

AÇÕES PARA A IGUALDADE DE GÉNERO

COMUNICAÇÃO E PARTICIPAÇÃO

GUIA COM INSIGHTS PRÁTICOS **DE E PARA** JOVENS

Março 2025

Associação Par-Respostas Sociais

Coordenação de conteúdos:

Inês Coelho e Patrícia Lourenço

Design gráfico:

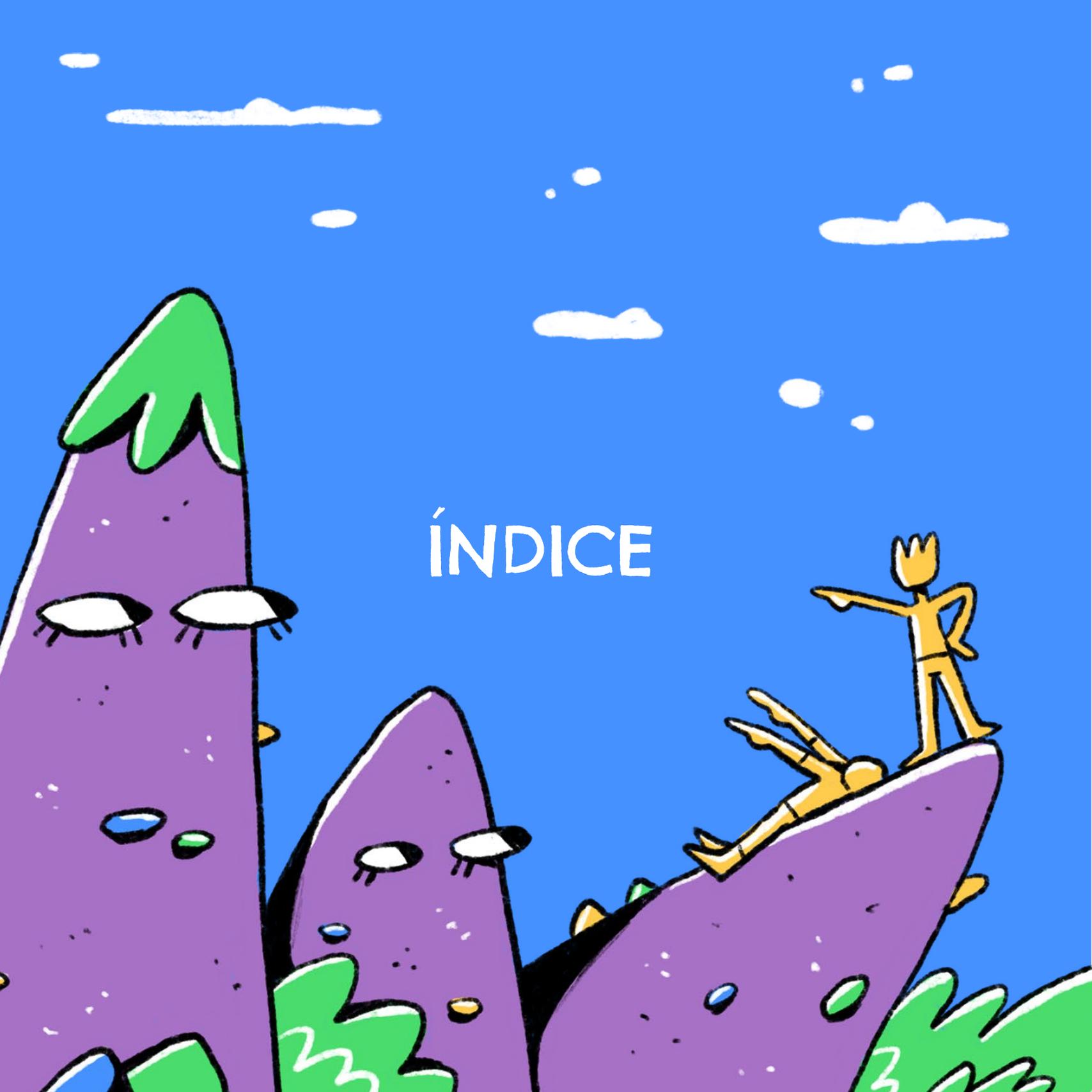
Guilherme Oliveira

O projeto é financiado pela União Europeia, ao abrigo do *Programa Citizens, Equality, Rights and Values* (CERV). Este documento foi produzido com o apoio financeiro da União Europeia, mas os seus conteúdos são da exclusiva responsabilidade do projeto *Peer Voices - Shaking Structures for Equality* e não refletem necessariamente as posições da União Europeia.

Esta publicação pode ser reproduzida e divulgada estritamente para fins não comerciais, desde que citada a fonte. A Associação Par-Respostas Sociais não se responsabiliza pelo uso incorreto das atividades.

Caso tenha conhecimento de algum uso inapropriado desta publicação, por favor notifique-nos para info@par.org.pt.

Nota: Porque a igualdade de género é um Direito Humano e porque respeitamos e promovemos a sua concretização, onde se lê “o” deve ler-se (também) “a” sempre que aplicável, de forma a garantir o respeito pela igualdade de género também na escrita.



ÍNDICE

Capítulo 1 Introdução	04
O projeto <i>Peer Voices - Shaking Structures for Equality</i>	05
i. Os 3 recursos do Projeto Peer Voices que podes consultar	06
ii. Onde intervimos?	08
iii. Quem são as organizações responsáveis por este projeto?	10
Capítulo 2 Contextualização	14
Participação Juvenil: Desafios, Tendências e Oportunidades	15
Capítulo 3 Comunicar para a AÇÃO	18
Que mensagens os jovens querem transmitir?	19
Capítulo 4 Comunicar para a PARTICIPAÇÃO	24
Como apelar à participação e envolvimento dos jovens?	25
i. Como atrair jovens para participar em diferentes iniciativas?	26
ii. Como comunicar eficazmente com os jovens?	28
Capítulo 5 Considerações finais	30
Referências	32

INTRODUÇÃO

O PROJETO PEER VOICES: SHAKING STRUCTURES FOR EQUALITY

O **projeto Peer Voices - Shaking Structures for Equality** é um projeto financiado pela União Europeia, ao abrigo do *Programa Citizens, Equality, Rights and Values* (CERV). Promovido pela *Associação Par - Respostas Sociais*, em parceria com o *Instituto Marquês de Valle Flôr* e a *Associação Ofensiva Tinerilor*, teve como objetivos principais, tal como o próprio nome indica, “abalar” estruturas pela Igualdade: questionar o que é “normativo”, que estereótipos e preconceitos temos, como estes se repercutem na vida das pessoas e, acima de tudo, questionar sobre que fatores têm contribuído e desafiado a conquista de uma Igualdade de Género plena e qual o papel de cada um de nós nesta luta.

