (AUTH).

is crucial to social organization and is one of the main structures of unequal distribution of social power” (Evans, 2004: 105). The separation of public and private life brings to the fore not only the different possibilities of women’s access to the professional, economic and political world, but also raises issues of roles and obligations that shape female and male identity. Adherence or not to these roles is not subject to great divergences and freedom, as it is understood today, does not seem a given of that time. “It is no coincidence that the movement for the emancipation of women emerged during the 19th century, when perceptions of the natural destination of men and women became more systematic and social life was divided into private and public spheres, when men and women female roles are defined in relation to these spheres and when the moral status of people is closely related to compliance with acceptable gender roles and corresponding behaviors” (Papataxiarchis, 2006: 14) Moral compliance, which results from the distinction of the two globes once again weighs on female identity. In this case, the lives of women both inside and outside the home are meticulously controlled and placed under the constant supervision of family and relatives. Public space belongs to men and women can go beyond the private sphere accompanied by a relative or husband. Also, the sexuality of women and their own bodies in the end does not seem to belong to them, but to the family and society at large, who want it to be submissive and compatible with conservative customs and conservative ethics. The claim of the body stems from the claim of the essential freedom of women to define their body and ultimately their life. Rousseau, like other prominent men of the time, tried to convince society, and especially women, that education was an unnecessary need for women, and even when some advocated for women’s education, they looked to a practical education that was articulated around from housework and women’s lives as husbands. At the same time, many lessons were skipped in the curriculum by the (private initial) schools attended by girls, as it was considered unnecessary for their life in marriage. The value of education for girls revolved around how to be good husbands and housewives. The authorities of the time, instead of challenging these stereotypes, increased their prestige. The identification of nature with women and the devaluation of ‘private’ obligations had no place in non-Western societies. The investigation of non-Western societies has opened a dialogue in the scientific community for the universality and support of these views. Subsequent research on the consumption and work of working-class women reveals that this distinction concerned specific social classes or time periods. In any case, even in the case of women who went out in public to work, they faced either gender-based violence or the violation of their labor rights. Labor rights, however, were acquired over time, but even then many women were paid much less than men and their wages were

more likely to be closer to those of children. All this information maps how they perceived women's work at that time.

## **Femen and collective action**

FEMEN started their activities in Ukraine and became widely known for the way they manifested themselves, but also for the aggression for which they are distinguished during their actions, aggression, which is addressed to the bad texts of the societies that continue to oppress women and the female bodies. The demands of FEMEN bring to the surface issues that affect women's participation in the public sphere and in the self-determination of their bodies. With the main demands of the resistance to patriarchy and religion, they set as a basic demand the ability that women should have in defining these limits and the meanings of their body. "Initial protests focused on prostitution, sex tourism and gender inequality in Ukraine, but as its geographical reach expanded, the stakes widened to include abortion, homophobia, dictatorship, fascism and religious oppression." & Hess, 2019: 417). These stakes seem to be critical issues that affect women's identity regardless of space, whether to a greater or lesser extent highlight a lack of freedom, democracy and self-determination.

The social media factor nowadays is not a phenomenon that can be ignored. The increasing presence of people in them suggests new forms of transmission and retransmission of events, views and perceptions that can, as has been proven through various campaigns and projects, modify public opinion. Awareness campaigns, signatures for resolutions, online voting form a new social landscape, which opens new ways of action for social movements. The way FEMEN practices are transmitted is not limited to the media, but also spreads through social media; they use and rely on Facebook to communicate with their fans and spread their messages to the general public (Athanassiou & Bary, 2014: 150) . Access to social media and their strong presence on them indicates their ability to convey the messages they want and to 'correct' the wrong texts that may have been presented to the media.

Restrictions on the body have also been a hindrance to the abilities and potential of the genders. The distinction between public and private spheres, although not absolute either for all societies and social classes, greatly influenced the image that individuals formed of work, politics and the economy. Politics, as part of the public sphere – from which women were excluded – was identified exclusively with the male model. "Politics refers to a system of practices and roles that in many societies harmonizes predominantly with the male model and even with that of the middle-aged man, with a relatively high level of education and income" (Pantelidou-Malouta, 1992:

24-25). Even now when it comes to positions of power such as director, president, etc. most people regardless of gender identify with men. Cultural representations either refer to books and textbooks or the media are imbued with such stereotypes where at the highest level the individual is a man or has ‘masculine’ characteristics such as courage, discipline, determination, etc. Obviously these characteristics are not identified with gender, however Western and non-Western representations have (almost) identified them with male identity.

### **Naked protests – the naked body in public**

The naked protests of FEMEN seem to have been the occasion to address important issues concerning the body and especially the female body in public. The way of presenting and especially the lack of clothes was and continues to be for many feminists an ambiguous way of protesting and claiming equality. But is naked protest not a recent practice, but has been around for years, has been adopted by various social movements and presents the demands of each movement or protest in a different way? Stacey Kalish claims that “... approximately 50,000 people have participated in at least 91 naked demonstrations around the world” (Alaimo, 2010: 17). She goes on to argue that many forms of protest are directly involved by putting a person’s body in line e.g. on hunger strikes. It seems that the naked body and the political role it plays in public space is not a discovery for FEMEN, nor are they the first to adopt it as an action repertoire. Post-materialist values seem to be at the heart of postmodern society and the issues that arise. Typical issues that come to the surface and are placed in public discourse are gender relations, minority rights, gay and trans community rights, environmental issues, vegan community, animal rights, etc. These protests can take various forms for example theatrical performances etc. The way most of these mobilizations are ‘set up’ ‘activates’ the interest of the media, which is used as a strategy in order to cover the event as much as possible and to have the greatest impact it can have on the public. However, the use of the naked body has been used by other protesters, groups or movements and in demonstrations that are not exclusively about gender or sexuality.

The naked body of FEMEN functions as a ‘canvas’, where holding the brushes themselves they write on their bodies their fears, desires, claims and demands. The goal of FEMEN is to make their passive body active so far and to regain the Word, ending the silence and expanding its limits. While the naked body is associated with vulnerability, in the context of protests it regains its strength and courage. According to Carr-Gomm, “human beings are more vulnerable when they



are naked, but when they participate in a protest, they are also strangely powerful” (Chevrette & Hess, 2019: 422). Eliminating the sexual charge – or playing with it – the female breasts of the limbs act as a weapon. Another stake, however, which needs analysis is how the body claims. The bodies of Western women and ‘non-Western’ women were not perceived – and are not perceived – as equal, giving birth through gender hierarchies and other issues to be addressed, which concern nationality, sexuality and other parameters. Advertising was a place where the female breast and the female body in general were commercialized in order to make a profit through standards, which at times have been criticized by feminists and more. Gender and power are central foundations on which the image of women is built through advertising). After all, the representations of the female body in public speech have been based, in many cases, on the male gaze. Gradually, however, intense criticism began to be exercised, which from time to time focuses on various parameters, e.g. female body sexualization, anorexia, slut shaming, body shaming, fat shaming etc. These new approaches to the body and its management are central to post-modern society, highlighting the multiplicity of the female body as a ‘point’. All these new definitions raise the question of who determines the ‘ideal’ body and that every woman should have the right to feel good – as she is – and not based on the expectations of the male gaze, social norms and in born of the expectations of others. The passive female body through these approaches seeks its voice and the recovery of its limits.

## **Redefining the Discourses for the Body**

The demands of feminists concern the shaking of cultural discourses and social values, where they restrict the action of women, delimiting in strict terms their framework of action inside and outside. The staff is political to the extent that power relations are involved, which – even now – after years continue to restrict and inhibit the development of women. Although FEMEN are in the forefront, they do not adapt to the typical role of women, but leaving behind the stereotypes regarding the way of dress and behavior, they ‘play’ with their gender and the limits that society has established. FEMEN members through performance expand the narrow boundaries of their gender and deconstruct it in order to construct and play-interpret it on their own terms. Through practices and performances, FEMENs carry out their gender, promoting their own political message from below to an audience, which due to the media is not limited, but expands, making their action a global critique of patriarchy, religion and fascism. The FEMEN body

becomes, as Inna Shevchenko argued, a ‘political tool, a manifesto, a poster, a loud-speaker, the body speaks and is active, the body is no longer silent, but expresses our struggle’.