Concentrando-se na juventude portuguesa, o projeto Peer Voices pretendeu alcançar os objetivos a que se propôs, através de um conjunto de sessões de consciencialização e capacitação guiadas por um Empowerment Manual¹, junto de **i.** jovens estudantes do Ensino Secundário e Profissional e **ii.** jovens estudantes do Ensino Universitário, focadas no desenvolvimento de competências pessoais e sociais que permitissem o diálogo e a ação consciente entre os seus pares, tornando esses jovens agentes ativos de mudança social positiva no mundo que os/nos rodeia.

Estas sessões culminaram na criação de campanhas de *advocacy* em prol da Igualdade de Género, por parte dos jovens estudantes do Ensino Secundário e Profissional, dirigidas à respetiva comunidade escolar; e campanhas sociais, por parte dos jovens estudantes do Ensino Universitário, dirigidas ao público em geral. (Poderão consultar os resultados destas campanhas no guia “Ações para a Igualdade de Género: Comunicação e Participação”).

No âmbito deste projeto, foram desenvolvidos **3 questões principais**, cada um com um propósito específico, mas complementares entre si.



¹ Manual construído pela organização romena, parceira do projeto, *Ofensiva Tinerilor* e que serviu de base para a construção das sessões de consciencialização e capacitação dinamizadas pela Associação Par - Respostas Sociais junto dos jovens

OS 3 RECURSOS DO PROJETO PEER VOICES QUE PODES CONSULTAR:

> VISÕES SOBRE IGUALDADE DE GÊNERO:

COMO TORNAR ESPAÇOS EDUCATIVOS MAIS INCLUSIVOS

Este guia prático reúne os contributos dos jovens sobre como promover a igualdade de género e combater estereótipos. Baseia-se nos resultados das sessões de capacitação realizadas com os participantes e inclui ainda sugestões sobre a criação de espaços educativos inclusivos, recolhidas através de focus groups.



> AÇÕES PARA A IGUALDADE DE GÊNERO:

COMUNICAÇÃO E PARTICIPAÇÃO

Este segundo guia apresenta os materiais produzidos pelos jovens no âmbito do projeto, refletindo as mensagens que quiseram transmitir através das campanhas que criaram. Além disso, analisa os resultados de oito focus groups realizados com diferentes jovens, oferecendo uma perspetiva complementar.

A primeira parte do guia foca-se nas mensagens dos jovens sobre Igualdade de Género e participação. Já a segunda parte analisa as estratégias comunicacionais que os participantes entrevistados consideram mais eficazes para promover o envolvimento e a participação juvenil.

Este é o segundo recurso: **AÇÕES PARA A IGUALDADE DE GÊNERO: COMUNICAÇÃO E PARTICIPAÇÃO**

Esperamos que usufruam dos resultados dos materiais co-produzidos pelos alunos e os *contributos* inspiradores dos focus group realizados com jovens.



> THE SHAKING EQUALITY BOX:

FERRAMENTAS PRÁTICAS PARA ABORDAR A IGUALDADE DE GÊNERO COM JOVENS

O terceiro recurso é um toolkit, que inclui as metodologias utilizadas ao longo do projeto, bem como sugestões práticas de como aplicá-las de diferentes formas. Este material pretende servir de guia para quem trabalha diretamente com jovens, oferecendo ferramentas e estratégias úteis para promover a sua participação e criar espaços mais inclusivos.



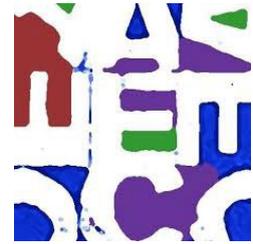
Com estes três materiais, procuramos não só refletir as perspetivas dos jovens, mas também oferecer orientações e boas práticas para quem trabalha na área da juventude e da educação, reforçando o compromisso com a inclusão e a igualdade de género.

Assim, mais do que um simples registo, estes recursos oferecem uma base para desenvolver ações concretas que respondam aos desafios da sociedade, transformando conhecimento em ação e equipando jovens, mas sobretudo profissionais com estratégias concretas para a construção de espaços mais inclusivos e igualitários.



ONDE INTERVIMOS?

Ao longo do período de implementação do projeto, intervimos em cinco (5) escolas e duas (2) universidades:



Agrupamento de Escolas de Arraiolos
Escola B 2/3 S de Cunha Rivara

Agrupamento de Escolas de Odivelas
Escola Secundária Pedro Alexandrino

Agrupamento de Escolas de Cascais
Escola Secundária de Cascais



Agrupamento de Escolas de Alcochete
Escola Secundária de Alcochete



Escola Profissional Gustave Eiffel do Lumiar



Escola Superior de Educação e Ciências Sociais do Instituto Politécnico de Leiria



Instituto Superior de Educação e Ciências de Lisboa

E alcançámos mais de 100 alunos e alunas.



QUEM SÃO AS ORGANIZAÇÕES RESPONSÁVEIS POR ESTE PROJETO?



Entidade promotora do projeto, a *Associação Par – Respostas Sociais* é uma Organização Não Governamental para o Desenvolvimento (ONGD) e Associação Juvenil. Nasceu em 2007, após o crescimento da associação juvenil Jovem a Jovem (criada em 1994) e, ao longo dos anos, tem desenvolvido vários projetos com e para a juventude nas áreas da educação para o desenvolvimento e cidadania global, intervenção comunitária, e formação e consultoria.

Olhando para a educação não-formal e a educação entre pares como metodologias essenciais, tem como objetivo testar novas formas de fazer e criar espaços de reflexão e ação crítica e consciente, onde cada jovem pode usar a sua voz em prol do seu desenvolvimento pessoal e da transformação da sua comunidade, assumindo o seu potencial enquanto agente de mudança positiva do nosso Mundo.

Enquanto associação constituída, maioritariamente, por jovens, a Par acredita no potencial de mudança e quer ser, desde logo, ator interventivo na construção de um mundo mais justo e coeso. Assim, o trabalho que desenvolve incide sobre o **treino de competências socioemocionais em duas perspetivas**: na relação do eu e o outro e na relação do eu e o mundo.





Entidade parceira, o *Instituto Marquês de Valle Flôr* (IMVF) tem vindo a desenvolver um trabalho significativo na área da Educação para o Desenvolvimento e Cidadania Global, desde 1999. Ao longo dos anos, tem colaborado em diversos projetos de Cidadania Global, reforçando o seu compromisso com a sensibilização e mobilização social.

Desde 2015, o IMVF tem implementado várias campanhas pan-europeias, envolvendo jovens cidadãos e autoridades locais em ações de cidadania ativa. Esta experiência, especialmente na área de *advocacy*, representou uma mais-valia para este projeto, enriquecendo as sessões de sensibilização e capacitação com os jovens.

Além de apoiar a dinamização destas atividades, o IMVF teve um papel fundamental na partilha de *know-how* relativo à construção de campanhas com jovens e no desenvolvimento dos produtos co-desenvolvidos com os participantes.

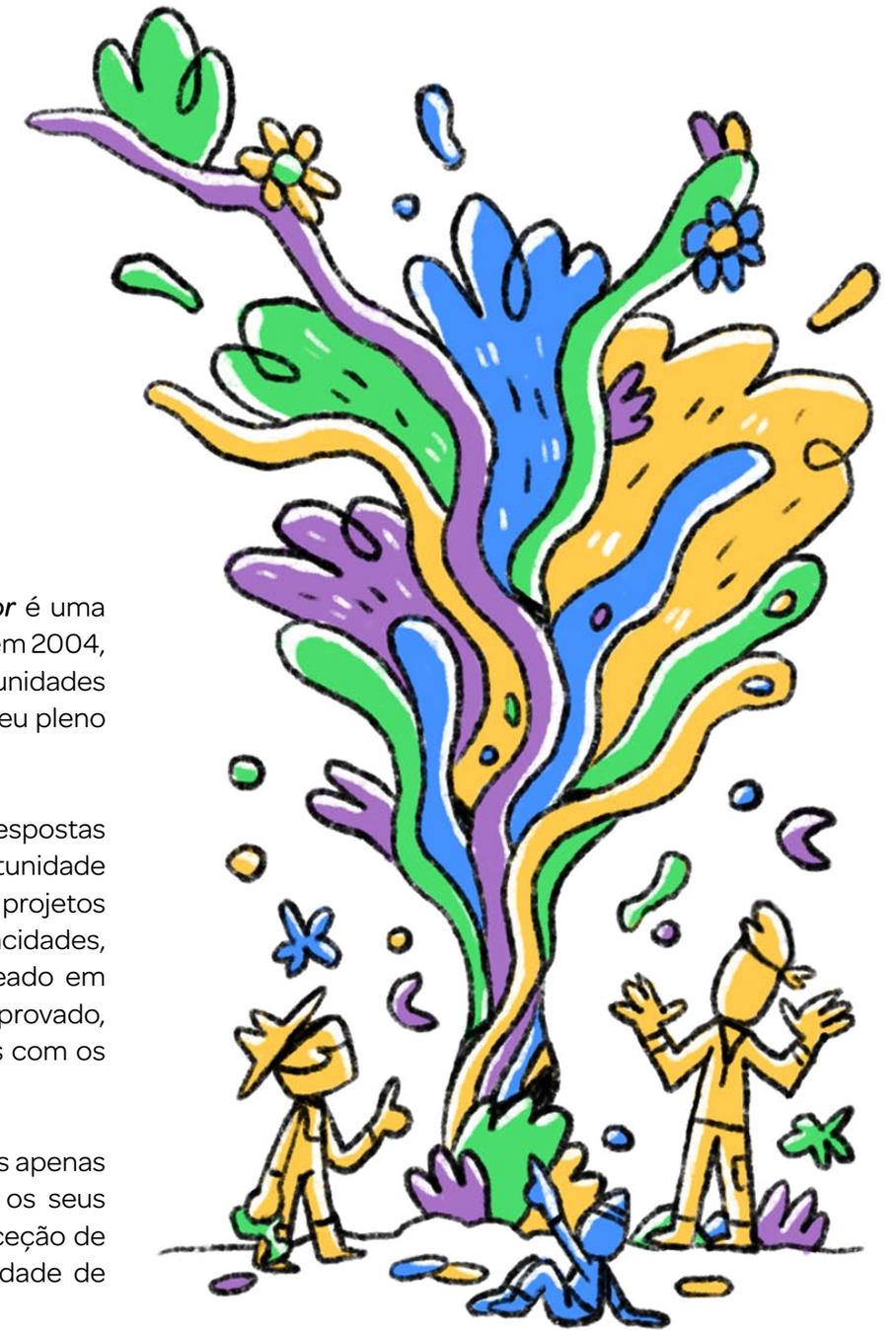


ofensiva tinerilor

Entidade parceira, a *Asociația Ofensiva Tinerilor* é uma associação sem fins lucrativos romena. Fundada em 2004, tem como missão oferecer aos jovens oportunidades educativas acessíveis que os ajudem a atingir o seu pleno potencial.

Parcerias prévias entre a Associação Par - Respostas Sociais e a Ofensiva proporcionaram a oportunidade de combinar as ferramentas produzidas em projetos anteriores e de explorar ainda mais as suas capacidades, desenvolvendo um Empowerment Manual, baseado em metodologias com um historial de sucesso comprovado, que guiou a implementação de todas as sessões com os jovens, no decorrer deste projeto.

Assim, apesar de estas terem sido implementadas apenas a nível nacional, a organização colaborou com os seus conhecimentos e know-how em matéria de conceção de materiais e de trabalho com questões de igualdade de género, na fase de arranque do projeto.



CONTEXTUALIZAÇÃO

PARTICIPAÇÃO JUVENIL: DESAFIOS, TENDÊNCIAS E OPORTUNIDADES



Os jovens portugueses, assim como os seus pares europeus, apresentam níveis de participação política tradicional relativamente baixos.

Um estudo da Fundação Calouste Gulbenkian revelou que os jovens portugueses votam significativamente menos que os cidadãos mais velhos¹, sendo esta tendência transversal a grande parte da Europa, onde atualmente o envolvimento político tradicional dos jovens é, em geral, reduzido².

Contudo, apesar do baixo nível de participação nos formatos tradicionais, tem-se assistido a um aumento do envolvimento dos jovens em formas alternativas de participação política, nomeadamente, através do Ativismo Digital, Petições *online* e participação em Manifestações e Protestos.

As plataformas digitais, no geral, e as redes sociais, em particular, têm-se revelado uma ferramenta crucial e eficaz no envolvimento político e mobilização dos jovens^{3 4 11 12}. Em 2019, 25% dos jovens relataram ter tido intervenções

cívicas ou políticas na internet, através da publicação de opiniões ou da participação em consultas *online*^{10 13}. Esta tendência coloca Portugal acima da média da UE27 e demonstra uma inclinação de participação digital crescente⁸ entre os jovens portugueses.

Um exemplo disso é o aumento da assinatura de petições *online*, que tem acompanhado a média europeia dos últimos anos¹⁷.

Por outro lado, a nível das ações participativas, tem havido um aumento na participação de jovens em manifestações, especialmente quando relacionadas com direitos sociais e alterações climáticas⁴.

Os desafios à participação juvenil acabam por estar relacionados com fatores significativos como o descontentamento com o estímulo educativo à participação¹, a falta de identificação e sentimento de pertença/representação no sistema político (com a perceção generalizada de que as instituições políticas tradicionais não atendem às suas necessidades)⁵ e os desafios enfrentados pelos jovens nas suas esferas individuais, associados ao estado económico e social do país, como o desemprego jovem e as dificuldades de acesso à habitação⁶.

Várias iniciativas, tanto governamentais quanto da sociedade civil, têm sido implementadas para aumentar a participação juvenil, como o projeto “A voz dos jovens” da Câmara Municipal de Cascais⁴.