## References

- Alaimo, S. (2010). The naked word: The trans-corporeal ethics of the protesting bod. *Women and Performance: Journal of Feminist* 20 (1). p.p. 15-36
- Athanasiou, A. (2007). *Limit life: Essays on the body, gender and biopolitics*. Athens: Pending
- Athanassiou, C. & Bury, J. (2014). On caretakers, rebels and enforcers: The gender politics of Euro 2012 In *European Journal of Women’s Studies* Vol. 21 (2), London: SAGE, pp. 148 – 164
- Chevrette, R., Hess, A. (2019). The FEMEN body can do everything ”: Generating the agentic bodies of social movement through internal and external rhetorics In *Communication Monographs* 86 (4), p.p. 416–437
- Evans, J. (1986). Feminist theory and Political analysis In J. Evans, J. Hills, K. Hunt et.al. *Feminism and Political Theory*. London: SAGE, p.p. 103-119
- Papataxiarchis, E. (2006). Introduction. From the point of view of gender: Anthropological views of modern Greece. In E. Papataxiarchis, Th. Paradellis (ed.). *Identities and gender in Modern Greece*. Athens: Alexandria, pp. 11-98
- Pantelidou Malouta, M. (1992). *Women and Politics: The political physiognomy of Greek women*. Athens: Gutenberg
- Rochefort, F. & Zancarini-Fournel, M. (2006). From the feminism of the 1970s to modern debates In M. Maruani (ed.) *Women, Gender, Societies: What we know today*. P. Marketou (edit.). Athens: Metaichmio, pp. 453- 464

# NOTAS BIOGRÁFICAS

## **Alejandro Cozachcow**

PhD in Social Sciences (Universidad de Buenos Aires). MA in Social Sciences (UNGS/IDES). Political Scientist (UBA). Postdoctoral Fellow at CONICET (Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas), Grupo de Estudios de Políticas y Juventudes, Instituto de Investigaciones Gino Germani (UBA), Buenos Aires, Argentina. Assistant Professor of Sociology of childhood, adolescence, and youth. (UBA). Member of CLACSO Work Group “Youth and childhood”.

## **Carminda Mac Lorin**

Docteure en Sciences humaines appliquées de l'Université de Montréal et s'intéresse aux espaces transnationaux de mobilisation post 2011. Elle s'est impliquée dans diverses mobilisations transnationales, jouant notamment un rôle actif dans Occupy, et ayant été co-coordinatrice générale du Forum social mondial 2016 à Montréal. Elle est directrice de Katalizo, une organisation internationale à but non lucratif, ainsi que coordinatrice d'une l'École de citoyenneté de l'INM.

## **Catarina Delgado**

Professora adjunta no Instituto Politécnico de Setúbal onde tem lecionado Unidades Curriculares de Matemática e de Didática da Matemática, em particular de Estatística. É doutorada em Educação, na especialidade de Didática da Matemática,

pelo Instituto de Educação da Universidade de Lisboa e tem participado em projetos de investigação e publicado em revistas e livros especializados nesta área. Atualmente é membro do Projeto Recursos Educativos Digitais, coordenado pelo Ministério da Educação – DGE, que visa a conceção e validação de recursos educativos digitais para alunos do 1.º ciclo de escolaridade.

### **Cristina Ponte**

Professora catedrática em Estudos dos Media e do Jornalismo, na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa (NOVA FCSH), onde coordena o doutoramento em Ciências da Comunicação e é Investigadora Principal do Instituto de Comunicação (ICNOVA). Tem vasta pesquisa sobre crianças, jovens e media, incluindo mediações familiares e escolares. Coordena a equipa portuguesa da rede europeia EU Kids Online desde o seu início, e integra a direção do projeto ySKILLS, financiado pela Comissão Europeia (2020-2024). As suas atividades de formação e disseminação, incluindo publicações, podem ser acedidas em *Ciência Vitae*.

### **Claudia Capelli**

Post-doc fellow and lecturer of Political Communication at the Department of Social and Political Sciences, University of Bologna, and chargée de recherche at the University Jean Moulin Lyon 3, Faculté des Lettres et Civilisation, Research Center ELICO on information and communication sciences

### **Eduarda Ferreira**

Psicóloga educacional e investigadora do CICS.NOVA - Centro Interdisciplinar de Ciências Sociais, na FCSH / NOVA, Portugal. Com formação em Psicologia Educacional, mestrado em Sistemas de Gestão de e-Learning e PhD em Geografia Social e Cultural, os seus interesses de investigação são: TIC na educação, inclusão digital, web geoespacial, género e sexualidades, e igualdade de género. Desenvolveu um projeto de investigação de pós-doc sobre “Gender@ICT: gaps, co-production and equity”. É membro das equipas de investigação Net Children Go Mobile e EU

Kids Online Portugal. As suas publicações e comunicações são sobre tecnologias digitais, género e sexualidades.