A nível nacional e europeu, as autoridades e organizações têm desenvolvido várias estratégias para aumentar e apelar à participação juvenil, com recurso à digitalização e abordagem ativa das plataformas digitais enquanto ferramenta indispensável ao trabalho com jovens e participação.

O Conselho da Europa declarou 2025 como o Ano Europeu da Educação para a Cidadania Digital, visando capacitar jovens no mundo digital contemporâneo⁹. Esta iniciativa aborda temas como desinformação, cyberbullying e segurança digital.

Sobre este tema, deixamos-te um **conjunto de ferramentas** com **Recomendações e Estratégias sobre Participação Juvenil e Comunicação** (Dá uma *olhadela* nas referências 14 a 23, da página 33!)

Em conclusão, embora os níveis de participação política tradicional entre os jovens portugueses e europeus permaneçam relativamente baixos, **há sinais de um crescente envolvimento em formas alternativas de participação.**

Contudo, é de notar que, apesar de as plataformas digitais oferecerem novas oportunidades para a participação juvenil, é crucial que as estratégias de participação sejam alvo de constante adaptação e revisitadas, para que possam refletir as mudanças nas preferências e comportamentos dos jovens, quando estas acontecem (estar sempre atualizadas, em direto!).

As iniciativas bem-sucedidas tendem a combinar abordagens online e offline, reconhecendo a importância de ambos os espaços na vida dos jovens de hoje.

O desafio para o futuro será encontrar maneiras de traduzir esse envolvimento numa participação mais efetiva na prática, transpondo-a para os processos políticos formais, ao mesmo tempo em que se abordam as preocupações e desafios específicos enfrentados pela juventude.

Conforme veremos mais à frente, através dos contributos dos jovens que participaram neste projeto, é muito importante fazê-lo abordando os desafios específicos que eles enfrentam e aproveitando as suas preferências por comunicação visual, interação digital e ação significativa¹¹ para estimular esta participação.



Neste sentido, e tendo em conta o atual cenário relativamente à participação juvenil, este guia surge como uma ferramenta prática para responder a alguns destes desafios, reunindo estratégias e recomendações baseadas nas preferências e realidades dos jovens.

Através da auscultação direta dos participantes deste projeto, identificámos formas de atrair jovens para participar em diferentes iniciativas, valorizando a comunicação digital, o envolvimento ativo e a criação de espaços de expressão significativos.

Nos próximos capítulos, apresentamos um conjunto de metodologias e abordagens utilizadas no âmbito do projeto *Peer Voices* e que podem ser aplicadas para incentivar a participação juvenil de forma inclusiva e impactante, aproveitando as dinâmicas digitais e presenciais que melhor funcionam junto dos jovens (de acordo com a opinião destes).

COMUNICAR PARA A AÇÃO

QUE MENSAGENS OS JOVENS QUEREM TRANSMITIR?



O capítulo que se segue vem apresentar os **principais resultados** das campanhas de *advocacy* e das campanhas sociais do projeto *Peer Voices - Shaking Structures for Equality*, destacando os materiais desenvolvidos e as reflexões geradas ao longo do processo.

No decorrer das sessões com os jovens, procurámos envolvê-los na discussão sobre igualdade de género e capacitá-los para a ação. A partilha dos resultados, neste guia, pretende inspirar futuras intervenções com jovens, ao mesmo tempo que tenciona aumentar a visibilidade dos conteúdos que foram co-criados pelos participantes deste projeto.

Para a construção das campanhas de *advocacy*, utilizou-se a metodologia de *Lightning Decision Jam* (explicada detalhadamente no Toolkit para Youth Workers), permitindo que os jovens:

- i. Refletissem sobre as sessões de sensibilização e capacitação realizadas;
- ii. Identificassem problemas relacionados com a temática abordada;
- iii. Propusessem soluções concretas.

Para dar voz a estas propostas, muitos grupos optaram pela criação de manifestos.

O QUE É UM MANIFESTO?



> O manifesto é um documento que expressa ideias, intenções e reivindicações, funcionando como um apelo à ação.

> **No contexto escolar**, os manifestos permitiram aos estudantes formalizar as suas propostas e apresentá-las a colegas e professores, promovendo um debate sobre mudanças necessárias no ambiente escolar.

Nas escolas onde não foram elaborados manifestos, como a Escola Secundária de Cascais e a Escola Profissional Gustave Eiffel do Lumiar, os alunos organizaram outras iniciativas.

Na Escola Secundária de Cascais, a turma com quem trabalhamos optou por criar uma ação intitulada “Ciclos de conversa”. Esta iniciativa consistiu em realizar, como o próprio nome indica, um conjunto de sessões para conversar com profissionais do género feminino que trabalham em setores predominantemente masculinos e, dessa forma, sensibilizar e consciencializar os jovens para as disparidades em razão de género, tantas vezes, encontradas em contexto profissional.

A primeira convidada foi a Senhora Vereadora da Câmara Municipal de Cascais, Carla Semedo. Responsável pelas áreas da Promoção de Saúde, Proteção de Crianças e Jovens, Igualdade de Género e Inovação Social do Município, abordou a desigualdade de género no mercado de trabalho e os desafios encontrados por ser uma mulher negra com um cargo político.



Outra convidada foi Joana Ribeiro, treinadora de futebol e cofundadora do Clube de Futebol Feminino *Favos de Mel*, que falou sobre o que é ser mulher num desporto como o futebol, as disparidades existentes entre o futebol feminino comparativamente ao futebol masculino; que desafios existem e sobre o que falta alcançar para garantir uma Igualdade de Género neste contexto.

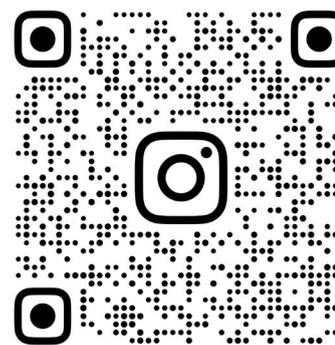


Por sua vez, na Escola Profissional Gustave Eiffel do Lumiar, os estudantes realizaram uma performance teatral sobre violência doméstica, transmitida ao vivo no Instagram da turma, alcançando mais de 300 visualizações.

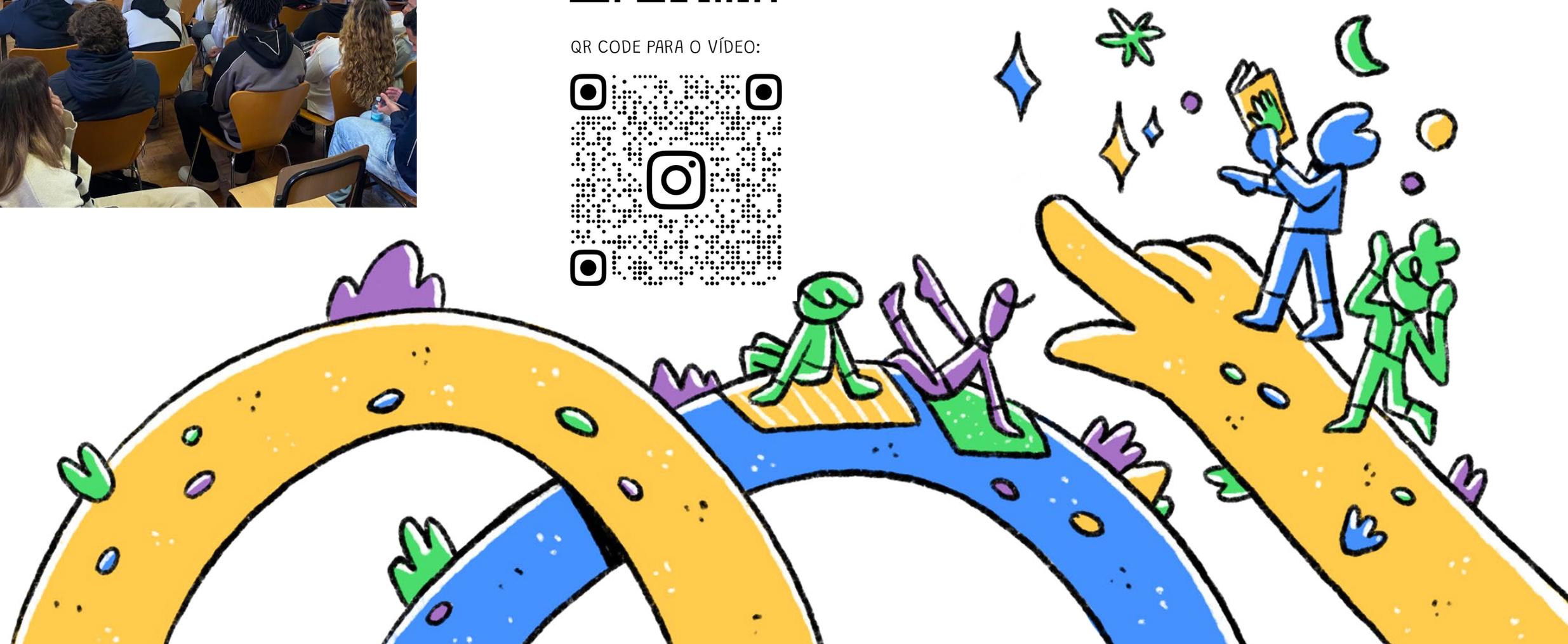
QR CODE PARA OS MANIFESTOS:



QR CODE PARA O VÍDEO:



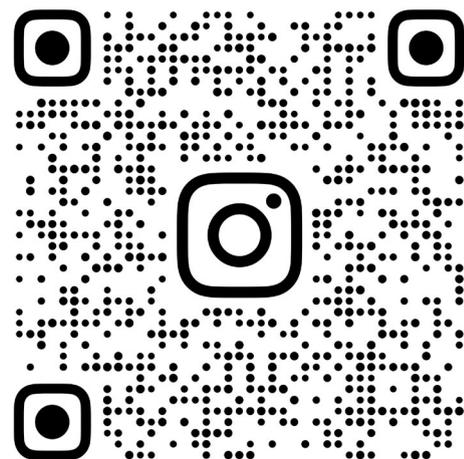
Apesar do envolvimento e entusiasmo dos jovens, emergiu um sentimento generalizado de ceticismo quanto ao impacto real das suas ações. Expressões como “*nada vai mudar*” e “*a escola não vai fazer nada*” foram recorrentes, refletindo uma perceção de falta de poder para transformar a realidade. Muitos participantes manifestaram frustração ao perceber que, apesar das suas propostas e do debate gerado, as estruturas institucionais nem sempre estão preparadas para absorver e implementar mudanças sugeridas por estudantes. Este dado é relevante para futuras intervenções, indicando a necessidade de reforçar mecanismos que garantam a implementação de propostas e o envolvimento efetivo das instituições.



> No **ensino superior**, as campanhas sociais foram implementadas na Escola Superior de Educação e Ciências Sociais do IP Leiria (ESECS) e no ISEC Lisboa. A metodologia seguiu o mesmo modelo aplicado no ensino secundário, mas com um alcance mais amplo. Em vez de se centrarem apenas na escola e na promoção da Igualdade de Género dentro da instituição, as campanhas foram direcionadas para o público em geral, recorrendo às redes sociais como principal meio de divulgação.

Na ESECS, surgiu a ideia de criar uma página de Instagram, à qual as alunas deram o nome de “Dito e Feio”, dedicada à partilha de dados, estatísticas e notícias sobre desigualdade de género, incentivando a comunidade digital a denunciar casos de violência doméstica.

QR CODE PARA A PÁGINA DE IG:



No ISEC, realizámos uma atividade de poesia visual resultou na criação de posters inspiradores, que foram expostos na sala de convívio da Instituição.

O que é isto?
Espreita o nosso Toolkit para
saber mais

Além disso, houve uma mobilização para a reabilitação de uma cabine telefónica antiga do Campus, transformando-a numa Biblioteca Inclusiva: um espaço acessível a todos, com literatura feminina e livros sobre Igualdade de Género que trouxe várias vantagens tanto para a comunidade académica como para a promoção da Igualdade de Género.

Em primeiro lugar, esta ação deu **um novo propósito a um espaço inutilizado**, convertendo-o num ponto de encontro acessível e significativo para os estudantes. Ao criar um local dedicado à partilha de conhecimento, incentivou-se a leitura e a reflexão sobre temas como igualdade, diversidade e justiça social.

Além disso, ao disponibilizar **literatura feminina e livros sobre Igualdade de Género**, a Biblioteca Inclusiva permitiu dar maior visibilidade ao trabalho de autoras e pensadoras cujas perspetivas são frequentemente subvalorizadas nos currículos tradicionais. Este tipo de acervo contribui para uma representação mais equitativa e para a desconstrução de estereótipos de género no meio académico.

Outro benefício importante foi o **acesso gratuito e democrático ao conhecimento**. A Biblioteca Inclusiva funciona como um espaço aberto a todos, promovendo a ideia de que a educação e a cultura devem estar ao alcance de qualquer pessoa, independentemente das suas condições económicas ou sociais.

Por fim, esta iniciativa teve um impacto simbólico poderoso ao **transformar um objeto do passado num símbolo de progresso e inclusão**. A antiga cabine telefónica, que outrora servia para comunicação, passou a ser um espaço de diálogo sobre igualdade, reforçando a importância de adaptar o ambiente universitário às necessidades e valores de uma sociedade mais justa.

Para inaugurar este espaço, ao mesmo tempo que sensibilizam os colegas para as questões relacionadas com os estereótipos e discriminação baseada no género, alunos do 10º ano do Curso Profissional de Comunicação também se envolveram neste processo e criaram um *Vox Pop* para entrevistar outros jovens sobre **O que é Igualdade de Género** e **O que falta para alcançá-la**, assim como promover a inauguração da Biblioteca.