### **Eva Gonçalves**

Licenciada em Sociologia pela Universidade Autónoma de Lisboa, Mestre em Sociologia do Conhecimento, Educação e Sociedade pela FCSH da U. Nova de Lisboa, e Doutorada em Sociologia pelo ISCTE. Participou em projetos de solidariedade social/investigação-ação na área da educação entre 2001 e 2008, ano em que integrou o CICS.NOVA como investigadora, participando em vários projetos na área da sociologia da educação. Em 2020, integrou o CIES-IUL como investigadora integrada, onde desenvolve projetos nas áreas da educação, políticas públicas, intervenção social, pobreza e inclusão social; em 2021 iniciou funções enquanto professora auxiliar convidada no Departamento de Métodos de Pesquisa Social.

### **João Torres**

Integra a equipe do Centro de Competência TIC da Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Setúbal e é também professor convidado na mesma instituição. É mestre em Educação, pela Universidade de Lisboa, e Professore Especialista na área da Educação, pelo Instituto Politécnico de Setúbal. Trabalha na área da utilização educativa das Tecnologias da Informação e Comunicação, desde 1998, estando dedicado nos últimos anos, sobretudo, à divulgação das potencialidades pedagógicas de linguagens de programação e da robótica e ainda à promoção da Literacia Digital junto de jovens e professores, enquanto colaborador do projeto SeguraNet.

### **Lídia Marôpo**

Professora adjunta no Instituto Politécnico de Setúbal e investigadora integrada no Centro Interdisciplinar de Ciências Sociais (CICS.NOVA). Doutorada em Ciências da Comunicação pela Universidade Nova de Lisboa, é membro do projeto H2020 Yskills (2020-2024) e do projeto O Jornalismo, a Comunicação e Eu: Academia da Leitura do Mundo (Academias Gulbenkian do Conhecimento) e coordena o projeto Competências de Informação para Jovens da Era Digital (CIJED) financiado pelo

IPS (2020-2021). Tem publicado sobre diferentes aspetos da relação entre crianças, jovens e media em revistas como *The Journal of Children and Media* e *Global Studies of Childhood* e em editoras internacionais como Routledge e Palgrave Macmillan.

### **Maria do Rosário Rodrigues**

Professora coordenadora na Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Setúbal (ESE/IPS) e membro do Centro de Investigação em Educação e Formação (CIEF/IPS). Doutorada em Multimédia em Educação pela Universidade Nova de Lisboa, participou em vários projetos nacionais e internacionais dos quais destaca os mais recentes: Competências de Informação para Jovens da Era Digital (CIJED), Laboratório de Tecnologias e Aprendizagem de Programação para o Pré-Escolar e 1.º Ciclo de Ensino Básico em Portugal e *The system of support for academic teachers in process of shaping soft skills of their students* do qual foi coordenadora nacional. Tem publicado sobre o papel das tecnologias nos processos de ensino e aprendizagem. Mais informações em *Ciência Vitae*.

### **Maria Kalfa**

Social Anthropologist with four masters: in Gender Studies, in Multicultural Education, in Management and Organization of Educational Units and, in Social Policy in crisis. A PhD Candidate in Political Science in Aristotle University of Thessaloniki holding a scholarship from ELIDEK for her dissertation (The research work was supported by the Hellenic Foundation for Research and Innovation (HFRI) under the HFRI PhD Fellowship grant). Maria Kalfa also participated in many conferences and now is also a review critic.

### **Patrícia Dias**

Doutorada em Ciências da Comunicação pela Universidade Católica Portuguesa, é coordenadora da Pós-graduação Social Brands - Comunicação e Marketing em Ambiente Digital. Em 2019, foi investigadora visitante na Arctic University of Norway. Investigadora do CECC e do CRC-W, coordena atualmente o projeto “0-3 DigiKids - Uso de Tecnologias com Ecrã Tátil por Crianças até aos 3 anos” e lidera

equipa portuguesa do estudo “Uso de Tecnologias Digitais por Crianças e Jovens durante a pandemia COVID-19”, coordenado pelo JRC-Comissão Europeia. As suas principais áreas de investigação são o uso de tecnologias digitais por crianças e jovens e também no âmbito da comunicação das marcas. É autora de várias publicações sobre o impacto social das tecnologias digitais e o uso do smartphone.

### **Paulo Vitorino Fontes**

Doutorado em Teoria Jurídico-Política e Relações Internacionais pela Universidade de Évora em 2016. Licenciado em sociologia pela Universidade dos Açores em 2000, concluiu o mestrado em sociologia pela mesma Universidade em 2012.

Autor e participante de projetos de intervenção com grupos de maior vulnerabilidade e exclusão social. Exerce funções de coordenação na Novo Dia – Associação para a Inclusão Social desde 2001. Foi Diretor Regional da Solidariedade Social do XII Governo Regional dos Açores de setembro de 2018 a julho de 2019.