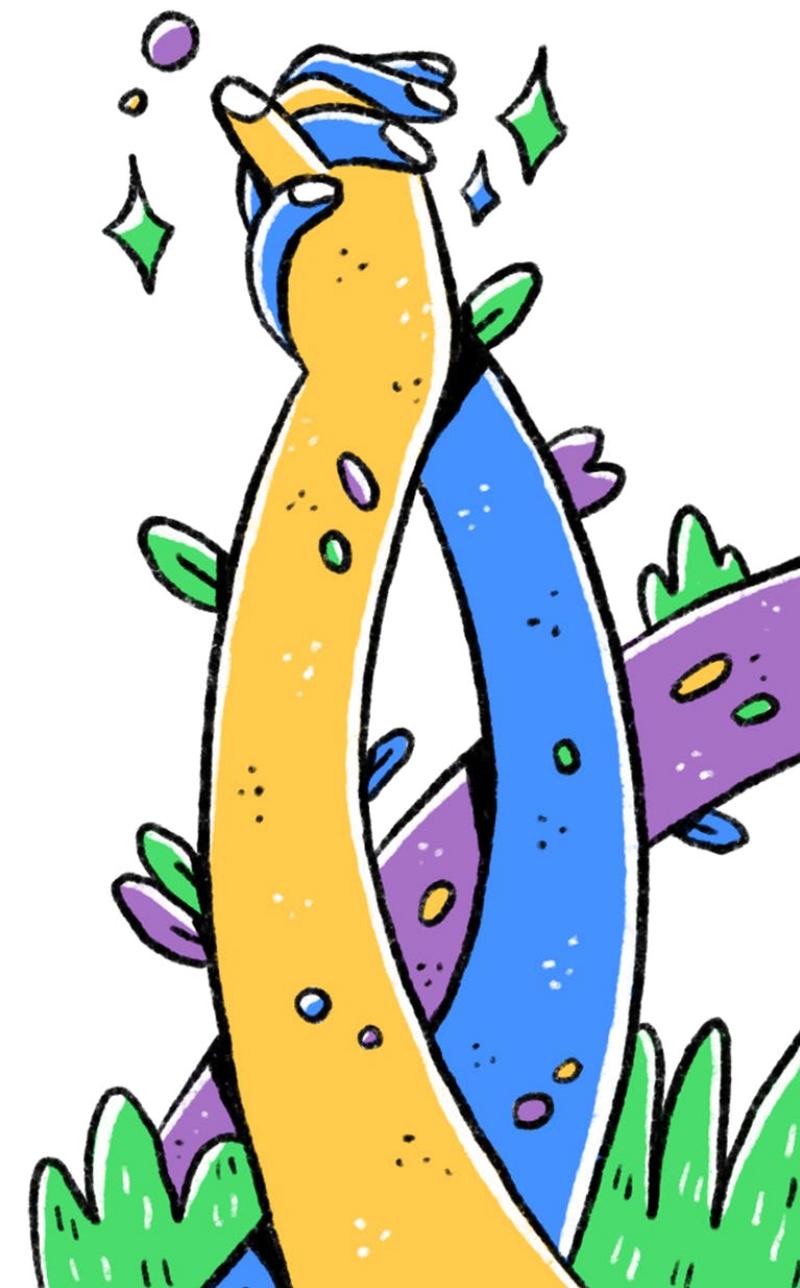
As campanhas sociais revelaram-se uma ferramenta poderosa para envolver os jovens na promoção deste tema. Ao aliarem sensibilização e ação concreta, estas campanhas não só amplificaram as vozes dos participantes como também alcançaram um público mais vasto, dentro e fora das instituições.

Através de abordagens criativas e digitais, como redes sociais, performances e instalações visuais, os jovens conseguiram aumentar a probabilidade de gerar impacto e estimular a reflexão na comunidade.

A capacidade de adaptação destas iniciativas a diferentes contextos e públicos reforça o seu potencial para continuar a inspirar mudanças e a incentivar o ativismo juvenil em prol da Igualdade de Género.

Neste capítulo, partilhámos as iniciativas realizadas pelos jovens no decorrer do projeto Peer Voices, abordando formas de comunicar à sociedade as mensagens que estes acreditam que são importantes transmitir para apelar à ação.

No próximo capítulo, iremos abordar como é que, de acordo com jovens participantes de diferentes focus group realizados no âmbito do projeto, as mensagens deveriam ser comunicadas para incentivar, desta vez, a sua (participação).



COMUNICAR PARA A PARTICIPAÇÃO

COMO APELAR À PARTICIPAÇÃO E ENVOLVIMENTO DOS JOVENS?

Muitas vezes, a comunicação com os jovens não é feita de forma eficaz, o que leva a que as mensagens não sejam compreendidas ou não ressoem com os seus interesses e realidades. Quantas vezes criámos posts e cartazes que achávamos incríveis para atrair jovens para uma ação, formação ou evento que considerávamos super pertinentes e vantajosos para eles, mas, no final, ninguém se inscreveu (ou, se inscreveram, foi um esforço quase hercúleo)?” Profissionais da juventude, sabemos que todos já passámos por esse desgosto.

A verdade é que a falta de uma comunicação adaptada à linguagem dos jovens e aos meios que, atualmente, utilizam contribui para o desinteresse e, conseqüentemente, para a falta de incentivo à sua participação. Por isso, é essencial saber como comunicar de forma relevante e envolvente, para que os jovens se sintam motivados a participar ativamente e a contribuir para a sociedade.

Foi o que tentámos fazer através de 8 *focus group* com diferentes jovens, com idades compreendidas entre os 15 e os 25 anos, onde, para compreender as estratégias de comunicação que podem ser adotadas para uma disseminação mais eficaz, colocámos duas questões muito simples:

- 1. Como atrair jovens para participar em diferentes iniciativas?**
- 2. Como comunicar eficazmente com os jovens?**

Neste capítulo, apresentamos os resultados desta auscultação.



COMO ATRAIR JOVENS PARA PARTICIPAR EM DIFERENTES INICIATIVAS?

> Oferecer benefícios tangíveis associados à participação, como incentivos e recompensas

- Oferecer certificados de participação, que podem ser úteis para o currículo.
- Providenciar "coffee breaks" ou refeições durante os eventos
- Organizar atividades em locais acessíveis ou fornecer transporte, se necessário

Os jovens destacam que a participação aumenta quando há benefícios tangíveis. Por isso mesmo, certificados de participação são valorizados por ajudarem no currículo, enquanto brindes e recompensas criam apenas um incentivo extra.

Também foram mencionados os tão desejados *coffee breaks!* ;) Assim como, garantir acessibilidade e, se necessário, fornecer transporte torna os eventos mais atrativos e inclusivos.

Acima de tudo, sentirem-se valorizados e reconhecidos é essencial para que se envolvam ativamente.

Se tiverem certificado, vou

Os jovens têm que sentir que são valorizados por irem até ganharem o gosto

> Criar um ambiente social e divertido

- Eventos Sociais e Criativos:
- Organizar *jam sessions*;
- Realizar feiras de partilha de talentos;
- Criar espaços de convívio "fixes" e atrativos onde os jovens possam expressar-se livremente;
- Combinar as iniciativas com entretenimento.

Os jovens valorizam eventos que vão além do formato tradicional e que combinam aprendizagem com momentos sociais e de entretenimento, pois tornam a experiência mais envolvente e convidativa.

Além disso, integrar elementos lúdicos e descontraídos ajuda a captar o interesse e manter os participantes motivados. Os jovens revelam que a estratégia de encerrar atividades mais pedagógicas com momentos de socialização e comida é especialmente eficaz, criando um ambiente positivo e reforçando o sentimento de pertença. No fundo, um ambiente mais social e divertido não só incentiva a participação, como transforma estas iniciativas em experiências apelativas, onde os jovens se sentem à vontade para se expressar e interagir.

Vamos fazer karaoke. Vamos fazer jogos. Estás a ver? Eu acho que isso prende muito mais as pessoas

> Promover a inclusão e representatividade, incluindo diversas perspectivas.

A participação ativa de diferentes vozes assegura que as iniciativas não são apenas "sobre" os jovens, mas também feitas com eles. Ter representantes do público-alvo envolvidos no planeamento e execução das atividades contribui para um sentimento de pertença e aumenta o compromisso com os projetos.

Em suma, para promover uma participação significativa, é fundamental que os jovens se vejam refletidos nas decisões, nos conteúdos e nos espaços onde as iniciativas acontecem.

Enquanto não houver representação na tomada de decisão do público que queremos beneficiar, nós não vamos conseguir beneficiar



> Garantir que é transmitida uma sensação de segurança nos espaços criados para promover a participação juvenil

Os jovens destacam que é mais provável envolverem-se e participarem em iniciativas diferentes se se sentirem seguros e confortáveis nos espaços criados para esse fim. Iniciativas que os fazem sentir expostos ou desconfortáveis acabam por afastá-los, pelo que é essencial garantir um ambiente acolhedor e sem julgamentos.

Não podemos sentir que nos estão a chamar para um sítio ou iniciativa onde nos vamos sentir expostos

> Garantir relevância e aplicabilidade prática.

Os jovens valorizam iniciativas que tenham uma aplicação prática e utilidade real no seu dia-a-dia. Segundo os mesmos, ter acesso a ferramentas práticas aumenta a motivação para participar e reforça a sensação de que o seu envolvimento pode ter um impacto real.

No fundo, os jovens querem sentir que o tempo investido nestas iniciativas traz benefícios concretos, seja no seu desenvolvimento pessoal, na sua comunidade ou nas oportunidades que daí possam surgir.

Criar uma plataforma com recursos e testemunhos e coisas do género

COMO COMUNICAR EFICAZMENTE COM OS JOVENS?

Durante os *focus group*, os jovens partilharam diversas soluções e estratégias eficazes para a comunicação nas redes sociais. Essencialmente, mostraram-nos a melhor forma de chegar até eles.

Chegar aos jovens com uma comunicação eficaz é essencial para garantir que a mensagem é compreendida, relevante e impactante. Os jovens são um público dinâmico, habituado a interagir com conteúdos rápidos, visuais e interativos, especialmente nas redes sociais, por isso, se a comunicação não for adaptada ao seu estilo e linguagem, corre o risco de ser ignorada ou mal interpretada.

Uma comunicação eficaz fortalece a ligação entre organizações e jovens, incentivando a participação ativa, promovendo o envolvimento em causas sociais e garantindo que as suas vozes são ouvidas. Além disso, permite combater a desinformação, facilitar o acesso a oportunidades e criar espaços onde se sintam representados e incluídos.

Então, a questão que se coloca é: como comunicar eficazmente com os jovens?

> Design e Linguagem Visual

- Criar uma identidade visual coerente e reconhecível, incluindo um símbolo ou personagem para a associação
- Utilizar uma mancha gráfica chamativa e imediatamente identificável
- Evitar fundos totalmente brancos, que podem parecer pouco atrativos
- Usar cores de forma estratégica para atrair a atenção

> Escolha Cuidada de Símbolos e Ícones

- Evitar símbolos como microfones, que podem ser intimidantes para alguns jovens.



> Conteúdo e Mensagem

- Fornecer informações claras sobre o que esperar do evento, criando uma sensação de segurança
- Usar linguagem que apele às emoções e desperte curiosidade
- Incluir elementos de “fofoca” ou informações chocantes para captar a atenção
- Evitar usar termos que possam parecer extremistas ou excludentes, como “feminista”, que pode afastar alguns participantes
- Uso de humor e abordagens criativas como forma de tornar o conteúdo mais atrativo
- Apresentação de conteúdo de forma descontraída e leve
- Perguntar-lhes diretamente: Digam o que é que querem ver. Digam como é que querem fazer.

> Formato e Apresentação

- Utilizar formatos inovadores e informais
- Utilizar vídeos curtos em vez de apenas imagens estáticas: *“Se fosse alguém a falar, tipo aqueles vídeos que aparecem com alguém a dar um testemunho e depois com aquelas legendas em baixo. Por exemplo aqueles vídeos de Sic notícias em que o primeiro post, é por exemplo, uma frase entre aspas que a pessoa disse.”*
- Criar conteúdo que mostre exemplos práticos e situações reais, em vez de apenas teoria
- Apresentar o conteúdo de forma descontraída e não muito pesada
- Podcasts “Um podcast ao vivo”; “Olha isso era bué bom, eu ia adorar.”
- Usar formatos interativos, como jogos com perguntas e atividades práticas.

> Estratégias de Divulgação

- Utilizar o “passa-palavra” entre os jovens, aproveitando recomendações positivas de participantes anteriores
- Envolver figuras respeitadas pelos jovens para incentivar a participação
- Usar redes sociais populares entre os jovens, como Instagram e TikTok, para divulgação
- Colaborar com figuras públicas que abordam estes temas de forma leve e humorística, ao mesmo tempo que partilham conteúdo factual.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este guia compila os resultados das iniciativas desenvolvidas pelos jovens ao longo do projeto, assim como oferece uma visão clara sobre as suas opiniões e sugestões de estratégias de comunicação que consideram mais eficazes para (os) sensibilizar e mobilizar. Ao longo do processo, alguns dos jovens demonstraram um forte desejo de fazer ouvir as suas vozes e de influenciar positivamente as mudanças na sua comunidade, refletindo sobre as mensagens que consideram cruciais para impulsionar à ação.

É importante destacar que as abordagens sugeridas pelos jovens não se limitam a transmitir informações, mas focam-se em formas de comunicação que ressoam com o público-alvo, utilizando uma linguagem acessível, visual e envolvente. Através das suas sugestões, muitos dos jovens deixam claro que não apenas desejam ser ouvidos, mas também querem ter a oportunidade de participar ativamente na construção de soluções para as questões que os afetam diretamente.