Tem como principais interesses de investigação a Ciência Política e a Filosofia Política, com especial enfoque na Teoria Crítica Alemã, na Teoria do Reconhecimento e na sua articulação com outros paradigmas críticos.

É membro integrado do Centro de Estudos Humanísticos da Universidade dos Açores desde 2019 e membro colaborador do Centro de Investigação em Ciência Política da Universidade de Évora desde 2013.

### **Pilar Damião**

Pilar Damião de Medeiros é doutorada pela Albert-Ludwigs-Universität, Freiburg, Alemanha (2007). Obteve o grau de mestre pela Queen’s University, Canadá (2003) e de licenciatura pela Brock University, Canadá (2001). Entre 2001-2002 foi Assistente na Queen’s University e, entre 2007-2009, foi Professora Auxiliar Convidada na Universidade de Évora. É, desde 2009, Professora Auxiliar na Universidade dos Açores. Pilar Damião de Medeiros tem quatro livros publicados, vários capítulos de livros e artigos científicos. As suas publicações centram-se sobretudo nas temáticas da Teoria Crítica; Intelectuais, Ativismo e Esfera Pública; Indústrias Culturais e Criativas. De momento, está a escrever em co-autoria com Lawrence J. Friedman, Harvard University, um livro intitulado “World without Nations”. Pilar Damião de Medeiros é Investigadora Responsável | Coordenadora da Região Autónoma dos Açores do Projeto Europeu *In Situ: Place-based innovation of cultural and*

*creative industries in non-urban áreas*. Coordenação: CES-Universidade de Coimbra. HORIZON-CL2-2021-HERITAGE-01-03. É membro da equipa Projeto *CREATOUR Azores – Turning the Azores into a Creative Tourism Destination*. ACORES-01-0145-FEDER-000127 e membro integrado do Centro Interdisciplinar de Ciências Sociais CICS.UAc/CICS.NOVA.UAc. E-mail: pilar.sl.medeiros@uac.pt

## **Pina Lalli**

Full professor in sociology of culture and communication at the University of Bologna, Department of Social and Political Sciences, where she is the director of CoMediaS, research center on Communication, Media and public Space, and the national coordinator of the Research Observatory on Femicide. She is an associated member of the LERASS (Laboratoire d'Études et de Recherches Appliquées en Sciences Sociales), at the University of Toulouse 3 -Paul Sabatier.

## **Susana Batista**

Doutorada em Sociologia, é Professora Auxiliar Convidada na NOVA FCSH e investigadora integrada no CICS.NOVA. Está envolvida e co-coordenou vários projetos de investigação nacionais na área da educação, destacando-se a participação no *Projeto ESCXEL- Rede de Escola de Excelência*. É membro da equipa portuguesa do projeto EU Kids Online e investigadora do Projeto europeu *ySKILLS* (Horizon 2020). Tem experiência na análise de dados quantitativos, na consultadoria a Câmaras Municipais e no desenvolvimento de ações de formação a professores. Os seus interesses de investigação estão relacionados com ação pública em educação, métodos quantitativos, jovens e media.

## **Teresa Sofia Castro**

Atualmente desenvolve o seu pós-doutoramento “Famílias iTec” na Universidade NOVA de Lisboa – ICNOVA e tem Doutoramento Europeu em Tecnologia Educativa. É professora convidada no CRIAP, ISMAI e Universidade Católica Portuguesa e tem colaborado com a Lusoinfo Multimédia, o Centro Internet Segura e com o Instituto de Apoio à Criança. É membro do EU Kids Online e faz parte da equipa portuguesa



do projeto europeu ySKILLS. Para além de livros e artigos publicados, tem materializado a sua investigação em produtos lúdico-pedagógicos no domínio da mediação, literacia e cidadania digital. Mais informações em *Ciência Vitae*.

Este livro, na heterogeneidade das temáticas abordadas, lança múltiplos desafios à compreensão das dinâmicas sociais e culturais subjacentes aos jovens enquanto atores de sistemas sociais complexos.

Estamos longe de encontrar um padrão na ação, necessariamente plural, nos diferentes grupos de jovens possuidores de capitais económicos, sociais, e culturais muito diferenciados. Todavia, a reflexão dos encontros e colóquios, organizados pelo Observatório da Juventude dos Açores, leva-nos a considerar os jovens permanente desafiados a agir e a agirem de motu próprio na complexa rede de sociabilidades, mediadas ou não pelas tecnologias da comunicação e da informação existentes nas sociedades contemporâneas.