A participação dos jovens no processo de definição da comunicação permite que as estratégias sejam mais ajustadas às suas realidades e aos seus meios de comunicação preferidos, garantindo uma maior eficácia na promoção da participação ativa.

Em suma, este guia não só destaca o papel fundamental dos jovens na transmissão de mensagens de *advocacy* em prol de causas e direitos como a Igualdade de Género, mas também sublinha a importância de uma comunicação adaptada ao seu contexto e às suas necessidades.

Para que a ação seja gerada, é necessário um diálogo contínuo e uma abordagem inclusiva, onde a participação dos jovens seja vista não apenas como um contributo, mas como uma força essencial para a mudança social.



REFERÊNCIAS

1. Magalhães, P. (2022). A Participação Política da Juventude em Portugal: Um retrato comparativo e longitudinal, 2002-2019. Gulbenkian Studies. Fundação Calouste Gulbenkian. https://cdn.gulbenkian.pt/wp-content/uploads/2022/03/Relatório-01-final_red.pdf
2. Nunes, A. R., & Alves, M. (2023). A participação cívica e política dos jovens portugueses. *Perspectivas - Journal of Political Science*, 28, 69-80. Disponível em <https://doi.org/10.21814/perspectivas.4469>.
3. CIRCLE. (2021). Youth Poll: Media Creation and Political Engagement. Center for Information and Research on Civic Learning and Engagement, Tufts University. Disponível em <https://circle.tufts.edu/our-research>
4. Matos, T. (2024). Dar a voz aos jovens: A (in)diferença da escola na participação cívica e política online (Dissertação de Mestrado). Universidade Nova de Lisboa. Disponível em https://run.unl.pt/bitstream/10362/169935/1/Mestrado_Tatiana_Parreira_Matos.pdf
5. Euronews. (2024). Eleições europeias: extrema-direita com forte presença nas redes sociais para convencer os jovens. Disponível em <https://pt.euronews.com/my-europe/2024/05/30/eleicoes-europeias-extrema-direita-com-forte-presenca-nas-redes-sociais-para-convencer-os->
6. Conselho Nacional de Juventude. (2025). Estado da Nação Jovem: CNJ apresenta documento onde sumariza as preocupações e desafios enfrentados pela juventude. Disponível em <https://www.cnj.pt/post/estado-da-nação-jovem-cnj-apresenta-documento-onde-sumaria-as-preocupações-e-desafios-enfrentados-p>
7. Costa, P., Magalhães, P., Costa, E., Menezes, I., Silva, P., & Ferreira, P. (2022). A participação política da juventude em Portugal: Relatório síntese. Fundação Calouste Gulbenkian. Disponível em <https://cdn.gulbenkian.pt/wp-content/uploads/2022/03/Relatorio-Sintese-PT-final.pdf>
8. Observatório Permanente da Juventude. (s.d.). Mundo Digital. Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa. Disponível em <https://www.opj.ics.ulisboa.pt/retratos-dos-jovens-em-portugal/4372-2>
9. Secretaria-Geral da Presidência do Conselho de Ministros. (2025). 2025: Ano Europeu da Educação para a Cidadania Digital. <https://www.sg.pcm.gov.pt/a-sgpcm/noticias/2025/janeiro/ano-europeu-da-educacao-cidadania/>
10. Comissão Europeia. (2022, 11 de maio). Nova estratégia da UE para proteger e capacitar as crianças no mundo em linha. Disponível em https://portugal.representation.ec.europa.eu/news/nova-estrategia-da-ue-para-proteger-e-capacitar-criancas-no-mundo-em-linha-2022-05-11_pt
11. Sagnier, L., & Morell, A. (Coords.). (2021). Os jovens em Portugal, hoje: Quem são, que hábitos têm, o que pensam e o que sentem. Fundação Francisco Manuel dos Santos. Disponível em <https://ffms.pt/sites/default/files/2022-07/os-jovens-em-portugal-hoje.pdf>
12. European Commission. (2023). 96% of young people in the EU uses the internet daily. Youth Portal of the European Union. https://youth.europa.eu/news/96-of-young-people-eu-uses-internet-daily_en
13. Conselho Nacional de Juventude. (s.d.). Diálogo Jovem. Disponível em <https://www.cnj.pt/di%C3%A1logo-jovem>

14. Jansen, A., Verdegaal, M., & Wouterse, L. (2020). How to do digital youth work in a P/CVE context: Revising the current elements. Radicalisation Awareness Network. Disponível em https://home-affairs.ec.europa.eu/document/download/a0ae5dc9-3622-442e-b995-e64ff475559c_en
15. Timonen, P. (2012). Using social media in youth work communications. Humanistinen ammattikorkeakoulu. Disponível em <https://www.humak.fi/wp-content/uploads/2014/12/humak-verkko-timonen-Using-Social-Media-in-Youth-Work.pdf>
16. Youth Engagement Network. (2022). Engaging with youth on social media. ETR. Disponível em <https://www.etr.org/yen/news/engaging-with-youth-on-social-media/>
17. Agência de Saúde Pública do Canadá. (s.d.). Dicas para adultos sobre como envolver os jovens através das redes sociais. Disponível em <https://www.canada.ca/en/public-health/services/national-child-day/tips-for-adults-engaging-youth-social-media.html>
18. Youth Affairs Council Victoria. (2013, junho). Princípios de participação juvenil e redes sociais. Disponível em <https://www.yacvic.org.au/assets/Documents/WMYT-factsheet-June13.pdf>
19. Vieira, D., Dias, T. S., Sampaio, M., Pais, S. C., Ribeiro, N., Nada, C., & Malafaia, C. (2024). Becoming activists: how young athletes use visual tools for civic action and meaning-making within participatory research. *Frontiers in Political Science*, 6, 1414795. Disponível em <https://doi.org/10.3389/fpos.2024.1414795>
20. Departamento de Assuntos Económicos e Sociais das Nações Unidas. DESA-EN. (2023). Promovendo a participação juvenil na tomada de decisões e na prestação de serviços públicos por meio do aproveitamento das tecnologias digitais. Disponível em <https://www.un.org/development/desa/dpad/wp-content/uploads/sites/45/publication/PB149.pdf>
21. PartiCipate. (2024). Ferramentas digitais para a participação (juvenil). Disponível em https://participation.digital/wp-content/uploads/2024/02/Digital-Tools-for-Participation_Neu.pdf
22. Abel, L. (2023). Melhores práticas para envolver os jovens no engajamento comunitário. District. Disponível em <https://www.district.au/article/reaching-youth-community-engagement>
23. Center for Tech and Civic Life. (2021). 27 ideias para incentivar a participação juvenil nas eleições. Disponível em <https://www.techandcivicle.org/youth-engagement/>

